

92 LITTLE TRICKS FOR BIG SUCCESS
IN RELATIONSHIPS

HOW TO TALK TO ANYONE

LEIL LOWNDES
INTERNATIONAL BESTSELLING AUTHOR

HOW
TO 
TALK
TO
ANYONE

LEIL LOWNDES

HARPER
element

TAMBIÉN POR LEIL LOWNDES

Cómo sentirse seguro

Cómo agradarle a alguien

Cómo hacer que alguien se enamore de ti

Contenido

Cubrir

Página del título

También por Leil Lowndes

Prefacio: Tenerlo *todas*

Primera parte: solo tienes diez segundos para demostrar que eres alguien

La increíble, ineludible y única esencia de usted

1 La sonrisa inundada 2

Ojos pegajosos

3 ojos de epoxi

4 Cuélguese de los dientes

5 El pivote del bebé grande

6 Hola, viejo amigo 7

Limite la inquietud

8 el sentido del caballo de Hans

9 Mira la escena antes de hacer la escena

Segunda parte: ¿Qué digo después de decir "hola"?

Pequeña charla, tu alfombra de bienvenida verbal

10 La combinación de estado de

árbol 11 Prosaic con pasión 12

Use siempre un Whatzit 13

Whoozat?

14 Escuchar a escondidas

15 Nunca la ciudad desnuda

16 Nunca el trabajo desnudo

- 17 Nunca la introducción desnuda 18 Sea
un detective de palabras**
- 19 El foco giratorio 20
Parroting**
- 21 ¡Encore!**
- 22 Ac-cen-tu-ate lo positivo**
- 23 Las últimas noticias ... no salgas de casa sin ellas**

Tercera parte: Cómo hablar como los chicos y chicas grandes

Bienvenido a la jungla humana

- 24 ¿Qué haces? ¡NO! 25
Resumen de la cáscara de nuez**
- 26 Tu diccionario de sinónimos
personal 27 ¡Mata al rápido "yo
también!" 28 Comunicación-USTED**
- 29 La sonrisa exclusiva**
- 30 No toques un cliché con un palo de diez pies 31
Usa el jive de jawsmith**
- 32 Llamar a las cosas por su nombre**
- 33 Tirar a la basura las burlas**
- 34 Es la pelota del receptor**
- 35 El récord rayado**
- 36 Los peces gordos no babean**
- 37 Nunca el desnudo gracias**

Cuarta parte: cómo ser un experto en cualquier grupo

¿De qué están hablando todos?

- 38 Terapia Scramble**
- 39 Aprende un poco de galimatías**

- 40 Mostrando su botón caliente**
- 41 Leer sus trapos**
- 42 Borrar 'personalizado'**
- 43 fanfarronear por gangas**

Quinta parte: ¡Por qué, somos iguales!

Somos como guisantes en una vaina

- 44 Sea un imitador**
- 45 Resonando**
- 46 Imágenes potentes**
- 47 Emplear empatizadores**
- 48 Empatizadores anatómicamente correctos 49**
- Los prematuros *nosotros***
- 50 historial instantáneo**

Sexta parte: El poder de la alabanza, la locura de la adulación

Alabanza reevaluada

- 51 Gloria de la vid**
- 52 Felicitaciones de la paloma mensajera**
- 53 Magnificencia implícita**
- 54 La adulación accidental**
- 55 El cumplido asesino**
- 56 Pequeños trazos**
- 57 El reflejo instintivo de "¡guau!"**
- 58 Boomeranging**
- 59 El juego de la lápida**

Parte Siete: Marcar directamente sus corazones

Cómo ser un éxito en otro programa

60 gestos parlantes

61 Ducha de nombre

62 ¡Oh, vaya, eres tú!

63 La pantalla furtiva

64 Saluda al cónyuge

65 ¿De qué color es tu tiempo?

66 Mensaje saliente en constante cambio 67

Tu audición de diez segundos

68 La alcaparra aburrida

69 'Escucho tu otra línea' 70

Reproducción instantánea

Octava parte: Cómo trabajar en un partido como un político trabaja en una sala

La lista de verificación del partido de seis puntos del político

71 Mascar o mezclarse

72 Goma la habitación

73 Sea el que elige, no el elegido 74

Manos que vienen acá

75 Seguimiento

76 El expediente de la tarjeta de

presentación 77 Venta de ojos

Parte nueve: pequeños trucos de los grandes ganadores

El techo de cristal más traicionero de todos

78 No vea errores, no escuche errores 79

Eche una lengua de ayuda

80 Desnudo al enterrado WIFM

81 Déjalos saborear el favor 82

Tit for (espera ... espera) tat

- 83 fiestas son para charlatanes**
- 84 cenas para cenar**
- 85 Los encuentros fortuitos son para charlar**
- 86 Vaciar sus tanques**
- 87 Eco de la EMO**
- 88 Mi pifia, tu ganancia 89 Deja**
- una trampilla de escape 90**
- Ranúnculos para su jefe 91**
- Dirige a los oyentes**
- 92 El gran cuadro de mando en el cielo**

[Anuncios atrasados](#)

**Una última palabra: Tus notas de
destino**

Seleccionar bibliografía

Sobre el Autor

[Derechos de autor](#)

Sobre el editor

Preface

Having it *all*

¿Alguna vez has admirado a esas personas exitosas que parecen tenerlo todo? Los ve charlando con confianza en reuniones de negocios, cómodamente en fiestas sociales. Son los que tienen los mejores trabajos, los cónyuges más agradables, los amigos más geniales, las cuentas bancarias más grandes, los códigos postales más de moda.

¡Pero espere un minuto! Muchos de ellos no son más inteligentes que tú. No tienen más educación que tú. ¡Ni siquiera son más bonitos! ¿Así que qué es lo? (Algunas personas sospechan que lo heredaron. Otras dicen que se casaron con él, o simplemente tuvieron suerte. Dígales que lo piensen de nuevo). Todo se reduce a su forma más hábil de tratar con sus semejantes.

Verás, nadie llega solo a la cima. A lo largo de los años, las personas que parecen 'tenerlo todo' han capturado los corazones y conquistado las mentes de cientos de personas que ayudaron a impulsarlos, peldaño a peldaño, a la cima de cualquier escala corporativa o social que eligieran.

Los aspirantes que deambulan al pie de la escalera a menudo miran hacia arriba y se quejan de que los Big Boys y Big Girls en la parte superior son snobs. Cuando los Big Players no les brindan su amistad, amor o negocios, los llaman 'cliquistas' o los acusan de pertenecer a una 'red de viejos'. Algunos se quejan de que se golpearon la cabeza contra un "techo de cristal".

Los quejosos de las Pequeñas Ligas nunca se dan cuenta de que el rechazo fue culpa suya. Nunca sabrán que arruinaron la aventura, la amistad o el trato debido a *su propio* errores de comunicación. ¿Por qué no lo ven? Debido a que algunos de los movimientos que hacen los Grandes Ganadores son tan suaves, tan sutiles, se necesita otro Gran Ganador para reconocerlos.

Los viejos, en los días en que la alta dirección era, desafortunadamente, principalmente muchachos, se felicitaban unos a otros diciendo: 'Amigo, tú no eres

accidente.' Otorgaron este tributo de jerga con un tinte de celos cuando un anciano vio algún acto sensible que el otro había ejecutado.

De hecho, hoy los viejos (y no tan viejos) niños y niñas que dirigen nuestro país, nuestras corporaciones y nuestras artes "no son un accidente". Cada uno tiene una bolsa de trucos, una magia, un toque de Midas que convierte todo lo que hacen en éxito.

¿Qué hay en su bolsa de trucos? Encontrarás muchas cosas: hay una sustancia que solidifica las amistades, una hechicería que gana las mentes y una magia que hace que la gente se enamore de ellos. También hay una cualidad que hace que los jefes contraten y luego asciendan, una característica que hace que los clientes regresen y un activo que hace que los clientes les compren a ellos y no a la competencia. Todos tenemos algunos de esos trucos en nuestras maletas, algunos más que otros. Aquellos con muchos de ellos son grandes ganadores en la vida. *Cómo hablar con cualquiera* te ofrece noventa y dos de estos pequeños trucos que utilizan los grandes ganadores para que tú también puedas jugar a la perfección y conseguir lo que quieras en la vida.

Cómo se desarrollaron las técnicas

Hace muchos años, un profesor de teatro, exasperado por mi mala actuación en una obra de teatro universitaria, gritó: '¡No! ¡No! Tu cuerpo está desmentiendo tus palabras. Cada pequeño movimiento, cada posición del cuerpo ', gritó, ' divulga tus pensamientos privados. Tu rostro puede hacer siete mil expresiones diferentes, y cada una expone con precisión quién eres y qué estás pensando en un momento determinado. Luego dijo algo que nunca olvidaré: '¡Y tu cuerpo! La forma en que tu moverse es tu autobiografía en movimiento.'

¡Qué razón tenía! En el escenario de la vida real, cada movimiento físico que realizas subliminalmente les cuenta a todos los que están a tu alcance la historia de tu vida. Los perros escuchan sonidos que nuestros oídos no pueden detectar. Los murciélagos ven formas en la oscuridad que eluden nuestros ojos. Y la gente hace movimientos que están por debajo de la conciencia humana, pero que tienen un tremendo poder para atraer o repeler. Cada sonrisa, cada ceño fruncido, cada sílaba que pronuncias, cada elección arbitraria de palabra que pasa entre tus labios, puede atraer a otros hacia ti o hacer que quieran huir. Hombres, ¿su instinto les dijo alguna vez que abandonaran el barco en un trato? Mujeres, ¿la intuición de su mujer les hizo aceptar o rechazar una oferta? En un nivel consciente, es posible que no seamos conscientes de cuál es la coronada. Pero como la oreja

del perro o del ojo del murciélagos, los elementos que componen los sentimientos subliminales son muy reales.

Imagine, por favor, dos humanos en una caja compleja conectada con circuitos para registrar todas las señales que fluyen entre los dos. Hasta 10,000 unidades de flujo de información por segundo. "Probablemente se necesitarían los esfuerzos de por vida de aproximadamente la mitad de la población adulta de los Estados Unidos para clasificar las unidades en una hora de interacción entre dos sujetos", estima una autoridad de comunicaciones de la Universidad de Pensilvania.¹

Con los miles de millones de acciones y reacciones sutiles que van y vienen entre dos seres humanos, ¿podemos idear técnicas concretas para hacer que todas nuestras comunicaciones sean claras, seguras, creíbles y carismáticas? Decidido a encontrar la respuesta, leí prácticamente todos los libros escritos sobre habilidades de comunicación, carisma y química entre las personas. Exploré cientos de estudios realizados en todo el mundo sobre las cualidades que componen el liderazgo y la credibilidad. Los científicos sociales intrépidos no dejaron piedra sin remover en su búsqueda para encontrar la fórmula. Por ejemplo, investigadores chinos optimistas, con la esperanza de que el carisma pudiera estar en la dieta, llegaron a comparar la relación del tipo de personalidad con el nivel de catecolaminas en la orina de los sujetos.² No hace falta decir que su tesis pronto fue archivada.

La mayoría de los estudios simplemente confirmaron el clásico de 1936 de Dale Carnegie, *Como ganar amigos y influenciar personas*.³ Su sabiduría para las edades dijo que el éxito radica en sonreír, mostrar interés en otras personas y hacer que se sientan bien consigo mismos. "Eso no es ninguna sorpresa", pensé. Es tan cierto hoy como lo era hace más de sesenta años.

Entonces, si Dale Carnegie y cientos de otros desde entonces ofrecen el mismo consejo astuto, ¿por qué a alguno de nosotros le falta el material adecuado para ganar amigos e influir en las personas?

Supongamos que un sabio te dijera: "Cuando estés en China, habla chino", pero no te dio lecciones de idioma. Dale Carnegie y muchos expertos en comunicaciones son como ese sabio. Ellos nos dicen qué hacer, pero no cómo para hacerlo. En el mundo sofisticado de hoy, no es suficiente decir 'sonreír' o 'dar cumplidos sinceros'. Los empresarios cínicos de hoy ven más sutilezas en tu sonrisa, más complejidades en tu cumplido. Las personas logradas o atractivas están rodeadas de aduladores sonrientes que fingen interés y los adulan. Los prospectos están cansados de los vendedores que dicen: 'El traje parece

genial contigo ', cuando sus dedos acarician las llaves de la caja registradora. Las mujeres desconfían de los pretendientes que dicen: "Eres hermosa", cuando la puerta del dormitorio está a la vista.

El mundo es un lugar muy diferente al de 1936 y necesitamos una nueva fórmula para el éxito. Para encontrarlo, observé a las superestrellas de hoy. Exploré las técnicas utilizadas por los mejores vendedores para cerrar la venta, los oradores para convencer, el clero para convertir, los artistas para cautivar, los símbolos sexuales para seducir y los atletas para ganar.

Encontré bloques de hormigón para las esquivas cualidades que conducen a su éxito.

Luego los dividí en técnicas nuevas y fáciles de digerir. Le di a cada uno un nombre que vendrá rápidamente a la mente cuando se encuentre en un dilema de comunicaciones. A medida que desarrollaba las técnicas, comencé a compartirlas con audiencias de todo Estados Unidos. Los participantes en mis seminarios de comunicación me dieron sus ideas. Mis clientes, muchos de ellos CEO de las empresas Fortune 500*, con entusiasmo ofreció sus observaciones.

Cuando estuve en presencia de los líderes más exitosos y queridos, analicé su lenguaje corporal, sus expresiones faciales. Escuché atentamente sus conversaciones casuales, su sincronización y su elección de palabras. Observé cómo trataban con sus familias, sus amigos, sus asociados y sus adversarios. Cada vez que detectaba un pequeño pellizco de magia en su comunicación, les pedía que lo arrancaran con unas pinzas y lo exponieran a la luz brillante de la conciencia. Lo analizamos juntos y luego lo convertí en una técnica que otros podrían duplicar y aprovechar.

En este libro están mis hallazgos y los golpes de algunas de esas personas tan efectivas. Algunos son sutiles. Algunos son sorprendentes. Pero todos son alcanzables. Cuando los domine, todos, desde nuevos conocidos hasta familiares, amigos y socios comerciales, abrirán felizmente sus corazones, sus hogares, sus empresas, incluso sus billeteras para darle todo lo que puedan. Hay una bonificación. Mientras navega por la vida con sus nuevas habilidades de comunicación, mirará hacia atrás y verá a algunos donantes muy felices sonriendo a su paso.

* Las 500 empresas más importantes en términos de facturación cada año, enumeradas en *Fortuna* revista.

Hay dos tipos de personas en esta vida:

Los que entran en una habitación y dicen:

¡Bueno, aquí estoy!

Y los que entran y dicen:

'Ahh, ahí estás.'

Part One

You only have ten
seconds to show
you're a somebody

*The incredible, inescapable,
unique essence of you*

El momento en que dos humanos se miran el uno al otro tiene una potencia asombrosa. Lo primero que te ve es un brillante hológrafo. Se abre camino a fuego en los ojos de su nuevo conocido y puede permanecer grabado en su memoria para siempre. Los artistas a veces pueden capturar esta respuesta emocional fugaz y fugaz. Tengo un amigo, Robert Grossman, un consumado caricaturista que dibuja regularmente para *Forbes*, *Newsweek*, *Sports Illustrated*, *Rolling Stone* y otras publicaciones populares de América del Norte. Bob tiene un don único para capturar no solo la apariencia física de sus sujetos, sino también para concentrarse en la esencia de sus personalidades. Los cuerpos y las almas de cientos de luminarias irradian desde su bloc de dibujo. Una mirada a sus caricaturas de personajes famosos y se puede ver, por ejemplo, la arrogancia insegura de Madonna, la imperiosidad de Newt Gingrich, la malicia de Leona Helmsley.

A veces, en una fiesta, Bob hace un boceto rápido en una servilleta de cóctel de un invitado. Flotando sobre el hombro de Bob, los espectadores jadean al ver la imagen y la esencia de su amigo materializarse ante sus ojos. Cuando termina de dibujar, deja el bolígrafo y le pasa la servilleta al sujeto.

A menudo, una mirada de desconcierto aparece en el rostro del sujeto. Por lo general, murmura algo de cortesía como, 'Bueno, eso es genial. Pero realmente no soy yo. El convincente crescendo de la multitud';*'Oh sí lo es'* ahoga el tema y sofoca cualquier duda persistente. El sujeto confuso se queda mirando hacia atrás a la visión del mundo de sí mismo en la servilleta.

Una vez, cuando estaba visitando el estudio de Bob, le pregunté cómo podía captar tan bien la personalidad de las personas. Él dijo: 'Es simple. Solo los miro'. 'No', le pregunté, '¿Cómo se captura su*alusiones personales*? ¿No tienes que investigar mucho sobre su estilo de vida, su historia?

—No, te lo dije, Leil, solo los miro.

'¿Eh?'

Continuó explicando: 'Casi todas las facetas de la personalidad de las personas son evidentes por su apariencia, su postura, la forma en que se mueven. Por ejemplo ... ', dijo, llamándome a un archivo donde guardaba sus caricaturas de figuras políticas.

"Mira", dijo Bob, señalando los ángulos de varias partes del cuerpo presidencial, "aquí está el carácter juvenil de Clinton", mostrándome su media sonrisa; 'la torpeza de George Bush', señalando el ángulo de su hombro; 'el encanto de Reagan', señalando con el dedo los ojos sonrientes del ex presidente; 'la inestabilidad de Nixon', señalando la furtiva inclinación de su cabeza. Profundizando un poco más en su archivo, sacó a Franklin Delano Roosevelt y, señalando el morro en el aire, 'Aquí está el orgullo de FDR.'Está todo en la cara y el cuerpo.

Las primeras impresiones son imborrables. ¿Por qué? Porque en nuestro mundo de sobrecarga de información de ritmo rápido de múltiples estímulos que nos bombardean cada segundo, la cabeza de la gente da vueltas. Deben formarse juicios rápidos para darle sentido al mundo y seguir adelante con lo que tienen que hacer. Entonces, cada vez que la gente te conoce, toman una instantánea mental instantánea. Esa imagen tuya se convierte en los datos con los que tratan durante mucho tiempo.

Tu cuerpo chilla antes de que tus labios puedan hablar

¿Sus datos son precisos? Sorprendentemente, sí. Incluso antes de que sus labios se separen y la primera sílaba se escape, la esencia de USTED ya se ha abierto camino en sus cerebros. La forma en que te ves y la forma en que te mueves es más de 80

por ciento de la primera impresión que alguien tiene de ti. No es necesario pronunciar una sola palabra.

He vivido y trabajado en países donde no hablaba la lengua materna. Sin embargo, sin una sola sílaba comprensible hablada entre nosotros, los años demostraron que mis primeras impresiones fueron acertadas. Cada vez que conocía a nuevos colegas, podía decir instantáneamente lo amables que se sentían conmigo, lo seguros que estaban y aproximadamente cuánta estatura tenían en la empresa. Podía sentir, con solo verlos moverse, cuáles eran los pesos pesados y cuáles eran los pesos welter.

No tengo ninguna habilidad extrasensorial. Tú también lo sabrías. ¿Cómo? Porque antes de que hayas tenido tiempo de procesar un pensamiento racional, obtienes un sexto sentido sobre alguien. Los estudios han demostrado que las reacciones emocionales ocurren incluso *antes de* el cerebro ha tenido tiempo de registrar qué está causando esa reacción.⁴ Por lo tanto, en el momento en que alguien te mira, experimenta un golpe masivo, cuyo impacto sienta las bases para toda la relación. Bob me dijo que captura ese primer éxito al crear sus caricaturas.

Decidir seguir mi propia agenda para *Cómo hablar con cualquiera*, Le pregunté: 'Bob, si quisieras retratar a alguien realmente genial, ya sabes, inteligente, fuerte, carismático, con principios, fascinante, cariñoso, interesado en otras personas ...'

"Tranquilo", interrumpió Bob. Sabía exactamente a qué me refería. "Solo dales una buena postura, una mirada de cabeza hacia arriba, una sonrisa de confianza y una mirada directa". Es la imagen ideal para alguien que es alguien.

Cómo lucir como alguien

Una amiga mía, Karen, es una profesional muy respetada en el negocio de los muebles para el hogar. Su esposo es un nombre igualmente importante en el campo de las comunicaciones. Tienen dos hijos pequeños.

Siempre que Karen está en un evento de la industria de muebles para el hogar, todos le rinden deferencia. Ella es una persona muy importante en ese mundo. Sus colegas en las convenciones luchan por un puesto solo para ser vistos charlando casualmente con ella y, esperan, ser fotografiados codeándose con ella para las biblias de la industria como *Ejecutivo de muebles para el hogar* y *Mundo del mueble*.

Sin embargo, Karen se queja, cuando acompaña a su esposo a las funciones de comunicación, bien podría ser una don nadie. Cuando lleva a sus hijos a las funciones escolares, es solo una madre más. Una vez me preguntó: 'Leil, ¿cómo puedo destacar entre la multitud para que la gente que no me conoce se acerque a mí y al menos? *asumir* ¿Soy una persona interesante? Las técnicas de esta sección logran precisamente eso. Cuando use las siguientes nueve técnicas, se verá como una persona especial para todos los que conozca. Te destacarás como alguien en cualquier multitud en la que te encuentres, incluso si no es tu multitud.

Empecemos por tu sonrisa.

Chapter One

The flooding smile

¿Sonríe rápido? o sonrisa especial?

En 1936, uno de los seis imprescindibles de Dale Carnegie en *Como ganar amigos y influenciar personas* fue SONRISA! Su edicto ha sido repetido cada década por prácticamente todos los gurú de las comunicaciones que alguna vez pusieron la pluma en el papel o la boca en el micrófono. Sin embargo, en el cambio de milenio, es hora de que reexaminemos el papel de la sonrisa en las relaciones humanas de alto nivel. Cuando profundice en la máxima de Dale, encontrará que una sonrisa rápida de 1936 no siempre funciona. Especialmente hoy en día.

La sonrisa instantánea pasada de moda no tiene ningún peso con la multitud sofisticada de hoy. Mire a los líderes mundiales, negociadores y gigantes corporativos. No hay un adulador sonriente entre ellos. Los jugadores clave en todos los ámbitos de la vida enriquecen su sonrisa, por lo que, cuando estalla, tiene más potencia y el mundo sonríe con ellos.

Los investigadores han catalogado decenas de diferentes tipos de sonrisas. Van desde la banda elástica apretada de un mentiroso atrapado hasta la sonrisa suave y esponjosa de un bebé al que le hacen cosquillas. Hay sonrisas cálidas y sonrisas frías. Hay sonrisas reales y sonrisas falsas. (Has visto muchos de esos pegados en los rostros de amigos que dicen que están 'encantados de que hayas decidido pasar' y candidatos presidenciales que visitan tu ciudad y dicen que están 'encantados de estar en, uh ... uh ...') Los grandes ganadores saben que su sonrisa es una de sus armas más poderosas, por lo que la han ajustado para lograr el máximo impacto.

Cómo afinar tu sonrisa

Tengo una vieja amiga de la universidad llamada Missy que, el año pasado, se hizo cargo de su negocio familiar, una empresa que suministra cajas de cartón ondulado a los fabricantes. Un día me llamó para decirme que venía a Nueva York para cortejar a nuevos clientes y me invitó a cenar con varios de sus posibles clientes. Esperaba volver a ver la sonrisa de mercurio de mi amiga y escuchar su risa contagiosa. Missy era una risueña incurable, y eso era parte de su encanto.

Cuando su papá falleció el año pasado, ella me dijo que se haría cargo del negocio. Pensé que la personalidad de Missy era un poco burbujeante para ser un CEO en un negocio difícil. Pero, oye, ¿qué sé yo sobre el negocio de las cajas de cartón ondulado? Ella, yo y tres de sus clientes potenciales nos conocimos en el salón de cócteles de un restaurante del centro de la ciudad y, mientras los conducíamos al comedor, Missy me susurró al oído: "Por favor, llámame Melissa esta noche".

'Por supuesto', le devolví el guiño, '¡no muchos presidentes de empresas se llaman Missy!' Poco después de que el maître nos sentara, comencé a notar que Melissa era una mujer muy diferente a la chica que reía tontamente que había conocido en la universidad. Ella era igual de encantadora. Ella sonrió tanto como siempre. Sin embargo, algo fue diferente. No pude identificarlo del todo.

Aunque todavía estaba efervescente, tuve la clara impresión de que todo lo que decía Melissa era más profundo y sincero. Ella estaba respondiendo con genuina calidez a sus posibles clientes, y me di cuenta de que a ellos también les agradaba. Estaba emocionado porque mi amigo estaba anotando un nocaut esa noche. Al final de la velada, Melissa tenía tres grandes clientes nuevos. Después, a solas con ella en el taxi, le dije: 'Señorita, realmente ha recorrido un largo camino desde que se hizo cargo de la empresa. Toda tu personalidad ha desarrollado, bueno, una ventaja corporativa realmente genial y nítida'.

"Uh uh, sólo una cosa ha cambiado", dijo.

'¿Qué es eso?'

"Mi sonrisa", dijo. 'Tu ¿Qué?'

'Pregunté con incredulidad.

—Mi sonrisa —repitió como si no la hubiera oído. 'Verás', dijo ella, con una mirada distante en sus ojos, 'cuando papá se enfermó y supo que en unos años tendría que hacerme cargo del negocio, me sentó y tuvo una conversación que me cambió la vida. Nunca olvidaré sus palabras. Papá dijo: "Señorita, cariño, recuerda esa vieja canción, 'Te amo, cariño, pero tú

¿Los pies son demasiado grandes? "Bueno, si vas a triunfar en el negocio de las cajas, déjame decirte: "Te amo, cariño, pero tu sonrisa es demasiado rápida".

Luego sacó un artículo de periódico amarillento que citaba un estudio que había estado guardando para mostrarme cuándo era el momento adecuado. Se refería a las mujeres empresarias. El estudio mostró que las mujeres que sonreían más lentamente en la vida empresarial eran percibidas como más creíbles".

Mientras Missy hablaba, comencé a pensar en mujeres como Margaret Thatcher, Indira Gandhi, Golda Meir, Madeleine Albright y otras mujeres poderosas de su tipo. Es cierto que no eran conocidos por sus sonrisas rápidas.

Missy continuó: "El estudio continuó diciendo que una sonrisa grande y cálida es una ventaja. Pero solo cuando viene un poco más lento, porque entonces tiene más credibilidad". A partir de ese momento, explicó Missy, les dio a los clientes y socios comerciales su gran sonrisa. Sin embargo, entrenó sus labios para que estallaran más lentamente. Así, su sonrisa pareció más sincera y personalizada para el destinatario. ¡Eso fue todo! La sonrisa más lenta de Missy le dio a su personalidad un sello más rico, profundo y sincero. Aunque la demora fue de menos de un segundo, los destinatarios de su hermosa gran sonrisa sintieron que era especial, y solo para ellos.

Decidí investigar más sobre la sonrisa. Cuando estás en el mercado de zapatos, comienzas a mirar los pies de todos. Cuando decides cambiarte de peinado, miras el corte de pelo de todos. Bueno, durante varios meses, me convertí en un observador constante de sonrisas. Vi sonrisas en la calle. Vi sonrisas en la televisión. Observé las sonrisas de los políticos, el clero, los gigantes corporativos y los líderes mundiales. ¿Mis hallazgos? En medio del mar de dientes relucientes y labios entreabiertos, descubrí que las personas que se percibían como las que tenían más credibilidad e integridad eran cada vez más lentas para sonreír. Luego, cuando lo hicieron, sus sonrisas parecieron filtrarse en cada hendidura de sus rostros y envolverlos como una inundación lenta. Por eso llamo a la siguiente técnica *La Sonrisa Inundante*.

Técnica 1:

La sonrisa inundada

No muestre una sonrisa inmediata cuando salude a alguien, como si cualquiera que se interpusiera en su línea de visión fuera el beneficiario. En cambio, mire el rostro de la otra persona por un segundo. Pausa. Sumérjase en su personalidad. Luego, deje que una sonrisa grande, cálida y receptiva inunde su rostro y se desborde en sus ojos. Envolverá al destinatario como un

ola cálida. La demora de una fracción de segundo convence a las personas de que su sonrisa inundada es genuina y solo para ellos.

Viajemos ahora solo unos centímetros al norte hasta dos de las herramientas de comunicación más poderosas que posee, sus ojos.

Chapter Two

Sticky eyes

Cómo detonar esas granadas que reposan en tu nariz

Es solo una ligera exageración decir que Helen of Troy podría hundir barcos con sus ojos y Davy Crockett podría mirar fijamente a un oso. Tus ojos son granadas personales que tienen el poder de detonar las emociones de las personas. Así como los maestros de artes marciales registran sus puños como armas letales, usted puede registrar sus ojos como armas psicológicamente letales cuando domine las siguientes técnicas de contacto visual.

Los grandes jugadores en el juego de la vida van más allá de la sabiduría convencional que enseña "Mantén un buen contacto visual". Por un lado, entienden que para ciertas personas sospechosas o inseguras, el contacto visual intenso puede ser una intrusión virulenta.

Cuando era pequeño, mi familia tenía un ama de llaves haitiana cuyas fantasías estaban llenas de brujas, brujos y magia negra. Zola se negó a quedarse sola en una habitación con Louie, mi gato siamés. "Louie mira a través de mí, ve mi alma", me susurraba con miedo.

En algunas culturas, el contacto visual intenso es hechicería. En otros, mirar a alguien puede resultar amenazador o irrespetuoso. Al darse cuenta de esto, los grandes jugadores de la escena internacional prefieren llevar un libro sobre las diferencias culturales del lenguaje corporal en su equipaje de mano en lugar de un libro de frases de Berlitz. En nuestra cultura, sin embargo, los grandes ganadores saben que el contacto visual exagerado puede ser extremadamente ventajoso, especialmente entre los sexos. En los negocios, incluso cuando el romance no está en la imagen, el contacto visual fuerte genera un golpe poderoso entre hombres y mujeres.

Un centro de Boston realizó un estudio para conocer el efecto exacto.⁵ Los investigadores pidieron a las personas del sexo opuesto que tuvieran una conversación informal de dos minutos. Engañaron a la mitad de sus sujetos para que mantuvieran una mirada intensa

contacto indicándoles que cuenten el número de veces que su pareja parpadeó. No le dieron a la otra mitad de los sujetos instrucciones especiales de contacto visual para el chat.

Cuando interrogaron a los sujetos después, las anteojeras desprevenidas informaron sentimientos significativamente más altos de respeto y cariño por sus colegas que, sin que ellos lo supieran, simplemente habían estado contando sus parpadeos. He experimentado la cercanía que engendra el contacto visual intenso con un extraño de primera mano. Una vez, al dar un seminario a varios cientos de personas, me llamó la atención el rostro de una mujer entre la multitud. La apariencia del participante no fue particularmente única. Sin embargo, ella se convirtió en el centro de mi atención a lo largo de mi charla. ¿Por qué? Porque ni por un momento apartó los ojos de mi cara. Incluso cuando terminé de hacer un comentario y me quedé en silencio, sus ojos permanecieron hambrientos en mi cara. Sentí que no podía esperar a saborear la siguiente revelación que saldría de mis labios. ¡Me encantó!

Inmediatamente después de mi charla, resolví buscar a este nuevo amigo que estaba tan cautivado por mi discurso. Mientras la gente salía del pasillo, rápidamente me acerqué sigilosamente a mi gran abanico. 'Disculpe,' dije. Mi abanico siguió caminando. 'Disculpe,' repetí un poco más fuerte. Mi admirador no varió su ritmo mientras continuaba hacia la puerta. La seguí al pasillo y le toqué suavemente el hombro. Esta vez se dio la vuelta con una mirada de sorpresa en su rostro. Murmuré alguna excusa acerca de que apreciaba su concentración en mi charla y quería hacerle algunas preguntas.

'¿Sacaste, eh, mucho del seminario?' Me aventuré.

—Bueno, en realidad no —respondió ella con franqueza. "Tuve dificultades para entender lo que estabas diciendo porque estabas caminando en la plataforma en diferentes direcciones".

En un abrir y cerrar de ojos, lo entendí. La mujer tenía problemas de audición. No la cautivé como sospechaba. Ella no estaba intrigada por mi charla como esperaba. ¡La única razón por la que mantuvo sus ojos pegados a mi cara fue porque estaba luchando por leer mis labios!

Sin embargo, su contacto visual me había dado tanto placer e inspiración durante mi charla que, cansada como estaba, le pedí que me acompañara a tomar un café. Pasé la siguiente hora recapitulando todo mi seminario solo para ella. Cosas poderosas este contacto visual.

Ojos pegajosos también significa ojos inteligentes

Existe otro argumento a favor del contacto visual intenso. Además de despertar sentimientos de respeto y afecto, mantener un fuerte contacto visual te da la impresión de ser un pensador inteligente y abstracto. Debido a que los pensadores abstractos integran los datos entrantes más fácilmente que los pensadores concretos, pueden seguir mirando a los ojos de alguien incluso durante los silencios. Sus procesos de pensamiento no se distraen mirando a los mirones de su pareja.⁶

Volvamos a nuestros valientes psicólogos. Los investigadores de la Universidad de Yale, pensando que tenían la verdad inquebrantable sobre el contacto visual, realizaron otro estudio que, supusieron, confirmaría "cuanto más contacto visual, más sentimientos positivos". Esta vez, ordenaron a los sujetos que presentaran un monólogo personalmente revelador. Pidieron a los oyentes que reaccionaran con una escala móvil de contacto visual mientras sus compañeros hablaban.

¿Los resultados? Todo salió como se esperaba cuando las mujeres les contaron sus historias personales a las mujeres. El mayor contacto visual fomentaba sentimientos de intimidad. Pero, vaya, no fue así con los hombres. Algunos hombres se sentían hostiles cuando otro hombre los miraba demasiado tiempo. Otros hombres se sintieron amenazados. Algunos incluso sospecharon que su compañero estaba más interesado de lo que debería y querían golpearlo. La reacción emocional de tu pareja a tu mirada profunda tiene una base biológica. Cuando miras intensamente a alguien, aumenta su ritmo cardíaco y dispara una sustancia parecida a la adrenalina que corre por sus venas.
⁷ Esta es la misma reacción física que tienen las personas cuando comienzan a enamorarse. Y cuando aumente conscientemente su contacto visual, incluso durante la interacción comercial o social normal, las personas sentirán que lo han cautivado. Hombres hablando con mujeres y mujeres hablando con hombres o mujeres: use la siguiente técnica, a la que llamo *Ojos pegajosos* para la alegría del destinatario y para su propio beneficio. (Hombres, tendrá una modificación de hombre a hombre de esta técnica para ustedes en un momento).

Técnica 2:

Ojos pegajosos

Imagina que tus ojos están pegados a los de tu compañero de conversación con un caramelo pegajoso y tibio. No rompas el contacto visual *incluso después* él o ella ha terminado de hablar. Cuando deba mirar hacia otro lado, hágalo muy lentamente, a regañadientes, estirando el caramelo pegajoso hasta que la pequeña cuerda finalmente se rompa.

¿Qué pasa con los ojos de los hombres?

Ahora, señores: cuando hable con hombres, ustedes también pueden usar *Ojos pegajosos*. Solo hazlos un poco *menos* pegajoso al discutir asuntos personales con otros hombres, no sea que su oyente se sienta amenazado o malinterprete sus intenciones. Pero aumente su contacto visual con los hombres un poco más de lo normal en las comunicaciones diarias, y *mucho* más al hablar con mujeres.

Transmite un mensaje visceral de comprensión y respeto.

Tengo un amigo, Sammy, un vendedor que, sin saberlo, parece un tipo arrogante. No es su intención, pero a veces su forma brusca hace que parezca que está pisoteando los sentimientos de la gente.

Una vez, mientras cenábamos juntos en un restaurante, le hablé de la *Ojos pegajosos* técnica. Supongo que se lo tomó en serio. Cuando el camarero se acercó, Sammy, inusualmente, en lugar de soltar su pedido sin rodeos con la nariz en el menú, miró al camarero. Sonrió, ordenó el aperitivo y mantuvo los ojos fijos en los del camarero durante un segundo más antes de volver a mirar el menú para elegir el plato principal. ¡No puedo decirte lo diferente que me parecía Sammy en ese momento! Se mostró como un hombre sensible y cariñoso, y todo lo que tomó fueron dos segundos adicionales de contacto visual. También vi el efecto que tuvo en el camarero. Recibimos un servicio excepcionalmente amable el resto de la noche.

Una semana después, Sammy me llamó y me dijo: 'Leil, *Ojos pegajosos* ha cambiado mi vida. Lo he estado siguiendo a una T. con mujeres, *hago mis ojos verdadero pegajoso, y con los hombres ligeramente pegajoso*. Y ahora todo el mundo me trata con tanta deferencia. ¡Creo que es parte de la razón por la que hice más ventas esta semana que todo el mes pasado! '

Si trata con clientes o clientes en su vida profesional, *Ojos pegajosos* es una gran ayuda para su balance final. Para la mayoría de las personas en nuestra cultura, el contacto visual profundo indica confianza, conocimiento y una actitud de 'Estoy aquí para ti'.

Vamos a llevar *Ojos pegajosos* un paso mas alla. Como una medicina potente que tiene el poder de matar o curar, la siguiente técnica de contacto visual tiene el potencial de cautivar o aniquilar.

Chapter Three

Epoxy eyes

Trae las armas grandes

Ahora arrastramos la artillería pesada del globo ocular: *muy ojos pegajosos u ojos superpegajosos*. Vamos a llamarlos *Ojos epoxi*. Uso de Big Bosses *Ojos epoxi* evaluar a los empleados. Los investigadores policiales utilizan *Ojos epoxi* intimidar a los presuntos delincuentes. Y el inteligente uso de Romeos *Ojos epoxi* para enamorar a las mujeres. (Si el romance es tu objetivo, *Ojos epoxi* es un afrodisíaco probado).

Ojos epoxi La técnica requiere al menos tres personas para llevarla a cabo: usted, su objetivo y otra persona. Así es como funciona: por lo general, cuando estás chateando con dos o más personas, miras a la persona que está hablando. sin embargo, el *Ojos epoxi* La técnica sugiere que se concentre en el oyente, su objetivo, en lugar de en el hablante. Esto desorienta un poco a Target y él o ella pregunta en silencio: '¿Por qué esta persona está mirando *me* en lugar del altavoz? Target siente que está extremadamente interesado en sus reacciones. Esto puede ser beneficioso en determinadas situaciones comerciales cuando sea apropiado que juzgue al oyente.

Los profesionales de recursos humanos suelen utilizar *Ojos de epoxi*, no como una técnica, sino porque están sinceramente interesados en la reacción de un posible empleado a ciertas ideas que se presentan. Los abogados, jefes, investigadores policiales, psicólogos y otros que deben examinar las reacciones de los sujetos también utilizan *Ojos epoxi* con fines analíticos. Cuando usas *Ojos de epoxi*, envía señales de interés mezcladas con total confianza en usted mismo. Pero debido a que Epoxy Eyes lo coloca en una posición de evaluar o juzgar a otra persona, debe tener cuidado. No exagere o podría parecer arrogante y descarado.

Técnica 3:

Ojos epoxi

Esta técnica descarada tiene un gran impacto. Observe a su objetivo incluso cuando alguien más esté hablando. No importa quién hable, siga mirando al hombre o la mujer que desea impactar.

A veces usando full *Ojos epoxi* es demasiado potente, así que aquí hay una forma más suave, pero efectiva: mire al hablante pero deje que su mirada rebote hacia su objetivo cada vez que el hablante termine un punto. De esta manera, el Sr. o la Sra. Target todavía se sienten intrigados por sus reacciones, pero se siente aliviado por la intensidad.

Cuando el amor está en tu mente

Si el romance está en el horizonte *Ojos epoxi* transmite otro mensaje más. Dice, 'No puedo apartar mis ojos de ti' o 'Solo tengo ojos para ti'. Los antropólogos han apodado los ojos como "el órgano inicial del romance" porque los estudios muestran que el contacto visual intenso causa estragos en los latidos de nuestro corazón.⁸ También libera una sustancia parecida a una droga en nuestro sistema nervioso llamada *feniletilamina*. Dado que esta es la hormona detectada en el cuerpo humano durante la excitación erótica, el contacto visual intenso puede ser excitante. Hombres, *Ojos epoxi* es extremadamente eficaz en mujeres - *Sí* te encuentran atractivo. La dama interpreta su reacción nerviosa a su mirada adversa como un enamoramiento incipiente. Si ella lo hace *no* como tú, sin embargo, tu *Ojos epoxi* son francamente desagradables. (Nunca usar *Ojos epoxi* a extraños en lugares públicos o podrían arrestarlo!)

¿Recuerdas la letra de la vieja canción de Shirley Bassey?

En el momento en que entraste en el garito, me di cuenta de que eras un hombre distinguido, un gran gastador.

Guapo, tan refinado. Dime, ¿no te gustaría saber qué está pasando por mi mente?

El objetivo de esta primera sección no es que parezca un gastador realmente grande. Más bien es para darte el prestigio de un Alguien realmente grande en el momento en que la gente te ve. Con ese fin, ahora exploramos la técnica más importante para que parezca una Persona Muy Importante.

Chapter Four

Hang by your teeth

'En el momento en que entraste en el porro, supe que eras un gran ganador'

Cuando el médico te golpea la rodilla con ese repugnante martillo, tu pie se mueve hacia adelante. Así la frase *reacción instintiva*. Tu cuerpo tiene otra reacción instintiva. Cuando una gran sacudida de felicidad golpea tu corazón y te sientes como un Ganador, tu cabeza se levanta automáticamente y echas los hombros hacia atrás. Una sonrisa enmarca tus labios y suaviza tus ojos.

Este es el aspecto que tienen los ganadores constantemente. Se mantienen firmes. Se mueven con confianza. Sonríen suavemente con orgullo. ¡No hay duda de eso! Una buena postura simboliza que eres un hombre o una mujer acostumbrados a estar arriba.

Obviamente, millones de madres metieron los nudillos entre los omóplatos de sus hijos y billones de profesores que les decían a los estudiantes: "¡Párate derecho!" no ha hecho el truco. Somos una nación de holgazanes. Necesitamos una técnica más severa que los maestros, más persuasiva que los padres, para que nos parezcamos como un Alguien.

En una profesión, la postura perfecta, el equilibrio perfecto, el equilibrio perfecto no solo es deseable, es una cuestión de vida o muerte. Un movimiento en falso, una caída de los hombros, una mirada colgada, pueden significar cortinas para el acróbata de la cuerda floja.

Nunca olvidaré la primera vez que mamá me llevó al circo. Cuando siete hombres y mujeres corrieron hacia el ring central, la multitud se levantó como si todos estuvieran unidos por las caderas. Aclamaban con una voz atronadora. Mamá presionó sus labios contra mi oído y susurró reverentemente que estos eran los

Great Wallendas, la única compañía del mundo que realiza la pirámide de siete personas sin red.

En un instante, la multitud se calló. No se escuchó ni una tos ni un sorbo de Coca-Cola en la carpa mientras Karl y Herman Wallenda gritaban señales en alemán a sus confiados parientes. La familia ascendió meticulosa y majestuosamente a la posición de una pirámide humana. Luego se balancearon precariamente sobre un alambre delgado a cientos de pies sobre la tierra dura sin red entre ellos y la muerte súbita. La visión fue inolvidable.

Para mí, igualmente inolvidable fue la belleza y la gracia de los siete Wallendas corriendo hacia el centro de la gran carpa para hacer sus reverencias. Cada uno perfectamente alineado (cabeza en alto, hombros hacia atrás) de pie tan alto que todavía no parecía que sus pies tocaran el suelo. Cada músculo de sus cuerpos definía el orgullo, el éxito y la alegría de estar vivos. (¡Aún así!) Aquí tienes una técnica de visualización para que tu cuerpo luzca como un Ganador que tiene el hábito de sentir el orgullo, el éxito y la alegría de estar vivo.

Tu postura es tu mayor barómetro de éxito

Imagina que eres un acróbata de renombre mundial, maestro del acto de la mandíbula de hierro esperando en las alas del circo Ringling Bros. y Barnum & Bailey. Pronto te lanzarás al anillo central para cautivar a la multitud con la precisión y el equilibrio de tu cuerpo.

Antes de cruzar cualquier puerta, la puerta de su oficina, una fiesta, una reunión, incluso su cocina, imagine un trozo de cuero colgando de un cable del marco. Se balancea solo una pulgada más alto que tu cabeza. Al pasar por la puerta, echa la cabeza hacia atrás y muerde el agarre dental imaginario que primero hace que tus mejillas vuelvan a sonreír y luego te levanta. A medida que asciende por encima de la multitud jadeante, su cuerpo se estira en una alineación perfecta: cabeza en alto, hombros hacia atrás, torso fuera de las caderas, pies ingravidos. En el cenit de la tienda, giras como una elegante peonza para el asombro y la admiración de la multitud que estira el cuello para verte. Ahora te ves como alguien.

Un día, para probar *Cuélgate de tus dientes* Decidí contar cuántas veces crucé una puerta. Sesenta veces, incluso en casa. Tu calculas: dos veces

fueras de la puerta de su casa, dos veces adentro, seis veces al baño, ocho veces a la cocina y a través de innumerables puertas en su oficina. Se suma. ¡Visualice cualquier cosa sesenta veces al día y se convertirá en un hábito! La buena postura habitual es la primera marca de un gran ganador.

Técnica 4:

Cuelga de tus dientes

Visualice un trozo de mandíbula de hierro de circo colgando del marco de cada puerta que atraviesa. Dale un mordisco y, con él firmemente entre los dientes, deja que te lleve a la cima de la carpa. Cuando usted *Cuélgate de tus dientes* cada músculo se estira en una posición de postura perfecta.

Ahora está listo para flotar en la sala para cautivar a la multitud o cerrar la venta (o tal vez simplemente conformarse con parecer el Alguien más importante en la sala).

Ahora tienes todos los conceptos básicos que Bob, el artista, necesita para presentarte como un gran ganador. Como él dijo, 'una gran postura, una mirada de cabeza hacia arriba, una sonrisa confiada y una mirada directa'. La imagen ideal para alguien que es alguien.

Ahora pongamos en marcha todo el acto. Es hora de dirigir su atención hacia su compañero de conversación. Utilice las dos técnicas siguientes para que se sienta como un millón.

Chapter Five

The big-baby pivot

'Bueno, ¿cómo te gusto hasta ahora?'

¿Recuerdas el viejo chiste? El cómic sube al escenario y las primeras palabras que sale de su boca son: 'Bueno, ¿cómo te gusto hasta ahora?' La audiencia siempre se ríe a carcajadas. ¿Por qué? Porque todos hacemos esa pregunta en silencio. Siempre que conocemos a alguien, sabemos, consciente o inconscientemente, cómo está reaccionando ante nosotros.

¿Nos miran? ¿Sonríen? ¿Se inclinan hacia nosotros? ¿Reconocen de alguna manera lo maravillosos y especiales que somos? Nosotros como esa gente. Tienen buen gusto. ¿O se alejan, obviamente no impresionados por nuestra magnificencia? ¡Los cretinos!

Dos personas que se conocen son como pequeños cachorros olfateándose. No tenemos colas que se menean ni pelos que se erizan. Pero tenemos los ojos así de entrecerrados o ensanchados. Y manos que parpadean con los nudillos o se ablandan inconscientemente en la posición de "me someto" con las palmas hacia arriba. Tenemos decenas de otras reacciones involuntarias que tienen lugar en los primeros momentos de unión.

Abogados dirigiendo *voir dire* son exquisitamente conscientes de esto. Prestan mucha atención a sus reacciones corporales instintivas. Observan para ver qué tan completamente los está enfrentando y qué tan hacia adelante o hacia atrás se inclina mientras responde sus preguntas. Revisan tus manos. ¿Están suavemente abiertos, con las palmas hacia arriba, lo que significa aceptación de las ideas que están expresando? ¿O estás haciendo un leve puño con los nudillos hacia afuera, lo que indica rechazo? Ellos escudriñan tu rostro durante las fracciones de segundo en que rompes el contacto visual cuando discutes temas relevantes como tus sentimientos sobre los grandes premios por daños o la pena de muerte. A veces, los abogados traen consigo a un asistente legal

cuyo único trabajo es sentarse al margen y tomar nota precisa de cada inquietud.

Un aparte interesante: los abogados litigantes a menudo eligen mujeres para hacer este trabajo de espionaje de tics y vueltas porque, tradicionalmente, las mujeres son observadoras más agudas de las señales corporales sutiles que los hombres. Las mujeres, más sensibles a las emociones que los hombres, a menudo preguntan a sus maridos: "¿Hay algo que te molesta, cariño?" (Estas mujeres hipersensibles acusan a sus maridos de ser tan insensibles a las emociones que no notarían que algo anda mal hasta que sus corbatas estén empapadas en sus lágrimas).

El abogado y el asistente luego revisan su 'puntaje' en las docenas de señales subconscientes que emitió. Dependiendo de su recuento, podría encontrarse en servicio de jurado o jugando con los pulgares en la sala de espera del jurado.

Los abogados litigantes son tan conscientes del lenguaje corporal que, en la década de 1960, durante el famoso juicio de los Siete de Chicago, el abogado defensor William Kuntsler hizo una objeción legal a la postura del juez Julius Hoffman. Durante la recapitulación de la fiscalía, el juez Hoffman se inclinó hacia delante lo que, acusó a Kuntsler, envió un mensaje de atención e interés al jurado. Durante su resumen de la defensa, se quejó Kuntsler, el juez Hoffman se reclinó y envió al jurado un mensaje subliminal de desinterés.

Estás a prueba, ¡y solo tienes diez segundos!

Como los abogados que deciden si te quieren en su caso, todas las personas con las que te encuentras hacen un juicio subconsciente sobre si te quieren en sus vidas. Basan su veredicto en gran medida en las mismas señales, la respuesta de su lenguaje corporal a su pregunta tácita: "Bueno, ¿cómo te gusto hasta ahora?"

Los primeros momentos de sus reacciones establecen el escenario en el que se desarrollará toda la relación. Si alguna vez quieras algo del nuevo conocido, tu respuesta tácita a su pregunta tácita, '¿Cómo te gusto hasta ahora?' debe ser, '¡Guau! *IDe Verdad Como tú!*'

Cuando un niño de cuatro años se siente avergonzado, se desploma, levanta los brazos frente al pecho, da un paso atrás y se esconde detrás de la falda de mamá. Sin embargo, cuando el pequeño Johnny ve a papá llegar a casa, corre hacia él, sonríe, su

los ojos se agrandan y abre los brazos para un abrazo. El cuerpo de un niño amoroso es como un pequeño capullo de flor que se despliega al sol.

Veinte, treinta, cuarenta, cincuenta años de vida en la tierra hacen poca diferencia. Cuando Johnny, de cuarenta años, se siente tímido, se desploma y cruza los brazos frente al pecho. Cuando quiere rechazar a un vendedor o colega de negocios, se da la vuelta y lo cierra con una mirada de señales corporales. Sin embargo, al darle la bienvenida a su amada a casa después de una ausencia, el gran Johnny le abre su cuerpo como un narciso gigante que extiende sus pétalos al sol después de una tormenta.

Responder al bebé oculto

Una vez estuve en una fiesta corporativa repleta de estrellas con una atractiva amiga mía recién divorciada. Carla había sido redactora de textos publicitarios en una de las principales agencias de publicidad que, como tantas otras empresas entonces, había reducido su tamaño. Mi novia estaba sin trabajo y sin una relación. En esta fiesta en particular, las elecciones para Carla fueron buenas, tanto personal como profesionalmente. Varias veces, mientras Carla y yo estábamos hablando, una u otra bestia masculina corporativa atractiva se encontraba a unos pocos metros de nosotros. La mayoría de las veces, uno de estos hombres deseables le mostraba los dientes a Carla. A veces honraba al hombre tentativamente cortejo con una rápida sonrisa por encima del hombro. Pero luego volvía a nuestra conversación mundana como si estuviera pendiente de cada una de mis palabras. Sabía que estaba tratando de no parecer ansiosa

Justo después de un premio, la empresa Big Cat sonrió pero, debido a la mínima reacción de Carla, regresó a la jungla social, tuve que decir: 'Carla, ¿sabes quién era? Es el director del Young & Rubicam de París. Buscan redactores que estén dispuestos a mudarse. Y ¡el está soltero!' Carla gimió.

En ese momento escuchamos una vocecita junto a la rodilla izquierda de Carla. '¡Hola!' Miramos hacia abajo simultáneamente. El pequeño Willie de cinco años, el adorable hijo de la anfitriona, estaba tirando de la falda de Carla, obviamente ansiendo atención.

—Bueno, bueno, bueno —gritó Carla, con una gran sonrisa en el rostro—. Carla se volvió hacia él. Carla se arrodilló. Carla tocó el codo del pequeño Willie. Y Carla canturreó: 'Bueno, hola, Willie. ¿Cómo estás disfrutando de la linda fiesta de mamá?

El pequeño Willie sonrió.

Cuando el pequeño Willie finalmente se marchó para tirar de las prendas del siguiente grupo de potenciales prestadores de atención, Carla y yo volvimos a nuestra conversación adulta. Durante nuestra charla, las bestias corporativas siguieron acechando a Carla con la mirada. Y Carla continuó lanzándoles medias sonrisas. Obviamente estaba decepcionada de que ninguno de ellos se acercara más. Tuve que morderme la lengua. Finalmente, cuando sentí que iba a sangrar por la presión de mis dientes, dije: 'Carla, ¿has notado que cuatro o cinco hombres se han acercado y te han sonreído?'

—Sí —susurró Carla, sus ojos recorriendo nerviosamente la habitación para que nadie nos oyera.

"Y les ha estado dando pequeñas medias sonrisas", continué. —Sí —murmuró ella, ahora confundida por mi pregunta.

¿Recuerdas cuando se acercó el pequeño Willie y te tiró de la falda? ¿Recuerda cómo esbozó esa hermosa sonrisa suya, se volvió hacia él y le dio la bienvenida a nuestra conversación de adultos?

—Sí —respondió ella vacilante.

Bueno, tengo una solicitud, Carla. El próximo hombre que te sonríe, quiero que le des esa misma gran sonrisa que le diste a Willie. Quiero que te vuelvas hacia él como lo hiciste entonces. Tal vez incluso extienda la mano y toque su brazo como lo hizo con el de Willie, y luego déle la bienvenida a nuestra conversación. —Oh, Leil, no podría hacer eso.

¡Carla, hazlo! Efectivamente, a los pocos minutos, otro hombre atractivo se acercó a nosotros y sonrió. Carla desempeñó su papel a la perfección. Ella mostró sus hermosos dientes, se volvió completamente hacia él y dijo: 'Hola, únete a nosotros'. No perdió tiempo en aceptar la invitación de Carla.

Después de unos momentos, me disculpé. Ninguno de los dos notó mi partida porque estaban en animada conversación. El último vistazo que tuve de mi amiga en la fiesta fue que salió flotando por la puerta del brazo de su nueva amiga.

Justo entonces la técnica que llamo la *Pivote de bebé grande* nació. Es una habilidad que te ayudará a ganar lo que tu corazón deseé de cualquier tipo de

bestias que encuentres en la jungla social o corporativa.

Técnica 5:

El pivote del bebé grande

Dale a todos los que conozcas el *Pivote Big-Baby*. En el instante en que se presenten a los dos, recompense a su nuevo conocido. Dale la cálida sonrisa, el giro de todo el cuerpo y la atención indivisa que le darías a un pequeño niño que gateó hasta tus pies, volvió una cara preciosa hacia la tuya y sonrió con una gran sonrisa desdentada. Girando al 100 por ciento hacia Nueva Persona grita 'Creo que eres muy, muy especial'.

Recuerda, en el fondo *todos* es un bebé grande que hace sonar la cuna, llorando por reconocer lo especial que es.

La siguiente técnica refuerza su sospecha de que son, de hecho, el centro del universo.

Chapter Six

Hello old friend

El secreto para agradarle a la gente

Un hombre muy sabio con el divertido nombre de Zig una vez me dijo: 'A la gente no le importa cuánto sabes hasta que sepan cuánto te preocupas ... por ellos'. Zig Ziglar tiene razón. El secreto para agradarle a la gente es demostrar cuánto te gusta *ellos!*

Tu cuerpo es una estación de transmisión de veinticuatro horas que revela a cualquiera que esté a tu alcance cómo te sientes en un momento dado. Incluso si tu *Cuélgate de tus dientes* postura se gana su respeto, tu *Sonrisa inundadora* y *Pivote de bebé grande* los hace sentir especiales, y su *Ojos pegajosos* están capturando sus corazones y mentes, el resto de su cuerpo puede revelar cualquier incongruencia. Cada centímetro, desde la arruga de su frente hasta la posición de sus pies, debe dar una actuación de mando si desea presentar efectivamente una actitud de 'me preocupo por usted'.

Desafortunadamente, cuando conocemos a alguien, nuestros cerebros están a toda marcha. ¿Recuerda el Julio César de Shakespeare? Dijo de Cassius que "tiene un aspecto delgado y hambriento; piensa demasiado; esos hombres son peligrosos". Lo mismo ocurre con nuestro cerebro cuando conversamos con un nuevo conocido. Nuestros cerebros se vuelven magros. (Algunos de nosotros estamos luchando contra la timidez. Otros están evaluando frenéticamente la situación). Y hambrientos (estamos decidiendo qué queremos, si es que queremos algo, de esta relación potencial). Así que pensamos demasiado en lugar de responder con una amabilidad sincera y desinteresada. Tales acciones son peligrosas para la amistad, el amor o el comercio inminentes.

Cuando nuestros cuerpos disparan 10,000 balas de estímulos por segundo, algunos disparos pueden fallar y revelar timidez u hostilidad oculta. Nosotros

Necesitamos una técnica para asegurar que cada disparo apunte directamente al corazón de nuestro tema.

Necesitamos engañar a nuestros cuerpos para que reaccionen perfectamente.

Para encontrarlo, exploremos la única vez que *no* Necesitamos preocuparnos por cualquier timidez o negatividad que se escape a través de nuestro lenguaje corporal. Es cuando no sentimos ninguno. Eso sucede cuando conversamos con amigos cercanos. Cuando vemos a alguien a quien amamos o con quien nos sentimos completamente cómodos, respondemos cálidamente de la cabeza a los pies sin pensarlo. Nuestros labios se separan felices. Nos acercamos. Nuestros brazos se estiran. Nuestros ojos se vuelven suaves y amplios. Incluso nuestras palmas se vuelven hacia arriba y nuestros cuerpos se vuelven completamente hacia nuestro querido amigo.

Cómo engañar a tu cuerpo para que haga todo bien

Aquí hay una técnica de visualización que logra todo eso. Garantiza que todos los que encuentres sentirán tu calidez. Yo lo llamo *Hola viejo amigo*.

Cuando conozcas a alguien, hazte una broma mental. En tu mente, míralo como un viejo amigo, alguien con quien tuviste una relación maravillosa hace años. Pero de alguna manera perdiste el rastro de tu amigo. Intentaste con todas tus fuerzas encontrar a tu buen amigo, pero no aparecía en la guía telefónica. No hay información en línea. Ninguno de tus amigos en común tenía ni idea. De repente, ¡GUAU! ¡Qué sorpresa! Después de todos esos años, ustedes dos se reencuentran. Eres tan feliz.

Ahí es donde termina la simulación. Obviamente, no vas a intentar convencer a Nueva Persona de que ustedes dos son realmente viejos amigos. No vas a abrazar y besar y decir: '¡Qué bueno verte de nuevo!' o '¿Cómo has estado todos estos años?' Simplemente dices: "Hola", "¿Cómo estás?", "Me alegro de conocerte". Pero, por dentro, es una historia muy diferente.

Te sorprenderás. El placer del redescubrimiento llena tu rostro y anima tu lenguaje corporal. A veces digo en broma que si fueras una luz, iluminarías a la otra persona. Si fueras un perro, estarías moviendo la cola. De hecho, haces que New Person se sienta muy especial.

Técnica 6:

Hola viejo amigo

Cuando conozcas a alguien, imagina que es un viejo amigo (un antiguo cliente, un viejo amado o alguien más por quien sientes un gran afecto). Qué triste, las vicisitudes de la vida los destrozaron a los dos. ¡Pero, santo caballa, ahora la fiesta (la reunión, la convención) te ha reunido con tu viejo amigo perdido!

La experiencia alegre inicia una notable reacción en cadena en su cuerpo desde el ablandamiento subconsciente de sus cejas hasta la posición de los dedos de los pies, y todo lo demás.

En mis seminarios, primero hago que las personas se presenten a otro participante antes de que hayan aprendido *Hola viejo amigo* técnica. El grupo charla como en una agradable reunión semiformal. Luego les pido que se presenten a otro extraño, imaginando que son viejos amigos. La diferencia es extraordinaria. Cuando están usando *Hola viejo amigo*, la habitación cobra vida. El ambiente está cargado de buenas sensaciones. El aire brilla con gente más feliz y con mucha energía. Están más cerca, riendo con más sinceridad y acercándose el uno al otro. Siento que estoy asistiendo a una gran fiesta que ha estado sucediendo durante horas.

No es necesario decir una palabra

La *Hola viejo amigo* la técnica incluso reemplaza al lenguaje. Siempre que viaje a países donde no habla la lengua materna, asegúrese de utilizarla. Si te encuentras con un grupo de personas que hablan un idioma desconocido para ti, imagínate que son un grupo de tus viejos amigos. Todo está bien, excepto que olvidaron momentáneamente cómo hablar inglés. A pesar de que no entenderá una palabra, todo su cuerpo todavía responde con simpatía y aceptación.

He usado el *Hola viejo amigo* técnica mientras viaja por Europa. A veces, mis amigos de habla inglesa que viven allí me dicen que sus colegas europeos dicen que soy el estadounidense más amigable que jamás hayan conocido. Sin embargo, ¡nunca habíamos dicho una palabra entre nosotros!

Una profecía autocumplida

Un beneficio adicional para el *Hola viejo amigo* técnica es que se convierte en una profecía autocumplida. Cuando actúas como si te gustara alguien, comienzas a *De Verdad* como ellos. Un estudio de la Universidad de Adelphi titulado, apropiadamente, 'Creer que le gustas o no le gustas a otro: comportamientos que hacen realidad las creencias' lo demostró.¹⁰ Los investigadores les dijeron a los voluntarios que trataran a los sujetos desprevenidos como si les agradarán. Cuando se les realizó una encuesta más tarde, los resultados mostraron que a los voluntarios les gustaban genuinamente los sujetos. Los sujetos desprevenidos también fueron encuestados. Estos encuestados expresaron mucho más respeto y afecto por los voluntarios que fingieron agradarlos. Todo se reduce a: el amor engendra amor, como engendra como, el respeto engendra respeto. Utilizar el *Hola viejo amigo* técnica y pronto tendrás muchos nuevos "viejos amigos" a los que realmente les gustará.

Ahora tienes todos los conceptos básicos para que todos los que conozcas sean un Alguien, un Alguien amistoso. Pero tu trabajo aún no ha terminado. Además de gustarle, quiere parecer creíble, inteligente y seguro de sí mismo. Cada una de las siguientes tres técnicas logra uno de esos objetivos.

Chapter Seven

Limit the fidget

Cómo dar la impresión de ser 100% creíble

Tengo una amiga, una cazatalentos muy respetada llamada Helen. Helen hace excelentes contrataciones para sus clientes. Una vez le pregunté el secreto de su éxito. Ella dijo: "Probablemente porque casi siempre puedo saber cuándo un solicitante está mintiendo". '¿Cómo puedes saberlo?'

Ella dijo: 'Bueno, la semana pasada, estaba entrevistando a una joven para un puesto como directora de marketing de una pequeña empresa. Durante toda la entrevista, la demandante había estado sentada con la pierna izquierda cruzada sobre la derecha. Sus manos descansaban cómodamente en su regazo y me miraba directamente.

Le pregunté su salario. Sin desviar sus ojos de los míos, me dijo. Le pregunté si le gustaba su trabajo. Sin dejar de mirarme directamente, dijo: "Sí". Luego le pregunté por qué dejó su trabajo anterior'.

Helen dijo: 'En ese momento, sus ojos se desviaron fugazmente antes de recuperar el contacto visual conmigo. Luego, mientras respondía a mi pregunta, se movió en su asiento y cruzó la pierna derecha sobre la izquierda. En un momento, se llevó las manos a la boca.

Helen dijo: 'Eso es todo lo que necesitaba. Con sus palabras me estaba diciendo que sentía que sus "oportunidades de crecimiento eran limitadas en su empresa anterior". Pero su cuerpo me dijo que no estaba siendo del todo franca'.

Helen continuó explicando que el solo hecho de que la joven se moviera nerviosamente no demostraría que estaba mintiendo. No obstante, dijo que era suficiente con que quisiera profundizar más en el tema.

Helen continuó: 'Así que lo probé. Cambié de tema y volví a un territorio más neutral. Le pregunté sobre sus metas para el futuro. De nuevo, el

chica dejó de inquietarse. Cruzó las manos sobre el regazo mientras me decía que siempre había querido trabajar en una empresa pequeña para tener experiencia práctica con más de un proyecto.

Entonces repetí mi pregunta anterior. Pregunté de nuevo si era *solo* la falta de oportunidades de crecimiento que la hizo dejar su puesto anterior. Efectivamente, una vez más, la mujer se movió en su asiento y momentáneamente rompió el contacto visual. Mientras seguía hablando de su último trabajo, empezó a frotarse el antebrazo'.

Helen continuó investigando hasta que finalmente descubrió la verdad. La demandante había sido despedida debido a un desacuerdo desagradable con el director de marketing para el que trabajaba.

Los profesionales de recursos humanos que entrevistan a los solicitantes y los agentes de policía que interrogan a los presuntos delincuentes están capacitados para detectar mentiras. Saben específicamente qué señales buscar. El resto de nosotros, aunque no conocemos pistas específicas sobre el engaño, tenemos un sexto sentido cuando alguien no nos dice la verdad.

Recientemente, un colega mío estaba considerando contratar a un agente de reservas interno. Después de entrevistar a un compañero, me dijo: 'No lo sé. Realmente no creo que tenga el éxito que dice.

¿Crees que te está mintiendo? Yo pregunté.

'Absolutamente. Y lo curioso es que no sé por qué. Me miró directamente. Respondió a todas mis preguntas directamente. Había algo que no parecía correcto.'

Los empleadores a menudo se sienten así. Tienen un presentimiento sobre alguien, pero no pueden identificarlo. Por eso, muchas grandes empresas recurren al polígrafo. El polígrafo, o detector de mentiras, es un aparato mecánico diseñado para detectar si alguien está mintiendo. Los bancos, las farmacias y las tiendas de comestibles dependen en gran medida de él para la evaluación previa al empleo. La FBI,

El Departamento de Justicia y la mayoría de los departamentos de policía han utilizado el polígrafo con los sospechosos. ¡Y la parte interesante es que el polígrafo no es un detector de mentiras en absoluto! Todo lo que la máquina puede hacer es detectar fluctuaciones en nuestro sistema nervioso autónomo: cambios en los patrones de respiración, sudoración, enrojecimiento, frecuencia cardíaca, presión arterial y otros signos de excitación emocional.

Entonces, ¿es exacto? Bueno, sí, a menudo lo es. ¿Por qué? Porque cuando la persona promedio dice una mentira, se excita emocionalmente y los cambios corporales

tener lugar. Cuando eso sucede, se inquietan. Sin embargo, los mentirosos experimentados o entrenados pueden engañar al polígrafo.

Cuidado con el *apariencia* de mentir, incluso cuando dices la verdad

Los problemas surgen para nosotros cuando no estamos mintiendo, pero nos sentimos emocionados o intimidados por la persona con la que estamos hablando. Un joven que le cuenta a una mujer atractiva sobre el éxito de su negocio podría cambiar su peso. Una mujer que habla de la trayectoria de su empresa con un cliente importante podría frotarse el cuello.

Surgen más problemas de la atmósfera. Un hombre de negocios que no se sienta nervioso en absoluto podría aflojarse el cuello porque hace calor en la habitación. Un político que da un discurso al aire libre podría parpadear excesivamente porque el aire está polvoriento. A pesar de que son erróneos, estos movimientos inquietos les dan a sus oyentes la sensación de que algo no está bien o una sensación visceral de que están mintiendo. Los comunicadores profesionales están alertas a este peligro. Conscientemente aplastan cualquier señal que alguien pueda confundir con la indolencia. Fijan una mirada constante en su oyente. Nunca se taparon la cara con las manos. No se masajean el brazo cuando siente hormigueo ni se frotan la nariz cuando les pica. No se aflojan el cuello cuando hace calor ni parpadean porque está arenoso. No se limpian las pequeñas gotas de sudor en público ni se protegen los ojos del sol. **Sufren porque saben que estar inquietos socava la credibilidad.** Considere el infame debate presidencial estadounidense del 25 de septiembre de 1960 entre Richard Milhous Nixon y John Fitzgerald Kennedy. Los expertos políticos especulan que la falta de maquillaje de Nixon, su inquietud y secarse la frente frente a la cámara lo hizo perder la elección.

Técnica 7: Limita la inquietud

Siempre que su conversación realmente cuente, deje que le pique la nariz, que le hormiguee el oído o que le pique el pie. No se mueva, se mueva, se mueva, se retuerza ni se rasque. Y sobre todo, mantén las patas alejadas de tu cara. Mano

Los movimientos cerca de su cara y todas las inquietudes pueden darle a su oyente la sensación de que está mintiendo.

Si quieras dar la impresión de ser un Alguien totalmente creíble, intenta sofocar todo movimiento extraño cuando tu comunicación cuenta. Yo llamo a la técnica *Límite el Fidget*.

Ahora abordemos la inteligencia. '¿Qué?' usted pregunta. "¿Puede la gente parecer más inteligente de lo que realmente es?" Bueno, ¿alguna vez oíste hablar de Hans, el caballo que cuenta? Hans fue considerado el caballo más inteligente de la historia y usó la técnica que estoy a punto de sugerir.

Chapter Eight

Hans's horse sense

Cómo hacer que digan 'tienes sentido común'

Un caballo, un caballo muy inteligente llamado Hans, inspira esta nueva técnica. Hans era propiedad de Herr von Osten, un berlínés, que había entrenado a Hans para hacer aritmética simple golpeando su casco delantero derecho. Tan prodigiosa fue la habilidad de Hans que la fama del caballo se extendió rápidamente por toda Europa a principios del siglo XX. Se hizo conocido como Clever Hans, el caballo de conteo.

Herr von Osten le enseñó a Hans a hacer más que simplemente sumar. Pronto el caballo pudo restar y dividir. Con el tiempo, Clever Hans incluso dominó las tablas de multiplicar. El caballo se convirtió en todo un fenómeno. Sin que su dueño pronunciara una sola palabra, Hans podía contar el tamaño de su audiencia, marcar el número con gafas o responder a cualquier pregunta de conteo que le hicieran.

Finalmente, Hans logró la máxima habilidad que separa al hombre del animal: el lenguaje. Hans 'aprendió' el alfabeto. Al tocar los cascos de cada letra, respondió cualquier pregunta sobre cualquier cosa que los humanos hubieran leído en un periódico o escuchado en la radio. Incluso podía responder preguntas comunes sobre historia, geografía y biología humana.

Hans fue noticia y fue el tema principal de discusión en cenas en toda Europa. El 'caballo humano' atrajo rápidamente la atención de científicos, profesores de psicología, veterinarios e incluso oficiales de caballería. Naturalmente, eran escépticos, por lo que establecieron una comisión oficial para decidir si el caballo era un caso de ingenio engañoso o genio equino. Cualesquiera que fueran sus sospechas, era obvio para todos que Hans era un caballo muy inteligente. Comparado con otros caballos, Hans era alguien.

Corte al día de hoy. ¿Por qué cuando hablas con ciertas personas, simplemente sabes que son más inteligentes que otras personas, que son Alguien? A menudo no hablan de temas altisonantes ni utilizan palabras largas. Sin embargo, todo el mundo lo sabe. La gente dice: 'Ella es inteligente como un látigo', 'Él no se pierde ningún truco', 'Ella se da cuenta de todo', 'Él tiene las cosas correctas', 'Ella tiene sentido común'. Lo que nos trae de vuelta a Hans.

Llegó el día de la gran prueba. Todos estaban convencidos de que debía ser un truco orquestado por Herr von Osten, el dueño de Hans. Solo había lugar para estar de pie en el auditorio lleno de científicos, reporteros, clarividentes, psíquicos y amantes de los caballos que esperaban ansiosamente la respuesta. Los astutos miembros de la comisión confiaban en que este era el día en que denunciarían a Hans como una artimaña porque ellos también tenían un truco bajo la manga. Iban a expulsar a von Osten de la sala y poner a prueba su caballo solo. Cuando se reunió la multitud, le dijeron a von Osten que debía abandonar el auditorio. El propietario sorprendido se fue, y Hans quedó varado en un auditorio con una audiencia desconfiada y ansiosa.

El confiado líder de la comisión le hizo a Hans la primera pregunta matemática. ¡Dijo la respuesta correcta! Un segundo. ¡Lo hizo bien! Luego un tercero. Luego siguieron las preguntas sobre el idioma. *¡Los entendió bien!*

La comisión quedó perpleja. Los críticos fueron silenciados.

Sin embargo, el público no lo estaba. Con gran protesta, insistieron en una nueva comisión. El mundo esperó mientras, una vez más, las autoridades reunieron a científicos, profesores, veterinarios, oficiales de caballería y reporteros de todo el mundo.

Sólo después de que esta segunda comisión pusiera a prueba a Hans, se supo la verdad sobre el inteligente caballo. La comisión número dos inició la investigación de manera superficial con un simple problema de suma. Esta vez, sin embargo, en lugar de hacer la pregunta en voz alta para que todos la oyieran, un investigador susurró un número en el oído de Hans y un segundo investigador susurró a otro. Todos esperaban que Hans calculara rápidamente la suma. ¡Pero Hans se quedó mudo! ¡Ajá! Los investigadores revelaron la verdad al mundo que esperaba. ¿Puedes adivinar qué fue eso?

Aquí hay una pista: cuando la audiencia o el investigador *supo* la respuesta, Hans también lo hizo. ¿Ahora puedes adivinar?

La gente emitía señales de lenguaje corporal muy sutiles en el momento en que el casco de Hans daba el número correcto de golpes. Cuando Hans comenzó a hacer tapping en la respuesta

ante una pregunta, el público mostraba sutiles signos de tensión. Luego, cuando Hans alcanzó el número correcto, respondieron con una explosión de aire o una ligera relajación de los músculos. Von Osten había entrenado a Hans para que dejara de hacer tapping en ese momento y, por lo tanto, parecía dar la respuesta correcta.

Hans estaba usando la técnica que llamo *El sentido del caballo de Hans*. Observó las reacciones de su público con mucho cuidado y planeó sus respuestas en consecuencia.

Si un caballo puede hacerlo, tú también puedes

¿Alguna vez ha estado viendo la televisión cuando suena el teléfono? Alguien le pide que presione el botón de silencio en la televisión para que puedan hablar. Debido a que ahora no hay sonido, observa la acción de la televisión con más atención. Ves a los artistas sonriendo, frunciendo el ceño, sonriendo, entrecerrando los ojos y muchas otras expresiones. No te pierdes un poco de la historia porque, solo por sus expresiones, puedes saber lo que están pensando. *Sentido del caballo de Hans* es solo eso: observar a la gente, ver cómo reaccionan y luego hacer tus movimientos en consecuencia. Incluso mientras habla, mantenga la vista en sus oyentes y observe cómo responden a lo que está diciendo. No te pierdas ningún truco.

¿Están sonriendo? ¿Están asintiendo? ¿Están sus palmas hacia arriba? Les gusta lo que escuchan.

¿Están frunciendo el ceño? ¿Están mirando a otro lado? ¿Están apretados los nudillos? Quizás no lo hagan.

¿Se frotan el cuello? ¿Están retrocediendo? ¿Están sus pies apuntando hacia la puerta? Quizás quieran escapar.

No necesitas un curso completo de lenguaje corporal aquí. La experiencia de su vida ya le ha dado una buena base en eso. La mayoría de las personas saben que si sus compañeros de conversación dan un paso atrás o miran hacia otro lado, no están interesados en lo que usted dice. Cuando piensan que eres un dolor en el cuello, se frotan el suyo. Cuando se sienten superiores a ti, juntan sus manos. Exploraremos más detalles específicos del lenguaje corporal en la Técnica # 77: *Venta de globos oculares*. Por el momento, todo lo que necesita hacer es sintonizar el canal silencioso que está transmitiendo el altavoz.

Técnica 8:

El sentido del caballo de Hans

Adquiera el hábito de utilizar una pista dual mientras habla. Exprésate, pero presta atención a cómo reacciona tu oyente a lo que dices. Luego, planifique sus movimientos en consecuencia.

Si un caballo puede hacerlo, también puede hacerlo un humano. La gente dirá que lo captas todo. Nunca te pierdes un truco. Tienes sentido común.

Ahora tiene ocho técnicas para ayudarlo a parecer una persona segura, creíble y carismática que hace que todas las personas con las que entre en contacto se sientan como un millón. Exploraremos una última técnica en esta sección para ponerlo todo junto y asegurarnos de que no se pierda el ritmo.

Chapter Nine

Watch the scene before you make the scene

Cómo asegurarse de no perder el ritmo

¿Has visto esquí profesional en televisión? El atleta en la cima de la pista, todos los músculos preparados y preparados, esperando que el arma lo impulse a la victoria final. Míralo profundamente a los ojos y verás que está teniendo una experiencia extracorporal. En su mente, el esquiador se desliza por la pendiente, se mueve hacia adelante y hacia atrás entre los postes y se desliza a través de la línea de meta en un tiempo más rápido de lo que el mundo creía posible. El atleta es *visualizante*.

Todos los deportistas lo hacen: buceadores, corredores, saltadores, lanzadores de jabalina, lugers, nadadores, patinadores, acróbatas. Ellos *visualizar* su magia antes de realizarla. Ellos *versus* propios cuerpos se doblaban, giraban, volteaban, volaban por el aire. Ellos *escuchar* el sonido del viento, el chapoteo en el agua, el zumbido de la jabalina, el ruido sordo de su aterrizaje. Ellos *soler* la hierba, el cemento, la piscina, el polvo. Antes de mover un músculo, los atletas profesionales ven toda la película, que, por supuesto, termina con su propia victoria.

Los psicólogos deportivos nos dicen que la visualización no es solo para atletas competitivos de alto nivel. Los estudios demuestran que el ensayo mental ayuda a los atletas de fin de semana a mejorar su golf, su tenis, su carrera, cualquiera que sea su actividad favorita. Los expertos están de acuerdo si ves las imágenes, escuchas los sonidos y sientes los movimientos de tu cuerpo en tu mente *antes de* haces la actividad, el efecto es poderoso.

'Veintiséis millas en mi colchón'

¿Mumbo jumbo psicológico? ¡Absolutamente no! Tengo un amigo, Richard, que corre maratones. Una vez, hace varios años, apenas tres semanas antes del gran maratón de Nueva York, un automóvil fuera de control chocó contra el de Richard y lo llevaron al hospital. No resultó gravemente herido. Sin embargo, sus amigos sentían lástima por él porque estar acostado dos semanas en la cama, naturalmente, lo sacaría del gran evento.

Qué sorpresa cuando, en esa fresca mañana de maratón de noviembre en Central Park, Richard apareció con sus pequeños pantalones cortos y sus grandes zapatillas para correr. Richard, ¿estás loco? No estás en forma para correr. ¡Has estado en la cama estas últimas semanas! todos gritamos.

'Mi cuerpo puede haber estado en la cama', respondió, 'pero *He* estado corriendo.'

'¿Qué?' preguntamos al unísono.

'Sí. Diario. Veintiséis millas, 385 yardas, allí mismo, en mi colchón. Richard explicó que en su imaginación se veía a sí mismo atravesando cada paso del recorrido. Vio las visiones, escuchó los sonidos y sintió los movimientos espasmódicos en sus músculos. Él *visualizado* él mismo compitiendo en el maratón.

Richard no lo hizo tan bien como el año anterior, pero el milagro es que terminó la maratón, sin lesiones, sin fatiga excesiva. Todo se debió a la visualización. La visualización funciona en casi cualquier esfuerzo al que la aplique, incluido ser un excelente comunicador.

La visualización funciona mejor cuando te sientes totalmente relajado. Solo cuando tenga un estado mental tranquilo podrá obtener imágenes claras y vívidas. Realice su visualización en el silencio de su casa o automóvil antes de ir a la fiesta, la convención o la reunión importante. Véalo todo en su mente antes de tiempo.

Técnica 9:

Mira la escena antes de hacer la escena

Ensaya antes de ser el Super Alguien que quieras ser. **Ver** tú mismo caminando con *Cuélgate de tus dientes* postura, estrechar la mano, sonreír *Sonrisa inundada*, y haciendo *Ojos pegajosos*. **Escuchar** usted mismo charlando cómodamente con todos. **Sentir** el placer de saber que estás en plena forma y que todos gravitan hacia ti.

Visualizar a ti mismo un Super Alguien. Entonces todo sucede automáticamente.

Ahora tiene las habilidades necesarias para comenzar con el pie derecho con cualquier persona nueva en su vida. Piensa en ti mismo en estos primeros momentos como un cohete despegando. Cuando la gente de Cape Kennedy apunta una nave espacial hacia la luna, un error de una millonésima de grado al principio, cuando la nave todavía está en el suelo, significa perder la luna por miles de millas. Del mismo modo, un pequeño error en el lenguaje corporal al comienzo de una relación puede significar que nunca lograrás un éxito con esa persona. Pero con *Sonrisa inundada, ojos pegajosos, ojos de epoxi, colgar de los dientes, pivote de bebé grande, hola viejo amigo, limitar la inquietud, sentido del caballo de Hans y Mire la escena antes de hacer la escena*, estará en el camino correcto para obtener lo que eventualmente deseé de cualquier persona, ya sea negocios, amistad o amor.

Pasamos ahora del mundo silencioso a la palabra hablada.

Part Two

What do I say after I say ‘hello’?

*Small talk, your verbal
welcome mat*

Así como el primer vistazo debe agradar a sus ojos, sus primeras palabras deben agradar a sus oídos. Su lengua es un tapete de bienvenida grabado con 'Bienvenido' o '¡Vete!' Para que su interlocutor se sienta bienvenido, debe dominar la charla trivial.

¡Charla! ¿Puedes oír el estremecimiento? Esas dos pequeñas palabras clavan una estaca en los corazones de algunas almas que de otro modo serían intrépidas e impávidas. Invítelos a una fiesta en la que no conozcan a nadie, y el malestar en las venas se mantendrá.

Si esto le suena familiar, consúlese con el hecho de que cuanto más brillante es el individuo, más detesta las charlas triviales. Cuando consulté para compañías Fortune 500, quedé asombrado. Los altos ejecutivos, completamente cómodos hablando en grande con sus juntas directivas o dirigiéndose a sus accionistas, confesaron que se sentían como niños perdidos en fiestas donde el parloteo era menos que prodigioso.

Quienes odian las charlas triviales, consúélense aún más del hecho de que están en una compañía repleta de estrellas. El miedo a las charlas triviales y el miedo escénico son lo mismo. Las mariposas que sientes en tu estómago cuando estás en una habitación llena de extraños revolotean alrededor del estómago de los mejores artistas. Pablo Casals se quejó de un pánico escénico de toda la vida. Carly Simon acortada en directo

actuaciones por ello. Un amigo mío que trabajó con Neil Diamond dijo que insistió en que las palabras de 'Song Sung Blue', una melodía que había estado cantando durante cuarenta años, se mostraran en su teleprompter, para que el miedo no lo congelara en el olvido.

¿Es curable la pequeña charla o la fobia?

Algún día, dicen los científicos, los temores de la comunicación pueden tratarse con medicamentos. Ya están experimentando con Prozac para cambiar la personalidad de las personas. Pero algunos temen efectos secundarios desastrosos. La buena noticia es que cuando los seres humanos piensan y sienten genuinamente ciertas emociones, como la confianza en la que tienen técnicas específicas a las que recurrir, el cerebro fabrica sus propios antídotos. Si el miedo y el disgusto por las conversaciones triviales es la enfermedad, conocer técnicas sólidas como las que exploramos en esta sección es la cura.

Por cierto, la ciencia está comenzando a reconocer que no es casualidad, ni siquiera educación, que una persona tenga una panza de mariposas y otra no. En nuestro cerebro, las neuronas se comunican a través de sustancias químicas llamadas neurotransmisores. Algunas personas tienen niveles excesivos de un neurotransmisor llamado *norepinefrina*, un primo químico de la adrenalina. Para algunos niños, el solo hecho de entrar a la sala de un jardín de infancia les da ganas de correr y esconderse debajo de una mesa.

De pequeño, pasaba mucho tiempo debajo de la mesa. Cuando era preadolescente en un internado para niñas, mis piernas se convertían en espaguetis cada vez que tenía que conversar con un hombre. En la escuela secundaria, una vez tuve que invitar a un chico al baile de graduación de nuestra escuela. La selección completa de varones bailarines vivía en el dormitorio de nuestra escuela hermana. Y solo conocía a un residente, Eugene. Había conocido a Eugene en el campamento de verano el año anterior. Reuniendo todo mi coraje, decidí llamarlo.

Dos semanas antes del baile, sentí la aparición de palmas sudorosas. Dejé la llamada. Una semana antes, comenzó a latir rápidamente. Dejé la llamada. Finalmente, tres días antes de la gran fiesta, la respiración se volvió difícil. Se estaba acabando el tiempo.

El momento crítico, razonalicé, sería más fácil si leyera un guión. Escribí lo siguiente: 'Hola, soy Leil. Nos conocimos en el campamento el verano pasado. ¿Recuerda?' (Programé en una pausa donde esperaba que lo hiciera

di que sí.) 'Bueno, el baile de graduación de National Cathedral School es este sábado por la noche y me gustaría que fueras mi cita'. (Programé en otra pausa donde yorezó él diría que sí.)

El jueves antes del baile, no pude retrasar más lo inevitable. Cogí el auricular y marqué. Agarrando el teléfono esperando que Eugene contestara, mis ojos siguieron las gotas de sudor que rodaban por mi brazo y goteaban por mi codo. Un pequeño charco salado se estaba formando alrededor de mis pies. '¿Hola?' una voz masculina sexy y profunda respondió al teléfono del dormitorio.

Con una voz más rápida que una bala a toda velocidad, como un telemarcadeo novato nervioso, le dije: 'Hola, soy Leil. Nos conocimos en el campamento, el verano pasado, ¿recuerdas? Olvidándome de hacer una pausa para su asentimiento, seguí corriendo, 'Bueno, el baile de graduación de la Escuela Nacional de la Catedral es este sábado por la noche y me gustaría que fueras mi cita'.

Para mi alivio y deleite, escuché un gran y alegre '¡Oh, eso es genial, me encantaría!' Exhalé mi primer aliento normal en todo el día. Continuó: 'Te recogeré en el dormitorio de chicas a las siete y media. Te daré un clavel rosa. ¿Va eso con tu vestido? Y mi nombre es Donnie.'

Donnie? *Donnie!* ¿Quién dijo algo sobre Donnie?

Bueno, Donnie resultó ser la mejor cita que tuve en esa década. Donnie tenía dientes de leche, una cabeza llena de cabello rojo alborotado y habilidades de comunicación que inmediatamente me tranquilizaron.

El sábado por la noche, Donnie me recibió en la puerta, con un clavel en la mano y una sonrisa en la cara. Bromeó con autocrítica sobre cómo se moría por ir al baile de graduación, así que, sabiendo que era un caso de identidad equivocada, aceptó de todos modos. Me dijo que estaba emocionado cuando 'la chica de la hermosa voz' llamó, y asumió toda la responsabilidad de 'engañarme' para que me invitara. Donnie me hizo sentir cómodo y confiado mientras charlábamos. Primero tuvimos una pequeña charla y luego él me llevó gradualmente a temas que me interesaban. Le di la vuelta a Donnie y se convirtió en mi primer novio.

Donnie tenía instintivamente las habilidades de la charla trivial que ahora vamos a convertir en técnicas para ayudarte a deslizarte a través de la charla trivial como un cuchillo caliente en la mantequilla. Cuando los domines, podrás, como Donnie, derretir el corazón de todos los que toques.

El objetivo de *Cómo hablar con cualquiera* no es, por supuesto, convertirlo en un genio de las charlas triviales y detenerse allí. El objetivo es convertirte en un conversador dinámico y un comunicador contundente. Sin embargo, una pequeña charla es el primer paso crucial hacia ese objetivo.

Chapter Ten

The mood match

Cómo iniciar una conversación sin estrangularla

Has estado ahí. Te presentan a alguien en una fiesta o reunión de negocios. Te das la mano, tus ojos se encuentran ... y de repente todo tu cuerpo de conocimiento se seca y los procesos de pensamiento se detienen en seco. Buscas un tema para llenar el incómodo silencio. Si falla, su nuevo contacto se desliza en la dirección de la bandeja de queso.

Queremos que las primeras palabras que salgan de nuestros labios sean brillantes, ingeniosas, perspicaces. Queremos que nuestros oyentes reconozcan de inmediato lo fascinantes que somos. Una vez estuve en una reunión donde *todos* fue brillante, ingenioso, perspicaz y fascinante. ¡Me volvió loco porque la mayoría de estos mismos seres sintieron que tenían que demostrarlo en sus primeras diez palabras o menos!

Hace varios años, la organización Mensa, un grupo social de personas extremadamente brillantes que se ubican en el 2% más alto del país en inteligencia, me invitó a ser un orador principal en su convención anual. Su cóctel estaba en pleno apogeo en el vestíbulo del hotel cuando llegué. Después de registrarme, arrastré mis maletas a través del montón de mensajeros de la hora feliz hasta el ascensor. Las puertas se separaron y entré en un ascensor lleno de asistentes a la fiesta. Cuando comenzamos el viaje hasta nuestros respectivos pisos, el ascensor dio varios tirones somnolientos.

"Hmm", comenté, en respuesta a la lentitud del ascensor, "el ascensor parece un poco escamoso". De repente, cada ocupante del ascensor, sintiéndose obligado a exhibir su coeficiente intelectual de más de 132, se lanzó hacia adelante con una explicación atronadora. "Obviamente tiene una mala alineación de la guía del carril", anunció uno. "El contacto del relé no está hecho", declaró otro. De repente me sentí como un saltamontes

atrapado en un altavoz estéreo. No podía esperar para escapar del ataque de los gigantes mentales.

Después, en la soledad de mi habitación, pensé y pensé que las respuestas de Mensan eran, en efecto, interesantes. Entonces, ¿por qué tuve una reacción adversa?

Me di cuenta de que era demasiado, demasiado pronto. Estaba cansado. Su alta energía e intensidad sacudieron mi estado de inactividad.

Verá, una pequeña charla no se trata de hechos o palabras. Se trata de música, de melodía. Una pequeña charla se trata de hacer que la gente se sienta cómoda. Se trata de hacer ruidos reconfortantes juntos, como gatos ronroneando, niños tarareando o grupos cantando. Primero debe coincidir con el estado de ánimo de su oyente.

Al igual que repetir la nota en la armónica del profesor de música, los mejores comunicadores captan el tono de voz de su oyente y lo duplican. En lugar de saltar con tanta intensidad, los Mensans podrían haber igualado momentáneamente mi estado de ánimo letárgico diciendo: 'Sí, es lento, ¿no?' ¿Habían entonces precedido su información con: '¿Alguna vez ha tenido curiosidad por saber por qué un ascensor es lento?' Hubiera respondido con un sincero 'Sí, lo he hecho'. Después de un momento de niveles de energía igualados, hubiera recibido con agrado sus explicaciones sobre la alineación de la barandilla o lo que fuera. Y las amistades podrían haber comenzado.

Estoy seguro de que ha sufrido la agresión de un desequilibrio de humor. ¿Alguna vez se ha relajado cuando un colega sobreexcitado y exhausto comienza a golpearlo con preguntas? O al revés: llega tarde, se apresura a ir a una reunión, cuando un asociado lo detiene y comienza a narrar perezosamente una historia larga y láguida. No importa cuán interesante sea la historia, no querrás escucharla ahora.

El primer paso para iniciar una conversación sin estrangularla es coincidir con el estado de ánimo de su oyente, aunque solo sea por una oración o dos. Cuando se trata de una pequeña charla, piense en música, no en palabras. ¿Su oyente es adagio o allegro? Coincide con ese ritmo. Yo lo llamo hacer un *Partido de humor*.

Hacer coincidir el estado de ánimo puede hacer o deshacer la venta

Coincidir con los estados de ánimo de los clientes es crucial para los vendedores. Hace algunos años, decidí organizar una fiesta sorpresa para mi mejor amiga Stella. Iba a

ser una fiesta de triple golpe porque estaba celebrando tres eventos. Uno, era el cumpleaños de Stella. Dos, ella estaba recién comprometida. Y tres, Stella acababa de conseguir el trabajo de sus sueños. Ella había sido mi amiga desde nuestros días de escuela y yo estaba flotando en el aire sobre su fiesta de cumpleaños-compromiso-felicitaciones.

Había escuchado que uno de los mejores restaurantes franceses de la ciudad tenía una atractiva sala trasera para fiestas. Aproximadamente a las 5 de la tarde, entré alegremente al restaurante y encontré al maître d' sentado mirando lúgicamente su libro de reservas. Empecé a balbucear con entusiasmo sobre la celebración del triple golpe de Stella y pedí ver esa fabulosa trastienda de la que tanto había oído hablar. Sin una sonrisa ni moviendo un músculo, dijo: 'La habitación de Zee está de vuelta. Puedes ir a zee eet ee si quieres.'

CHOQUE. ¡Qué aguafiestas! Su mal humor me quitó todo el espíritu de fiesta y ya no quería alquilar su estúpido espacio. Antes incluso de que mirara la habitación, perdió el alquiler. Dejé su restaurante prometiendo encontrar un lugar donde la gerencia al menos *aparecer* para compartir la alegría de la feliz ocasión.

Toda madre lo sabe instintivamente. Para calmar a un bebé que llora, mamá no solo sacude el dedo y grita: "Cállate". No, mamá recoge al bebé. Mamá llora, 'Ooh, ooh, oh', compadeciéndose con simpatía con la miseria del bebé por unos momentos. Mamá luego los cambia gradualmente a los dos en sonidos felices y silenciosos. ¡Tus oyentes son todos bebés grandes! Haga coincidir su estado de ánimo si quiere que dejen de llorar, comiencen a comprar o adopten su forma de pensar.

Técnica 10:

Haz una combinación de estado de ánimo

Antes de abrir la boca, tome una 'muestra de voz' de su oyente para detectar su estado mental. Tome una 'fotografía psíquica' de la expresión para ver si su oyente se ve optimista, aburrido o aturdido. Si alguna vez desea que la gente se acerque a sus pensamientos, debe coincidir con su estado de ánimo y tono de voz, aunque solo sea por un momento.

Chapter Eleven

Prosaic with passion

"¿Qué es una buena línea de apertura cuando conozco gente?"

Una vez estuve en una fiesta donde vi a un compañero rodeado por un club de fans de ávidos oyentes. El tipo sonreía, gesticulaba, obviamente cautivaba a su audiencia. Me acerqué a escuchar a este fascinante orador. Me uní a su multitud de admiradores y escuché a escondidas durante uno o dos minutos. De repente, caí en la cuenta: ¡el tipo estaba diciendo las cosas más banales! Su guión era aburrido, aburrido, aburrido. Ah, pero estaba entregando sus prosaicas observaciones con tanta pasión. Por lo tanto, mantuve al grupo hechizado. Me convenció de que no es todo qué tu dices que es *cómo* Lo dices.

A menudo la gente me pregunta: '¿Qué es una buena línea de apertura cuando conozco gente?' Les doy la misma respuesta que siempre me dio una mujer que una vez trabajó en mi oficina. Dottie a menudo se quedaba en su escritorio para trabajar durante el almuerzo. A veces, cuando me iba a la tienda de sándwiches, le preguntaba: 'Oye, Dottie, ¿qué puedo traerte para el almuerzo?'.

Dottie, tratando de ser servicial, decía: 'Oh, cualquier cosa está bien para mí'.

¡No, Dottie! Quería gritar. 'Dime que quieras. ¿Jamón y queso? ¿Ensalada de pollo con mayonesa? ¿Mantequilla de maní con plátanos en rodajas? Se específico. *Cualquier cosa* es una molestia.

Por frustrante que pueda ser, mi respuesta a la pregunta inicial es "*¡Cualquier cosa!*" porque casi todo lo que dices de verdades. Está bien, siempre que haga que la gente se sienta cómoda y suene apasionada.

¿Cómo tranquiliza a la gente? Al convencerlos de que están bien y de que ustedes dos son similares. Cuando haces eso, derribas los muros del miedo, la sospecha y la desconfianza.

¿Por qué lo banal crea un vínculo?

Samuel I. Hayakawa fue un rector de la universidad, senador estadounidense y brillante analista lingüístico de origen japonés. Nos cuenta esta historia que muestra el valor de, como él dice, "comentarios poco originales".¹¹

A principios de 1942, unas semanas después del comienzo de la Segunda Guerra Mundial, en un momento en que había rumores de espías japoneses, Hayakawa tuvo que esperar varias horas en una estación de ferrocarril en Oshkosh, Wisconsin. Se dio cuenta de que otros que esperaban en la estación lo miraban con desconfianza. Debido a la guerra, estaban preocupados por su presencia. Más tarde escribió: "Una pareja con un niño pequeño se miraba con especial inquietud y se susurraba el uno al otro".

Entonces, ¿qué hizo Hayakawa? El *hizo poco original* comentarios para tranquilizarlos. Le dijo al marido que era una lástima que el tren llegara tarde en una noche tan fría.

El hombre estuvo de acuerdo.

'Continué', escribió Hayakawa, 'para comentar que debe ser especialmente difícil viajar con un niño pequeño en invierno cuando los horarios de los trenes eran tan inciertos. De nuevo el marido estuvo de acuerdo. Luego le pregunté la edad del niño y comenté que su hijo se veía muy grande y fuerte para su edad. De nuevo acuerdo, esta vez con una leve sonrisa. La tensión se estaba relajando.

Después de dos o tres intercambios más, el hombre le preguntó a Hayakawa: 'Espero que no le importe que lo mencione, pero usted es japonés, ¿verdad? ¿Crees que los japoneses tienen alguna posibilidad de ganar esta guerra?

'Bueno', respondió Hayakawa, 'tu conjetura es tan buena como la mía. No sé más de lo que leo en los periódicos. Pero de la forma en que lo veo, no veo cómo los japoneses, con su falta de carbón, acero y petróleo ... alguna vez puedan vencer a una nación poderosamente industrializada como Estados Unidos '.

Hayakawa prosiguió: —Ciertamente, mi comentario no fue original ni estaba bien informado. Cientos de comentaristas de radio... decían más o menos lo mismo durante esas semanas. Pero solo porque lo estaban, el comentario sonaba familiar y estaba en el lado correcto, por lo que era fácil estar de acuerdo ".

El hombre de Wisconsin asintió de inmediato con lo que pareció un alivio genuino. Su siguiente comentario fue: "Oiga, espero que sus padres no estén allí mientras continúa la guerra".

"Sí, lo son", respondió Hayakawa. 'Mi padre, mi madre y dos hermanas jóvenes están allí'.

¿Alguna vez has tenido noticias de ellos? preguntó el hombre. '¿Cómo puedo?' Respondió Hayakawa.

Tanto el hombre como su esposa parecían preocupados y comprensivos. — ¿Quieres decir que no podrás verlos ni saber nada de ellos hasta que termine la guerra?

Hubo más en la conversación, pero el resultado fue que, en diez minutos, habían invitado a Hayakawa, de quien inicialmente sospecharon que era un espía japonés, a visitarlos en algún momento de su ciudad y cenar en su casa. Y todo debido a la pequeña charla, ciertamente común y poco original de este brillante erudito. Los mejores comunicadores saben que las primeras palabras más tranquilizadoras y apropiadas deberían ser, como las del senador Hayakawa, poco originales, incluso banales. Pero no indiferente. Hayakawa expresó sus sentimientos con sinceridad y pasión.

Ascenso de la banalidad

Por supuesto, no hay necesidad de quedarse con comentarios mundanos. Si encuentra que su empresa muestra astucia o ingenio, lo iguala. La conversación luego se intensifica de forma natural y compatible. No se apresure o, como los Mensans, parecerá que está presumiendo. La conclusión de tus primeras palabras es tener el coraje de tu propia trivialidad. Porque, recuerde, la gente sintoniza su tono más que su texto.

Técnica 11: Prosaico con pasión

¿Preocupado por tus primeras palabras? No temas, ya que el 80 por ciento de la impresión de tu oyente no tiene nada que ver con tus palabras de todos modos. Casi todo lo que dices al principio está bien. No importa cuán prosaico sea el texto, un estado de ánimo empático, una conducta positiva y una entrega apasionada lo hacen sonar emocionante.

—¡Cualquier cosa, excepto paté de hígado!

De vuelta a Dottie esperando su sándwich en su escritorio. A veces, cuando salía por la puerta rascándome la cabeza y preguntándome qué llevarle, ella me llamaba: "Cualquier cosa, excepto paté de hígado, claro." Gracias, Dottie, eso es un poco de ayuda.

Aquí está mi 'cualquier cosa, excepto la paté de hígado' sobre una pequeña charla. Todo lo que diga está bien siempre y cuando no sea una queja, sea grosero o desagradable. Si las primeras palabras que salen de tu boca son una queja, BLAM, la gente te tacha de quejoso. ¿Por qué? Porque esa queja es la muestra al 100 por ciento de su nuevo conocido hasta ahora. Podrías ser la Pollyanna más feliz de la historia, pero ¿cómo lo sabrán? Si su primer comentario es una queja, es un quejoso. Si tus primeras palabras son groseras, eres un canalla. Si sus primeras palabras son desagradables, es un apestoso. Abrir y cerrar.

A parte de estos tranquilizantes, todo vale. Pregúntales de dónde son, cómo conocen al anfitrión de la fiesta, dónde compraron el hermoso traje que están usando, o cientos de etcéteras. El truco consiste en hacer una pregunta prosaica con pasión para que la otra persona hable.

¿Todavía te sientes un poco inestable al acercarte a extraños? Tomemos un desvío rápido en nuestro camino hacia una comunicación significativa. Te daré tres técnicas rápidas para conocer gente en las fiestas, luego nueve más para hacer que las conversaciones triviales no sean tan pequeñas.

Chapter Twelve

Always wear a Whatzit

¿Qué es un Whatzit?

Los solteros capaces de conocer a novios potenciales sin el beneficio de la presentación (en la lengua vernácula, hacer una 'recogida'), han desarrollado una técnica deliciosamente tortuosa que funciona igualmente bien para fines de redes sociales o corporativas. La técnica no requiere una habilidad excepcional de tu parte, solo el coraje para lucir un simple accesorio visual llamado *Whatzit*.

Qué es un *Whatzit*? A *Whatzit* es cualquier cosa que use o lleve que sea inusual: un broche único, un bolso interesante, una corbata extraña, un sombrero divertido. A *Whatzit* ¿Hay algún objeto que llame la atención de las personas y las inspire a acercarse a usted y preguntarle, 'Uh, qué es eso?' Tu *Whatzit* puede ser tan sutil o evidente como su personalidad y la ocasión lo permitan.

Llevo alrededor del cuello un par de anteojos anticuados que se asemejan a un doble monóculo. A menudo, los curiosos se me acercan en una reunión y me preguntan: "¿Qué?" Le explico que es un lorgnette que me dejó mi abuela, lo que, por supuesto, allana el camino para hablar sobre el odio a las gafas, los ojos envejecidos, el amor o la pérdida de las abuelas, la adoración de las joyas antiguas, como quiera que el inquisidor quiera tomarlo.

Quizás, sin saberlo, ha sido víctima de esta técnica que pronto será legendaria. En una reunión, ¿ha notado alguna vez a alguien con quien le gustaría hablar? Entonces te has devanado la cabeza para inventar una excusa para hacer el acercamiento. Qué recompensa fue descubrir que él o ella vestía algo extraño, salvaje o maravilloso sobre lo que podrías comentar.

La forma de amar de Whatzit

Tu *Whatzit* es una ayuda social ya sea que busque recompensas comerciales o un nuevo romance. Tengo un amigo, Alexander, que lleva consigo perlas griegas dondequiera que va. No está preocupado. Sabe que cualquier mujer que quiera hablar con él se le acercará y le dirá: "¿Qué es eso?".

Piénsenlo, señores. Suponga que está en una fiesta. Una mujer atractiva te ve al otro lado de la habitación. Quiere hablar contigo, pero piensa: 'Bueno, señor, eres atractivo. Pero, caramba, ¿qué puedo decirte? Simplemente no tienes ningún *Whatzit*.'

Ser un *Whatzit* buscador también

Del mismo modo, conviértase en un experto en escudriñar la ropa de aquellos a quienes desea acercarse. ¿Por qué no expresar interés por el pañuelo en el bolsillo del chaleco del magnate, el broche en el pecho de la rica divorciada o el anillo de la escuela en el dedo del Director en cuya empresa quieras trabajar?

¿El gran gastador que, sospecha, podría comprar cien de sus aparatos, tiene un pequeño alfiler de solapa con forma de palo de golf? Di: 'Disculpe, no pude evitar notar su atractivo broche de solapa. ¿Eres golfista? Yo también. ¿Qué campos has jugado?

Tus tarjetas de visita y tu *Whatzit* son artefactos de socialización cruciales. Ya sea que esté subiendo en el ascensor, subiendo la puerta o atravesando el camino hacia la fiesta, asegúrese de que su *Whatzit* está pasando el rato para que todos lo vean.

Técnica 12:

Lleva siempre un *Whatzit*

Siempre que vayas a una reunión, usa o lleva algo inusual para darles a las personas que te encuentren como un extraño encantador al otro lado de la sala llena de gente una excusa para acercarse. 'Disculpe, no pude evitar notar su... ¿Qué ES eso?'

La siguiente técnica de rapidito fue originada por políticos obstinadamente decididos que no dejan escapar a un asistente a la fiesta si creen que podría ser útil para sus campañas. Yo lo llamo el *Whoozatt* técnica.

Chapter Thirteen

Whoozat?

Qué hacer cuando no tiene Whatzit

Supongamos que ha examinado el cuerpo del contacto comercial importante con el que desea reunirse. Has buscado en vano desde la punta de su mechón hasta la punta de sus botas. Él no luce un solo *Whatzit*.

Si intenta encontrar algo sobre lo que comentar, recurra a la *Whoozat* técnica. Como un político persistente, ve al organizador de la fiesta y dile: 'Ese hombre / mujer de allí parece interesante. ¿Quién es el ella?' Entonces pida una presentación. No dude. El organizador de la fiesta estará encantado de que encuentre interesante a uno de los invitados.

Sin embargo, si detesta alejar al organizador de la fiesta de sus otros invitados, aún puede realizar *Whoozat*. Esta vez, no pida una presentación formal. Simplemente bombee al donante de la fiesta para que obtenga la información suficiente para lanzarlo. Infórmese sobre los trabajos, intereses y pasatiempos del extraño.

Supongamos que el que da la fiesta dice: 'Oh, ese es Joe Smith. No estoy seguro de cuál es su trabajo, pero sé que le encanta esquiar'. Ajá, te acaban de dar el rompehielos que necesitas. Ahora dirígete directamente a Joe Smith. Hola, eres Joe Smith, ¿no? Susan me estaba diciendo que eres una gran esquiadora. ¿Dónde esquías? Entiendes la idea.

Técnica 13:

Whoozat?

Whoozat es el dispositivo de reunión de personas más eficaz y menos utilizado (por los no políticos) jamás ideado. Simplemente pídale al organizador de la fiesta que haga el

introducción, o bombear por algunos hechos que puede convertir inmediatamente en rompehielos.

Ahora, el tercero de nuestro pequeño trío de trucos para conocer a quien quieras.

Chapter Fourteen

Eavesdrop in

'Solo pensé en escuchar a escondidas y decir' hola "

La mujer que has decidido que DEBES conocer no lleva puesto *Whatzit?* No puedo encontrar el anfitrión para el *Whoozat*? ¿técnica? Para empeorar las cosas, está inmersa en una conversación con un grupo de sus amigos. Parece bastante inútil que pueda maniobrar una reunión, ¿no es así?

Ningún obstáculo bloquea al político resuelto, que siempre tiene un truco o diez bajo la manga. Un político recurriría a la *Escuchar a escondidas* técnica. Escuchar a escondidas, por supuesto, evoca imágenes de actividades clandestinas: escuchas telefónicas, allanamientos de Watergate, espías merodeando en las oscuras sombras. La escucha clandestina tiene un precedente histórico con los políticos, por lo que, en caso de apuro, es algo que viene a la mente de forma natural.

En las fiestas, párese cerca del grupo de personas en las que desea infiltrarse. Luego espere una palabra o dos que pueda usar como una cuña para entrar en el grupo. 'Disculpe, no pude evitar escuchar que usted ...' y luego lo que sea relevante aquí. Por ejemplo, 'No pude evitar escuchar su discusión sobre las Bermudas. Iré allí el mes que viene por primera vez. ¿Alguna sugerencia?' Ahora estás en el círculo y puedes dirigir tus comentarios a tu destinatario.

Técnica 14:

Escuchar a escondidas

No *Whatzit?* Sin anfitrión para *Whoozat*? ¡No hay problema! Simplemente acérquese sigilosamente detrás del enjambre de personas en las que desea infiltrarse y abra los oídos. Espere cualquier excusa endeble y salte con 'Disculpe, no pude evitar escuchar ...'

¿Se sorprenderán? Momentáneamente.

¿Lo superarán? Momentáneamente.
¿Estarás en la conversación? ¡Absolutamente!

Volvamos ahora al tren que exploró por primera vez Small Talk City y viajemos a la tierra de la comunicación significativa.

Chapter Fifteen

Never the naked city

No deje caer un bistec congelado en su plato

No soñarías con ir desnudo a una fiesta. Y espero que no se te ocurra dejar que tu conversación quede expuesta desnuda e indefensa ante los dos inevitables asaltos '¿De dónde eres?' ¿Y que haces?'

Cuando se les hacen estas preguntas, a la mayoría de las personas, les gusta golpear un bistec congelado en un plato de porcelana, dejan caer un ladrillo de geografía congelada o un título de trabajo desconcertante en el plato de conversación del que pregunta. Luego le dan una palmada en el hocico.

Estás en una convención. Todos los que conozcas preguntarán, por supuesto, "¿Y de dónde eres?". Cuando les da la respuesta abreviada de ciudad desnuda 'Oh, soy de Muscatine, Iowa' (o Millinocket, Maine; Winnemucca, Nevada; o en *cualquier lugar* no han oído hablar), ¿qué puede esperar excepto una mirada en blanco? Incluso si eres un fanático de una ciudad relativamente grande de Denver, Colorado; Detroit, Michigan; o San Diego, California, recibirás una mirada de pánico de todos menos profesores de historia estadounidense. Se están devanando los sesos rápidamente pensando '¿Qué voy a decir a continuación?' Incluso los nombres de burgos de clase mundial como Nueva York, Londres, París y Los Ángeles inspiran respuestas menos que fascinantes. Cuando le digo a la gente que soy de la ciudad de Nueva York, ¿qué se espera que digan? "Duh, ¿has visto buenos atracos últimamente?" Hazte un favor a la humanidad y a ti mismo. Nunca, *siempre*, dé una respuesta de una sola frase a la pregunta: "¿De dónde eres?" Dale al solicitante algo de combustible para su tanque, algo de forraje para su comedero. Dale al comunicador hambriento algo para picar conversacionalmente. Todo lo que se necesita es una oración adicional o dos sobre su ciudad, algún dato interesante, alguna observación ingeniosa, para enganchar a la persona que pregunta en la conversación.

Hace varios meses, una asociación comercial me invitó a ser su orador principal sobre redes y enseñar a las personas a ser mejores conversadores. Justo antes de mi discurso, me presentaron a la Sra. Devlin, que era la directora de la asociación.

'¿Cómo lo haces?' ella preguntó.

'¿Cómo lo haces?' Respondí.

Entonces la Sra. Devlin sonrió, esperando ansiosamente una muestra de mi estimulante experiencia conversacional. Le pregunté de dónde era. Dejó un helado "Columbus, Ohio" y una gran sonrisa expectante en mi plato. Tuve que descongelar rápidamente su respuesta en una conversación digerible. Mi mente se puso en acción. Patrón de pensamiento de Leil: 'Gulp, Columbus, Ohio. Nunca he estado ahí, hmm. Criminy, ¿qué sé yo de Columbus? Conozco a un compañero llamado Jeff, un exitoso orador que vive allí. Pero Columbus es demasiado grande para preguntarle si lo conoce ... y, además, solo los niños juegan al juego de "¿Sabes? Fulano". Mi búsqueda silenciosa y aterrorizada continuó. "Creo que lleva el nombre de Cristóbal Colón ... pero no estoy seguro, así que será mejor que mantenga la boca cerrada". Otras cuatro o cinco posibilidades pasaron por mi mente, pero las rechacé por ser demasiado obvias, demasiado adolescentes,

Me di cuenta de que habían pasado unos segundos y la señora Devlin seguía allí de pie con una sonrisa que se disipaba lentamente en el rostro. Ella me estaba esperando (la 'experta' que, en una hora, se esperaba que le diera lecciones a sus asociaciones comerciales sobre conversaciones brillantes) para escupir palabras de ingenio o sabiduría.

—Oh, Colón, caramba —murmuré con desesperación, viendo cómo su rostro adoptaba la expresión preocupada de un paciente al que el cirujano le preguntaba, con el cuchillo en la mano—: ¿Dónde está tu apéndice?

Nunca se me ocurrió una conversación estimulante sobre Columbus. Pero, en ese momento, bajo el cuchillo, creé la siguiente técnica para la posteridad. Yo lo llamo *Nunca la ciudad desnuda*.

Técnica 15:

Nunca la ciudad desnuda

Siempre que alguien te pregunta lo inevitable, '¿Y de dónde eres?' nunca, nunca, desafíe injustamente su capacidad de imaginación con una respuesta de una sola palabra.

Conozca algunos datos interesantes sobre su ciudad natal que los socios conversacionales pueden comentar. Entonces cuando *ellos* Di algo inteligente en respuesta a tu cebo, ellos piensan *estás* un gran conversador.

Cebo diferente para camarones o tiburones

Un pescador utiliza un cebo diferente para embolsar lubina o pescado azul. Y, obviamente, arrojará cebos de conversación diferentes para atrapar camarones simples o tiburones sofisticados. Su gancho debe relacionarse con el tipo de persona con la que está hablando. Soy originario de Washington, DC. Si alguien en, digamos, una galería de arte me pregunta de dónde soy, podría responder 'Washington, DC - diseñado, ya sabes, por el mismo urbanista que diseñó París'. Esto abre las posibilidades de conversación al arte de la planificación urbana, París, los planes de otras ciudades, los viajes europeos, etc.

En una fiesta social de solteros optaría por otra respuesta. "Soy de Washington, DC. La razón por la que me fui es que había siete mujeres por cada hombre cuando era niño". Ahora la conversación puede volverse hacia el éxtasis o la agonía de estar soltero, la falta percibida de hombres deseables en todas partes, incluso las posibilidades de coqueteo.

En un grupo político, arrojaría un hecho actual del rostro político en constante evolución de Washington. No es necesario especular sobre la multitud de posibilidades de conversación. *que desbloquea*.

¿De dónde sacas el cebo para conversar? Empiece por llamar a la cámara de comercio o sociedad histórica de su ciudad. Busque en la World Wide Web y haga clic en su ciudad, o abra una enciclopedia antigua, todas fuentes ricas para futuras conversaciones estimulantes. Aprenda algo de historia, geografía, estadísticas comerciales o quizás algunos datos divertidos para hacerle cosquillas a los huesos divertidos de los futuros amigos.

La debacle de Devlin inspiró más investigaciones. En cuanto llegué a casa, llamé a la Cámara de Comercio de Columbus ya la sociedad histórica. Di que tú también eres de Columbus, Ohio, y tu nuevo conocido te dice: '¿De dónde eres?' Cuando hable con un empresario, su respuesta podría ser: 'Soy de Columbus, Ohio. Usted sabe que muchas corporaciones importantes hacen sus pruebas de productos en Columbus porque es tan

comercialmente típico. De hecho, se la ha llamado "la ciudad más estadounidense de Estados Unidos". Dicen que si explota o bombardea en Columbus, explota o bombardea a nivel nacional".

¿Hablar con alguien de apellido alemán? Hábilele sobre el histórico pueblo alemán de Columbus con las calles de ladrillos y las maravillosas casitas al estilo de la década de 1850. Está destinado a inspirar historias del viejo país. ¿El apellido de su interlocutor es italiano? Dígale que Génova, Italia, es la ciudad hermana de Colón.

¿Hablar con un aficionado a la historia estadounidense? Dígale que, de hecho, Colón recibió su nombre de Cristóbal Colón y que una réplica de la Santa María está anclada en el río Scioto. ¿Hablando con un estudiante? Hábllale de las cinco universidades de Columbus.

Las posibilidades continúan. ¿Sospecha que su compañero de conversación tiene una inclinación artística? 'Ah', dices casualmente, 'Columbus es el hogar del artista George Bellows'.

Columbusites, preparen algunos bocadillos sabrosos para los solicitantes, incluso si no saben nada sobre ellos. Aquí tienes un regalo. Diles que siempre tienes que decir 'Colón, Ohio' porque en Estados Unidos también hay un Columbus, *Arkansas*; Colón, *Georgia*; Colón, *Indiana*; Colón, *Kansas*; Colón, *Kentucky*; Colón, *Mississippi*; Colón, *Montana*; Colón, *Nebraska*; Colón, *New Jersey*; Colón, *Nuevo Mexico*; Colón, *Carolina del Norte*; Colón, *Dakota del Norte*; Colón, *Pensilvania*; Colón, *Texas*; y Colón, *Wisconsin*. Eso extiende las posibilidades de conversación a otros quince estados. Recuerde, como dijo una vez un notable citado: "Ningún hombre te escucharía hablar si no supiera que es su turno".

Una posdata de la experiencia infernal que tuve con Colón. Meses después, le mencioné el trauma a mi amigo orador de Columbus, Jeff. Jeff explicó que su casa estaba realmente en una ciudad más pequeña a solo unos minutos de Columbus.

¿Qué pueblo, Jeff?

'Gahanna, Ohio. Gahanna significa "infierno" en hebreo', dijo, y luego pasó a explicar por qué pensaba que los historiadores hebreos antiguos eran clarividentes.

Gracias, Jeff, sabía que nunca pondrías una ciudad desnuda en ninguno de tus oyentes.

Chapter Sixteen

Never the naked job

Respondiendo a lo inevitable

En tercer lugar, después de la muerte y los impuestos, está la seguridad de que un nuevo conocido pronto gritará: "¿Y tú qué haces?". (¿Es apropiado y apropiado que hagan esa consulta? Tomaremos esa ventanilla pegajosa más tarde). Por el momento, estos pocos movimientos defensivos lo ayudarán a mantener sus credenciales de comunicador de crackerjack cuando se les pregunte lo inevitable.

Primer me gusta *Nunca la ciudad desnuda* no arroje una respuesta breve en respuesta a la pregunta sin aliento del autor de la pregunta. Dejas al pobre pez tirado en la cubierta cuando dices tu título: soy actuaria, auditor, autor, astrofísico. Ten piedad para que él o ella no se sienta como un forastero tonto que le pregunte: "¿Qué tipo de actuación (auditando, autorizando o astrophisizando) haces?"

Eres abogado. No deje que los profanos traten de averiguar lo que *De Verdad* hacer. Darle cuerpo. Cuente una pequeña historia que su interlocutor pueda manejar. Por ejemplo, si está hablando con una madre joven, diga: 'Soy abogada. Nuestra firma se especializa en derecho laboral. De hecho, ahora estoy involucrado en un caso en el que una empresa despidió a una mujer por tomar una licencia de maternidad adicional que era una necesidad médica'. Una madre puede identificarse con eso. ¿Hablando con el dueño de un negocio? Diga 'soy abogado. Nuestra firma se especializa en derecho laboral. Mi caso actual se refiere a un empleador que está siendo demandado por uno de sus empleados por hacer preguntas personales durante la entrevista de trabajo inicial'. El dueño de un negocio puede relacionarse con eso.

Técnica 16:

Nunca el trabajo desnudo

Cuando se le pregunta lo inevitable '¿Y qué hace USTED?', Puede pensar que 'soy un economista', 'un educador', 'un ingeniero' está dando suficiente información para generar una buena conversación. Sin embargo, para alguien que no es economista, educador o ingeniero, bien podría estar diciendo 'soy paleontólogo', 'psicoanalista' o 'pornógrafo'.

Darle cuerpo. Lanza algunos datos deliciosos sobre tu trabajo para que los nuevos conocidos los coman. De lo contrario, pronto se disculparán y preferirán los bocadillos en la bandeja de queso.

Recuerdos dolorosos de flashes de trabajos desnudos

Todavía guardo recuerdos dolorosos de haberme taponado la lengua cuando me enfrenté a exhibidores de trabajos desnudos. Como la vez que un compañero en una cena me dijo: 'Soy un científico nuclear'. Mi débil 'Oh, eso debe ser fascinante' me redujo a una molécula mental en sus ojos.

El tipo de mi otro lado anunció: "Estoy en abrasivos industriales", y luego hizo una pausa, esperando que me impresionara. Mi 'Bueno, eh, caramba, debes ser un astuto juez de carácter para estar en abrasivos industriales' tampoco funcionó. Los tres nos sentamos en silencio durante el resto de la comida.

El mes pasado, un nuevo conocido se jactó: 'Estoy planeando enseñar budismo tibetano en Truckee Meadows Community College', y luego se calló. Sabía menos sobre Truckee Meadows que sobre el budismo tibetano. Siempre que la gente te pregunte qué haces, dales un poco de reanimación boca a oído para que puedan recuperar el aliento y decir *alguna cosa*.

Chapter Seventeen

Never the naked introduction

Ayude a los recién conocidos a atravesar sus primeros momentos

Susan, me gustaría que conocieras a John Smith. John, esta es Susan Jones. Duh, ¿qué esperas que digan John y Susan?

'¿Herrero? Umm, eso es SMITH, ¿no?

—Eh, eh, caramba, Susan, bueno, hay un nombre interesante. Buen intento, olvídalos. No culpes a John o Susan por ser menos que brillantes. La culpa es de la persona que presentó a los dos de la misma manera en que la mayoría de las personas se presentan a sus amigos: con nombres desnudos. Lanzan un sedal sin cebo para que la gente hunda los dientes.

Es posible que los grandes ganadores no hablen mucho, pero la conversación nunca muere de mala gana entre ellos. Lo aseguran con técnicas como *Nunca la introducción desnuda*. Cuando presentan a las personas, compran una póliza de seguro en la conversación con algunos complementos simples: 'Susan, me gustaría que conocieras a John. John tiene un barco maravilloso en el que hicimos un viaje el verano pasado. John, esta es Susan Smith. Susan es editora en jefe de *Gourmet con poco presupuesto* revista.' Rellenar la introducción le da a Susan la oportunidad de preguntar qué tipo de bote tiene John o adónde fue el grupo. Le da a John una oportunidad para discutir su amor por la escritura. O de cocinar. O de comida. La conversación puede entonces expandirse naturalmente a los viajes en general, la vida en los barcos, las vacaciones pasadas, las recetas favoritas, los restaurantes, los presupuestos, las dietas, las revistas, la política editorial, hasta el infinito.

Técnica 17:

Nunca la presentación desnuda

Al presentar a las personas, no lance un anzuelo sin cebo y permanezca allí sonriendo como Big Clam, dejando que los recién reunidos agiten sus aletas y pesquen un tema. Cebe el anzuelo conversacional para que se involucren en las cosas. Entonces eres libre de quedarte o flotar hacia la próxima oportunidad de networking.

Si no se siente cómodo mencionando el trabajo de alguien durante la presentación, mencione su pasatiempo o incluso un talento. El otro día en una reunión, la anfitriona presentó a un hombre llamado Gilbert. Ella dijo: 'Leil, me gustaría que conocieras a Gilbert. De *Gilbert regalo* es esculpir. Hace hermosos tallados en cera. Recuerdo haber pensado *regalo*, ahora es una manera encantadora de presentar a alguien e inducir una conversación.

Armado con estos dos potenciadores de personalidad, tres iniciadores de conversación y tres pequeños extensores, es hora de dar un paso en la escalera de las comunicaciones. Salgamos ahora de la pequeña charla y busquemos el camino hacia un diálogo más significativo. La siguiente técnica *es garantizado* para hacer que el intercambio sea fascinante para su interlocutor.

Chapter Eighteen

Be a word detective

Sea un detective en sus deslices de la lengua

Incluso un esposo bien intencionado que podría preguntarle a su esposa mientras hace el amor: "¿También es bueno para ti, cariño?" sabe que no debe preguntarle a un colega: "¿La conversación también es buena para ti?" Sin embargo, se pregunta ... todos lo hacemos. Con la siguiente técnica, tranquiliza tu mente. Definitivamente puede hacer que la conversación sea candente para cualquier persona con la que hable. Al igual que mi cita de graduación, Donnie, milagrosamente encontrarás temas que cautivarán a tus oyentes. No importa cuán esquiva sea la pista, Sherlock Holmes confía en que pronto la estará mirando a través de su lupa. Al igual que el detective infalible, los Grandes Ganadores saben que, sin importar cuán esquiva sea la pista, encontrarán el tema correcto. ¿Cómo? Se convierten *detectives de la palabra*.

Tengo una joven amiga, Nancy, que trabaja en un hogar de ancianos. Nancy se preocupa profundamente por los ancianos, pero a menudo se queja de lo malhumorados y lacónicos que son algunos de sus pacientes. Ella lamenta tener dificultades para relacionarse con ellos.

Nancy me habló de una anciana especialmente cascarrabias llamada Mrs. Otis, a quien nunca pudo llegar a abrirle. 'Un día', me confió Nancy, 'justo después de todas esas tormentas que tuvimos la semana pasada, solo para entablar conversación, le comenté a la Sra. Otis, 'Terribles tormentas que tuvimos la semana pasada, ¿no crees?' Bueno —continuó Nancy—, la señora Otis prácticamente saltó por mi garganta. Dijo con voz cortante: "Ha sido bueno para las plantas". Le pregunté a Nancy cómo respondió a eso.

'¿Qué puedo decir?' Nancy respondió. Obviamente, la mujer me estaba interrumpiendo.

—¿Alguna vez pensó en preguntarle a la señora Otis si le gustaban las plantas?

¿Plantas? Preguntó Nancy.

'Bueno, sí', sugerí. La señora Otis sacó el tema. Le pedí a Nancy que me hiciera un favor. Pregúntale a ella le rogué. Nancy se resistió, pero yo insistí. Para tranquilizarme, Nancy prometió preguntarle a la «vieja y cascarrabias señora Otis» si le gustaban las plantas.

Al día siguiente, una Nancy asombrada me llamó desde el trabajo. Leil, ¿cómo lo supiste? No solo la Sra. Otis *amor* plantas, me dijo que se había casado con un jardinero. Hoy tuve un problema diferente con la Sra. Otis. ¡No podía callarla! Continuó hablando de su jardín, de su esposo... "Los mejores comunicadores saben que las ideas no surgen de la nada. Si la Sra. Otis pensó en criar plantas, entonces debe tener alguna relación con ellas. Además, al mencionar la palabra, significaba que inconscientemente quería hablar de plantas.

Supongamos, por ejemplo, que en lugar de responder al comentario de Nancy sobre la lluvia con "Es bueno para las plantas", la Sra. Otis hubiera dicho: "Debido a la lluvia, mi perro no podía salir". Nancy entonces podría preguntar por su perro. O supongamos que se quejó: "Es malo para mi artritis". ¿Puedes adivinar de qué quiere hablar ahora la vieja señora Otis?

Cuando hable con alguien, mantenga los oídos abiertos y, como un buen detective, escuche las pistas. Esté atento a cualquier referencia inusual: cualquier anomalía, desviación, digresión o invocación de otro lugar, tiempo, persona. Pregúntele porque es la clave de lo que haría su interlocutor

De Verdad disfruto discutiendo.

Si dos personas tienen algo en común, cuando surge el interés compartido, lo aprovechan de forma natural. Por ejemplo, si alguien menciona jugar al squash (observación de aves o colecciónismo de sellos) y el oyente comparte esa pasión, él o ella dice: "¡Oh, tú también eres un squasher (o un observador de aves o un filatelista)!"

Aquí está el truco: no hay necesidad de ser un aplastador, un observador de aves o un filatelista para entusiasmarse. Simplemente puedes *Sea un detective de palabras*. Cuando captas la referencia como si también te emocionara, te invita a conversar con el extraño. (El sujeto puede que te duerma los pies, pero esa es otra historia).

Técnica 18:

Sea un detective de palabras

Como un buen gumshoe, escuche cada palabra de su interlocutor en busca de pistas sobre su tema preferido. La evidencia está destinada a escaparse. Luego salta sobre ese tema como un detective con un desliz. Al igual que Sherlock Holmes, tienes la pista del tema que le interesa a la otra persona.

Ahora que ha iniciado una conversación estimulante, exploremos una técnica para *mantenerse caliente*.

Chapter Nineteen

The swivelling spotlight

Véndete con una técnica de venta superior

Hace varios años, una novia y yo asistimos a una fiesta saturada de una mezcolanza de gente elegante. Todas las personas con las que hablamos parecían llevar una vida ingeniosa. Después de hablar de la fiesta, le pregunté a mi amiga: "Diane, de todas las personas emocionantes de la fiesta, ¿con quién te gustó hablar más?".

Sin dudarlo, dijo: "Oh, de lejos, Dan Smith". ¿Qué hace Dan? Yo le pregunto a ella.

"Uh, bueno, no estoy segura", respondió ella. '¿Donde vive el?'

"Uh, no lo sé", respondió Diane.

Bueno, ¿qué le interesa?

Bueno, realmente no hablamos de sus intereses.

'Diane', le pregunté, '¿qué *hizo* ¿Hablas acerca de?'

Bueno, supongo que hablamos sobre todo de mí.

'Ajá', me dije a mí mismo. Diane acaba de frotarse la nariz con un gran ganador.

Resultó que tuve el placer de conocer al gran ganador Dan varios meses después. La ignorancia de Diane sobre su vida despertó mi curiosidad, así que lo interrogué para obtener más detalles. Resulta que Dan vive en París, tiene una casa en la playa en el sur de Francia y una casa en la montaña en los Alpes. Viaja por todo el mundo produciendo espectáculos de luz y sonido para pirámides y ruinas antiguas.

yes un ávido buceador y planeador delta. ¿Tiene este hombre una vida interesante o qué? Sin embargo, Dan, cuando conoció a Diane, no dijo una palabra sobre sí mismo.

Le conté a Dan lo feliz que estaba Diane de conocerlo y lo poco que aprendió sobre su vida. Dan simplemente respondió: 'Bueno, cuando conozco a alguien,

aprender mucho más si pregunto sobre *su* la vida. Siempre trato de centrar la atención en la otra persona'. Las personas verdaderamente seguras de sí mismas suelen hacer esto. Saben que crecen más escuchando que hablando. Evidentemente, también cautivan al hablante.

Hace varios meses, en una convención de oradores, estaba hablando con un colega, Brian Tracy. Brian hace un trabajo brillante al capacitar a los mejores vendedores. Les cuenta a sus estudiantes sobre un foco de luz gigante que, cuando se enfoca en su producto, no es tan interesante para el cliente potencial. Cuando los vendedores iluminan con el foco de atención *perspectiva*, eso es lo que hace la venta. Vendedores, esta técnica es especialmente importante para usted. Mantener su *Proyector giratorio* dirigido lejos de usted, solo ligeramente en su producto, y más brillantemente en su comprador. Harás un mejor trabajo vendiéndote tu producto.

Técnica 19: **El foco giratorio**

Cuando conozcas a alguien, imagina un foco de luz giratorio gigante entre ustedes. Cuando hablas, eres el centro de atención. Cuando New Person está hablando, brilla sobre él o ella. Si lo hace brillar lo suficiente, el extraño se cegará al hecho de que apenas ha dicho una palabra sobre sí mismo. Cuanto más tiempo lo mantengas alejado de ti, más interesante te encontrará.

Chapter Twenty

Parroting

Nunca te quedes atrapado por algo que decir de nuevo

Los momentos surgen, por supuesto, cuando incluso los conversadores extraordinarios chocan contra la pared. Los gruñidos monosílabicos de algunas personas dejan presiones escasas incluso para los maestros de la *Ser un detective de palabras* técnica.

Si te encuentras avivando inútilmente las brasas de una conversación moribunda (y si sientes por razones políticas o por compasión humana que la conversación debe continuar), aquí tienes un truco infalible para hacer que el fuego vuelva a arder. Yo lo llamo *Loros* después de esa hermosa ave tropical que captura el corazón de todos simplemente repitiendo las palabras de otras personas.

¿Alguna vez, jugando en la casa, ha sintonizado la televisión de fondo para un partido de tenis? Escuchas la pelota yendo y viniendo sobre la red - klink-klunk, klink-klunk, klink... esta vez no escuchas el klunk. La pelota no golpeó la cancha. ¿Qué sucedió? Inmediatamente miras el set.

Asimismo, en la conversación, la bola conversacional va y viene. Primero hablas, luego tu compañero habla, tú hablas ... y así va y viene. Cada vez, a través de una serie de asentimientos y gruñidos reconfortantes como 'um hum' o 'umm', le informa a su compañero de conversación que la pelota ha aterrizado en su cancha. Es su señal de 'lo tengo'. Ese es el ritmo de la conversación.

'¿Qué digo ahora?'

Volvamos a ese momento terriblemente familiar en el que es tu turno de hablar, pero tu mente se queda en blanco. Que no cunda el pánico. En lugar de indicar verbalmente o no verbalmente que 'lo entendiste', simplemente repite, *o/oro*, las últimas dos o tres palabras que dijo su compañero, en un tono comprensivo e interrogativo. Eso lanza la pelota conversacional de regreso a la cancha de tu compañero.

Tengo un amigo, Phil, que a veces me recoge en el aeropuerto. Por lo general, estoy tan exhausto que me quedo dormido en el asiento del pasajero, relegando a Phil a nada más que un chofer.

Después de un viaje especialmente agotador hace algunos años, arrojé mis maletas en su baúl y me dejé caer en el asiento delantero. Mientras me dormía, mencionó que había ido al teatro la noche anterior. Por lo general, solo habría gruñido y perdido el conocimiento. Sin embargo, en este viaje en particular, había aprendido *Loros* técnica y estaba ansioso por probarla. '¿Teatro?' Repetí con curiosidad.

"Sí, fue un gran espectáculo", respondió, esperando plenamente que fuera la última palabra sobre el tema antes de que cayera en mi habitual estupor somnoliento.

'¿Gran espectáculo?' Repetí como un loro. Gratamente sorprendido por mi interés, dijo: 'Sí, es un nuevo programa de Stephen Sondheim llamado *Sweeney Todd*.' '¿*Sweeney Todd*?' Volví a repetir como un loro. Ahora Phil estaba entusiasmado. "Sí, buena música y una historia increíblemente extraña ..."

'¿Extraña historia?' Repetí como un loro. Bueno, eso es todo lo que Phil necesitaba. Durante la siguiente media hora, Phil me contó la historia del programa sobre un carnicero de Londres que andaba asesinando gente. Me quedé medio dormido, pero pronto decidí que su historia de que Sweeney Todd había cortado la cabeza a la gente estaba perturbando mi ensoñación. Así que simplemente retrocedí y repetí una de sus frases anteriores para llevarlo a otra pista.

—¿Dijiste que tenía buena música?

Eso hizo el truco. Durante el resto del viaje de cuarenta y cinco minutos a mi casa, Phil me cantó 'Pretty Women', 'The Best Pies in London' y otras canciones de *Sweeney Todd* - mucho mejor acompañamiento para mi siesta. Estoy seguro de que, hasta el día de hoy, Phil piensa en ese viaje como una de las mejores conversaciones que hemos tenido. Y todo lo que hice fue repetir algunas de sus frases.

Técnica 20: **Loros**

Nunca más te quedes sin palabras. Como un loro, simplemente repita las últimas palabras que dice su interlocutor. Eso pone la pelota de regreso en su cancha, y luego todo lo que necesitas hacer es escuchar.

Vendedores, ¿por qué ir en busca de las objeciones reales de un cliente cuando es tan fácil sacarlos de los árboles con *Loros*?

Repiendo su camino hacia las ganancias

Loros también es un abrelatas para abrir los sentimientos reales de las personas. Los vendedores estrella lo usan para llegar a las objeciones emocionales de sus prospectos, que a menudo ni siquiera se expresan a sí mismos. Un amigo mío, Paul, un vendedor de autos usados, me dijo que acredita una venta reciente de un Lamborghini a *Loros*.

Paul caminaba por el estacionamiento con un cliente potencial y su esposa, quienes habían expresado interés en un 'auto sensato'. Les estaba mostrando todos los Chevy y Ford sensatos del lote. Mientras miraban un automóvil familiar muy sensato, Paul le preguntó al esposo qué pensaba de él. "Bueno", reflexionó, "no estoy seguro de que este coche sea el adecuado para mí". En lugar de pasar al siguiente coche sensato, Paul repitió como un loro "¿Adecuado para ti?" La inflexión interrogativa de Paul señaló la perspectiva de que necesitaba decir más.

"Bueno, eh, sí", murmuró el prospecto. "No estoy seguro de que se ajuste a mi personalidad".

¿Se adapta a tu personalidad? Paul repitió de nuevo.

"Sabes, tal vez necesito algo un poco más deportivo". ¿Un poco más deportivo? Paul repitió como un loro.

—Bueno, esos coches de allí se ven un poco más deportivos.

¡Ajá! El loro de Paul había descubierto qué coches mostrar al cliente. Mientras caminaban hacia un Lamborghini en el estacionamiento, Paul vio que los ojos del cliente potencial se iluminaban. Una hora más tarde, Paul se había embolsado una gran comisión.

¿Quieres descansar de la conversación para salvar tu garganta? Esta siguiente técnica hace que su compañero de conversación se ponga en marcha, por lo que todo lo que tiene que hacer es escuchar (o incluso pasar desapercibido mientras charla agradablemente).

Chapter Twenty One

Encore!

Diles sobre la vez que ...

Todo padre sonríe cuando su pequeño niño le suplica a la hora de acostarse: "Papi, papi, cuéntame otra vez la historia de los tres cerditos" (o de las princesas bailarinas, o de cómo se conocieron tú y mamá). Papá sabe que a Junior le gustó tanto la historia la primera vez que quiere escucharla una y otra vez. Junior inspira la siguiente técnica llamada; *Bis!* que tiene dos propósitos. *;Bis!* hace que un colega se sienta como un padre feliz, y es una excelente manera de darle un trasplante de corazón a una conversación agonizante.

Una vez trabajé en un barco que tenía oficiales italianos y principalmente pasajeros estadounidenses. Cada semana, los oficiales de cubierta debían asistir al cóctel del capitán. Después del discurso del capitán en un inglés encantadoramente entrecortado, los oficiales invariablemente se agruparon y lo parlotearon en italiano. No hace falta decir que la mayor parte del conocimiento de italiano de los pasajeros terminó en macarrones, espaguetis, salami y pizza.

Como director del crucero, recayó sobre mis hombros lograr que los oficiales se mezclaran con los pasajeros. Mi táctica no tan sutil fue agarrar a uno de los brazos de los oficiales y literalmente arrastrarlo hacia una multitud sonriente de pasajeros expectantes. Luego presentaría al oficial y rezaría para que el gato soltara la lengua o que un pasajero hiciera una pregunta más original que 'Caramba, si todos ustedes oficiales están aquí, ¿quién conduce el bote?' Nunca ocurrió. Temía el cóctel semanal del capitán.

Una noche, durmiendo en mi camarote, me despertó el barco que se balanceaba violentamente de un lado a otro. Escuché y los motores se apagaron. Mala señal. Agarré mi bata y corrí hacia la cubierta. A través de la densa niebla, apenas pude distinguir otro barco a menos de un kilómetro de nosotros. Cinco o seis oficiales fueron

agarrándose de la barandilla de estribor e inclinándose por la borda. Corrí justo a tiempo para ver a un hombre a la luz de la luna con un ojo vendado que luchaba por subir por la escalera que se balanceaba violentamente. Los oficiales lo llevaron inmediatamente al hospital de nuestro barco. Los motores arrancaron de nuevo y nos pusimos en camino. A la mañana siguiente recibí la historia completa. Un trabajador del otro barco, un carguero, había estado perforando un agujero en el cilindro de un motor. Mientras trabajaba, una pieza de metal afilada y fina como una aguja se disparó como un misil en su ojo derecho. El carguero no tenía médico a bordo, por lo que el barco emitió una señal de emergencia.

Las leyes marítimas internacionales dictan que cualquier barco que escuche una señal de socorro debe responder. Nuestro barco vino al rescate y el marinero, agarrándose el ojo ensangrentado, fue bajado a un bote salvavidas que lo llevó a nuestro barco. El Dr. Rossi, el médico de nuestro barco, pudo quitar la aguja del ojo del trabajador y le salvó la vista.

Corte al cóctel del próximo capitán. Una vez más, me enfrenté al desafío familiar de lograr que los oficiales se mezclaran y hablaran un poco con los pasajeros. Hice mi viaje semanal a la multitud lacónica de oficiales para arrastrar a uno o dos y, esta vez, mi mano cayó sobre el brazo del médico del barco. Lo arrastré hasta el grupo más cercano de pasajeros sonrientes y lo presenté. Luego dije: 'La semana pasada, el Dr. Rossi salvó la vista de un marinero en otro barco después de un dramático rescate a medianoche. Dr. Rossi, estoy seguro de que a esta gente le encantaría saberlo.'

Fue como una varita mágica. Para mi asombro, fue como si el Dr. Rossi fuera bendecido instantáneamente con la lengua de los ángeles. Su inglés roto, previamente monosilábico, se convirtió en una elocuencia densamente acentuada. Contó la historia completa para el creciente grupo de pasajeros que se reunían a su alrededor. Dejé la multitud que el Dr. Rossi extasió para llevar a otro oficial a una audiencia que esperaba.

Agarré el brazo cubierto de rayas del capitán, lo arrastré hacia otro grupo de pasajeros sonrientes y le dije: 'Capitán Cafiero, ¿por qué no le cuenta a esta gente sobre el dramático rescate de medianoche que hizo la semana pasada?' El gato soltó la lengua de Cafiero y él se puso en marcha.

Vuelve a la multitud para conseguir al primer oficial del siguiente grupo. A estas alturas sabía que tenía un ganador. —Signor Salvago, ¿por qué no le cuenta a esta gente cómo despertó al capitán a medianoche la semana pasada para el dramático rescate de medianoche?

Para entonces había llegado el momento de volver para sacar al médico del barco del primer grupo y llevarlo a su siguiente grupo de pasajeros. Funcionó aún mejor la segunda vez. Felizmente comenzó su *Bis!* para la segunda audiencia. Mientras charlaba, corrí hacia el capitán para alejarlo por un segundo y contarle con otra multitud. Me sentí como el malabarista de circo que mantiene todos los platos girando sobre palos. Justo cuando tenía una conversación girando, tuve que correr de regreso al primer orador para darle un giro a otra audiencia. Los cócteles del capitán fueron muy fáciles para mí durante el resto de la temporada. A los tres oficiales les encantaba contar la misma historia de su heroísmo a gente nueva en cada crucero. El único problema fue que noté que las historias se volvían cada vez más largas y elaboradas. Tuve que ajustar mi tiempo para que hicieran una actuación repetida para la próxima audiencia.

Tócala de nuevo, Sam

Bis! Es la palabra que el público agradecido canta cuando quiere otra canción del cantante, otro baile del bailarín, otro poema del poeta y, en mi caso, otra narración de los oficiales. *Bis!* es el nombre de la técnica que puede utilizar para solicitar una historia repetida de un prospecto, empleador potencial o conocido valioso. Mientras ustedes dos conversan con un grupo de personas, simplemente gírense hacia él y díganle: 'John, apuesto a que a todos les encantaría saber sobre la vez que pescaste esa lobina rayada de treinta libras'. O, 'Susan, cuéntales a todos la historia que me acabas de contar sobre cómo rescataste al gatito del árbol'. Él o ella, por supuesto, objetará. ¡Insistir! A su compañero de conversación le encanta en secreto. El subtexto de su solicitud es 'Esa historia suya fue tan estupenda, quiero que mis otros amigos la escuchen'. Después de todo, solo se les pide a los que complacen a la multitud que hagan un *Bis!*

Técnica 21:

¡Bis!

El sonido más dulce que un artista puede escuchar brotando de los aplausos es '¡Encore! ¡Bis! ¡Escuchémoslo de nuevo! El sonido más dulce que su interlocutor puede escuchar en sus labios cuando habla con un grupo de personas es "Cuénteles sobre la vez que ..."

Siempre que esté en una reunión o fiesta con alguien importante para usted, piense en algunas historias que le contó. Elija uno apropiado de su repertorio que la multitud disfrutará. Luego ilumine el centro de atención solicitando una actuación repetida.

Una advertencia: asegúrese de que la historia que solicita sea una en la que el cajero brille. Nadie quiere volver a contar la vez que perdieron la venta, rompieron el auto o rompieron el bar y pasaron la noche en la cárcel. Asegúrese de que su pedido; *Bis!* Es una historia positiva en la que salen el Gran Ganador, no el bufón.

La siguiente técnica trata de compartir algunas historias positivas de *tu* la vida.

Chapter Twenty Two

Ac-cen-tu-ate the pos-i-tive

¿Pequeños y entrañables errores?

A menudo, las personas piensan que cuando conocen a alguien que les agrada, deben compartir un secreto, revelar una intimidad o hacer una especie de confesión para demostrar que también son humanos. Expresar su batalla juvenil con mojar la cama, rechinar los dientes o chuparse el dedo, o su lucha actual contra la gota o el bocio, supuestamente lo hace querer por las masas.

Bueno, a veces lo hace. Un estudio mostró que si alguien está por encima de ti en estatura, revelar una debilidad lo acerca a ti.¹² Los agujeros en la suela de los zapatos del candidato presidencial Adlai Stevenson encantaron a una nación, al igual que la sorprendente admisión de George Bush de que no podía soportar el brócoli.

Si tiene una base segura, diga una superestrella que quiere hacerse amiga de un fan, continúe y cuéntele a sus devotos sobre el tiempo que estuvo sin trabajo y sin un centavo. Pero si eres *no* una superestrella, mejor vaya a lo seguro y mantenga los esqueletos en el armario hasta más tarde. La gente no te conoce lo suficiente como para poner tu debilidad en contexto.

Más adelante en una relación, decirle a tu nuevo amigo que has estado casado tres veces, te pillaron robando en una tienda cuando eras adolescente y te rechazaron para un gran trabajo puede que no sea gran cosa. Y ese puede ser el alcance de lo que podría interpretarse como marcas negras en una vida impecable de relaciones sólidas, sin delitos menores y un historial profesional impresionante. Pero muy temprano en una relación, la reacción instintiva es '¿Qué más viene? Si comparte eso conmigo tan rápido, ¿qué más está escondiendo? ¿Un armario lleno de ex cónyuges, antecedentes penales, paredes empapeladas con cartas de rechazo? Tu

El nuevo conocido no tiene forma de saber que tu confesión fue un acto generoso, una revelación bien intencionada de tu parte.

Técnica 22: **Acentuar lo positivo**

Cuando conozca a alguien por primera vez, cierre la puerta de su armario y guarde sus esqueletos para más tarde. Tú y tu nuevo buen amigo pueden invitar a los esqueletos a salir, reírse mucho y bailar sobre sus huesos más adelante en la relación. Pero ahora es el momento, como dice la vieja canción, de 'ac-centrar lo positivo y eliminar lo negativo'.

Hasta ahora, en esta sección, ha encontrado métodos asertivos para conocer gente y dominar las conversaciones triviales. El siguiente es un movimiento asertivo y defensivo para ayudarlo a evitar esa sonrisa pastosa que tendemos a lucir cuando no tenemos idea de lo que la gente está hablando.

Chapter Twenty Three

The latest news ... don't leave home without it

Tu apoyo más importante

Ha escuchado a la gente quejarse: 'No puedo ir a la fiesta, no tengo nada que ponerme'. ¿Cuándo fue la última vez que escuchaste: 'No puedo ir a la fiesta, no tengo nada que decir'?

Cuando vaya a una reunión con grandes posibilidades de establecer contactos, naturalmente planificará su atuendo y se asegurará de que sus zapatos combinen. Y, por supuesto, debes tener la corbata adecuada o el lápiz labial del color correcto. Se hincha el cabello, empaca sus tarjetas de presentación y se va.

¡Guau! Espera un minuto. ¿No olvidaste lo más importante? ¿Qué pasa con la conversación adecuada para mejorar su imagen? ¿De verdad vas a decir *cualquier cosa* que me viene a la mente, o *no lo hace* en este momento? No te pondrías el primer atuendo que tu mano toquetea en el armario oscuro, por lo que no debes dejar tu conversación al primer pensamiento que te viene a la mente cuando te enfrentas a un grupo de rostros expectantes y sonrientes. Por supuesto, seguirá sus instintos en la conversación. Pero al menos prepárate en caso de que la inspiración no te llegue.

La mejor manera de asegurarse de que está conversando en el ritmo de las cosas es escuchar un noticiero justo antes de irse. Lo que está sucediendo en este momento en el mundo (todos los incendios, inundaciones, desastres aéreos, gobiernos derrocados y caídas del mercado de valores) se convierte en un gran tema de conversación, sin importar la multitud en la que esté circulando.

Con cierta vergüenza debo atribuir la siguiente técnica a una mujer de negocios en la profesión más antigua del mundo. Para un artículo de revista que estaba escribiendo, entrevisté a uno de los operadores más expertos en su campo, Sidney Biddle Barrows, la famosa Mayflower Madam.

Sydney me dijo que tenía una regla de la casa cuando estaba en el negocio. A todas sus 'contratistas independientes' se les indicó que se mantuvieran al día con las noticias diarias para que pudieran ser buenas conversadoras con sus clientes. Este no fue solo un capricho de Sidney. Los comentarios de sus empleados habían revelado que el 60 por ciento de las horas de trabajo de sus niñas se dedicaban a charlar y solo el 40 por ciento a satisfacer las necesidades de los clientes. Por lo tanto, les indicó que leyeron el periódico diario o que escucharan una transmisión de radio antes de ir a una cita. Sidney me dijo que cuando inició esta regla, su negocio aumentó significativamente. Recibieron informes de sus clientes felicitándola por las fascinantes mujeres que tenía trabajando para ella. La consumada mujer de negocios, la Sra. Barrows, siempre se esforzó por superar las expectativas de sus clientes.

Técnica 23:

Las últimas noticias ... no salgas de casa sin ellas

El último movimiento que debe hacer antes de irse a la fiesta, incluso después de haberse dado la aprobación final en el espejo, es encender las noticias de la radio o escanear su periódico. Todo lo que pasó *hoy* es un buen material. Conocer las noticias más importantes del momento también es un movimiento defensivo que te rescata de ponerte un pie en la boca al preguntar de qué están hablando todos. El pie en la boca no es muy sabroso en público, especialmente cuando está rodeado de huevo en la cara.

¿Listo para las grandes ligas de la conversación? Vamos ...

Part Three

How to talk like the big boys 'n' girls

Welcome to the human jungle

Cuando dos tigres que merodean por la jungla se encuentran en un claro, se miran. Se congelan. Instintivamente, calculan: 'Si nuestra mirada llegara a silbar, a rascar, a arañar, ¿quién ganaría? ¿Quién de nosotros tiene las habilidades de supervivencia más fuertes?

Los tigres en el desierto difieren poco de los animales erguidos urbanos que habitan la jungla corporativa (o la jungla de solteros o la jungla social). Los seres humanos comienzan el proceso mirándose y hablando. En el mundo de los negocios, mientras sonríe y dice "¿Cómo está?" 'Hola', 'Hola' o 'Hola', son, como tigres, instintivamente, instantáneamente, evaluándose entre sí. No calculan la longitud de las garras del otro ni el filo de sus dientes. Se están juzgando entre sí por un arma mucho más poderosa para sobrevivir, tal como la han definido. Los humanos se juzgan unos a otros *habilidades de comunicación*. Aunque es posible que no conozcan los nombres de los estudios específicos que lo prueban primero, sienten la verdad: *El 85 por ciento del éxito de una persona en la vida se debe directamente a las habilidades de comunicación.*¹³

Es posible que no estén familiarizados con la reciente encuesta de la Oficina del Censo de EE. UU. Que muestra que los empleadores eligen candidatos con buenas habilidades de comunicación y actitud por encima de la educación, la experiencia y la capacitación.¹⁴ Pero saben que las habilidades de comunicación llevan a las personas a la cima. Así, al observarnos unos a otros

cuidadosamente durante una conversación informal, se vuelve casi inmediatamente evidente para ambos cuál es el gato más grande en la jungla humana.

La gente no tarda mucho en reconocer quién es una persona "importante". Un cliché, un comentario insensible, una reacción de ansiedad excesiva, y puede ser degradado personal o profesionalmente. Puede perder una amistad o un contacto comercial potencialmente importante. Un movimiento estúpido y puede caerse de la escalera corporativa o social.

Las técnicas de esta sección le ayudarán a asegurarse de realizar todos los movimientos correctos para que esto no suceda. Las siguientes habilidades de comunicación le brindan una ventaja para comenzar su ascenso a la cima de cualquier escalera que elija.

Chapter Twenty Four

What do you do – NOT!

'¿Y que haces? ¿Mmm?'

Para evaluarse unos a otros, la primera pregunta que se hacen los pequeños gatos con las patas planas es: '¿Y qué *usted* ¿hacer?' Luego se agacharon allí, agitando sus bigotes y moviendo sus narices, con una obvia mirada de 'Voy a pronunciar un juicio silencioso sobre ti después de que respondas'. Grandes felinos *Nunca* pregúntese directamente: "¿Qué haces?" (Oh, lo descubren, está bien, de una manera mucho más sutil). Al no hacer la pregunta, los Niños y Niñas Grandes se muestran más fundados, incluso espirituales. "Después de todo", dice su silencio, "un hombre o una mujer es mucho más que su trabajo". Resistir la pregunta tentadora también muestra su sensibilidad. Con tanta reducción, reducción de tamaño y zozobra de corporaciones en estos días, el interrogatorio directo evoca inquietud. La cuestión del trabajo no solo es desagradable para quienes están 'entre compromisos'. Tengo varios amigos con un empleo remunerado que odian que les pregunten: "¿Y tú qué haces?". (Una de estas personas corta cadáveres para autopsias, la otra es un agente de recaudación de impuestos).

Además, hay millones de mujeres talentosas y consumadas que han optado por dedicarse a la maternidad. Cuando se les plantea la cruel cuestión empresarial, se sienten culpables. El grosero interrogatorio menosprecia su compromiso con sus familias. No importa cómo respondan las mujeres, temen que la persona que pregunta solo va a escuchar un humilde 'Solo soy un ama de casa'.

Hay otra razón por la que los niños y niñas grandes evitan preguntar: "¿Qué haces?". Su abstinencia de la pregunta lleva a los oyentes a creer que tienen el hábito de volar con una multitud de altos vuelos. Recientemente asistí a una fiesta elegante en Easy Street. (Sospecho que me invitaron como su

persona simbólica de la clase trabajadora). Me di cuenta de que nadie le preguntaba a nadie qué hacían, porque estas marejadas no *hacer* cualquier cosa. Oh, algunos pueden tener un teletipo en la mesita de la cama de su mansión para rastrear las inversiones. Pero definitivamente no lo hicieron *trabaja* para ganarse la vida.

El beneficio final de no preguntar, '¿Qué haces?' ¿Pone a la gente con la guardia baja? Les convence de que está disfrutando de su compañía por quienes son, no por ninguna razón grosera para establecer contactos.

Técnica 24:

¿Qué haces? ¡NO!

Una señal segura de que eres alguien es la notoria ausencia de la pregunta: "¿Qué haces?". (Usted determina esto, por supuesto, pero no con esas cuatro malas palabras que lo etiquetan como (1) un despiadado networker, (2) un escalador social, (3) un buscador de oro cazador de esposos o esposas, o (4) alguien que nunca ha paseado por Easy Street).

La forma correcta de averiguarlo

Entonces, ¿cómo averiguas lo que alguien hace para ganarse la vida? (Pensé que nunca lo preguntarías). Simplemente practica las siguientes ocho palabras. Todos juntos ahora: '¿Cómo ... ustedes ... pasan ... la mayor parte ... de ... su ... tiempo?'

"¿Cómo pasas la mayor parte de tu tiempo?" es la forma amable de dejar libre a un cortador de cadáveres, un recaudador de impuestos o un empleado volcado. Es la forma de reforzar la elección de una madre lograda. Es la forma de asegurarle a un alma espiritual que ve su belleza interior. Es una forma de sugerirle a un swell que también reside en Easy Street.

Ahora, suponga que acaba de conocer a alguien que *lo hace* ¿Le gustaría hablar sobre su trabajo? Preguntar: "¿Cómo pasas la mayor parte de tu tiempo?" también abre la puerta para que los adictos al trabajo digan: 'Oh, caramba', se burlan, se quejan, 'Me paso todo el tiempo trabajando'. Eso, por supuesto, es su invitación a interrogarlos para obtener más detalles. (Entonces hablarán sin parar.) Sin embargo, la nueva redacción de su pregunta les da a aquellos que están en algún lugar entre "en el ocio" y "adictos al trabajo" la opción de contarle sobre su trabajo o no.

Finalmente, preguntando '*¿Cómo pasas la mayor parte de tu tiempo?*' en lugar de '*¿Y a qué te dedicas?*' da *usted* tus rayas de Big Cat de inmediato.

Chapter Twenty Five

The nutshell resume

Envío social de su currículum oral

Ahora, habiendo dicho eso, el 99 por ciento de las personas con las que te encuentres te preguntarán, por supuesto, '¿Y qué haces tú?' Grandes ganadores, al darse cuenta de que alguien lo hará *siempre* pregunta, están completamente preparados para el interrogatorio.

Muchas personas tienen un currículum vitae escrito para buscar trabajo. Lo escriben y luego caminan penosamente hasta la impresora para obtener una bonita pila ordenada para enviar a todos los posibles empleadores. El currículum enumera sus puestos anteriores, fechas de empleo y educación. Luego, en la parte inferior, bien podrían haber escrito: 'Bueno, ese soy yo. Tómelo o déjelo.' Y por lo general se quedan. ¿Por qué? Debido a que los posibles empleadores no encuentran suficientes puntos específicos en el currículum que se relacionen *directamente* a lo que busca su empresa.

Los niños y niñas de las Grandes Ligas, sin embargo, tienen partes y bytes de toda su experiencia laboral escondidos en sus computadoras. Al solicitar un trabajo, seleccionan solo los datos adecuados y los imprimen para que parezca que acaba de salir de la impresora.

Mi amigo Roberto se quedó sin trabajo el año pasado. Solicitó dos puestos. Uno era para el gerente de ventas de una empresa de helados. El otro era jefe de planificación estratégica de una cadena de comida rápida. Hizo una investigación exhaustiva y descubrió que la empresa de helados tenía grandes dificultades de ventas y que la cadena alimentaria tenía aspiraciones internacionales de largo alcance. ¿Les envió el mismo currículum a todos? Absolutamente no. Su currículum nunca se desvió ni un ápice de la verdad de sus antecedentes. Sin embargo, para la empresa de helados, destacó su experiencia en dar un giro a una pequeña empresa al duplicar sus ventas en tres años. Para la cadena alimentaria, destacó su experiencia trabajando en Europa y su conocimiento de los mercados exteriores.

Ambas firmas le ofrecieron el trabajo a Roberto. Ahora podía enfrentarlos entre sí. Fue a cada uno y les explicó que le gustaría trabajar para ellos, pero que otra empresa les ofrecía un salario más alto o más beneficios. Las dos firmas comenzaron a competir entre sí por Roberto. Finalmente eligió la cadena alimentaria por casi el doble del salario que le ofrecieron originalmente.

Para aprovechar al máximo cada encuentro, personalice su currículum verbal con tanto cuidado como lo haría con su currículum vitae escrito. En lugar de tener una respuesta al omnipresente "¿Qué haces?" prepare una docena de variaciones, dependiendo de quién pregunte. Para una red óptima, cada vez que alguien pregunte sobre su trabajo, proporcione un resumen oral calculado en pocas palabras. Antes de enviar su respuesta, considere qué posible interés podría tener el autor de la pregunta en usted y su trabajo.

'Así es como mi vida puede beneficiar la tuya'

Los mejores vendedores hablan extensamente de la 'declaración de beneficios'. Saben que, al hablar con un cliente potencial, deben iniciar su conversación con una declaración de beneficios. Cuando mi colega Brian hace llamadas en frío, en lugar de decir 'Hola, mi nombre es Brian Tracy. Soy un capacitador de ventas ', dice, ' Hola, mi nombre es Brian Tracy del Instituto de Desarrollo Ejecutivo. ¿Le interesaría un método probado que pueda aumentar sus ventas del 20 al 30 por ciento durante los próximos doce meses? Esa es su declaración de beneficios. Destaca los beneficios específicos de lo que tiene para ofrecer a su cliente potencial.

Descubrí que mi peluquera Gloria ofrece una excelente declaración de beneficios a todos los que conoce. Probablemente por eso tiene tantos clientes. De hecho, así es como consiguió *me* como cliente. Cuando conocí a Gloria en una convención, me dijo que era peluquera y se especializaba en peinados flexibles para la empresaria. Casualmente mencionó que tiene muchas clientas que eligen un peinado conservador para el trabajo que pueden convertir instantáneamente a un estilo femenino para situaciones sociales. 'Oye, ese soy yo', me dije a mí mismo, acariciando mi pequeña y fibrosa coleta. Le pedí su tarjeta y Gloria se convirtió en mi peluquera.

Luego, varios meses después, vi a Gloria en otro evento. La escuché charlando con una elegante mujer de cabello gris en la mesa del buffet.

Gloria estaba diciendo '... y nos especializamos en una maravillosa variedad de enjuagues azules'. ¡Eso sí que era una novedad para mí! No recuerdo haber visto una sola cabeza gris en su salón.

Cuando me iba de la fiesta, Gloria estaba en el césped hablando animadamente con las hijas adolescentes del anfitrión. 'Oh, sí', estaba diciendo, 'como si nos especializáramos en estos estilos realmente geniales y de última hora'. ¡Bien por ti, Gloria!

Al igual que Gloria la peluquera, dale un vistazo a tu respuesta antes de responder al inevitable '¿Qué haces?' Cuando alguien pregunte, nunca dé una respuesta de una sola palabra. Eso es para formularios. Si tiene en mente la creación de redes de negocios, pregúntese: '*¿Cómo podría mi experiencia profesional beneficiar la vida de esta persona?* Por ejemplo, aquí hay algunas descripciones que varias personas podrían incluir en su declaración de impuestos:

agente inmobiliario
planeador financiero
instructor de artes
marciales cirujano estético
peluquero

Cualquier practicante de las profesiones mencionadas debería reflexionar sobre el beneficio que su trabajo tiene para la humanidad. (Cada trabajo tiene algún beneficio o no le pagarían por hacerlo). El consejo para las personas anteriores es:

No diga "agente inmobiliario". Diga 'Ayudo a las personas que se mudan a nuestra área a encontrar la casa adecuada'.

No diga "planificador financiero". Diga 'Ayudo a las personas a planificar su futuro financiero'.

No digas "instructor de artes marciales". Diga 'Yo ayudo a la gente a defenderse enseñándoles artes marciales'.

No diga "cirujano estético". Diga 'Reconstruyo los rostros de las personas después de desfigurar accidentes'. (O, si está hablando con una mujer 'de cierta edad', como dicen los franceses con tanta gracia, dígale: 'Ayudo a las personas a verse tan jóvenes como se sienten a través de la cirugía estética').

No digas "peluquero". Diga "Ayudo a una mujer a encontrar el peinado adecuado para su rostro en particular". (¡Ve, Gloria!)

Poner la declaración de beneficios en su *Curriculum vitae cáscara de nuez* le da vida a su trabajo y lo hace memorable. Incluso si su nuevo conocido no puede usar sus servicios, la próxima vez que conozca a alguien que se mude al área, que quiera planificar su futuro financiero, que piense en defensa propia, que considere una cirugía estética o que necesite un nuevo peinado, ¿mente? No las personas poco imaginativas que dieron la descripción de sus trabajos en la declaración de impuestos, sino los Grandes Ganadores que pintaron un cuadro de ayudar a las personas con necesidades.

Un currículum resumido para tu vida privada

La *Curriculum vitae cáscara de nuez* también funciona en situaciones no comerciales. Dado que los nuevos conocidos siempre te preguntarán sobre ti, prepara algunas respuestas geniales interesantes. Cuando conozca a un posible amigo o ser querido, haga que su vida suene como si fuera una persona divertida de conocer.

Cuando era niña, escribí novelas en mi mente sobre mi vida. "Leil, entrecerrando los ojos contra el aguacero torrencial, se acercó valientemente por la ventana hacia la tormenta helada para cerrar las contraventanas y mantener a la familia a salvo del huracán que se acercaba". Gran problema: mamá me pidió que cerrara las ventanas cuando empezara a llover. Aún así, al marchar hacia la ventana abierta, me imaginé a mí mismo como el valiente salvador de la familia.

No necesitas ser tan melodramático en tu imagen de ti mismo, pero al menos dale un toque a tu vida para que suene interesante y dedicado.

Técnica 25:

El resumen de la cáscara de nuez

Así como los altos directivos que buscan trabajo sacan un currículum escrito diferente de sus impresoras para cada puesto que están solicitando, deje que una historia real diferente sobre su vida profesional salga de su boca para cada oyente. Antes de responder a "¿Qué haces?" pregúntese: '¿Qué posible interés podría tener esta persona en mi respuesta? ¿Podría recomendarme negocios? ¿Comprarme? ¿Contratarme? ¿Casarme con mi hermana? ¿Convertirse en mi amigo?

Dondequier que vaya, empaque un resumen de su propia vida para trabajar en su bolsa de trucos de comunicación.

Chapter Twenty Six

Your personal thesaurus

Camino fácil a la élite verbal

¿Alguna vez escuchaste a alguien intentar decir una palabra que era demasiado grande para su lengua? Por la sonrisa en el rostro del orador y el brillo en sus ojos cuando la palabra salió cojeando de sus labios, sabías que estaba realmente orgulloso de ella. (Para empeorar las cosas, probablemente usó la palabra de manera incorrecta, inapropiada y tal vez incluso la pronunció mal. ¡Ay!)

El mundo percibe que las personas con un vocabulario rico son más creativas, más inteligentes. Las personas con vocabularios más amplios son contratadas más rápido, promovidas más rápido y escuchan mucho más. Por eso, los grandes ganadores usan palabras ricas y completas, pero nunca suenan inapropiadas. Las frases se deslizan graciosamente de sus lenguas para enriquecer su conversación. Las palabras *encajar*. Con el cuidado de elegir su corbata o su blusa, los Grandes Jugadores de la vida eligen palabras que combinen con sus personalidades y sus puntos.

¡La sorprendente buena noticia es que la diferencia entre un vocabulario respetado y uno mundano es de solo cincuenta palabras! No necesitas mucho para parecer un gran ganador. Unas pocas docenas de palabras maravillosas darán a todos la impresión de que tienes una mente original y creativa. Adquirir este super vocabulario es fácil. No es necesario que estudie minuciosamente los libros de vocabulario o escuche cintas de pontificadores pomposos con acentos británicos imposibles. No es necesario que aprenda palabras de dos dólares que su abuela, si escuchara, se lavaría de la boca con jabón. Todo lo que necesita hacer es pensar en algunas palabras cansadas y con exceso de trabajo que usa todos los días, palabras como *inteligente, agradable, bonita, o bien*. Luego tome un diccionario de sinónimos o un libro de sinónimos del estante. Busque esa palabra común incluso *usted* están

Aburrido de escucharte pronunciar todos los días. Examine su larga lista de alternativas.

Por ejemplo, si recurre a la palabra *inteligente*, encontrarás docenas de sinónimos. Hay palabras coloridas y ricas como *ingenioso, ingenioso, hábil, sagaz*, y muchos más. Repase la lista y diga cada uno en voz alta. ¿Cuáles encajan con tu personalidad? ¿Cuáles parecen adecuados para *usted*? Pruébate cada uno como un traje de ropa para ver cuál se siente cómodo. Elija algunos favoritos y practique diciéndolos en voz alta hasta que se conviertan en un elemento básico natural de su vocabulario. La próxima vez que quieras felicitar a alguien por ser inteligente, di, ronronearás.

'Oh, eso fue tan *inteligente* de ti.' Mi como *ingenioso*.' 'Eso fue *ingenioso*.' O tal vez,' ¿Cómo *astuto* de ti.'

Y ahora, solo para hombres

Señores, las mujeres pasamos mucho tiempo frente al espejo (como si no lo supieran). Cuando estaba en la universidad, solía llevarme quince minutos completos arreglarme para una cita. Cada año desde entonces, he tenido que agregar algunos minutos. Ahora llevo hasta una hora y media vistiéndome para salir por la noche.

Caballeros, cuando su esposa baja las escaleras toda arreglada para salir por la noche, o cuando recogen a una dama para cenar, ¿qué dicen? Si no hace ningún comentario, excepto: "Bueno, ¿estás listo para partir?" ¿Cómo crees que eso hace sentir a la dama?

Tengo un amigo, Gary, un simpático caballero que de vez en cuando me lleva a cenar. Lo conocí hace unos doce años, y nunca olvidaré la primera vez que llegó a la puerta de mi casa para nuestra cita. Él dijo: 'Leil, te ves genial'. ¡Adoré su reacción!

Vi a Gary aproximadamente un mes después. En mi puerta de nuevo, 'Leil, te ves genial'. Las mismas palabras precisas que la primera vez, pero aún así las aprecio. Ha sido *doce largos años* ahora que este señor y yo hemos sido amigos. Lo veo una vez cada dos meses, y cada maldita vez es el

el mismo comentario de siempre, 'Leil, te ves genial'. (Creo que apareceré una noche con un camisón de franela y una compresa de barro en la cara. Juro que Gary dirá: 'Leil, te ves genial').

Durante mis seminarios, para ayudar a los hombres a evitar el error de Gary, les pido a todos los hombres que piensen en un sinónimo de *bonito*, o *estupendo*. Luego menciono a una mujer y varios hombres. Les pido a cada uno que finja que es su marido. Ella acaba de bajar las escaleras lista para salir a cenar. Les pido a cada uno que tome su mano y entregue su cumplido.

'Darla', dice uno, 'miras *elegante*.' ¡Ooh! Todas las mujeres de la habitación suspiran. 'Darla', dice otro, tomándole la mano, 'miras *impresionante*.' ¡Ooh! Todas las mujeres de la habitación se desmayan.

'Darla', dice el tercero, poniendo su mano entre las suyas, 'te ves *encantador*.'

'¡Ooooh!' A estas alturas, todas las mujeres de la habitación se han quedado flácidas. ¡Presten atención hombres! Las palabras funcionan con nosotras, las mujeres.

Más sugerencias unisex

Suponga que ha estado en una fiesta y fue maravilloso. No le digas a los anfitriones que fue *maravilloso*. Todos dicen eso. Diles que fue una *espléndida* fiesta, una *magnífico* fiesta, un *extraordinario* fiesta. Abraza a los anfitriones y diles que tuviste un *magnífico* tiempo, un *Notable* tiempo, un *glorioso* hora. Las primeras veces que dices una palabra como *glorioso*, puede que no salga cómodamente de su lengua. Sin embargo, no tienes problemas con la palabra *maravilloso*. Mmm, *glorioso* no tiene más sílabas que *maravilloso*. Tampoco tiene sonidos más difíciles de pronunciar. El vocabulario es una cuestión de familiaridad. Use sus nuevas palabras favoritas unas cuantas veces y, al igual que para ponerse un nuevo par de zapatos, se sentirá muy cómodo usando sus gloriosas nuevas palabras.

Técnica 26:

Tu diccionario de sinónimos personal

Busque algunas palabras comunes que usa todos los días en el diccionario de sinónimos. Luego, como si te pusieras los pies en un nuevo par de zapatos, desliza tu lengua en algunas palabras nuevas para ver cómo te quedan. Si te gustan, comienza a hacer reemplazos permanentes.

Recuerde, solo cincuenta palabras marcan la diferencia entre un vocabulario rico y creativo y uno promedio, intermedio. Sustituya una palabra al día durante dos meses y estará en la élite verbal.

Chapter Twenty Seven

Kill the quick 'me, too!'

Déjalos *descubrir* tu similitud

Los tigres merodean con tigres, los leones merodean con leones y los gatos callejeros se apresuran con otros gatos callejeros. La similitud genera atracción. Pero en la jungla humana, los grandes felinos conocen un secreto. Cuando usted *demora* revelar su similitud, o dejar que la descubran, tiene mucho más impacto.

Cada vez que alguien menciona un interés o una experiencia en común, en lugar de saltar con un '¡Oye, yo también! Yo también hago eso 'o' Sé todo sobre eso ', deje que su interlocutor disfrute hablando de ello. Déjala que continúe con el club de campo antes de decirle que también eres miembro. Deje que siga analizando el swing de golf de Arnold Palmer antes de comenzar a comparar casualmente los golpes de los grandes del golf Greg, Jack, Tiger y Arnie. Deja que te diga cuántos juegos de tenis ha ganado antes de que menciones tu *USTA* clasificación.

Hace varios años, le decía a un nuevo conocido lo mucho que me encanta esquiar. Escuchó con interés mientras me entregaba a un diario de viaje detallado de los lugares en los que había esquiado. Me entusiasmaron los diversos complejos turísticos. Analicé las diversas condiciones. Hablé de la nieve artificial frente a la natural. No fue hasta casi el final de mi monólogo que finalmente tuve el sentido común de preguntarle a mi nuevo conocido si esquiaba. Él respondió: "Sí, tengo un pequeño apartamento en Aspen".

¡Fresco! Si hubiera intervenido y me hubiera contado sobre su almohadilla de esquí justo después de que le dije por primera vez lo mucho que me gustaba esquiar, me habría impresionado. Levemente. Sin embargo, esperando hasta el *final* de nuestra conversación, y luego revelar que era un esquiador tan ávido que tenía una almohadilla de esquí de Aspen, la hizo inolvidable.

Aquí está la técnica que llamo *'Mata al rápido 'yo también!'* Siempre que las personas mencionen una actividad o un interés que comparta, permítales disfrutar hablando de su pasión. Entonces, cuando sea el momento adecuado, *por casualidad* mencionar que comparte su interés.

¡Oh, debo haberte aburrido!

Esperé semanas para tener la oportunidad de probarlo. Finalmente el momento se presentó en una convención. Un nuevo contacto comenzó a contarme sobre su reciente viaje a Washington, DC (no tenía idea de que Washington era el lugar donde crecí). Me contó todo sobre el Capitolio, el monumento a Washington, el Kennedy Center y cómo ella y su esposo andaba en bicicleta en Rock Creek Park. (Momentáneamente olvidé que estaba manteniendo la boca cerrada para practicar mi nueva técnica. Realmente disfrutaba escuchar acerca de estos lugares familiares desde la perspectiva de un visitante).

Le pregunté dónde se quedó, dónde cenó y si tenía la oportunidad de entrar en alguno de los hermosos suburbios de Maryland o Virginia. En un momento dado, obviamente complacida por mi interés en su viaje, dijo: "Parece que sabe mucho sobre Washington".

'Sí', respondí. "Es mi ciudad natal, pero hace años que no vuelvo".

'¡Tu ciudad natal!' ella chilló. Dios mío, ¿por qué no me lo dijiste? Debo haberte aburrido.

'Oh, en absoluto', respondí con sinceridad. `` Disfruté tanto escuchar sobre su viaje que temía que se detuviera si se lo contaba ". Su gran sonrisa y un 'Oh Dios mío' apenas audible me hicieron saber que había ganado un nuevo amigo.

Cuando alguien comienza a contarte sobre una actividad que ha realizado, un viaje que ha hecho, un club al que pertenece, un interés que tiene, cualquier cosa que compartas - muerdete la lengua. Deje que el narrador disfrute de su propio monólogo. Relájese y disfrútelo también, sabiendo en secreto cuánto placer tendrá su interlocutor cuando le revele que comparte la misma experiencia. Luego, cuando sea el momento oportuno, revele casualmente su similitud. Y asegúrese de mencionar cuánto disfrutó al escuchar acerca de sus intereses compartidos.

Técnica 27:

¡Mata al rápido 'yo también'!

Siempre que tenga algo en común con alguien, cuanto más espere para revelarlo, más conmovido (e impresionado) estará. Emerges como un gran felino confiado, no un pequeño callejero solitario, hambriento de una conexión rápida con un extraño.

PD: no esperes *también* mucho para revelar su interés compartido o parecerá que está siendo engañoso.

Chapter Twenty Eight

Comm-YOU-nication

Sea usted el primero en hacerlo

'¡SEXO! Ahora que tengo su atención ... 'Los cómics de dos bits han estado usando esa broma desde los días en que dos bits compraban una comida cuadrada. Sin embargo, los grandes ganadores saben que hay una palabra de tres letras más potente que *SEXO* para llamar la atención de la gente. Esa palabra es *USTED*.

Por que es *USTED* una palabra tan poderosa? Porque cuando éramos bebés, pensábamos que éramos el centro del universo. Nada importaba más que YO, MI MISMO y yo. El resto de las formas sombrías que se agitaban a nuestro alrededor (que más tarde supimos que eran otras personas) existían únicamente por lo que podían hacer por nosotros. Pequeños imbéciles egocéntricos que éramos, nuestros pequeños cerebros traducían cada acción, cada palabra, en '¿Cómo me afecta eso?'

Los grandes ganadores saben que no hemos cambiado nada. Los adultos camuflan su egocentrismo bajo una máscara de civilización y cortesía. Sin embargo, el cerebro humano todavía traduce todo de manera inmediata, instintiva e infalible en términos de '¿Cómo me afecta eso?'

Por ejemplo, caballeros, supongan que quieren preguntarle a una colega, Jill, si le gustaría acompañarlos a cenar. Entonces le dices: 'Hay un nuevo restaurante indio realmente bueno en la ciudad. ¿Me acompañarás a cenar esta noche? Antes de responder, Jill piensa para sí misma: '¿Por "bueno" se refiere a la comida, al ambiente o a ambos?' Su ensueño continúa: 'Cocina india, no estoy segura. Él dice que es bueno. Sin embargo, I ¿gusta?' Mientras piensa, Jill duda. Probablemente se tome su vacilación como algo personal y la alegría del intercambio disminuirá.

Supongamos, en cambio, que le hubieras dicho: 'Jill, realmente te encantará este nuevo restaurante indio. ¿Quieres venir a cenar conmigo esta noche? Fraseo

De esa manera, ya has respondido subliminalmente a las preguntas de Jill y ella es más propensa a darte un sí rápido.

El principio de placer-dolor es una fuerza rectora en la vida. Los psicólogos nos dicen que todos gravitan automáticamente hacia lo que es placentero y se alejan de lo que es doloroso. Para mucha gente, *pensando* es doloroso. Entonces, los Grandes Ganadores (cuando desean controlar, inspirar, ser amados, vender a la gente o hacer que vayan a cenar) piensan por ellos. Traducen todo a los términos de la otra persona comenzando tantas oraciones como puedan con esa poderosa palabra de tres letras, *USTED*. Por eso, llamo a la técnica *Comunicación-USTED*.

Comunícate cuando quieras un favor

Ponerle a *USTED* primero obtiene una respuesta mucho mejor, especialmente cuando está pidiendo un favor, porque presiona el botón de orgullo de quien pregunta. Suponga que quiere tomarse un fin de semana largo. Decide preguntarle a su jefe si puede tomarse el viernes libre. ¿A qué solicitud crees que va a reaccionar de manera más positiva? ¿Puedo tomarme el viernes libre, jefe? O este: 'Jefe, ¿puedes prescindir de mí el viernes?'

En el primer caso, Boss tuvo que traducir su "¿Puedo tomarme el viernes libre?" *I prescindir de este empleado el viernes?* Ese es un proceso de pensamiento adicional. (¡Y sabes cómo algunos jefes odian pensar!)

Sin embargo, en el segundo caso, 'Jefe, ¿puedes prescindir de mí el viernes?', Hiciste el pensamiento de Boss por ella. Su nueva redacción hizo que la gestión sin usted fuera un motivo de orgullo para Boss. «Por supuesto», se dijo a sí misma. Puedo arreglármelas sin tu ayuda el viernes.

Comm-USTED-nice sus cumplidos

Comunicación-USTED también enriquece tu conversación social. Caballeros, digan que a una dama le gusta su traje. ¿Qué mujer te da sentimientos más cálidos? La mujer que dice: 'Me gusta tu traje'. O el que dice: 'Te ves genial con ese traje'.

Grandes jugadores que hacen presentaciones de negocios usan *Comunicación-USTED* a una excelente ventaja. Suponga que está dando una charla y un participante pregunta a un

pregunta. Le gusta oírté decir: 'Esa es una buena pregunta'. Sin embargo, considere cuánto mejor se siente cuando le dice: 'HAS hecho una buena pregunta'.

Vendedores, no se limiten a decirles a sus prospectos: 'Es importante que ...' Convéncelos informándoles, 'USTED' VERÁ la importancia de ... 'Al negociar, en lugar de' El resultado será ... 'Hágales saber' VERÁS el resultado cuando ... '

Comenzando oraciones con *USTED* incluso funciona cuando se habla con extraños en la calle. Una vez, conduciendo por San Francisco perdido sin remedio, le pregunté a la gente que caminaba por la acera cómo llegar al puente Golden Gate. Detuve a un par de personas que subían una colina. "Disculpe", grité por la ventana, "no puedo encontrar el puente Golden Gate". La pareja se miró y se encogió de hombros con esa expresión de 'Qué estúpidos pueden ser estos turistas' en sus caras. —En esa dirección —murmuró el marido, señalando al frente.

Todavía perdido, llamé a la siguiente pareja que encontré. Disculpe, ¿dónde está el puente Golden Gate? Sin sonreír, señalaron en dirección contraria.

Entonces decidí intentar *Comunicación-USTED*. Cuando me encontré con la siguiente pareja que paseaba, grité por la ventana: 'Disculpe, ¿podría USTED decirme dónde está el puente Golden Gate?'

"Por supuesto", dijeron, respondiendo literalmente a mi pregunta. Verá, al formular la pregunta de esa manera, fue un desafío sutil. Estaba preguntando, en esencia, '¿estás *capaz* para darme direcciones? Esto los golpea en el botón del orgullo. Se acercaron a mi coche y me dieron instrucciones explícitas. Oye, pensé. Esto *USTED* las cosas realmente funcionan. Para probar mi hipótesis, lo intenté unas cuantas veces más. Seguí preguntando a los transeúntes mis tres formas de pregunta. Efectivamente, cada vez que preguntaba: "¿Podrías decirme dónde ...?", Las personas eran más agradables y serviciales que cuando comencé la pregunta con *I o Dónde*.

Estoy seguro de que cuando recuperen la caja de vuelo de la Caída del Hombre bajo una hoja de parra en el Jardín del Edén, convencerá al mundo del poder de la palabra. *USTED*. Eva no lo hizo *pedir* Adán para comerse la manzana. Ella no *mando* que se comiera la manzana. Ella ni siquiera dijo, 'Adam, *I* quiero que te comas esta manzana '. Ella lo expresó (como lo harían todos los grandes ganadores), '*USTED* le encantará esta manzana '. Por eso mordió.

Técnica 28: Comunicación-USTED

Empiece cada oración apropiada con *USTED*. Inmediatamente capta la atención de su oyente. Obtiene una respuesta más positiva porque presiona el botón del orgullo y les evita tener que traducirlo en términos "yo".

Cuando espolvoreas *USTED* tan generosamente como la sal y la pimienta a lo largo de su conversación, sus oyentes la encuentran una especia irresistible.

La comunicación con USTED es un signo de cordura

Los terapeutas calculan que los presos de instituciones mentales dicen *I y me* doce veces más a menudo que los residentes del mundo exterior. A medida que mejoran las condiciones de los pacientes, también disminuye la cantidad de veces que usan los pronombres personales.

Continuando en la escala de cordura, menos veces usas *I*, cuanto más cuerdo les parezca a sus oyentes. Si escuchas a los grandes ganadores hablando entre ellos, notarás mucho más *usted* que *I* en su conversación.

La siguiente técnica se refiere a la forma en que los grandes ganadores *silenciosamente* Orientado a USTED.

Chapter Twenty Nine

The exclusive smile

'No le sonrío a cualquiera'

¿Alguna vez ha visto esos catálogos de moda de pedidos por correo de bajo presupuesto que usan el mismo modelo en todas partes? Ya sea que esté envuelta en un vestido de novia o parcialmente vestida con un bikini, su rostro luce la misma sonrisa plástica. Mirándola, tienes la sensación de que si golpeas su frente, una vocecita regresa diciendo 'No hay nadie aquí'.

Mientras que los modelos de revistas más sofisticadas han dominado una miríada de expresiones diferentes: una sonrisa coqueta "Tengo un secreto" en una página; una sonrisa burlona "Creo que me gustaría conocerte pero no estoy seguro" en el siguiente; y una misteriosa sonrisa de Mona Lisa en el tercero. Sientes que hay un cerebro dirigiendo la operación en algún lugar dentro de esa hermosa cabeza.

Una vez estuve en la línea de recepción del barco en el que trabajaba, junto con el capitán, su esposa y varios otros oficiales. Un pasajero con una sonrisa radiante empezó a darnos la mano a lo largo de nuestra fila. Cuando llegó a mí, me mostró una sonrisa brillante, revelando dientes tan uniformes y blancos como las teclas de un piano nuevo. Estaba paralizado. Era como si una luz brillante hubiera iluminado el oscuro salón de baile. Le deseé un feliz crucero y resolví encontrar a este encantador caballero más tarde.

Luego le presentaron a la siguiente persona. Por el rabillo del ojo, vi su sonrisa idéntica y brillante. Una tercera persona, la misma sonrisa. Mi interés comenzó a menguar.

Cuando le dio su cuarta sonrisa indistinguible a la siguiente persona, comenzó a parecerse a un gato de Cheshire. Para cuando le presentaron a la quinta persona, su sonrisa constante se sintió como una luz estroboscópica que perturba el ambiente del salón de baile. Strobe Man siguió mostrando a todos la misma sonrisa en la línea. No tenía más interés en hablar con él.

¿Por qué las acciones de este hombre se dispararon alto en mi ticker un minuto y cayeron en picado al siguiente? Porque su sonrisa, aunque encantadora, no reflejaba una reacción especial *ame*. Obviamente, les dio la misma sonrisa a todos y, por eso, perdió toda su especialidad. Si Strobe Man nos hubiera dado a cada uno de nosotros un *diferente* sonrisa, habría parecido sensible y perspicaz. (Por supuesto, si su sonrisa hubiera sido un poco más grande para mí que para los demás, no podría haber esperado a que terminaran las formalidades para buscarlo en el salón de baile lleno de gente).

Revisa tu repertorio de sonrisas

Si su trabajo requiere que lleve un arma, por supuesto, aprenderá todo sobre las partes móviles antes de disparar. Y antes de apuntar, debería considerar cuidadosamente si asesinaría, mutilaría o simplemente heriría a su objetivo. Dado que su sonrisa es una de sus mayores armas de comunicación, aprenda todo sobre las partes móviles y el efecto en su objetivo. Reserva cinco minutos. Cierre la puerta de su dormitorio o baño para que su familia no crea que se ha descarrido. Ahora párese frente al espejo y muestre algunas sonrisas. Descubra las sutiles diferencias en su repertorio.

Así como alternarías entre decir 'Hola', 'Cómo estás' y 'Me alegro de conocerte' cuando te presenten a un grupo de personas, varía tu sonrisa. No uses lo mismo en cada uno. Deje que cada una de sus sonrisas refleje los matices de su sentimiento sobre el destinatario.

Técnica 29: **La sonrisa exclusiva**

Si les muestra a todos la misma sonrisa, como un dólar confederado, pierde valor. Al reunirse con grupos de personas, honre a cada uno con *undistinto* sonrisa. Deja que tus sonrisas crezcan a partir de la belleza que los grandes jugadores encuentran en cada nuevo rostro.

Si una persona en un grupo es más importante para usted que las demás, reserve una sonrisa especialmente grande e inundante solo para él o ella.

En defensa del rapidito

Descubrí que hay momentos en los que la sonrisa rápida funciona. Por ejemplo, cuando desea diseñar el conocimiento de alguien a quien no ha tenido la oportunidad de ser presentado. (En la lengua vernácula, eso es 'recógelos').

El poder de captación de la sonrisa fue probado para la posteridad por investigadores solemnes de la Universidad de Missouri. Llevaron a cabo un estudio altamente controlado titulado 'Dando a los hombres el toque: efecto del contacto visual y la sonrisa en un ambiente de bar'.¹⁵ (No bromeo.) Para probar su hipótesis, las investigadoras hicieron contacto visual con sujetos masculinos desprevenidos que disfrutaban de una pequeña libación en un establecimiento local de bebidas. A veces, las investigadoras siguieron su mirada con una sonrisa. En otros casos, no sonríe. ¿Los resultados? Cito el estudio: "El comportamiento de aproximación más alto, el 60 por ciento, se observó en la condición en la que había una sonrisa". Eso se traduce al inglés de un profano: "El tipo venía más del 60 por ciento de las veces que la dama sonreía". Sin la sonrisa, "hizo el acercamiento sólo el 20 por ciento de las veces". Entonces, sí, una sonrisa funciona para aquellos que desean ligar con alguien.

Sin embargo, en situaciones en las que hay más en juego, pruebe el *Sonrisa inundadora* de la primera sección, y ahora el *Sonrisa exclusiva*.

Chapter Thirty

Don't touch a cliché with a ten-foot pole

La forma más rápida de decirle a un idiota

¿Recuerdas esa escena del clásico de la película? *Annie Hall*? ¿Dónde Diane Keaton se encuentra por primera vez con Woody Allen? Mientras conversa con él, escuchamos sus pensamientos privados. Ella reflexiona para sí misma: 'Oh, espero que no sea un idiota como todos los demás'.

Una de las formas más rápidas de hacer que un gran ganador piense que eres, bueno, un idiota, es usar un cliché. Si estás chateando con un comunicador superior e incluso comentas inocentemente 'Sí, estabacansado como un perro,' o' Ella era *Tierno como un botón*, 'sin saberlo, ha puesto una bomba lingüística.

Los grandes ganadores se quejan en silencio cuando escuchan a alguien pronunciar una frase trillada y gastada. Oh, claro, al igual que el resto de nosotros, los grandes ganadores se sienten encaja como un violín, feliz como una alondra, o alto como una cometa. Como el resto de la humanidad, consideran a algunos de sus conocidos loco como un chiflado, chiflado como un pastel de frutas, o ciego como un murciélago. Debido a que muchos de ellos trabajan duro, muchos de ellos son tan atareado como una abeja y obtén rico como Creso.

Sin embargo, ¿alguno de ellos se describiría a sí mismo con esas palabras? ¡Ni en un millón de años! ¿Por qué? Porque cuando un gran ganador escucha tu cliché, bien podrías estar diciendo: 'Mi capacidad de imaginación se empobrece. No puedo pensar en nada original que decir, así que debo recurrir a estas frases trilladas y gastadas. Hablar de un cliché común en torno a personas extraordinariamente exitosas te marca como algo poco común.

Técnica 30:

No toques un cliché con un palo de diez pies

Estar alerta. No uses clichés al conversar con los grandes ganadores. Ni siquiera *toque uno con un palo de diez pies.* ¿Nunca? Ni siquiera *¿cuando el infierno se congele?* No a menos que quieras sonar *tonto como el pomo de una puerta.*

En lugar de soltar un cliché, utilice la siguiente técnica para redactar sus propias frases ingeniosas.

Chapter Thirty One

Use jawsmith's jive

Tienes el equipo de un profesional

Dicen que la pluma es más poderosa que la espada. Lo es, pero la lengua es aún más poderosa que la pluma. Nuestras lenguas pueden hacer que las multitudes se rían, lloren y, a menudo, se pongan de pie en gritos de agradecimiento. Los oradores han llevado a las naciones a la guerra o han llevado almas perdidas a Dios. ¿Y cuál es su equipo? Los mismos ojos, oídos, manos, piernas, brazos y cuerdas vocales que tú y yo tenemos.

Quizás un atleta profesional tiene un cuerpo más fuerte o un cantante profesional ha sido bendecido con una voz de canto más hermosa que la que nos dieron. Pero el orador profesional comienza con el mismo equipo que todos tenemos. La diferencia es que estos mandíbulas lo usan.*todas*. Usan sus manos, usan sus cuerpos y usan gestos específicos con fuerte impacto. Piensan en el espacio en el que están hablando. Emplean muchos tonos de voz diferentes, invocan diversas expresiones, varían la velocidad con la que hablan ... y hacen un uso efectivo del silencio. Es posible que no tenga que dar un discurso formal en el corto plazo, pero es probable que en algún momento (probablemente muy pronto) desee que las personas vean las cosas a su manera, ya sea persuadiendo a su familia para que pase sus próximas vacaciones en casa de la abuela o convenciendo a los accionistas de su corporación multimillonaria que es hora de hacer una adquisición, hágalo como un profesional. Obtenga uno o dos libros sobre cómo hablar en público y aprenda algunos de los trucos del oficio. Luego ponga algo de ese drama en su conversación diaria.

Una joya para cada ocasión

Si las palabras commovedoras ayudan a expresar su punto de vista, reflexione sobre el impacto de las frases poderosas. Han ayudado a los políticos a ser elegidos ('Lea mis labios, no nuevos impuestos') y a los acusados a ser absueltos ('Si no encaja, debe absolver').

Si George Bush hubiera dicho: 'Prometo no subir los impuestos', o Johnny Cochran, durante el juicio penal de OJ Simpson, hubiera dicho: 'Si el guante no le queda, debe ser inocente', sus abultadas sentencias se habrían deslizado. y fuera de la conciencia del votante o del jurado. Como todo político y abogado litigante sabe, las frases ingeniosas son armas poderosas. (Si no tienes cuidado, tus enemigos los usarán más tarde contra ti, ¡lee mis labios!)

Uno de mis oradores favoritos es un locutor de radio llamado Barry Farber que ilumina la radio nocturna con símiles brillantes. Barry nunca usaría un cliché como *nervioso como un gato sobre un tejado de hojalata caliente*. Describía estar nervioso por perder su trabajo como "Me sentí como un elefante colgando de un acantilado con la cola atada a una margarita". En lugar de decir que miraba a una mujer bonita, decía: "Mis globos oculares salieron y colgaron del nervio óptico".

Cuando lo conocí, le pregunté: 'Sr. Farber, ¿cómo se le ocurren estas frases?'

—El señor Farber de mi papá. Soy Barry', reprendió (su forma de decir, 'Llámame Barry'). Luego admitió con franqueza, aunque algunas de sus frases son originales, muchas están tomadas. (Elvis Presley solía decir: "Mi papá es el Sr. Presley. Llámame Elvis"). Como todos los oradores profesionales, Barry pasa varias horas a la semana revisando libros de citas y humor. Todos los oradores profesionales lo hacen. Ellos recogen *bon mots* se pueden utilizar en una variedad de situaciones, especialmente para quitarse el huevo de la cara cuando sucede algo inesperado.

Muchos oradores usan las líneas de su libro para salvar caras de la autora y agente de la oradora, Lilly Walters, *Qué decir cuando estás muriendo en la plataforma*.^{dieciséis} Si cuenta un chiste y nadie se ríe, intente "Ese chiste fue diseñado para provocar una risa silenciosa, y funcionó". Si el micrófono deja escapar un aullido agonizante, mírelo y diga: 'No entiendo. Me lavé los dientes esta mañana. Si alguien te hace una pregunta que no quieras responder, ¿Podrías guardar esa pregunta hasta que termine, y me dirija a casa?' Todos los profesionales piensan en agujeros en los que podrían caer y luego memorizan grandes líneas de escape. Usted puede hacer lo mismo.

Mire libros de símiles para enriquecer sus conversaciones diarias. En vez de *feliz como una alondra* pruebe con "feliz como un ganador de la lotería" o "feliz como un bebé con su primer cono de helado". En vez de *calvo como un águila*, prueba 'calvo como un nuevo marino' o 'calvo como el vientre de una rana toro'. En vez de *silencioso como un ratón*, intente "silencioso como una anguila nadando en aceite" o "silencioso como una mosca que se enciende en un plumero".

Encuentra frases que tengan impacto visual. En lugar de un cliché como *seguro como la muerte y los impuestos*, intente 'tan seguro como el tráfico de la playa en julio' o 'tan seguro como su sombra lo seguirá'. Tus oyentes no pueden ver muerte o impuestos. Pero seguro que pueden ver el tráfico de la playa en julio o su sombra siguiéndolos por la calle.

Trate de que sus símiles se relacionen con la situación. Si viaja en un taxi con alguien, "tan seguro como el taxímetro subirá" tiene un impacto inmediato. Si estás hablando con un hombre que pasea a su perro, "tan seguro como tu perro está pensando en ese árbol" agrega un toque de humor.

Hazlos reír, hazlos reír, hazlos reír

El humor enriquece cualquier conversación. Pero no bromas que empiecen con, 'Oye, ¿escuchaste el de...?' Planifica tu humor y hazlo relevante. Por ejemplo, si va a una reunión con un presupuesto limitado, busque *dinero* en un libro de citas. En una situación empresarial tensa, un poco de frivolidad muestra que se siente cómodo.

Una vez, durante una reunión financiera opresiva, escuché a un alto ejecutivo decir: 'No se preocupe, esta empresa tiene suficiente dinero para permanecer en el negocio durante años'. - a menos que paguemos a nuestros acreedores. Rompió la tensión y ganó el aprecio de todos. Más tarde vi una cita similar en un libro de humor atribuido a Jackie Mason, el comediante. ¿Y qué? El ejecutivo todavía se presentó como Cool Communicator con su inteligente comentario.

Los grandes jugadores que quieren ser citados en los medios yacen despiertos por la noche mordisqueando la almohada tratando de pensar en frases que la prensa capte. Un veterinario de Michigan llamado Timothy, un gran bateador en su propio campo pero completamente desconocido fuera de él, fue noticia nacional cuando planeó sujetar un par de patas a un gallo que perdió las suyas por congelación. ¿Por qué? Porque lo llamó un 'trasplante de baquetas'.

No sé si una mujer francesa, Jeanne Calment, entonces oficialmente la persona más vieja del mundo, buscaba publicidad en su 122 cumpleaños. Pero llegó a los titulares internacionales cuando dijo a los medios: 'Solo he tenido una arruga y estoy sentada en ella'.

Mark Victor Hansen, un gran jugador en su propio campo, pero una vez relativamente desconocido fuera de él, fue impulsado a la prominencia nacional cuando se le ocurrió un nombre pegadizo para su libro en coautoría con Jack Canfield.

Sopa de pollo para el alma. Me dijo que su título original era *101 bonitas historias*. ¿Qué tan lejos habría ido eso? Pronto el mundo estaba lamiendo, entre otros, su *Sopa de Pollo para el Alma de la Mujer*, *Sopa de Pollo para el Alma Adolescente*, *Sopa de Pollo para el Alma Materna*, *Sopa de Pollo para el Alma Cristiana*, más una segunda, tercera y cuarta porciones de sopa de pollo en tapa dura, rústica, casete de audio, casete de video y calendarios.

Una palabra de advertencia

No importa qué tan bueno sea su material, es una bomba si no se ajusta a la situación. Aprendí esto de la manera más difícil durante mis días en cruceros. En un crucero a Inglaterra, decidí darles a mis pasajeros una lectura de los poemas de amor en inglés de Elizabeth Barrett y Robert Browning. Ya sabes, '¿Cómo te amo? Déjame contar las formas.' Fue un gran golpe. A los pasajeros les encantó y deliraron durante días. No podía salir a cubierta sin que algún pasajero se volviera hacia mí y me repitiera cariñosamente: "¿Cómo te amo?".

Naturalmente, esta actuación me dio un vuelco la cabeza y me imaginé un lector de poesía eminente. Decidí premiar a los pasajeros del próximo crucero (que era un crucero al Caribe y no iba a ningún lugar del barrio de Inglaterra) con mi espectacular lectura de los poemas de amor ingleses. ¡QUÉ BOMBA! Los pasajeros me evitaron en cubierta durante el resto del crucero. 'Cómo hizo *aburrir* ¿me? Déjame contar las formas.'

Técnica 31:

Usa el jive de jawsmith

Ya sea que esté parado detrás de un podio frente a miles de personas o detrás de la parrilla frente a su familia, se moverá, divertirá y motivará

con las mismas habilidades.

Lea los libros de los oradores para seleccionar citas, extraer perlas de sabiduría y obtener gemas para hacer cosquillas en sus huesos divertidos. Encuentra algunos *bon mots* para deslizarse casualmente de su lengua en ocasiones elegidas. Si quieres ser notable, imagina una cita loca.

Hazlos rimar, hazlos inteligentes o hazlos divertidos. Sobre todo, hazlos relevantes.

Chapter Thirty Two

Call a spade a spade

Los grandes ganadores lo llaman como es

Si subió a un ascensor lleno de personas que hablaban húngaro, es posible que no reconozca que son húngaros a menos que hable su idioma. Sin embargo, en el momento en que abriste la boca, *ellos habrían* reconocer que eres *no* Húngaro. Lo mismo ocurre con los grandes felinos. Si escuchas a varios de ellos hablar, es posible que no reconozcas que son grandes felinos. Sin embargo, en el momento en que abriste la boca *ellos habrían* reconocer *estás* no un Big Cat, a menos que hable su jerga.

¿Cuáles son algunas diferencias entre el gruñido de un gato grande y el silbido insignificante de un gato pequeño? Uno de los más descarados es el de los eufemismos. Los grandes felinos no le temen a las palabras reales. Llaman a las cosas por su nombre. Palabras como *papel higienico* no los asustes. Pequeños gatos se esconden detrás *papel de baño*. Si alguien es rico, los grandes felinos lo llaman *Rico*. Pequeños gatos, oh, tan avergonzados por el concepto de hablar de dinero en compañía educada, sustituyan la palabra *adinerado*. Cuando los gatos pequeños usan una palabra sustituta o un eufemismo, bien podrían estar diciendo: 'Ups, eres mejor que yo'. Ahora estoy en buena compañía, así que usaré la palabra agradable.

Los grandes felinos son anatómicamente correctos, sin palabras cursis para las partes del cuerpo. Ellos dirán *pechos* cuando se refieren a senos. Cuando dicen *tetas*, se refieren a estructuras decorativas que cuelgan de la puerta de entrada. Y *joyas de la familia* están en la caja fuerte de la pared.

Si un Big Cat alguna vez tiene dudas sobre una palabra, simplemente recurre al francés. Si sienten la palabra *nalgas* es discutible, *derrière* lo hará bastante bien, gracias.

Técnica 32:

Llamar a las cosas por su nombre

No te escondas detrás de eufemismos. Llamar a las cosas por su nombre. Eso no significa que los grandes felinos usen palabras insípidas de cuatro letras cuando existen unas perfectamente decentes de cinco y seis letras. Simplemente han aprendido el inglés de la reina y lo hablan.

Aquí hay otra forma de distinguir a los grandes jugadores de los pequeños con solo escuchar unos minutos de su conversación.

Chapter Thirty Three

Trash the teasing

Otro indicio muerto

Una vez estuve en una pequeña cena ofrecida por el presidente de una agencia de publicidad, Louis, y su esposa, Lillian. La velada comenzó con cócteles, seguida de una comida gourmet acompañada de una selección de excelentes vinos. La conversación había sido agradable, la cocina deliciosa y el vino muy fino. Y muy abundante. Al final de la velada, Louis levantó su copa para hacer un brindis. Algunas gotas de vino se derramaron de su copa sobre el mantel.

Una mujer joven y bonita que era la cita de un nuevo director de arte llamado Bob se rió y dijo: "Puedo decir que no sientes ningún dolor".

Las ondas de choque rodearon la mesa. Todos se congelaron. De hecho, el anfitrión estaba un poco ebrio. Sin embargo, aludir a que Louis estaba un poco curvado, incluso en broma, era como si la mujer hubiera roto repentinamente el candelabro de cristal sobre la mesa con su plato.

Un invitado rápidamente cubrió el horrible error de la niña levantando su vaso y diciendo 'Ninguno de nosotros lo es'. Nadie en compañía de Louis y Lillian podría sentir ningún dolor. Por una velada verdaderamente maravillosa '.

Louis luego continuó con su brindis por la maravillosa compañía, y ya nadie sentía dolor. *Excepto* Beto. Sabía que las bromas inocentes de su cita eran una mancha negra, si no en su expediente personal, en su expediente personal. El siguiente signo seguro de que es un pequeño gato es la burla. Los gatitos van dando palmaditas en la panza de sus amigos y diciendo: "Disfrutando ese pastel de queso, ¿eh?". O mirar sus cabezas calvas y decir: 'Oye, cabello hoy, mañana no, ¿eh?' Piensan que es gracioso hacer una broma en casa de otra persona.

gastos y decir 'No tienes un complejo de inferioridad. ¡Eres inferior! Hardy har har.

Técnica 33:

A la basura las burlas

Un indicio de un gato pequeño es su propensión a burlarse. Una broma inocente a expensas de otra persona puede provocarle una risa barata. Sin embargo, los Big Cats tendrán el último. Porque te golpearás la cabeza contra el techo de cristal que construyen para evitar que los gatos pequeños se pisen las patas.

Nunca, nunca, haga una broma a expensas de otra persona. Terminarás pagándolo caro.

Chapter Thirty Four

It's the receiver's ball

No pierdas de vista quién atrapa la pelota.

En el antiguo Egipto, el faraón trataba al mensajero más humilde como a un príncipe cuando llegaba al palacio. *Si* trajo buenas noticias. Sin embargo, si el corredor exhausto tuvo la desgracia de traerle al faraón una mala noticia, le cortaron la cabeza.

Sombras de ese espíritu impregnán las conversaciones de hoy. Una vez, un amigo y yo empacamos algunos sándwiches de mantequilla de maní y mermelada para una excursión. Mientras salíamos alegremente por la puerta, canasta de picnic en mano, un vecino sonriente, meciéndose en su porche, miró al cielo y dijo: 'Oh, vaya, mal día para un picnic. El noticiero dice que va a llover. Quería frotar su cara en mi sándwich de mantequilla de maní y mermelada. No por su informe meteorológico sombrío, por su *sonrisa*.

Hace varios meses estaba corriendo para tomar un autobús. Mientras empujaba sin aliento mi puñado de dinero en efectivo a través del mostrador de Greyhound, el sonriente agente de ventas dijo efusivamente: 'Oh, ese autobús se fue hace cinco minutos'. ¡Sueños de decapitación! No es el *noticias* que enoja a alguien. Es la actitud poco comprensiva con la que se entrega. Todos deben dar malas noticias de vez en cuando, y los profesionales ganadores lo hacen con la actitud adecuada. Un médico que aconseja a una paciente que necesita una operación lo hace con compasión. Un jefe que le informa a un empleado que no consiguió el trabajo adopta una actitud comprensiva. Los consejeros de duelo en los aeropuertos después de accidentes fatales comparten el sentimiento de dolor de los familiares. Los grandes ganadores saben que, al dar una mala noticia, deben compartir el sentimiento del receptor.

Desafortunadamente, muchas personas no son conscientes de esta sensibilidad. Cuando estás cansado de un largo vuelo, ¿un recepcionista de hotel te ha dicho alegremente que

tu habitación aún no está lista? Cuando tenía su corazón puesto en el rosbif, ¿su camarero gorjeó alegremente que acababa de servir la última pieza? Cuando necesitó efectivo para el fin de semana, ¿el cajero de su banco le dijo alegremente que su cuenta está sobregirada? Hace que usted, como viajero, comensal o depositante, quiera atravesar con el puño sus sonrisas insensibles.

Si mi vecino me hubiera hablado de la inminente tormenta con simpatía, habría apreciado su advertencia. Si el vendedor de Greyhound me hubiera informado con simpatía que mi autobús ya se había ido, probablemente habría dicho: 'Oh, está bien. Cogeré el siguiente. Los grandes ganadores, cuando dan malas noticias, entregan bombas con la emoción que seguramente tendrá la persona bombardeada.

Técnica 34:

Es la bola del receptor

Un jugador de fútbol no duraría dos latidos del reloj si hiciera pases a ciegas. Un profesional lanza la pelota con el receptor siempre en mente.

Antes de tirar cualquier noticia, tenga en cuenta a su receptor. Luego entrégalo con una sonrisa, un suspiro o un sollozo. No según *como usted* sentir acerca de las noticias, pero cómo *receptor* lo tomará.

Los grandes ganadores saben cómo dar malas noticias a las personas. Ellos tambien saben como *no* para dar cualquier noticia a cualquiera, incluso cuando la gente los está presionando. Exploremos eso a continuación.

Chapter Thirty Five

The broken record

Cuando no quieres responder (y desearías que se callaran)

Una de mis clientas, una ministra en el negocio del mueble, se separó recientemente de su esposo y socio comercial, una megaestrella en el negocio del mueble. Sufrieron un divorcio largo y complicado que resultó en que mantuvieran el negocio en forma conjunta, pero sin tener que tratar entre ellos.

Poco después del divorcio, estaba en una convención de la industria con mi cliente, Barbara. Dado que ella y su esposo Frank eran amados en la industria, la gente tenía curiosidad por saber qué había sucedido y cómo afectó a su empresa. Pero, por supuesto, nadie se atrevió a preguntar directamente. Y Barbara no ofrecía explicaciones.

Estaba sentado junto a Barbara en la cena de gala de despedida. Al parecer, uno de sus colegas en la mesa no pudo contener más su curiosidad. Durante el postre, se inclinó hacia Bárbara y en voz baja le preguntó: "Bárbara, ¿qué pasó contigo y con Frank?".

Barbara, imperturbable por la pregunta grosera, simplemente tomó una cucharada de sus cerezas jubilee y dijo: "Nos hemos separado, pero la empresa no se ve afectada". No satisfecha con esa respuesta, la mujer bombeó más fuerte. ¿Sigues trabajando juntos?

Barbara tomó otro bocado de su postre y repitió exactamente con el mismo tono de voz: "Nos hemos separado, pero la compañía no se ve afectada".

El frustrado interrogador no se iba a rendir fácilmente. "¿Ambos siguen trabajando en la empresa?"

Barbara, que no parecía perturbada en lo más mínimo por la insistencia incontinente de la mujer, sacó la última cereza de su plato, sonrió y miró directamente a los ojos.

ella, y dijo con el mismo tono de voz: "Nos hemos separado, pero la empresa no se ve afectada".

Eso la hizo callar. Barbara había mostrado su placa de Gran Ganadora usando el *Récord batido* técnica, la forma más eficaz de evitar un contrainterrogatorio no deseado.

Técnica 35:

El disco rayado

Siempre que alguien insista en interrogarlo sobre un tema no deseado, simplemente repita su respuesta original. Usar *precisamente* las mismas palabras en *precisamente* el mismo tono de voz. Escucharlo de nuevo suele tranquilizarlos. Si su grosero interrogador se aferra como una sanguijuela, su próxima repetición nunca deja de hacerlos desaparecer.

Chapter Thirty Six

Big shots don't slobber

Cómo los grandes jugadores manejan a una celebridad

Suponga que acaba de instalarse para cenar en un buen restaurante. Miras la mesa de al lado y ¿a quién ves? ¿Es realmente él? ¿Podría ser posible? Tiene que ser parecido. ¡No, no lo es! Realmente lo es ... Woody Allen. (Sustituya a cualquier celebridad aquí: su estrella de cine favorita, político, locutor, jefe propietario de la empresa propietaria de la empresa para la que trabaja). Y allí el cuerpo celeste está en la carne, a menos de tres metros de usted. ¿Qué deberías hacer?

¡Nada! Deja que la estrella disfrute de un breve momento de anonimato. Si él o ella echa un vistazo en tu dirección, sonríe y asiente. Luego, devuelva la mirada a su compañero de comedor. Serás mucho más genial a los ojos de tu compañero de cena si te lo tomas todo con calma.

Ahora, si simplemente no puede resistir esta oportunidad única en la vida de presionar la carne de la megaestrella y decirle su admiración, aquí le mostramos cómo hacerlo con gracia. Espere hasta que usted o la luminaria salgan del restaurante. Una vez que se haya pagado el cheque y, obviamente, no le tomará mucho tiempo, puede acercarse. Diga algo como, 'Sr. Allen, solo quiero decirle cuánto placer me han brindado sus maravillosas películas a lo largo de los años. Muchas gracias.'

¿Captaste la sutileza aquí? Usted no *felicitando* su trabajo. «Después de todo», bien podría preguntarse, «¿quién eres tú para juzgar si soy un gran cineasta o no?». Solo puedes hablar desde tu propia perspectiva. Haces esto diciéndole cuánto placer te ha dado su trabajo.

Si es el jefe del jefe del jefe de su jefe a quien el destino ha enviado para disfrutar de su adulación, haga lo mismo. No diga 'Bill' o 'Sr. Gates, realmente corre

una gran compañía'.

'Geek humilde', piensa, '¿quién eres tú para juzgar?' En cambio, dígale que es un honor trabajar para él. Obviamente, este no es el momento de detallar las complejidades de sus mejoras en el software de edición de imágenes para digitalizar fotografías.

Luego, deja que tu lenguaje corporal exprese que si Woody o Bill u otra Megastar quieren dejarlo así, estás contento con el intercambio. Sin embargo, si Megastar está cautivado por ti (o ha tenido tanta alegría líquida que ha decidido mezclarse con las masas esta noche), entonces todas las apuestas están canceladas. Estás sólo en esto. ¡Disfrutar! *Hasta que* captas el primer signo del lenguaje corporal de que les gustaría terminarlo. Piense en usted mismo como un estudiante de baile de salón que baila un vals con su maestro. Él lidera, tú lo sigues. Y te avisa cuando acaba el vals.

Por cierto, si Megastar está con un compañero y tu conversación dura más de unos momentos, dirige algunos comentarios al compañero. Si el satélite está en una compañía tan estelar, probablemente también sea una persona consumada.

Felicia, una amiga mía, es una talentosa abogada litigante que está casada con un presentador de un programa de televisión local. Como Tom está en la televisión, la gente lo reconoce donde quiera que vaya y Felicia es ignorada. Felicia me cuenta lo frustrante que es, incluso para Tom. Siempre que van a una fiesta, la gente habla con entusiasmo de Tom, y el fascinante trabajo de Felicia casi nunca se menciona. A ella y Tom les encantaba salir a cenar, pero ahora se esconden en casa por las noches. ¿Por qué? Porque no pueden soportar las interrupciones de los fans excesivamente efervescentes.

'Amo lo que solías ser (has-sido)'

Otra sensibilidad: la estrella de cine probablemente esté obsesionada con su última película, el político con su última elección, un magnate corporativo con su última adquisición, un autor con su última novela, etc. Entonces, cuando se habla de la estrella, el político, el magnate, el autor o cualquier otro tipo de trabajo, trate de mantener su comentarios al trabajo actual o reciente. Decirle a Woody Allen cuánto amaba su película de 1980 *Recuerdos de polvo de estrellas* no le agradaría. 'Qué

sobre todas mis maravillosas películas desde entonces? piensa él. Cíñete al presente o al pasado muy reciente si es posible.

Técnica 36:

Los peces gordos no babean

Personas que son VIPs por derecho propio no babean por las celebridades.

Cuando hable con uno, no felicite su trabajo, simplemente diga cuánto placer o conocimiento le ha brindado. Si destaca alguno de los logros de la estrella, asegúrese de que sea reciente, no de un recuerdo que se esté poniendo amarillo en su álbum de recortes.

Si la abeja reina tiene un dron sentado con ella, encuentra la manera de involucrarlo en la conversación.

Un codicilo final de una celebridad: suponga que tiene la suerte de tener uno en su fiesta. Para iluminar tu fiesta con un poco de luz, no le pidas al presentador de televisión que 'diga algunas palabras'. No le pida al cantante que cante una canción. Lo que parece fácil para el resto de nosotros porque parecen tan cómodos actuando, *estrabaja* para ellos. No le pediría a un invitado contable que revisara sus libros. O un dentista para que revise su tercer molar izquierdo. Que beba el dignatario. Deja que la luminaria se ría. Las celebridades también son personas y les gusta su tiempo libre.

Chapter Thirty Seven

Never the naked thank you

El toque final

Para concluir nuestra sección sobre cómo sonar como los chicos y chicas grandes, aquí hay una pequeña maniobra simple y elegante. No solo les indica a las personas que eres un comunicador superior, sino que las alienta a seguir haciendo cosas buenas por ti. O felicitándote. O hacer negocios contigo. O amarte. Es muy breve. Es muy dulce. Es muy simple. Puedes usarlo con todos en tu vida. Cuando se vuelve instintivo, se encontrará usándolo todos los días.

Muy simple, nunca dejes que la palabra *gracias* pararse desnudo y solo. Siempre hazlo *gracias por* alguna cosa. La gente usa el desnudo expuesto *gracias* tan a menudo que la gente ya ni siquiera lo oye. Cuando compramos el periódico matutino, mostramos un desnudo *gracias* en el vendedor cuando nos da nuestro cambio de cinco centavos. Es lo mismo *gracias* quieres dar un cliente valioso que hace una gran compra en tu tienda? ¿O un ser querido que te prepara una deliciosa cena?

Siempre que la ocasión requiera algo más que un reconocimiento inconsciente, viste tu *gracias* con el motivo:

Gracias *por* próximo. Gracias *por* siendo tan comprensivo. Gracias *por* esperando. Gracias *por* ser un buen cliente. Gracias *por* siendo tan cariñoso.

A menudo, cuando dejo un avión, el capitán y el primer oficial están parados junto a la puerta de la cabina para despedirse de los pasajeros. Yo digo: 'Gracias por traernos aquí'. Es cierto que eso es llevar *Nunca el desnudo gracias* a los extremos, pero tiene un efecto sorprendente. Se caen encima de sí mismos con '¡Oh, gracias por volar con nosotros!'

Técnica 37:

Nunca el desnudo gracias

Nunca dejes que las palabras *gracias* ser único. De la A a la Z, sígala siempre *con por*: desde 'Gracias por preguntar' a 'Gracias por cerrarme la cremallera'.

Gracias por leer esta sección de *¡Cómo hablar con cualquiera!* Ahora pasemos a otro desafío de conversación, cómo hablar con conocimiento de causa con todos, desde grupos de contables hasta budistas zen, sin importar lo poco que puedan tener en común.

Part Four

How to be an insider in any crowd

What are they all talking about?

¿Te ha pasado alguna vez? Todos en la fiesta están hablando tonterías. Todos están discutiendo auditorías defectuosas, restricciones de código o el mercado de bibliotecas, y no tienes idea de lo que están hablando. Es porque todos en la fiesta son contadores, arquitectos o editores.
- y tu no.

Así que te quedas ahí con una sonrisa pastosa en tu rostro sin abrir la boca. Si lo hace, teme que salga algo incorrecto. Se instala la paranoia. Todo el mundo se reirá de ti. Eres un *forastero*. Entonces sufres en silencio. En la escuela secundaria sufrió un síndrome de forastero silencioso masivo, especialmente alrededor de los hombres. De lo único que querían hablar era de los coches. No sabía nada de coches. La única vez que puse un pie en un 'taller de carrocería' fue para broncearme. Bueno, un fatídico día, mamá llegó a casa con un regalo para mí que transformó mi existencia adolescente de tímida a sociable. Era un libro sobre todos los modelos de coches actuales y sus diferencias por encima y por debajo del capó. Una lectura y me volví fluido en Fords, Chevys y Buicks. Ya no hiperventilaba cuando los chicos decían palabras como *carburador*, *alternador*, *árbol de levas*, o *colector de escape*. No necesitaba aprender mucho, solo lo suficiente para hacer las preguntas correctas para que los chicos hablaran. Cuando aprendí a hablar 'coche' con los chicos, funcionó de maravilla en mi vida social.

Corte al día de hoy. Los niños y niñas adultos también tenemos nuestros temas favoritos que suelen involucrar nuestro trabajo o nuestros pasatiempos. Cuando estamos con personas de nuestro propio campo o que comparten intereses, nos abrimos como chismosos de pueblo. (Incluso los ingenieros que tienen un caso constante de gato-se-metieron-la-lengua comienzan a parlotear sobre turbinas gradiencias y varios proyectos cuando están juntos.) Para los forasteros, nuestra conversación suena como una tontería. Pero sabemos exactamente de qué se trata. Es nuestro *trabajo* o *pasatiempo*.

Temes encontrarte en un grupo de jugadores de squash cuando eres el tipo de persona que preferiría ser *en corte* que *en Tribunal*? No entre en pánico al escuchar palabras como *lanzando y golpeando rieles* rodar de las lenguas de los jugadores de squash. Entonces, ¿qué pasaría si la única experiencia que haya tenido con la calabaza fuera la variedad de puré de bellota en su plato junto al pavo el pasado Día de Acción de Gracias? Todo lo que necesita son las pocas técnicas que siguen.

Así como los pescadores lanzan una libélula para que el pez muerda, todo lo que tienes que hacer es tirar la *derecho* preguntas para que la gente se abra. El adagio de Dale Carnegie, "muestre interés sincero y la gente hablará", no llega tan lejos. Como dicen en el póquer, 'se necesitan jotas o mejor para abrir'. Y en la conversación, se necesita superficial *conocimiento* o mejor sobre su campo para que se abran realmente. Debe tener una curiosidad entendida, de esas que le hacen parecer que vale la pena hablar con usted.

En esta sección, exploramos técnicas que son 'Ábrete Sésamo' para que la gente charle contigo como un conocedor.

Chapter Thirty Eight

Scramble therapy

Ser un hombre o una mujer renacentista de hoy en día

Siempre que mis amigos visitan mi ciudad natal, la ciudad de Nueva York, les advierto: "Nunca preguntes direcciones a nadie que viaje en metro".

—¿Porque me asaltarán? preguntan con miedo.

'¡No, solo porque nunca llegarás a donde vas!' La mayoría de los usuarios del metro de la Gran Manzana sólo saben dos cosas sobre el metro: dónde suben y dónde bajan. No saben nada sobre el resto del sistema. La mayoría de la gente es comoNueva York colgadores de correa cuando se trata de sus pasatiempos y intereses. Conocen sus propios pasatiempos, pero todos los demás son como estaciones no visitadas.

Mi amiga soltera (y deseando no serlo), Rita, tiene un caso grave de pulgar de bolos. Todos los miércoles por la noche juega a los bolos con sus amigos. Siempre está discutiendo sus puntajes, sus promedios y su juego alto. Otro amigo soltero e investigador, Walter, está interesado en el rafting en aguas bravas. Habla sin cesar con sus amigos remando sobre qué ríos ha recorrido, con qué proveedores ha ido y qué clase de rápidos prefiere. Pensando que mis dos amigos solteros podrían llevarse bien, le presenté a Walter el palista a Rita el jugador de bolos y le mencioné sus respectivas pasiones. ¡Oh, eres un jugador de bolos! dijo Walter.

—Sí —Rita sonrió con recato, esperando más preguntas sobre su gran excitación en los bolos. Walter guardó silencio.

Enmascarando su decepción, Rita dijo: "Uh, Leil me dijo que te gusta el rafting". Walter sonrió con orgullo, esperando más interrogatorios amistosos sobre el remo. 'Uh, eso debe ser emocionante. ¿No es peligroso? fue lo mejor que pudo hacer Rita.

"No, no es peligroso", respondió Walter con condescendencia a su típica pregunta de forastero. Entonces la conversación murió.

Durante el silencio ensordecedor, recuerdo haber pensado, si Rita hubiera corrido *uno* río, si Walter hubiera jugado a los bolos *uno* juego, sus vidas podrían ser diferentes ahora. La conversación podría haber fluido, y quién sabe qué más pudo haber florecido.

¡Ir a volar una cometa!

La *Terapia Scramble* La técnica es la salvación de encuentros tan decepcionantes. Te transformará en un hombre o una mujer renacentista de hoy en día que puede discutir cómodamente una variedad de intereses.

Terapia Scramble es, simplemente, revolver tu vida y participar en una actividad que nunca pensarías en realizar. Solo uno de cada cuatro fines de semana, haz algo totalmente fuera de tu patrón. ¿Sueles jugar al tenis los fines de semana? Este fin de semana, haz senderismo. ¿Sueles hacer senderismo? Este fin de semana, tome una lección de tenis. ¿Juegas a los bolos? Deja eso a tus amigos esta vez. En su lugar, practique rafting en aguas bravas. Oh, ¿estabas planeando correr algunos rápidos como lo haces cada fin de semana cálido? Olvídalos, juega a los bolos.

Ve a una exposición de sellos. Asiste a una conferencia de ajedrez. Vaya en globo. Vaya a observar aves. Ve a una sala de billar. Ir en kayak. ¡Ir a volar una cometa! ¿Por qué? Porque te dará forraje conversacional para el resto de tu vida. A partir de ese fin de semana, sonarás como un conocedor de todos los excursionistas, coleccionistas de sellos, globos, observadores de aves, jugadores de billar, kayakistas y kitistas que hayas conocido. Simplemente haciendo su actividad una vez.

Si toma un trozo de papel tornasol azul y lo sumerge en una enorme tina de ácido, la punta se vuelve rosa. Si toma otro papel tornasol azul y lo sumerge en una minúscula gota de ácido en un portaobjetos de vidrio, la punta se vuelve igual de rosa. Compare esto con participar en una actividad solo una vez. Una muestra le da el 80 por ciento del valor de la conversación. Aprende las preguntas de los iniciados. Empieza a utilizar los términos correctos. Nunca más te perderás cuando surja el tema de los intereses extracurriculares, lo que siempre ocurre.

¿Hablas buceo?

No soy un buceador certificado. Sin embargo, hace seis años en Bermuda vi un letrero: 'Resort Dives, \$ 25, no se necesita experiencia de buceo'. En solo tres horas, recibí el mejor curso intensivo para hablar con buceadores que ofrece el mundo.

Primero me dieron una lección rápida en la piscina. Luego, luchando por mantenerme erguido bajo el peso de mi tanque de oxígeno, regulador, compensador de flotabilidad y cinturón de lastre, salí a trompicones hacia el bote de buceo. Sentado allí en el bote oscilante, acariciando mi máscara y aletas como perlas de preocupación, escuché a los buzos certificados haciéndose preguntas internas:

'Dónde estabas *certificado*?' 'Dónde has *buceado*?' 'Prefieres *naufragios* o *arrecifes*?'
" ¿Alguna vez has hecho *buceo nocturno*? 'Estas interesado *fotografía submarina*? 'Vos si *bucear en una computadora*?' ¿Cuál es tu más largo *tiempo de fondo*?' ¿Alguna vez conseguiste *las curvas*?'

¿Por qué las palabras en cursiva? Esas son jergas de buceo. Ahora hablo de buceo. Hasta el día de hoy, cada vez que me encuentro con buceadores, tengo las preguntas correctas que hacer y los temas que discutir. Y los adecuados para evitar. (Me gusta lo mucho que me gustan los mariscos. Es como decirle a un amante de los gatos lo mucho que amas al tierno gatito asado a la parrilla). Ahora puedo preguntarles a mis nuevos amigos en cuál de los puntos calientes de buceo han estado: Cozumel, Caimán, Cancún. Luego, si realmente quiero presumir, les pregunto si han estado en Truk Lagoon en el Pacífico Lejano, la Gran Barrera de Coral en Australia o el Mar Rojo.

Todos los términos internos ahora salen cómodamente de mi lengua. Antes de mi *Terapia Scramble* experiencia Yo llamaría a sus amados naufragios y arrecifes 'barcos hundidos' y 'coral'. Palabras comprensibles, pero no palabras de buceo. No *persona enterada* palabras. Al conocer a un buceador, probablemente le habría preguntado: 'Oh, bucear. Eso debe ser interesante. ¿No le tienes miedo a los tiburones? No es una buena forma de bajarse con la aleta derecha con un buceador.'

Técnica 38:

Terapia de revuelto

Una vez al mes, revuelve tu vida. Hacer algo que tu *Nunca* sueño de hacer. Participa en un deporte, ve a una exposición, escucha una conferencia sobre algo totalmente fuera de tu experiencia. Obtiene el 80 por ciento de la jerga correcta y las preguntas internas de una sola exposición.

¡Piénsalo! Supongamos que en una cena, la conversación en la mesa gira en torno al buceo. Si usted también hubiera realizado su única inmersión, le preguntaría a su compañero de cena de buceo si le gusta el buceo nocturno o si prefiere bucear en pecios o arrecifes. (Él nunca lo creerá cuando le digas que el agua más profunda en la que te has sumergido es en tu propia bañera). Luego te vuelves hacia el saltador de bungee que está sentado a tu izquierda y le preguntas: '¿Prefieres los saltos desde el pecho a la cintura? o saltos de tobillo? Si la conversación luego cambia a tenis, artes marciales, ajedrez, recolección de monedas o incluso observación de aves, puede continuar y mantener la conversación. ¡Qué chico! ¡Qué chica!

Chapter Thirty Nine

Learn a little Gobbledygook

Sobreviviendo a bafflegab

Incluso más insidioso que la charla de pasatiempos es hablar de trabajo, o Gobbledygook. Todavía albergo pesadillas sociales de la noche en que asistí a una fiesta organizada por una pareja que trabajaba en la gestión de bases de datos informáticas. Cuando entré por la puerta, escuché a un tipo decirle a otro: 'Cuando el cálculo relacional de dominio se restringe a expresiones seguras, es equivalente a la turple relacional ...'

Eso es todo por lo que me quedé. Sabía que no iba a entender *un poco* o *byte* de conversación el resto de la noche. Me hizo añorar los días en que un *ratón* se refería al pequeño peludo que ama el queso, *ventanas* eran del tipo para el que compraste cortinas, y *La web* era algo en lo que las arañas atrapaban moscas. Sabía que iba a necesitar *apoyo técnico* si iba a ser compatible con esta multitud.

Decidí en ese momento aprender algunas de las preguntas iniciales que los tipos de administración de bases de datos se hacen entre sí. Lo cual hice. Ahora no puedo esperar por una segunda oportunidad en esa multitud porque estoy armado con preguntas como '¿Qué nivel de incursión estás usando?' y "¿Qué producto de almacenamiento de datos utiliza?"

Todo lo que necesita son algunas preguntas iniciales de información privilegiada para comenzar con cualquier grupo. Usted hace preguntas, escucha las respuestas y disfruta de una conversación elemental sobre el objetivo con ellos por un momento o dos sobre su campo. (Entonces cambia de tema; LO ANTES POSIBLE! No quieres fingir que lo eres más conocedor de su campo de lo que realmente es).

Todo esta en la pregunta inicial

Un jugador de tenis puede saber inmediatamente con solo evaluar su saque de apertura lo buen jugador que es. ¿Va a ser genial jugar contigo o te aburrirás mucho? Lo mismo ocurre en la comunicación. Solo por su saque de apertura verbal, alguien sabe si va a ser interesante hablar contigo sobre su vida o sus intereses, o si será aburrido, aburrido, aburrido.

Por ejemplo, supongamos que me presentan a alguien y las primeras palabras que sale de su boca son: 'Oh, eres un escritor. ¿Cuándo vas a escribir la gran novela estadounidense? Vaya, sé que estoy hablando con alguien que no está familiarizado con mi mundo. Charlaremos, pero prefiero cambiar de tema. Y pronto, mi compañero de conversación.

Sin embargo, si mi nuevo conocido dice: 'Oh, eres un escritor. ¿Escribes ficción o no ficción? ¡Bingo! Ahora sé que estoy con una persona que conoce mi mundo. ¿Por qué? Porque esa es la primera pregunta *todas* los escritores se preguntan unos a otros.

Disfruto hablando con esta inquisidora porque supongo que tiene más conocimientos sobre el mundo de la escritura. Incluso si salimos rápidamente del tema de la escritura, ella se ha mostrado como una persona bien informada.

Cada trabajo, *cada* deporte, *cada* el interés tiene preguntas de apertura de información privilegiada que todos en el mismo campo hacen, y son preguntas de forastero tontas que nunca se hacen entre sí. Cuando un astronauta se encuentra con otro astronauta, pregunta: "¿En qué misiones has estado?" (*Nunca* "¿Cómo vas al baño allá arriba?") Un dentista le pregunta a otro dentista: "¿Estás en la práctica general o tienes una especialidad?" (*Nunca* '¿Escuchaste buenos chistes sobre el dolor últimamente?')

La buena noticia es que empezar Gobbledygook es un lenguaje fácil. No es necesario dominar las palabras de moda, solo unas pocas preguntas iniciales para que suene como un conocedor. Entonces, aquí está la parte divertida, cuando les dices que estás *no conectados con su campo*, están aún más impresionados. '¡Qué persona tan experta!' se dicen a sí mismos.

'¡Ayudar! Todo el mundo habrá un artista' .

No es difícil cosechar un buen Jobbledygook. Digamos que te han invitado a la inauguración de una galería donde conocerás a muchos artistas. Si no hablas

artista, revise su Rolodex para ver si tiene un amigo artista o dos. Ajá, encontraste uno. Especie de. Tu amiga Sally asistió a la escuela de arte. La llamas y le preguntas: 'Sally, sé que esto suena tonto, pero me invitaron a un evento en el que seguramente estaré hablando con muchos artistas. ¿Podrías darme algunas buenas preguntas que hacer? Sally podría encontrar su consulta un poco inusual, pero su diligencia debería impresionarla.

Tal vez ella diga: 'Bueno, pregúntales a los artistas qué *medio* trabajan en.

'¿Medio?' usted pregunta.

'Claro', te dirá. `` Esa es la forma en que los conocedores preguntan si trabajan con acrílicos, óleo, carboncillo, bolígrafo, etc. ''

'Oh.'

"No pida a los artistas que describan su trabajo", advierte. "Sienten que el suyo es un medio visual que no se puede describir".

'Oh.'

Y no les preguntes si su trabajo está en una galería.

'¿Oh?'

Eso podría ser un punto delicado. En su lugar, pregunte "¿Hay algún lugar donde pueda ver su trabajo?" Les encantará porque, incluso si no están representados por una galería, pueden invitarte a su estudio para posiblemente comprar su trabajo '.

Técnica 39:

Aprende un poco de galimatías

Los grandes ganadores hablan Gobbledygook como segundo idioma. ¿Qué es Gobbledygook? Es el lenguaje de otras profesiones.

¿Por qué hablarlo? Te hace sonar como un conocedor.

¿Cómo lo aprendes? No encontrará cassetes de Gobbledygook en la sección de idiomas de su librería, pero la jerga es fácil de aprender. Simplemente pídale a un amigo que hable la jerga de la multitud con la que estará para que le enseñe algunas preguntas iniciales. Las palabras son pocas y las recompensas son múltiples.

Eso es todo lo que necesita para comenzar: dos buenas preguntas de arte de apertura y una advertencia contra la pregunta tonta más frecuente de los forasteros.

Digamos que ha hecho un gran servicio de apertura con la pregunta correcta en su trabajo. Has metido una bola rápida en el centro de su conversación.

Tribunal. Felizmente, pensando que están con un jugador as, responden a tu pregunta. Luego le dan un pequeño giro a la pelota y la envían lanzándola de regreso a su cancha y es hora de una pregunta de seguimiento. Ups, ¿qué hacer ahora?

Si todavía no quieres salir del armario del fanfarrón, debes dominar la siguiente técnica, *Mostrando su botón caliente*.

Chapter Forty

Baring their hot button

Charla de doc elemental

Tengo un amigo, John, un médico, que recientemente se casó con una encantadora mujer japonesa, Yamika. John me dijo que la primera vez que los invitaron a una fiesta para conocer a muchos de sus colegas, Yamika estaba presa del pánico. Quería causar una buena impresión, pero estaba tensa por hablar con los médicos estadounidenses. John era el único que había conocido, y durante su romance no pasaron mucho tiempo hablando de medicina.

John le dijo: 'No te preocupes por eso, Yami. Todos se hacen las mismas preguntas de siempre. Cuando los conozca, simplemente pregúntale: "¿Cuál es su especialidad?" Y "¿Está afiliado a un hospital?"'

"Luego, para entrar en una conversación más profunda", continuó, "lanza preguntas como" ¿Cómo es tu relación con tu hospital? " o "¿Cómo le está afectando el entorno médico actual?" Estos son temas candentes con los médicos porque todo está cambiando en la atención médica '.

John dijo que Yamika entregó las líneas textualmente. Circuló la fiesta preguntando por las especialidades de los diversos médicos y preguntando sobre sus afiliaciones y relaciones con sus hospitales. Como resultado, ella fue el éxito de la fiesta. Muchos de los colegas de John lo felicitaron más tarde por haber encontrado a una mujer tan encantadora y perspicaz.

Conseguir el capturador real

No son solo los médicos. *Cada* La profesión tiene preocupaciones que están de moda dentro de la industria. El resto del mundo, sin embargo, sabe poco sobre estos

fijaciones. Por ejemplo, los libreros independientes se quejan constantemente de que las grandes cadenas de supermercados se están apoderando de la industria. Los contadores pasan las noches despiertos preocupados por el seguro de responsabilidad civil en caso de auditorías defectuosas. Oh, nosotros los escritores también. Siempre estamos quejándonos de que las revistas no nos pagan por los derechos electrónicos de nuestras preciosas palabras.

Supongamos que algún alma desventurada tuviera la mala suerte de encontrarse en un grupo de escritores. Conversar con estas personas (que rara vez saben lo que piensan hasta que ven lo que dicen) no es una tarea fácil para alguien que está acostumbrado a comunicarse con la palabra hablada. Sin embargo, si antes de la fiesta el no escritor hubiera llamado a un conocido escritor y le hubiera preguntado sobre los temas candentes, habría tenido una conversación acalorada con los redactores de la palabra toda la noche. Yo llamo a la técnica *Mostrando su botón caliente*.

Técnica 40: **Mostrando su botón caliente**

Antes de saltar a ciegas a un grupo de encuadernadores o un grupo de dentistas, averigüe cuáles son los temas candentes en sus campos. Todas las industrias tienen preocupaciones candentes de las que el mundo exterior sabe poco. Pídale a su informante que descubra los rumores de la industria. Luego, para calentar la conversación, presione esos botones.

De vuelta a la exposición de arte a la que estás a punto de asistir. No puedes dejar que Sally cuelgue todavía. Ella te ha dado las dos mejores preguntas iniciales para artistas. Pero no la dejes ir hasta que obtengas el verdadero capturador de conversaciones. Pregúntale cuáles son los temas más candentes del mundo del arte. Podría pensar un minuto y luego decir: 'Bueno, siempre hay precios de arte'.

¿Precios del arte? usted pregunta.

"Sí", explica. "Por ejemplo, en la década de 1980, el mundo del arte estaba muy impulsado por el mercado. Los precios subieron por las nubes porque algunos inversores y buscadores de estatus pagaron cantidades exorbitantes. Creemos que eso le quitó el arte a las masas".

¡Vaya, ahora estás realmente armado con una buena charla de arte con información privilegiada!

¡Nos vemos en el grande!

Mientras lo hace, no olvide interrogar a su informante para recibir saludos especiales de información privilegiada para usar cuando esté con su pandilla. Por ejemplo, las actrices se estremecen si escuchan 'buena suerte' antes de un programa, pero sonríen a los simpatizantes que dicen '¡Rompe una pierna!'

Sin embargo, 'romperse una pierna' no es apropiado para los corredores antes de un maratón. ¡Ese es el último pensamiento que quieren tener! Lo único que quieren romper es su récord personal. Prueba "¡Ten tu mejor marca personal!"

Los bomberos que trabajan por turnos rara vez se ven, excepto, por supuesto, en los incendios más grandes. Por lo tanto, los bomberos saludaron '¡Nos vemos en el grande!' Una vez, conduciendo en una ciudad tranquila en la que tienes que esforzarte para perderte, lo logré. Me volví irremediablemente. Felizmente, vi la estación de bomberos y un par de bomberos aburridos descansando en el frente.

'Disculpe, ¿puede decirme el camino de regreso a la Ruta 50?' Llamé por la ventana. Por su actitud, me di cuenta de que pensaban que yo era un idiota. Sin embargo, me señalaron letárgicamente en la dirección correcta. Mientras conducía, grité: '¡Gracias chicos, nos vemos en el grande!' En el espejo retrovisor vi que se dibujaban enormes sonrisas en sus rostros mientras se levantaban al unísono y se despedían con la mano. El desorientado y mareado rubio se había ganado su respeto con su saludo de información privilegiada.

Chapter Forty One

Read their rags

¡Extra! ¡Extra! Aprenda aún más sobre sus vidas.

Digamos que su portador de papel acaba de arrojar el periódico de su bicicleta a la puerta de su casa. Sirve una taza de café y se pone cómodo para ponerse al día con lo que está sucediendo en el mundo. Tu mundo, eso es. ¿Pasas primero a las noticias internacionales? ¿La sección de moda? ¿La página de deportes? ¿La sección de entretenimiento? ¿Quizás los cómics?

Cualquiera que sea la sección a la que sueles pasar primero, mañana NO LO HAGA. Empezar a *alguna* otra sección, preferiblemente una que casi nunca lea. ¿Por qué? Porque te familiarizará con otros mundos para que pronto puedas discutir cualquier cosa con cualquiera, sin importar lo poco que tengas en común.

¿Qué tal la sección inmobiliaria? Bostezo. Tal vez no encuentre las propiedades inmobiliarias especialmente fascinantes. Sin embargo, tarde o temprano te encontrarás con un grupo de personas que están discutiendo propiedades, ofertas y el mercado actual. Escanear la sección de bienes raíces solo una vez cada pocas semanas lo mantendrá *au courant* con su conversación.

¿La columna publicitaria? Tal vez piense que el mundo sería un lugar mucho mejor sin Madison Avenue. Pero su resultado final no será mejor si no puede sostener sus propias discusiones con el ejecutivo de marketing que acaba de contratar para anunciar los widgets de su empresa. Solo echa un vistazo a la sección de noticias publicitarias y pronto estará charlando sobre *campañas y creativo* gente y haciendo *impresión* o *TELEVISOR*. En lugar de decir *palabras*, estarás diciendo *Copiar*. En vez de *La agencia*, estarás hablando de términos reales de información privilegiada como *la tienda*.

El uso de palabras externas es uno de los mayores indicios de que no está al tanto. En el barco, si un pasajero preguntaba a algún miembro de mi personal: '¿Cuánto tiempo

¿Estuviste trabajando en el barco? sofocarían un gemido. El personal del crucero trabajó con orgullo en un *Embarcacion*, y la palabra *bote* reveló al pasajero como un verdadero marinero de agua dulce.

La palabra correcta puede realizar milagros conversacionales. En la línea de recepción, cada vez que los pasajeros le preguntaban a nuestro lacónico capitán: "¿Cuándo te convertiste en maestro por primera vez?" o '¿Cuál fue tu primer comando?' sostenía a toda la fila de personas que serpenteaban por el salón de baile esperando estrechar su mano. El capitán Cafiero contaba con entusiasmo su historia naval al investigador inteligente que podría haber aprendido las palabras *Maestro* o *mando* la semana pasada en los avisos de envío del periódico. (Si el pasajero hubiera dicho simplemente: '¿Cuánto tiempo ha sido capitán?' O '¿Cuál fue su primer barco?', Él o ella habría entendido la versión de caballero italiano habitual del capitán de la prisa del vagabundo).

Pronto te volverás adicto a la euforia que te da establecer una buena relación con tanta gente. Todo lo que se necesita es leer diferentes secciones del periódico.

Bombea su pulpa para obtener aún más combustible

Luego, cuando desee un golpe más grande de jerga de información privilegiada, comience a leer revistas especializadas. Esas son las revistas de circulación cerrada que van a miembros de diversas industrias. Pídale a sus amigos en diferentes trabajos que le presten uno para que tenga aún más combustible para el fuego de la conversación.

Todas las industrias tienen uno o dos. Verás grandes trapos brillantes con nombres como *Noticias automotrices*, *Negocios de restaurantes*, *Noticias de piscinas y spas*, *Industria de camiones*, e incluso *Cerdos hoy* para personas en el negocio porcino. (Disculpe, se llaman a sí mismos *practicantes de cerdos*. Oye, nunca se sabe cuándo, hacer su próxima gran venta, será de ayuda hablar cerdo.) Cualquier tema le dará una muestra de su jerga y le informará de los temas más candentes en ese campo. En lo que respecta a los pasatiempos e intereses de las personas, busque revistas sobre correr, hacer ejercicio, andar en bicicleta, esquiar, nadar y surfear. Las grandes tiendas de revistas venden trapos de motociclista, trapos de boxeador, trapos de bombín e incluso trapos de montar a caballo. Encontrará miles de revistas de interés especial que se publican cada mes.

Hace varios años, me enganché a comprar uno diferente cada semana. Valió la pena rápidamente cuando un cliente potencial de consultoría me invitó a cenar en su casa. Tenía un hermoso jardín y, gracias a *Revista de flores y jardines*, Podría descartar términos de información privilegiada como *ornamentales, anuales, y perennes*. Incluso pude mantenerme al día cuando la discusión se centró en las ventajas de cultivar a partir de semillas o bulbos.

Debido a que dominaba las flores con tanta fluidez, me invitó a dar un paseo más largo con ella para ver sus jardines privados. Mientras paseábamos, fui cambiando gradualmente el tema de los crisantemos al trabajo de consultoría que podía hacer para su compañía. ¿Quién guiaba a quién por el sendero del jardín?

Técnica 41:

Lee sus harapos

¿Su próximo gran cliente es un golfista, corredor, nadador, surfista o esquiador? ¿Asiste a una función social llena de contables o budistas zen, o algo intermedio? Hay miles de revistas mensuales que sirven a todos los intereses imaginables. Puede brindar más información de la que necesitará para sonar como un conocedor con cualquier persona con solo leer los trapos que les sirven. (¿Ha leído su última copia de *Zoonooz* ¿aún?)

¿El mundo se hace más pequeño o nosotros nos hacemos más grandes? El hombre o la mujer renacentista de hoy se siente cómodo y confiado en cualquier lugar y la siguiente técnica te ayuda a ser un experto en cualquier lugar del planeta en el que te encuentres.

Chapter Forty Two

Clear ‘customs’

Cómo ser un insider global

Supongamos que viaja al extranjero por negocios. ¿Qué es lo primero en tu lista de tareas pendientes? Obtenga un pasaporte y un libro de frases, ¿verdad? Después de todo, ¿quién quiere vagar por Roma sin saber cómo pedir un baño? ¿O tener sed en Kuala Lumpur sin saber cómo pedir una Coca-Cola? Sin embargo, hay algo que la mayoría de nosotros olvidamos empacar, a menudo con consecuencias nefastas: un libro sobre costumbres internacionales.

Una amiga mía, una compañera oradora llamada Geraldine, estaba emocionada con su primer discurso en Japón. Para estar cómoda en su largo vuelo a Tokio, se puso sus jeans de diseñador favoritos y una chaqueta informal. Catorce horas y 6,737 millas después, cuatro caballeros japoneses impecablemente vestidos la recibieron en el aeropuerto de Narita. Sonriendo y haciendo una profunda reverencia, le entregaron sus tarjetas de visita. Con su bolso en una mano, Geri tomó sus cartas con la otra. Les dio las gracias, miró brevemente las tarjetas y las guardó en su bolsillo trasero. Luego sacó una de sus tarjetas de presentación de su bolso y, consciente del hecho de que podrían tener dificultades para pronunciar a Geraldine, escribió su apodo 'Geri' encima de su nombre impreso. Los caballeros revolotearon sobre su tarjeta, dándole la vuelta para examinarla unas cuantas veces, antes de que uno de ellos la guardara en su maletín.

Cuando los cinco llegaron al hotel, invitaron a Geri a tomar el té en el vestíbulo. Mientras tomaban té, los caballeros le obsequiaron con un pequeño obsequio que ella abrió con entusiasmo. Una de las cualidades más encantadoras de Geri es su calidez y efusividad instintivas. Estaba encantada con el regalo y, al estilo típico de Geri, gritó: '¡Oh, es hermoso!' mientras le daba a cada uno de los caballeros un pequeño abrazo.

En este punto, los cuatro caballeros japoneses se pusieron de pie al unísono como cuatro gemelos siameses con el ceño fruncido y, haciendo una leve reverencia, murmuraron "Sayonara" y se marcharon rápidamente. El pobre Geri estaba atónito. ¿Qué hizo mal?

¡Todo! Primero, los jeans. Incluso si vienes de una bicicleta en Asia, no te encuentras con clientes vestidos de manera informal. El segundo error fue el manejo vulgar de Geri de sus tarjetas de presentación. En Asia, la tarjeta de visita es una de las herramientas de protocolo más importantes. Siempre se presenta y acepta con reverencia con ambas manos. (Excepto en Asia musulmana, donde la mano izquierda se considera impura).

Geri luego guardó sus cartas demasiado rápido. En Asia, la gente usa las tarjetas de presentación para iniciar una conversación. Hablan sobre las tarjetas y el trabajo de los demás y no guarden las suyas hasta que ellos de manera gentil y respetuosa guarden las suyas. Empujarlo en el bolsillo trasero de sus jeans fue la máxima falta de respeto.

Geri no descubrió su cuarto error hasta que regresó a casa. Uno de sus colegas, Bill, un viajero de negocios experimentado, analizó el fiasco por ella. Bill le dijo que la razón por la que los caballeros habían dado vuelta la tarjeta de Geraldine una y otra vez cuando se la dio en el aeropuerto fue para encontrar su nombre, cargo y compañía impresos en japonés en el otro lado. La otra cara de la tarjeta de Geri estaba, por supuesto, en blanco.

Entonces, quinto horror de los horrores, Geri no debería haber escrito en la tarjeta. Las cartas en Asia no son exactamente sagradas, pero nunca se deben desfigurar con una letra desordenada.

La triste historia de Geri y los japoneses empeora. Bill le dio la mala noticia: no debería haber abierto el regalo frente a sus clientes. ¿Por qué? Porque en una tierra donde salvar las apariencias es fundamental, sería vergonzoso descubrir que el regalo que dieron no fue tan bonito como el que recibieron. (*¡Ay, Geri ni siquiera les había dado un regalo!*) Error número siete.

El pequeño chillido de Geri al recibir el regalo también fue un boo-boo. En Asia, cuanto más bajo es el tono de voz, más alto es el rango. El error final fue, por supuesto, darles a los caballeros un abrazo de agradecimiento. Abrazar, muy venerado en ciertas partes del mundo es, en Japón, absolutamente inaceptable con un nuevo cliente.

No hace falta decir que Geri no ha sido invitado a regresar a Japón. Sin embargo, tiene un concierto en El Salvador. Esta vez ella es inteligente. Ella es

estudiando sobre las costumbres allí. Felizmente, está descubriendo que puede abrazar al contenido de su corazón. Sin embargo, no debería usar su nombre de pila (ni el de nadie más). Ah, y no debe presentarse como una "estadounidense". Después de todo, ¡los salvadoreños también son estadounidenses!

Las diferencias en todo el mundo siguen y siguen. Siempre que viajo, tengo que golpearme en la cabeza y darme cuenta de que no estoy en el todo valeEE.UU.

Me encanta viajar en jeans, soy una abrazadora incurable y no puedo esperar a ver qué hay en una caja de regalo que alguien me da. Sin embargo, cada vez que planeo dejar las costas del Tío Sam, reviso las costumbres extranjeras para ver cuánto de mí mismo puedo ser.

Hay algunos libros excelentes sobre costumbres internacionales. Encontrarás los nombres de algunos en las notas.[17-19](#)

Técnica 42: La aduana'

Antes de poner un dedo del pie en suelo extranjero, obtenga un libro sobre lo que se debe hacer y los tabúes en todo el mundo. Antes de dar la mano, dar un regalo, hacer gestos o incluso felicitar las posesiones de alguien, compruébalo. Tu metedura de pata podría arruinar todo tu concierto.

No seas como otro desafortunado colega mío que casi arruina un gran negocio con un brasileño. Justo antes de firmar el contrato, dio la señal de OK con el pulgar y el índice. Poco sabía que le estaba diciendo a su nuevo socio comercial que tuviera relaciones sexuales consigo mismo. Nunca se sabe hasta que es demasiado tarde.

Ahora llegamos a donde ser un conocedor muestra recompensas inmediatas, tangibles y calculables. Y donde ser un forastero realmente duele: directamente en tu bolsillo o bolso.

Chapter Forty Three

Bluffing for bargains

Obteniendo lo que quiere al precio interno

Nunca subestimes el ingenio humano cuando se trata de conseguir lo que quieras. Mucha gente expande el adagio, *Todo es justo en el amor y en la guerra a Todo vale en el amor, la guerra y comprando lo que quiero*. Para conseguir una mesa en un restaurante elegante en una noche ajetreada, usar el nombre de una celebridad es una vieja táctica. Mi maître favorito me dijo que recibe mucho de Robert De Niro llamando a una reserva. Cuando llega su grupo de seis u ocho, él escucha: 'Lo siento mucho, Rob no se sentía bien esta noche'.

Una mujer, frustrada cuando su nombre falso de celebridad no funcionó, le gritó: 'Mira, ¿quién diablos tengo que ser para conseguir una mesa? Seré quien tú quieras que sea, Goldie Hawn, Steffi Graf, Fergie, solo contar me.' Algunas personas intentan un enfoque de último minuto. Simplemente caminan hasta el maître d' en un restaurante con overbooking, señalan cualquier nombre en el libro de reserva y dicen: 'Somos nosotros'.

Serás testigo de la misma astucia en los hoteles con overbooking. Hace varios meses me estaba registrando en un hotel popular para el cual, afortunadamente, tenía una reserva confirmada. Un hombre ruidoso frente a mí en la fila le gritó al recepcionista: '¿Qué significa, no hay espacio? Esta noche me quedaré en este hotel. Si no tienes una habitación, yo duermo aquí en el suelo. Su rabieta no estaba funcionando.

—Y te lo advierto —continuó—, ¡duermo desnudo! Consiguió una habitación.

No se recomiendan estas astutas tácticas infantiles. Más bien, sugiero una técnica más basada en principios llamada *Fanfarronear por gangas*. Nació una tarde sentada con un corredor de seguros, el Sr. Carson. El estaba tratando de vender

me una póliza de propietario. Por supuesto que quería la mayor cobertura por la menor cantidad de efectivo. Carson era un operador fluido y me explicaba pacientemente en términos sencillos los beneficios de ciertos ciclistas a los que estaba presionando.

Justo cuando empezó a hablar de desastres como guerras y huracanes, sonó su teléfono. Con disculpas, descolgó el auricular. Fue uno de sus colegas. De repente se produjo una metamorfosis ante mis ojos. El vendedor sofisticado se convirtió en un tipo normal y hogareño que sufría de parálisis y charlaba con su viejo amigo sobre *paraguas*. Pensé que estaban hablando del clima.

Entonces la conversación se centró en *flotadores*. Ahora asumí que estaban hablando de un problema ocular. Me tomó un tiempo darme cuenta de que las pólizas paraguas y los flotadores eran parte del seguro del que hablaban.

Unos minutos más tarde, Carson dijo: 'Sí, está bien, hasta luego, amigo', y colgó el teléfono. Se aclaró la garganta y se transformó de nuevo en el agente de ventas formal, definiendo pacientemente los daños y deducibles a un cliente ingenuo.

Sentado ahí escuchando bafflegab como *subrogación y responsabilidad prorratablea*, Empecé a reflexionar: si el colega de Carson que acaba de llamar quisiera comprar un seguro, habría obtenido una póliza mucho mejor, mucho más barata. Prácticamente en todas las industrias, los proveedores dan dos precios por bienes o servicios: uno para los conocedores y otro para usted y para mí.

Antes de permitirme enojarme por esto, lo pensé detenidamente. Es injusto? Realmente no. Si el vendedor no tiene que dedicar tiempo a ser vendedor o psicólogo respondiendo al sinfín de preguntas de los novatos, puede darse el lujo de ofrecer su mejor precio. Carson no habría tenido que dedicar veinte minutos a explicarle a su colega (como me hizo a mí) por qué, si un tornado se lleva tu casa, se considera "un acto de Dios". Por lo tanto, pierde. Cuando los asociados con conocimientos compran productos, el vendedor se reduce felizmente a nada más que un agente de compras. Por muy poco trabajo, obtiene una pequeña ganancia y está satisfecho.

Un poco de conocimiento es muy útil cuando estás comprando algo. Si tiene una idea de los resultados de su corredor de bienes raíces, es más probable que le ofrezca el mejor precio. Si está familiarizado con las palabras de información privilegiada que los proveedores de catering y los vendedores de automóviles usan para aumentar sus ganancias, si es conocedor de las técnicas que las empresas de mudanzas y los mecánicos usan para estafar a los desprevenidos, si es así.

en busca de los métodos de los abogados para engordar los honorarios; en resumen, *si conoces las cuerdas*, no te estafarán. No necesita saber mucho, solo algunos términos internos. El profesional asume que, dado que está familiarizado con algunos términos esotéricos de la industria, también conoce la mejor oferta y el precio más bajo. Nadie lo expresó mejor que mi pintor de casas, Iggy. «Claro», me dijo, «tienes que saber hablar con un pintor. No yo, pero muchos otros chicos, van a conseguir todo lo que puedan. Es solo la naturaleza humana. Especialmente si eres mujer y las tratas de manera inteligente, como te voy a decir cómo, se les pondrá los pelos de punta. Se dirán a sí mismos: "Oye, este no es un bebé en el bosque. Será mejor que lo haga con franqueza".

'Está bien, Iggy, ¿cómo?'

Dijo: 'Dígalas, muchachos: "Miren, las paredes necesitan muy poco *preparación*. No vas a tener que dedicar mucho tiempo *raspado y masilla*. Es un trabajo limpio ". Iggy me dijo que estas pocas frases por sí solas pueden ahorrarle una gran cantidad de dinero. ¿Por qué? De inmediato, el pintor sabe que usted conoce la partitura y que la parte que más tiempo requiere para él es preparar la superficie (*preparando* en doloroso). Por lo tanto, es su elemento de marcado más importante. 'Entonces', continuó Iggy, 'cuando les digas que no habrá *cortando* (pintando dos colores uno al lado del otro), su precio vuelve a bajar. Asegúrate de decirles que no dejen nada. *vacaciones* (manchas sin pintar o escasamente pintadas) y obtienes un trabajo más cuidadoso '. Solo lamento no tener un Iggy en todos los campos para darme un curso intensivo sobre cómo lidiar.

Cómo lidiar cuando no hay Iggy en tu vida

A continuación, le indicamos cómo obtener el mejor precio y la mejor oferta de cualquier persona. Encuentra a tu Iggy Informer. Si tienes un amigo en el negocio, obtén la jerga de él. Si no es así, en lugar de ir directamente al proveedor al que desea comprarle, visite primero a varios otros. Habla con ellos. Aprenda un poco de jerga de cada uno.

Por ejemplo, suponga que quiere comprar un diamante. En lugar de ir directamente a tu joyería favorita y hacer preguntas sobre diamantes con mancuernas, ve a la competencia. Hazte amigo del vendedor y compra algunas gemas de diamantes. Aprenderás que los joyeros dicen *piedras* no *diamantes*. Cuando hablas de la parte superior de la piedra, dicen *mesa*; la parte más ancha es la *faja* el fondo es el *chuleta*. Si la piedra se ve amarilla, no digas

amarillo, decir *capa*. Si ves fallas, no digas *defectos*, decir *inclusiones* o *gletz*. Si todavía no te gusta la piedra, no digas 'Me gustaría ver algo mejor', di *más fino*. (No me preguntes por qué. Así es como habla la gente de los diamantes). Luego, cuando hayas dominado tu jerga, ve a donde quieras comprar. Debido a que ahora habla diamante, obtiene un precio mucho mejor.

Técnica 43:

Fanfarroneando por gangas

Las habilidades de regateo utilizadas en los antiguos mercados árabes están vivas en la América contemporánea para artículos caros. Su precio es mucho más bajo cuando sabe cómo negociar.

Antes de cada gran compra, busque varios proveedores: algunos de los que aprender y uno para comprar. Armado con algunas palabras de industria, está listo para dirigirse a la tienda donde va a comprar.

Pronto preguntarás a los peleteros dónde está *Pieles* fueron *vestido*, empresas de mudanzas para su *ICC* registro de desempeño, y abogados la tarifa por hora de paralegales y asociados. Entonces estas personas, como Iggy el pintor, se dirán a sí mismas: 'Oye, este no es un bebé en el bosque, será mejor que lo haga claro'.

Profundicemos ahora en el mundo de la información privilegiada. En esta ocasión, exploramos cómo darle a su compañero de conversación la sensación de que comparte no solo experiencias, sino también las cosas pesadas. Compartes creencias y valores en la vida.

Part Five

Why, we're just alike!

We're like peas in a pod

Si entrecierra los ojos y observa con atención un vuelo de pájaros, verá pinzones volando con pinzones, golondrinas volando con golondrinas y pájaros amarillos volando con pájaros amarillos. El apartheid aviar se intensifica. Nunca verá una golondrina común con una golondrina de banco, o incluso un pájaro amarillo colgando con un pinzón amarillo. Alguien lo dijo más corto: *Dios los cría y ellos se juntan.*

Felizmente, los humanos son más inteligentes que los pájaros. En un aspecto, al menos: tenemos cerebros capaces de superar los prejuicios. Los seres humanos realmente inteligentes trabajan juntos, juegan juntos y parten el pan juntos. ¿Eso significa que su nivel de comodidad es alto? Bueno, eso depende del ser humano. Nuestro propósito aquí no es examinar lo absurdo del apartheid. Es no dejar piedra sin remover para asegurarse de que las personas *completamente* cómodo haciendo negocios o placer contigo.

Se ha demostrado sin lugar a dudas que las personas son más receptivas con aquellos que sienten que tienen los mismos valores en la vida. En un estudio, a los individuos se les aplicó primero una prueba de personalidad y creencias.²⁰ Luego los emparejaron con un compañero y les dijeron que pasaran tiempo juntos. Antes de conocerse, a la mitad de las parejas se les dijo que tenían creencias muy similares a las de su pareja. A la otra mitad se le dijo que eran diferentes. Ninguna de las dos afirmaciones era cierta.

Sin embargo, cuando se les preguntó después cuánto se gustaban, las parejas que creían que eran similares se querían mucho más que las parejas que pensaban que eran diferentes, lo que demuestra que tenemos una diferencia.

predisposición hacia las personas que creemos que son como nosotros. Nos sentimos más cómodos dando nuestro negocio y amistad a aquellos que sentimos que comparten nuestros valores y creencias en la vida. Para ello te ofrezco seis técnicas para crear sensaciones de similitud con todas las personas que deseas.

Además de establecer una relación más profunda con los clientes, amigos y asociados, el uso de las siguientes técnicas desarrolla una comprensión y empatía más profundas con personas de todas las razas y orígenes. También abren puertas que de otro modo podrían estar cerradas para usted.

Chapter Forty Four

Be a copycat

Mira cada uno de sus movimientos

Al igual que el pinzón bate sus alas más rápido que el águila planeadora, las personas de diferentes orígenes *moverse* diferentemente. Por ejemplo, en los Estados Unidos, las personas de las llanuras abiertas tienden a estar más lejos unas de otras. La gente de la ciudad, sistemáticamente sardinada en el metro y en los autobuses abarrotados, se acerca. Los estadounidenses de origen asiático hacen movimientos modestos. Los italoamericanos hacen grandes.

A la hora del té, el conjunto de la escuela de acabado hace una genuflexión y con gracia deja a los derrieres en el sofá. Cuando las mujeres alcanzan una taza, sostienen el platillo en una mano y la taza en la otra, con el meñique ligeramente extendido. Gente que nunca terminó *algunas* La escuela de modales se zambulle en el centro del sofá y agarra la taza con ambas manos.

¿Es uno correcto? ¿El otro está mal? No. Sin embargo, los mejores comunicadores saben que cuando hacen negocios con un extensor de meñique que se sumerge en el trasero o un agarrador de tazas con dos puños, deben hacer lo mismo. Las personas se sienten cómodas con personas que se mueven como ellos.

Tengo un amigo que viaja por el país dando un seminario escandaloso llamado "Cómo casarse con los ricos". Genie estuvo una vez en un casino de Las Vegas cuando un reportero de televisión le preguntó si podía distinguir a los verdaderos ricos de los grandes pretendientes.

"Por supuesto", respondió Genie.

"Está bien", desafió el periodista. "¿Quién es el hombre más rico de esta sala?" En la mesa de al lado se reunieron tres hombres con trajes a medida (Hayward de Mayfair, Londres, sin duda), camisas hechas a mano (Charvet de Place Vendôme en París, sin duda) y bebiendo whisky escocés (whisky de malta puro).

Laphroaig de la isla escocesa de Islay, sin duda). El reportero, naturalmente, asumió que Genie elegiría a uno de estos posibles candidatos. En cambio, con el escrutinio de un perro de caza, los ojos de Genie escudriñaron la habitación. Como un basset hound adiestrado, instintivamente señaló con una larga uña roja a un tipo con jeans rotos en una mesa de la esquina. Ella murmuró: 'Él es *muy Rico.*'

Asombrado, el periodista le preguntó a Genie: "¿Cómo puedes saberlo?"

"Se mueve como dinero viejo", dijo. "Verás", continuó Genie para explicar, "se está moviendo como *viejo* dinero. Se mueve como *nuevo* dinero. Y se mueve como *No* dinero." Genie podía decir que el tipo improbable en la esquina obviamente estaba sentado en grandes activos, y todo por la forma en que se movía.

Técnica 44:

Ser un imitador

Observa a la gente. Mira la forma en que se mueven. Pequeños movimientos? Grandes movimientos? ¿Rápido? ¿Lento? ¿Espasmódico? ¿Líquido? ¿Viejo? ¿Joven? ¿De buen tono? ¿Baja calidad?

Imagina que la persona con la que estás hablando es tu instructor de baile. ¿Es un motor de jazz? ¿Es ella una bailarina? Mire su cuerpo, luego *imitar* el estilo de movimiento. Eso hace que su compañero de conversación se sienta subliminalmente cómodo con usted.

Están comprando *usted*, también

Si está en ventas, copie no solo la clase de su cliente, sino también la clase de su producto. Vivo en una sección de la ciudad de Nueva York llamada Soho, que está a pocas cuadras por encima de Canal Street, famosa por ser basura. A menudo, agarrando mi bolso con fuerza y esquivando a las multitudes en Canal Street, me cruzo con un carterista convertido en vendedor del día. Mira furtivamente a su alrededor y me muestra un pañuelo grasiendo con una joya. 'Psst, ¿quieres comprar una cadena de oro?' Su comportamiento de ladrón nervioso solo podría hacer que lo arrestaran.

Ahora, a unas sesenta manzanas de la parte alta de la ciudad, encontrará la joyería Tiffany's, de moda y muy cara. De vez en cuando, agarrando mis fantasías de

como puedo permitirme algo, entro a través de las enormes puertas doradas. Imagínese a uno de los profesionales de ventas impecablemente vestidos detrás de los mostradores de vidrio biselado mirando furtivamente a su alrededor y diciéndome: 'Psst, ¿quieres comprar un diamante?'

¡No se vende!

Haga coincidir su personalidad con su producto. ¿Vende trajes hechos a mano? Un poco de decoro, por favor. ¿Vendiendo jeans? Un poco genial, por favor. ¿Vendiendo sudaderas? Un poco deportivo, por favor. Y así sucesivamente para lo que venda. Recuerda, *usted* son la experiencia de compra de sus clientes. Por lo tanto, eres parte del producto que están comprando.

Chapter Forty Five

Echoing

'Somos como guisantes en una vaina'

¿Alguna vez ha estado charlando con un nuevo conocido y, después de unos momentos, se ha dicho a sí mismo: '¡Esta persona y yo pensamos lo mismo! Estamos en la misma longitud de onda'. Es una sensación fabulosa, casi como enamorarse. Los amantes lo llaman *química*. Nuevos amigos hablan de *relación instantánea*, y la gente de negocios dice *un encuentro de mentes*. Sin embargo, es la misma magia, esa repentina sensación de calidez y cercanía, esa extraña sensación de "¡Guau, éramos viejos amigos a la vez!"

Cuando éramos niños, hacer amigos era más fácil. La mayoría de los niños que conocimos crecieron en la misma ciudad y por eso estaban en nuestra onda. Luego pasaron los años. Nos hicimos mayores. Nos alejamos. Nuestros antecedentes, nuestras experiencias, nuestras metas, nuestros estilos de vida se volvieron diversos. Por lo tanto, nos sepáramos de las longitudes de onda del otro.

¿No sería genial tener una tabla de surf mágica que te ayude a volver a subir? *todo el mundo* longitud de onda cuando quieras? Aquí está, un dispositivo lingüístico que lo pone en una gran compenetración con todos los que conoce. Si te paras en el acantilado de una montaña y gritas "hola-oh" a través del valle, tu idéntico "hola-oh" te responde. Yo llamo a la técnica *Resonando* porque, como la montaña, te haces eco de las precisas palabras de tu interlocutor.

Todo empezó al otro lado del océano

En muchos países europeos, escuchará cinco, diez o más idiomas dentro del idioma. Por ejemplo, en Italia, los sicilianos del sur hablan un

dialecto que parece una palabrería para los italianos del norte. En un restaurante italiano, una vez escuché a un comensal descubrir que su camarero también era de Udine, una ciudad en el noreste de Italia donde hablan el dialecto friulano. El comensal se puso de pie y abrazó al camarero como si fuera un hermano perdido hace mucho tiempo. Comenzaron a balbucear en una lengua que dejó a los demás camareros italianos encogiéndose de hombros.

En Estados Unidos también tenemos dialectos. Simplemente no somos conscientes de ellos. De hecho, tenemos miles de palabras diferentes, dependiendo de nuestra región, nuestro trabajo, nuestros intereses y nuestra educación. Una vez, cuando viajaba por el país, traté de pedir *unsoda* como una Coca-Cola o un 7-Up en un restaurante de la carretera. Tomó algunas explicaciones antes de que la camarera entendiera que quería lo que ella llamaba *música pop*. Quizás debido a que el mundo de habla inglesa es tan grande, los estadounidenses tienen una variedad de palabras más amplia para las mismas cosas viejas que cualquier idioma que haya encontrado.

Los miembros de la familia se encuentran hablando por igual. Los amigos usan las mismas palabras y los socios de una empresa o los miembros de un club hablan por igual. Todos los que conozcas tendrán su propio lenguaje que los distingue subliminalmente de los forasteros. Las palabras son todas en inglés, pero varían de un área a otra, de una industria a otra e incluso de una familia a otra.

El dispositivo lingüístico que dice 'estamos en la misma longitud de onda'

Cuando quieras darle a alguien la sensación subliminal de que eres igual, usa *su* palabras, no tuyas. Suponga que está vendiendo un automóvil a una madre joven que le dice que le preocupa la seguridad porque tiene un hijo pequeño. *niño pequeño*. Cuando explique las características de seguridad del automóvil, use su palabra. No uses la palabra que llames a tus hijos. Ni siquiera digas '*niño-cerradura de protección*', que estaba en su manual de ventas. Dile a tu cliente potencial, '*No niño pequeño* puede abrir la ventana debido al dispositivo de control del conductor.' Incluso llámalo un '*niño pequeño-cerradura de protección*'. Cuando mamá escuchaniño pequeño saliendo de tus labios, siente que eres 'familia' porque así es como todos sus parientes se refieren a su pequeño tío. Suponga que su cliente potencial hubiera dicho *niño* o *infantil*. Bien, repita cualquier palabra que ella usó. (Bueno, casi cualquier palabra. Si hubiera dicho *mi palo de golf*, es posible que desee pasar *Resonando esta vez.*)

Haciendo eco en las fiestas

Digamos que estás en una fiesta. Es una gran fiesta con muchos tipos diferentes de personas. Primero está charlando con un abogado que le dice *profesión* a menudo es difamado. Cuando llegue tu turno de hablar, *diprofesión* también. Si usted dice *trabajo*, pone una barrera subconsciente entre ustedes.

A continuación, conoce a un trabajador de la construcción que comienza a hablar de su *trabajo*. Ahora estás en problemas si dices: 'Bueno, en mi *profesión* ...' Él pensaría que estás siendo un hoity-toity.

Después del abogado y el trabajador de la construcción, hablas con varios autónomos: primero un modelo, luego un orador profesional y finalmente un músico pop. Las tres personas usarán diferentes palabras para su trabajo. La modelo se jacta de *ella* *reservaciones*. El orador profesional puede decir reservas, pero es más probable que se jacte de hablar *compromisos*. Un músico pop podría decir: 'Sí, tío, tengo muchos *eventos*.' Es difícil memorizar lo que todos llaman su trabajo. Solo mantén los oídos abiertos y repite su palabra después de que la digan.

Resonando va más allá de los nombres de los trabajos. Por ejemplo, si está charlando con el propietario de un barco y llama a su barco *uneso*, te etiqueta como un verdadero marinero de agua dulce. (Se refiere con reverencia a su amado barco, por supuesto, como un *ella*.) Si escuchas con atención, oirás sutilezas del lenguaje que nunca soñaste que existieran. ¿Creería usar el sinónimo equivocado para una palabra aparentemente sencilla *comotengo* te etiqueta como un no saber nada en el mundo de otra persona? Por ejemplo, los amantes de los gatos ronronean *teniendo* gatos Pero la gente de los caballos diría *poseer* caballos. Y la gente de los peces *nopropio* pescado. Ellos hablan sobre *acuerdo* pescado. Oye, no es gran cosa. Pero si usa la palabra incorrecta, su interlocutor asumirá, correctamente, que usted es un extraño en su tierra de pasatiempos.

El peligro de *no* haciendo eco

A veces pierdes por no *Haciendo eco*. Mi amigo Phil y yo estábamos hablando con varios invitados en una fiesta. Una mujer le contó con orgullo al grupo sobre el maravilloso esquí nuevo.*chalet* que acababa de comprar. Ella estaba ansiosa por invitar a sus amigos a su pequeño *chalet* en las montañas.

"Eso es maravilloso", dijo Phil, esperando secretamente una invitación. '¿Dónde está exactamente tu *cabina*? KERPLUNK! Aparecieron las posibilidades de Phil de una invitación a la casa de la dama. *chalet*.

No pude resistir. Después de la conversación, le susurré a mi amigo: 'Phil, ¿por qué insultaste a esa mujer llamándola *chalet* a *cabina*?' Phil se rascó la cabeza y dijo: '¿Qué quieras decir con insultarla? *Cabina* es una hermosa palabra. Mi familia tiene una cabaña en Cape Cod y crecí amando la palabra, las asociaciones, la alegría de una cabaña'. (En otras palabras, las connotaciones de *cabina*.) Bueno, bien, Phil. La palabra *cabina* puede ser hermoso para ti, pero obviamente el esquiador prefirió la palabra *chalet*.

Eco profesional

En el entorno de ventas actual, los clientes esperan que los vendedores sean solucionadores de problemas, no solo proveedores. Sienten que no comprendes los problemas de su industria si no hablas su idioma.

Tengo una amiga, Penny, que vende muebles de oficina. Entre sus clientes se encuentran personas en publicaciones, publicidad, radiodifusión y algunos abogados. El manual de ventas de Penny dice *oficina* mueble. Sin embargo, me dijo, si usaba la palabra *oficina* con todos sus clientes, asumirían que ella no sabía nada sobre sus respectivas industrias.

Ella me dijo que su cliente, el oficial de compras en publicidad, habla de su publicidad. *agencia*. El cliente editorial de Penny dice publicar *casa*. Los abogados hablan de muebles para su *firma*, y sus clientes de radio usan la palabra *estación* en lugar de oficina. 'Oye', dice Penny, 'es su mina de sal. Pueden llamarlo como quieran. Y', agregó, 'si quiero hacer la venta, será mejor que lo llame de la misma manera'.

Técnica 45:

Resonando

Resonando es una técnica lingüística simple que tiene un gran impacto. Escuche la elección arbitraria de sustantivos, verbos, preposiciones, adjetivos del hablante, y repítalos. Al escuchar sus palabras salir de tu

la boca crea una relación subliminal. Les hace sentir que comparten sus valores, sus actitudes, sus intereses, sus experiencias.

Hacer eco es un seguro políticamente correcto

Aquí hay una prueba: estás hablando con una farmacéutica y le preguntas: "¿Cuánto tiempo llevas trabajando en la farmacia?" ¿Qué hay de malo en esa pregunta? ¿Darse por vencido? Es la palabra *farmacia*. Los farmacéuticos aborrecen la palabra porque evoca muchos problemas de la industria. Están acostumbrados a escucharlo de los forasteros, pero es un indicio de que desconocen o son insensibles a sus problemas profesionales. Ellos prefieren *farmacia*.

Recientemente, en una recepción, presenté a una de mis amigas, Susan, como trabajadora de una guardería. Después, Susan suplicó: 'Leil, pul-eeze, no me llames *día-trabajador* de cuidados. Fueron *niño*-trabajadores de cuidado.' ¡Ups! El tiempo y la historia reciente rápidamente convierten ciertos términos en arcaicos.

La preferencia intensa de un grupo por una palabra no es arbitraria. Ciertos trabajos, minorías y grupos de intereses especiales a menudo tienen una historia a la que el público no es sensible. Cuando esa historia tiene demasiado dolor, la gente inventa otra palabra que no tiene connotaciones amargas.

Tengo una querida amiga, Leslie, que está en silla de ruedas. Ella dice cada vez que alguien dice la palabra *minusválido*, ella se encoge. Leslie dice que la hace sentir menos completa. 'Preferimos que digas *persona con discapacidad*'. Luego dio una explicación conmovedora. "Las personas con discapacidad somos iguales a todas las demás personas sanas. Decimos 'AB', agregó. "Los AB van por la vida con el mismo bagaje que nosotros. Solo llevamos una pieza extra, una discapacidad'.

Es sencillo. Es efectivo. Para mostrar respeto y hacer que las personas se sientan cercanas a ti, *Eco* sus palabras. Te convierte en un comunicador más sensible y te mantiene alejado de los problemas en todo momento.

Chapter Forty Six

Potent imaging

Las analogías con los chicos mayores son una conducta antideportiva con las chicas.

Recientemente tuve que hacer una presentación ante quince hombres en una reunión corporativa. "Está bien", me dije a mí mismo mientras me ponía de pie, "quince marcianos y un venusino". ¡No hay problema! Me da miedo *Los hombres son de Marte, las mujeres son de Venus*. Había explorado las diferencias neurológicas en los cerebros de hombres y mujeres. Sabía todo sobre las señales del lenguaje corporal específicas de género. Oye, enseño las diferencias de comunicación. Estaba bien preparado para hablar con estos hombres, transmitir mi punto de vista y responder a cualquier pregunta.

Todo empezó bien. Concebí mi presentación de forma clara y concisa, desarrollé cada tema y lo presenté sin problemas. Luego, me senté e invité con confianza a las preguntas y la discusión abierta.

Fue entonces cuando se vino abajo. Todo lo que recuerdo es una horrenda avalancha de preguntas formuladas en analogías con el fútbol.

'¿Crees que nosotros *dejó caer la pelota* en ese?' preguntó un hombre. 'Sí', respondió otro. 'Pero podemos hacer un *recuperación torpe*?—Esos dos los entendí. Sin embargo, cuando llegó *apase de cobertura* y *conexión a tierra intencional*, Empecé a perderlo. Cuando un chico se entusiasmó con un *Ave María pase* siendo necesario para salvar el trato, sufrí la máxima humillación. Tuve que preguntar, 'Uh, ¿qué significa eso?' Los chicos se miraron el uno al otro con complicidad y luego sonrieron condescendientemente mientras me lo explicaban.

Esa noche tuve sádicas fantasías de quince mujeres que dirigían la empresa y un hombre se fue rascándose la cabeza mientras discutíamos sobre analogías con el parto.

'No recibiremos su nueva propuesta' hasta el tercero *trimestre*, informa el ejecutivo de la cuenta.

—Sí, pero faltan seis meses. Vamos a conseguirlo *Cesárea*, responde el contralor.

'¿Por qué molestarse?' pregunta el vicepresidente de marketing. 'Todas sus ideas se desarrollan *in vitro* de todas formas.'

'Estoy a punto de entrar *depresión post-parto*', murmura el CEO. El solitario empleado varón queda tan confundido y humillado como yo frente a las analogías con el fútbol.

Ejem, el objetivo de este libro no es alimentar fantasías diabólicas, sino mejorar las comunicaciones. Con ese fin, ofrezco la siguiente técnica basada en analogías, no solo en analogías de fútbol.

Las analogías en el objetivo dan en el blanco

Las analogías pueden ser una herramienta de comunicación eficaz: *Si evocas imágenes de la vida de la persona con la que estás hablando*. Los hombres no usan analogías con el fútbol para ofuscar las cosas o confundir a las mujeres, sino para aclarar situaciones entre ellos. Las analogías del deporte dan vida a las situaciones de los hombres porque, en general, ven más fútbol que las mujeres.

Pasando a otras analogías deportivas: todo el mundo sabe lo que quiere decir el hablante cuando escucha: 'Nunca *tachar* con esta solución'. Sin embargo, a un aficionado al béisbol le parecería una imagen más convincente que a analogías como *atrapado sobre la marcha, golpeando la tierra, o lanzar una bola de saliva*.

Has escuchado a la gente decir: 'Esta solución es la correcta *En el blanco*'. Todos lo entendemos. Pero la redacción sería más dramática para los entusiastas del tiro con arco. Si su oyente fuera un jugador de bolos, hablando de *bolas de canalón o grandes divisiones* daría vida a todo lo que estuvieras discutiendo. Si sus compañeros de trabajo fueran fanáticos del baloncesto, analogías como *tiro de gancho o bola de aire* aterrizaría directamente en su canasta. Si su cliente lucha, diciendo *fintas y agarraderas de tijera* sería la forma de agarrarlo.

Estas analogías pueden sonarle inverosímiles. Pero son potentes herramientas de comunicación cuando evocan el mundo de su compañero de conversación. ¿Por qué no utilizar los términos más poderosos posibles para transmitir su punto de vista y realizar la venta? Yo llamo a la técnica *Imágenes potentes*.

Técnica 46:

Imágenes potentes

¿Tu cliente tiene jardín? Hablar sobresembrando *las semillas* para el éxito. ¿Tu jefe tiene un barco? Cuéntele acerca de un concepto querer tener *el agua o mantenerse a flote*. ¿Quizás es piloto privado? Hablar de un concepto realmente *Despegando*. ¿Ella juega tenis? Dile que realmente golpea el *punto justo*.

Evoca los intereses o el estilo de vida de tu oyente y teje imágenes a su alrededor. Para darle más fuerza y fuerza a sus puntos, use analogías del mundo de su oyente, no del suyo. *Imágenes potentes* también les dice a sus oyentes que piensa como ellos y les sugiere que comparte sus intereses.

Perdóname mientras vuelvo momentáneamente a mis fantasías sádicas del empleado solitario desesperadamente confundido. El equipo directivo, compuesto exclusivamente por mujeres, ahora está discutiendo la estrategia corporativa utilizando, no fútbol, por supuesto, sino analogías de ballet.

'Yo digo que hagamos la adquisición corporativa *alegro*', ella sugiere. 'Nah, tienes que irte *adagio* en estos asuntos', responde su colega. Pero, ¿y si hacen un *tour jeté* mientras estamos preparados *quinto*? Vamos, ¿alguna vez viste un buen *pas seu* de su presidente? La primera mujer lo arregla. 'Yo digo que le demos un poquitoreverencia, y luego un *gran battement* en las bolas.

Chapter Forty Seven

Employ empathizers

Más allá de 'sí, eh eh, sí'

Mientras escuchamos a alguien hablar, a menudo vocalizamos 'uh huh' o ronroneamos pequeños sonidos guturales de 'umm' para tranquilizar al hablante de que hemos escuchado sus palabras. De hecho, para algunos es un hábito, los ruidos escapan de sus gargantas inconscientemente. Mi amigo Phil es un 'verano' consumado, constante e incontinente cada vez que hablo. De vez en cuando, si me siento contencioso después de que él dio uno de sus agradables 'umms' en respuesta a algo que dije, lo desafío con: 'Está bien, Phil, ¿qué dije?'

"Uh, bueno, Dios ..." Phil no tiene ni idea. No es culpa suya. El es hombre Los hombres son especialmente culpables del hábito de no escuchar realmente. Una vez, cuando estaba en un monólogo sobre nada en particular, Phil estaba en una buena racha. Para poner a prueba sus habilidades para escuchar, dije: 'Sí, esta tarde creo que saldré y me tatuaré todo el cuerpo'.

Phil asintió con su habitual "ajá".

Bueno, umming es mejor que una mirada en blanco. Sin embargo, no es la elección de los mejores comunicadores. Intente reemplazar sus umms con empatizadores en toda regla.

¿Qué son los empatizadores?

Los empatizadores son declaraciones sencillas, breves y de apoyo. A diferencia de 'uh huh', son oraciones completas como 'Puedo apreciar que hayas decidido hacer eso' o 'Eso es realmente emocionante'. Los empáticos pueden ser críticas positivas de una frase como "Sí, eso fue lo más honorable" o "Es encantador que te sintieras así".

Cuando responde con oraciones completas en lugar de los gruñidos habituales, no solo se muestra más articulado, sino que su oyente siente que usted *De Verdad* comprender.

Técnica 47:

Emplear empatizadores

No seas un ummer inconsciente. Vocalice oraciones completas para demostrar su comprensión. Desempolva tu diálogo con frases como "Entiendo lo que quieres decir". Espolvóreelo con bengalas sentimentales como 'Eso es algo encantador para decir'. Su empatía impresiona a sus oyentes y los anima a continuar.

Por supuesto, pagas un precio. Para utilizar los empatizadores adecuados, *hacer Necesito escuchar.*

Ahora afinemos esta técnica y exploremos *avanzado* empatía.

Chapter Forty Eight

Anatomically correct empathizers

Una buena idea

Hace unos diez años, tuve una compañera de cuarto llamada Brenda. Brenda era una profesora de claqué que no solo se ganaba la vida con claqué. Vivió para hacer tapping. Carteles de los famosos bailarines de claqué estadounidenses Bill 'Bojangles' Robinson y Charles 'Honi' Coles cubrieron sus paredes. Ella no caminaba por la casa. *Ellagolpeado* su camino de habitación en habitación. Era ruidoso, pero al menos, cuando recibí una llamada telefónica de Brenda, nunca tuve problemas para encontrarla.

Una vez le pregunté a Brenda cuándo estaba interesada en el tap. Ella dijo: 'Desde el momento en que abrí mis oídos por primera vez'. *Su orejas?* Pensé, eso es extraño. La mayoría de la gente dice "desde el momento en que abrí los ojos". En ese momento, me di cuenta de que Brenda "veía" el mundo más a través de sus oídos que de sus ojos.

Todos percibimos el mundo a través de cinco sentidos. Nosotros *ver* el mundo. Nosotros *escuchar* el mundo. Nosotros *sentir* el mundo. Nosotros *oler* el mundo. Y nosotros *saborear* el mundo. Por lo tanto, hablamos en términos de esos cinco sentidos. Los defensores de la programación neurolingüística (PNL) dinos, para cada persona, un sentido es más fuerte que otros. Para Brenda, fue su audición.

Brenda me dijo que creció en un apartamento oscuro debajo del nivel de la calle en la ciudad de Nueva York. Recuerda, cuando era un bebé, escuchar el golpeteo de pies caminando justo encima de su cuna en el pavimento. Cuando era una niña, sus pequeñas orejas fueron bombardeadas con bocinazos, sirenas chillonas y cadenas de neumáticos golpeando las calles heladas. Ella recuerda especialmente el ruido sordo de los cascos de los caballos de la policía en el pavimento fuera de su ventana. Su primer

las percepciones del mundo exterior le llegaban a través de sus oídos. Hasta el día de hoy, el sonido domina su vida. Brenda, la bailarina de claqué, es una persona auditiva. Dado que los neurolingüistas sugieren invocar el sentido más fuerte de nuestro oyente, probé algunas referencias auditivas sobre Brenda. En lugar de decir: 'Es *mira* bueno conmigo, yo diría que *sonidos* bien.' En lugar de decir, 'yo *ver* lo que quieras decir, yo diría, yo *escuchar* usted.' Cuando utilicé estas referencias auditivas, sentí que ella prestó más atención.

Entonces comencé a escuchar con mucha atención a todos mis amigos para descubrir cuál era su percepción principal. A veces escuchaba referencias visuales como

I *ver* lo que quieras decir. Que *mira*
bien para mi. No puedo *imagen* yo
mismo haciendo eso. tomo un *visión*
oscura de esa idea. De mi *perspectiva*

...

¡Guau, pensé que realmente estaba en algo!

Se desarrolla una arruga

Pero luego, vaya, en otras ocasiones, escucho al mismo amigo decir

Si yo *escuchar* usted. Seguro que *sonidos*
bien para mi. Mantuve *diciendo* para mí
funcionaría. Que tiene un negativo *anillo* lo.
Él realmente *desconectado* en toda la idea.
Alguna cosa *dice* me ...

Esto no iba a ser tan fácil como esperaba. Sin embargo, no estaba listo para rendirme.

Una vez Brenda y yo fuimos a esquiar con varios amigos. Esa noche estábamos en una fiesta. Uno de nuestros amigos le estaba diciendo a un grupo de personas: 'Las pistas de esquí eran hermosas. Todo era tan claro y blanco como el cristal'.

¿Una persona visual? Me pregunté a mí mismo.

Otro esquiador agregó: "La sensación de la nieve fresca en nuestras caras fue increíble".

"Ajá, una persona cinestésica", reflexioné en silencio.

Efectivamente, en ese momento, Brenda dijo: 'Hoy fue tan silencioso. El único sonido que podía oír era el del viento en sus oídos mientras bajaba por las laderas. Ese pequeño riff me convenció de que había algo en eso. Sin embargo, todavía me resultaba difícil discernir el sentido primario de uno.'

Una solución simple

Esto es lo que he descubierto que funciona y no requiere demasiado trabajo de detective de su parte. Yo llamo a la técnica *Empatizadores anatómicamente correctos*, y es fácil de dominar. A menos que sea *obvio* la persona con la que está hablando es principalmente visual, auditiva o cinestésica, simplemente responda en su modo del momento. Haga coincidir sus simpatizantes con el sentido actual a través del cual alguien está hablando. Por ejemplo, supongamos que un colega de negocios que describe un plan financiero dice: "Con este plan, podemos ver nuestro camino despejado en seis meses". Dado que esta vez usa referencias principalmente visuales, diga 'Y *ver* lo que quieras decir 'o' realmente tienes un *imagen clara* de esa situación'. Si, en cambio, su colega hubiera dicho: 'Este plan suena bien', lo sustituirá por empatizadores auditivos como 'Sí. *sonargenial* 'o' yo *escuchar* usted.'

Una tercera posibilidad. Supongamos que ella hubiera dicho: "Tengo el presentimiento de que este plan funcionará". Ahora le das un *cinestésico* empatizador como 'Puedo entender cómo tu *sentir*, 'o' Tienes un buen *sujetar* de ese problema'.

Técnica 48:

Anatómicamente correcto empatizadores

Sin embargo, ¿de qué parte de su anatomía están hablando sus asociados? ¿Sus ojos? ¿Sus oídos? ¿Su instinto?

Para las personas visuales, use empatizadores visuales para hacerles pensar que usted *ver* el mundo de la forma en que lo hacen. Para las personas auditivas, use empatizadores auditivos para hacerles pensar que usted *escuchar* ellos alto y claro. Para

tipos cinestésicos, use empatizadores cinestésicos para hacerles pensar que usted *sentir* de la misma manera que ellos.

¿Qué pasa con los otros dos sentidos, el gusto y el olfato? Bueno, nunca me he encontrado con ningún tipo gustativo u olfativo. Pero siempre puedes felicitar a un chef diciendo: '*Eso es un delicioso* ocurrencia.' Y si estás hablando con tu perro (olfativo, claro), dile '*toda la idea apesta*.'

La siguiente técnica ayuda a crear afinidad con una sola palabra.

Chapter Forty Nine

The premature we

'Hablamos como viejos amigos a la vez'

Con solo escuchar a escondidas durante unos momentos a dos personas que conversan, podría decir mucho sobre su relación. Podrías saber si eran nuevos conocidos o viejos amigos. Se podía saber si un hombre y una mujer eran desconocidos o una pareja.

Ni siquiera necesitarías escuchar a tus amigos llamándose unos a otros *amigo, amigo, o compañero*. No necesitarías escuchar a un hombre y una mujer susurrar *querido, cariño, o tórtola*. No importaría *qué* estaban discutiendo, o incluso su tono de voz. Incluso podrías tener los ojos vendados y contar mucho sobre su relación porque la técnica que estoy a punto de compartir no tiene nada que ver con el lenguaje corporal.

¿Cómo? Una fascinante progresión de conversaciones se desarrolla a medida que las personas se acercan. Así es como se desarrolla:

NIVEL UNO: CLICHÉS

Dos extraños que conversan entre sí hablan principalmente de clichés de un lado a otro. Por ejemplo, al conversar sobre el tema más aburrido del mundo en el que se ha acordado universalmente, el clima, un extraño podría decirle al otro: 'Hermoso clima soleado que hemos estado teniendo'. O, 'Muchacho, algo de lluvia, ¿eh?' Ese es el nivel uno, clichés.

NIVEL DOS: HECHOS

Las personas que se conocen entre sí, pero que son sólo conocidos, a menudo discuten los hechos. 'Sabes, Joe, hemos tenido el doble de días soleados este año hasta la fecha que

'último.' O, 'Sí, bueno, finalmente decidimos poner una piscina para combatir el calor'.

NIVEL TRES: SENTIMIENTOS Y PREGUNTAS PERSONALES

Cuando las personas se hacen amigas, a menudo se expresan sus sentimientos, incluso en temas tan aburridos como el clima. "George, me encantan estos días soleados". También se hacen preguntas personales: '¿Qué hay de ti, Betty? ¿Eres una persona del sol?

NIVEL CUATRO: DECLARACIONES NOSOTROS

Ahora avanzamos hacia el nivel más alto de intimidad. Este nivel es más rico que los hechos y crea más compenetración que sentimientos. *Esnosotros* y *nosotros* declaraciones. Los amigos que discuten sobre el clima podrían decir: 'Si seguimos teniendo este buen clima, será un gran verano'. Los amantes pueden decir: 'Espero que este buen tiempo continúe *nosotros* entonces *nosotros* podemos ir a nadar en nuestro viaje.

De este fenómeno surge una técnica para lograr la máxima intimidad verbal. Simplemente usa la palabra *nosotros* prematuramente. Puede usarlo para hacer que un cliente, un prospecto, un extraño sienta que ya son amigos. Úselo para hacer que una posible pareja romántica sienta que ustedes dos ya son un elemento. Yo lo llamo el *Nosotros prematuros*. En una conversación informal, simplemente recorra los niveles uno y dos. Salte directamente a tres y cuatro.

Pregúntele a su cliente potencial sobre algo de la misma manera que lo haría con un amigo. ('George, ¿cómo te sientes con el nuevo gobernador?') Luego usa el pronombre *nosotros* cuando se habla de cualquier cosa que pueda afectarlos a los dos. ('Tu *creesfueron* prosperará durante su administración? '). *nosotros* frases, la gente amable reserva instintivamente para amigos, amantes y otros íntimos. ('*Creobien* sobrevivir mientras el gobernador esté en el cargo ').

La palabra *nosotros* fomenta la unión. Hace que el oyente se sienta conectado. Da una sensación subliminal de "tú y yo contra el frío, mundo frío". Cuando dices prematuramente *nosotros* o *nosotros*, incluso a los extraños, inconscientemente los acerca. Insinúa subliminalmente que ya son amigos. En una fiesta, podrías decirle a alguien que esté detrás de ti en la fila del buffet: 'Oye, esto se ve genial. Realmente presentaron una buena variedad para *nosotros*.' O, 'Uh-oh, *fueron* vamos a engordar si nos dejamos disfrutar de todo esto '.

Técnica 49:

El prematuro nosotros

Crea la sensación de intimidad con alguien, incluso si te has conocido momentos antes. Revuelva las señales en su psique saltando los niveles de conversación uno y dos, y cortando directamente a los niveles tres y cuatro. Provoca sentimientos íntimos mediante el uso de palabras mágicas. *Nosotros*, y *nuestro*.

Bueno, acabamos de explorar cómo copiar los movimientos de nuestros socios de conversación con *Sea un imitador*, *eco* sus palabras, evocan *Imágenes potentes* de su mundo, crean un vínculo a través de su sentido primario con *Empatizadores anatómicamente correctos*, y establecer una amistad subliminal con palabras como *nosotros*.

¿Qué más tienen en común los amigos, amantes y socios cercanos? A *historia*. La técnica final en esta sección es un dispositivo para darle a un conocido relativamente nuevo la sensación cálida y confusa de que ustedes dos han estado juntos durante mucho, mucho tiempo.

Chapter Fifty

Instant history

Nuestra propia broma privada

Los amantes susurran frases en los oídos de los demás que no significan nada para nadie más que para ellos mismos. Los amigos se ríen por unas pocas palabras que suenan como palabrerías para cualquiera que las escuche. Los socios comerciales cercanos se ríen de las experiencias compartidas.

Una empresa con la que he trabajado ha visto *reingeniería, empoderamiento, TQM, y trabajo en equipo* ir y venir en una década. En las fiestas de la empresa, los empleados nunca dejan de reírse cuando toda la empresa, desde los gerentes hasta los empleados de la sala de correo, prepararon juntos por un poste de veinte y nueve pies en nombre de la formación de equipos. Luego resbaló por el poste y se rompió el dedo gordo del pie. En la próxima reunión semanal, el CEO sacudió la muleta y anunció cáusticamente: "¡No más ejercicios en equipo!" Por lo tanto, la muerte de la formación de equipos y el nacimiento de una broma privada.

A partir de experiencias compartidas como esta, crece una cultura de empresa. Estos empleados tienen una historia y un lenguaje que la acompaña. Hasta el día de hoy, cada vez que quieren poner un final abrupto a cualquier idea, dicen: 'Agitemos una muleta' o 'Deslicémosla por el asta de la bandera'. Todos sonríen. Nadie sabe a qué se refieren excepto los compañeros de trabajo.

El dramaturgo Neil Simon, a veces con una sola palabra, puede hacer que toda la audiencia de Broadway comprenda que dos artistas en el escenario están casados o son amigos de toda la vida. El actor simplemente le dice algo a la actriz que no tiene sentido para la audiencia. Entonces ambos se ríen a carcajadas. Todo el mundo entiende el mensaje: estas dos personas son un elemento.

Cada vez que mi amigo Daryl y yo nos encontramos, no decimos "Hola". Decimos 'Quack'. ¿Por qué? Nos conocimos en una fiesta hace cinco años y, en nuestra primera

conversación, Daryl me dijo que creció en una granja de patos. Cuando le dije que nunca había visto una granja de patos, realizó la mejor imitación humana de un pato que jamás había visto. Volteó la cabeza de un lado a otro mirándome primero con un ojo, luego con el otro, mientras agitaba los brazos y graznaba. Me reí tanto de su actuación que lo inspiró a hacer un contoneo de pato con los pies planos para mí. Fue contagioso. Juntos deambulamos por la habitación aleteando y graznando. Hicimos el ridículo de nosotros mismos esa noche.

Al día siguiente, sonó mi teléfono. Levanté el auricular para escuchar, no "Hola, soy Daryl", sino simplemente "Quack". Estoy seguro de que eso fue lo que inició nuestra amistad. Hasta el día de hoy, cada vez que escucho su 'Quack' en el teléfono, me inunda de recuerdos felices, aunque un poco vergonzosos. Recuerda nuestra historia y renueva nuestra amistad sin importar cuánto tiempo haya pasado desde la última vez que graznamos el uno al otro.

Técnica 50:

Historia instantánea

Cuando conozcas a un extraño que te gustaría hacer menos extraño, busca algún momento especial que compartiste durante tu primer encuentro. Luego busque algunas palabras que alivien la risa, la cálida sonrisa, los buenos sentimientos que ambos sintieron. Ahora, al igual que los viejos amigos, tienen una historia juntos, una *Historia instantáneo*.

Con cualquier persona que le gustaría hacer parte de su futuro personal o profesional, busque momentos especiales juntos. Entonces hazles un estribillo.

Ahora que queda?

La química, el carisma y la confianza son tres características que comparten los grandes ganadores en todos los ámbitos de la vida. La primera parte nos ayudó a dar una primera impresión dinámica, segura y carismática con el lenguaje corporal. En Two, ponemos letras suaves y triviales a nuestro ballet corporal. Luego, en Tres, captamos pistas de los Big Boys y Girls, por lo que somos contendientes para la Big League de la vida. La cuarta parte nos rescató de ser tartamudos con personas con las que tenemos muchos

poco en común. Y en Five, aprendimos técnicas para crear química instantánea, intimidad instantánea, comunicación instantánea.

¿Lo que queda? Lo has adivinado: hacer que la gente se sienta realmente bien consigo misma. Pero los cumplidos son un arma peligrosa en el mundo actual. Un mal manejo y puedes destrozar la relación. Exploremos ahora el poder de la alabanza, la locura de la adulación y cómo puede utilizar estas potentes herramientas de forma eficaz.

Part Six

The power of praise, the folly of flattery

Praise reppraised

Los niños son expertos en conseguir lo que quieren. Encaramado en la rodilla de papá, 'Oh, papá, eres tan maravilloso. Sé que me comprarás esa muñeca nueva. A la mañana siguiente con mamá en el supermercado, 'Oh mamá, te amo. Eres la mejor momia del mundo. Sé que me comprarás ese bocadillo de chocolate.

Desde el arrullo instintivo del bebé hambriento cuando mamá se acerca a la cuna hasta el elogio calculado del vendedor de autos cuando el cliente potencial entra en la sala de exhibición, los cumplidos son algo natural para las personas cuando quieren algo de alguien. De hecho, los cumplidos son las técnicas más utilizadas y respaldadas por completo de todas las técnicas para conseguir lo que quieras. Cuando Dale Carnegie escribió 'Empiece con elogios', quince millones de lectores se lo tomaron en serio. La mayoría de nosotros todavía creemos que la alabanza es el camino para obtener lo que queremos de alguien.

Y sí, si es tan simple como muñecos de papá y munchies de mamá, puede que lo sea. Pero el mundo empresarial ha cambiado drásticamente desde la época de Dale Carnegie. En el mundo de hoy, no todo adulador sonriente tiene el poder de procurar mediante el elogio.

El malestar de la alabanza inexperta

Le das un cumplido a alguien. Sonríes, esperando ver cómo los cálidos sentimientos envuelven al destinatario. Puede que tenga que esperar mucho tiempo.

Si tiene una pizca de sospecha de que su elogio es egoísta, tiene el efecto contrario. Si su cumplido no es sincero o no es calificado, puede arruinar sus posibilidades de que esa persona vuelva a confiar en él. Puede abortar una relación potencial antes de que se salga de la pista.

Sin embargo, los elogios hábiles son una historia diferente. Cuando se hace bien, le da a la relación un despegue inmediato. Puede hacer una venta, ganar un nuevo amigo o rejuvenecer un matrimonio en un aniversario de oro.

¿Cuál es la diferencia entre el elogio que eleva y el halago que aplana? Muchos factores entran en la ecuación. Incluyen su sinceridad, tiempo, motivación y redacción. También involucran la autoimagen del destinatario, la posición profesional, la experiencia con los cumplidos y el juicio de su capacidad de percepción. Por supuesto, implica la relación entre ustedes dos y cuánto tiempo se conocen. Si felicita a alguien por teléfono, correo electrónico o correo postal, incluso implica sutilezas como si alguna vez ha visto su rostro, ya sea en persona o en una fotografía. Alucinante, ¿no? La investigación de los sociólogos muestra: (1) un cumplido de una persona nueva es más potente que el de alguien que ya conoce, (2) su cumplido tiene más credibilidad cuando se le da a una persona poco atractiva o atractiva cuya cara nunca ha visto, - pero solo si su oyente lo percibe como más alto en el tótem. Si eres más bajo, tu comentario modesto reduce tu credibilidad. Complicado, estas cosas complementarias.

En lugar de aturdirnos con el exceso de estudios específicos, pongamos algunas técnicas fabulosas en nuestra pequeña bolsa de trucos. Cada uno de los siguientes cumple con todos los criterios de los hallazgos de los científicos sociales. Aquí hay nueve formas efectivas de elogiar en el nuevo milenio.

Chapter Fifty One

Grapevine glory

Dependa de su agudo sentido del rumor

El riesgo de dar un cumplido cara a cara es, por supuesto, que el receptor desconfiado asumirá que usted se está entregando a una obsequiosa y vergonzosa complacencia para lograr sus propias metas ambiciosas.

Es una triste realidad sobre los cumplidos. Si le pones una gran sorpresa a tu jefe, tu prospecto o tu pareja, el destinatario probablemente pensará que eres un mocoso. Su apretón principal asumirá que está sintiendo culpa por algo que ha hecho. Entonces, ¿cuál es la solución? ¿Retienes tu sincera estima?

No, simplemente entrégalo a través de la vid. La vid ha sido durante mucho tiempo un medio de comunicación confiable. Desde los días en que los cómics de Catskills insistían en que las mejores formas de difundir noticias eran "el teléfono, el telégrafo y decírselo a una mujer", hemos sabido que funciona. Desafortunadamente, la vid se asocia con mayor frecuencia con malas noticias, del tipo que entra por un oído y pasa por la cerca trasera. Pero la vid no necesita estar cargada sólo de chismes y uvas amargas. Las buenas noticias pueden viajar por el mismo filamento. Y cuando llega al oído del destinatario, es aún más delicioso. Este no es un descubrimiento nuevo. En 1732, Thomas Fuller escribió: "Es mi amigo que habla bien de mí a mis espaldas". Somos más propensos a confiar en alguien que dice cosas agradables sobre nosotros cuando no estamos escuchando que en alguien que nos halaga en la cara.

Alabanza sin riesgo (hazlo a sus espaldas)

En lugar de decirle a alguien directamente sobre su admiración, dígaselo a alguien cercano a la persona a la que desea felicitar. Por ejemplo, suponga que quiere estar en la buena disposición de Jane Smith. No felicitas directamente a Jane. Acude a su colaboradora cercana Diane Doe y dile: 'Sabes, Jane es una mujer muy dinámica. Dijo algo tan brillante en la reunión del otro día. Algún día dirigirá esta empresa. Hago una probabilidad de diez a uno de que tu comentario llegue a Jane a través de la vid en veinticuatro horas. Diane le dirá a su amiga: "Deberías escuchar lo que dijo sobre ti el otro día".

Técnica 51: **Gloria de la vid**

Un cumplido que uno escucha nunca es tan emocionante como el que él *escucha*. Una forma invaluable de elogiar no es por teléfono, ni por telégrafo, sino por *Dile a un amigo*. De esta manera, escaparás de la sospecha de que eres un adulador que limpia manzanas, lame botas, chupa huevos y se rasca la espalda y trata de ganar puntos de brownie. También deja a los destinatarios con la feliz fantasía de que le está contando al mundo entero sobre su grandeza.

Cuando diste *Gloria de vid* para Jane, Diane se convirtió en la paloma mensajera de ese cumplido. Lo que nos lleva a la siguiente técnica donde *usted* conviértete en la paloma mensajera de los cumplidos de otras personas.

Chapter Fifty Two

Carrier pigeon kudos

Trae alegría al mundo como los valientes pajaritos

Las palomas mensajeras tienen una historia larga y valiente. Los intrépidos mensajeros alados, a menudo mutilados por el fuego de los obuses y muriendo después de entregar sus mensajes, han salvado la vida de miles de personas. A un pajarito tenaz llamado Cher Ami se le atribuye haber salvado 200 vidas durante la Batalla de Argonne en la Primera Guerra Mundial. El valiente pajarito con una sola pierna, una de sus alas atravesada, llevaba un mensaje colgando de su ligamento restante. La bolita de plumas manchada de sangre llegó justo a tiempo para advertir que los alemanes estaban a punto de bombardear la ciudad.

Stumpy Joe, otra paloma valiente, tuvo una carrera tan heroica con cicatrices de batalla que sus fanáticos lo llenaron, lo montaron y lo exhibieron en el Museo Nacional de la Fuerza Aérea en Dayton, Ohio. Y millones de otras aves valientes han traído mensajes alegres a los entusiastas de las palomas mensajeras de todo el mundo. En esa fina tradición, presento la técnica complementaria que llamo

Felicitaciones de Paloma mensajera.

Siempre que escuches un comentario laudatorio sobre alguien, no dejes que termine ahí. No necesitas escribirlo, enrollarlo en una cápsula, atarlo a tu pierna como Stumpy Joe y volarlo hasta el destinatario. Sin embargo, puede recordar las felicitaciones y llevarlas verbalmente a la persona que obtendrá el mayor placer.
- la persona que fue felicitada.

Mantén los oídos atentos a las cosas buenas que la gente dice de los demás. Si su colega Carl dice algo agradable sobre otro colega, Sam, transmítalo. —Sabes, Sam, Carl dijo lo mejor de ti el otro día. Tu hermana te dice que tu primo hermano es un pariente dinamita. Adelante, llama a Cuz '.

Tu madre te dice que cree que David hizo un gran trabajo cortando el césped. Páselo a él. Oye, a todos nos gusta un poco de agradecimiento, incluso de mamá. Aquí es donde te beneficia. Todo el mundo ama al portador de buenas nuevas. Cuando le das elogios a alguien de terceros, te aprecian tanto como al cumplidor. Llámalo chisme siquieres. Este es el buen tipo.

Técnica 52:

Felicitaciones de paloma mensajera

A las personas inmediatamente les crece un pico y se metamorfosan en palomas mensajeras cuando hay malas noticias. (Se llama chisme). En cambio, conviértase en un portador de buenas noticias y felicitaciones. Siempre que escuches algo elogioso sobre alguien, vuela hacia ellos con el cumplido. Es posible que sus fanáticos no lo llenen póstumamente y lo exhiban en un museo como Stumpy Joe. Pero todo el mundo ama el

Paloma mensajera de pensamientos amables.

Lleva más carga que cumplidos

Otra forma de calentar corazones y ganar amigos es convertirse en una paloma mensajera de noticias que puedan interesar al destinatario. Llame, envíe un correo electrónico o un correo electrónico a las personas con información que puedan resultarles interesantes. Si su amigo Ned es diseñador de muebles en Carolina del Norte y ve un artículo importante en el *Los Angeles Times* sobre las tendencias en muebles, envíelo por fax. Si tu cliente Sally es escultora en Seattle y ves su trabajo en la casa de alguien en Nueva York, envíale una nota.

Tengo un amigo, Dan, en San Francisco que, cada vez que se encuentra con algo en el periódico sobre comunicaciones, lo recorta y me lo envía. Sin nota, solo "FYI - Saludos, Dan" en la esquina. Es como mi propio servicio privado de recortes de la costa oeste.

Intentalo. Piense en el dinero que ahorrará en tarjetas de felicitación. Un recorte relevante es la forma que tiene el Gran Ganador de decir: "Estoy pensando en ti y en tus intereses".

Chapter Fifty Three

Implied magnificence

'Mi exaltada opinión sobre ti acaba de escapar'

Aquí hay otra caricia para el ego de alguien. No hagas un cumplido descarado. Simplemente *implícate* algo magnífico sobre su compañero de conversación. Hace varios meses, estaba visitando a un viejo amigo en Denver a quien no había visto en mucho tiempo. Cuando vino a recogerme a mi hotel, me dijo: 'Hola, Leil, ¿cómo estás?'. Luego hizo una pausa, me miró y dijo: "Obviamente has estado bien". Vaya, me sentí genial. Él *implícito* Me veía bien y eso hizo que mi velada.

Sin embargo, supongo que Dios decidió que no debería haberme hinchado demasiado la cabeza, porque esa misma noche, después de que mi amigo me dejara, entré en el ascensor del hotel. Un hombre de mantenimiento entró en el tercer piso. Él me sonrió. Le devolví la sonrisa. Me miró de nuevo y dijo: 'Dios, señora, ¿era usted modelo?' (¡Oh, hombre, me estaba sintiendo en la cima del mundo ahora!) '... *cuando eras joven?*' él continuó.

¡CHOQUE! ¿Por qué no pudo cerrarse el labio antes del zinger? Me encantó la implicación en la primera parte de su comentario. Pero el segundo implicaba que ahora era una anciana. Arruinó mi día siguiente. Diablos, su golpe bajo involuntario arruinó mi semana. En efecto, yo *todavía* sentirse miserable por ello.

Debe tener cuidado con las malas implicaciones involuntarias. Si, al visitar una nueva ciudad, detiene a alguien en la calle y le dice: 'Disculpe, ¿podría decirme si hay algún restaurante de alta cocina cerca?' está insinuando que el transeúnte es una persona de buen gusto. Sin embargo, si le pregunta al mismo transeúnte: 'Oye, ¿conoces algún bar sucio y sucio en este burgo?' tu implicación es completamente diferente. Encuentra una manera de *implícate* magníficas cualidades de aquellos a los que desea complementar indirectamente.

Técnica 53:

Magnificencia implícita

Agrega algunos comentarios a tu conversación que presupongan algo positivo sobre la persona con la que estás hablando. Pero ten cuidado. No lo arruine como el hombre de mantenimiento bien intencionado. O el chico sureño que, en el baile de graduación, pensó que estaba halagando a su cita cuando le dijo: 'Dios, MaryLou, para ser una chica gorda bailas muy bien'.

Chapter Fifty Four

Accidental adulation

Sea un cumplidor encubierto

Lo siguiente en nuestra aglomeración de esparcidores de alegría es una técnica que llamo *Adulación accidental*. Una vez, en una pequeña cena, el tema se centró en los viajes espaciales. El caballero sentado a mi derecha dijo: 'Leil, eres demasiado joven para recordar esto, pero cuando el Apolo 11 aterrizó en la luna ...'

Si mi vida dependiera de ello, no podría decirte lo que dijo el tipo a continuación. Simplemente recuerdo sonreírme y estirarme para vislumbrar mi yo juvenil en el espejo del comedor. *Decurso* Recuerdo julio de 1969. Como el resto del mundo, estaba pegado a la televisión viendo cómo la bota talla 9½ B de Neil Armstrong golpeaba la luna. Sin embargo, ciertamente no estaba pensando en viajar a la luna en esa cena. Estaba demasiado ocupado deleitándome con el hecho de que este hombre encantador no pensaba que yo tuviera la edad suficiente para recordar 1969. Asumí que su opinión sobre mi juventud simplemente se me escapó. Por lo tanto *deber* Ser sincero.

¡Seguro! Ahora que lo pienso, probablemente sabía muy bien que yo tenía la edad suficiente para recordar el aterrizaje en la luna. Apuesto a que estaba usando la maniobra que llamo *Adulación accidental*. Pero no importa. Mis cálidos recuerdos de él permanecen. *Adulación accidental* está deslizando elogios en la parte secundaria de su punto, poniéndolos entre paréntesis verbales.

Intentalo. Te gustará. *Ellos* me encanta.

Intentar *Adulación accidental* y ver sonrisas estallar en los rostros de los destinatarios. Dígale a su tío de sesenta y cinco años: "Cualquiera tan en forma como tú habría subido rápidamente esos escalones, pero, vaya, me quedé sin aliento". Decirle a un

colega: "Debido a que tiene tanto conocimiento en derecho contractual, habría leído entre líneas, pero estúpidamente, lo firmé".

Corre el peligro, por supuesto, de complacer al destinatario tan profundamente con su elogio entre paréntesis, que él o ella no escuchará su punto principal.

Técnica 54: **Adulación accidental**

Conviértete en un cumplidor encubierto. Inclina elogios sigilosamente en la parte entre paréntesis de tu oración.

Simplemente no intente interrogar a nadie más adelante sobre su punto principal. La alegre sacudida de tu adulación accidental los deja temporalmente sordos a todo lo que sigue.

Hasta ahora hemos explorado cuatro cumplidos encubiertos: *Gloria de la vid*, *Felicitaciones por la paloma mensajera*, *Magnificencia implícita*, y *Adulación accidental*. Hay momentos, por supuesto, en los que los elogios descarados funcionan. Las próximas técnicas perfeccionarán sus habilidades en esta aventura precaria pero gratificante.

Chapter Fifty Five

The killer compliment

Noquearlos en la primera ronda

¿Le gustaría tener un pequeño truco bajo la manga lo suficientemente potente como para iniciar el comercio, iniciar una amistad o incluso una historia de amor? Te doy uno, pero *solo* si presta atención a su etiqueta de advertencia. Debes registrar tu lengua como arma letal una vez que hayas dominado la siguiente técnica. Se llama el *Elogio asesino*.

Nació una noche hace algunos años después de que mi entonces compañera de cuarto Christine y yo acabáramos de regresar a casa de una fiesta navideña. Mientras nos quitamos los abrigos, ella tenía una sonrisa tonta en su rostro y una mirada distante en sus ojos. Christine, ¿estás bien? Yo pregunté.

"Oh, sí", ronroneó. Voy a salir con ese hombre.

'¿Hombre? ¿Qué hombre?'

'Oh, ya sabes', dijo, reprendiéndome por no saber, 'el que me dijo que tenía unos dientes hermosos'.

;Dientes!

Esa noche pasé por la puerta del baño mientras Christine se preparaba para ir a la cama. La vi sonreír para sí misma en el espejo, inclinar la cabeza de un lado a otro y cepillar cada diente individualmente. Todo el tiempo mantuvo sus ojos pegados al espejo inspeccionando cada uno en busca de la belleza que comentaba su nuevo admirador. Me di cuenta de que el tipo que le había dado a Christine el inusual cumplido le había alegrado el día y le había causado una impresión asesina. Por lo tanto, la *Elogio asesino* entró en vigor. Cuál es el *Un cumplido asesino*? Es comentar sobre alguna cualidad muy personal y específica que ves en alguien. A *Elogio asesino* no es 'Me gusta tu corbata' o 'Eres una persona muy agradable'. (El primero no es lo suficientemente personal

y el segundo no es lo suficientemente específico). *Elogio asesino* es más como 'Qué ojos tan exquisitos tienes' (muy específico) o 'Tienes un aire maravilloso de honestidad sobre ti' (muy personal).

Porque entregar tu primera *Elogio asesino* es difícil, engaño a los participantes de mi seminario para que lo lleven a cabo. Hacia la mitad del programa, les pediré que cierren los ojos y piensen en una pareja que tuvieron en un ejercicio anterior. Luego digo: 'Ahora recuerda una cualidad física atractiva o un rasgo de personalidad que observaste en tu pareja. No es uno sobre el que necesariamente comentarías', advierto. Quizá tu pareja tenía una sonrisa encantadora o un brillo en los ojos. Quizás exudaba una sensación de calma o credibilidad. ¿Lo tienes en mente?

Luego el rayo: 'Está bien, ahora ve a buscar a tu pareja y cuéntale la buena cualidad que notaste'. '¿Qué? ¿Dígales?' El pensamiento los paraliza. Uno por uno, sin embargo, buscan valientemente a sus socios y entregan su *Cumplidos asesinos*. Cuando las personas escuchan a un extraño decirles que tienen hermosas manos o penetrantes ojos marrones, la alegría llena la habitación. La risa estalla en cada rincón. Ahora estoy mirando un mar de sonrisas y rubor feliz. A todo el mundo le encanta recibir su propia *Elogio asesino*. Y todos desarrollan sentimientos amistosos hacia el donante.

Técnica 55:

El cumplido asesino

Siempre que hable con un extraño al que le gustaría formar parte de su futuro profesional o personal, busque una cualidad atractiva, específica y única que tenga.

Al final de la conversación, mírelos directamente a los ojos. Diga su nombre y proceda a doblar los dedos de los pies con el *Elogio asesino*.

El asesino complementa el manual del usuario.

Como un cañón, si no usas el *Elogio asesino* correctamente, puede ser contraproducente. Aquí está el manual del usuario que viene con el poderoso misil. Regla 1: Entrega tu *Elogio asesino* al destinatario en privado. Si está de pie con un grupo de cuatro o cinco personas y elogia a una mujer

por estar en forma, cualquier otra mujer se siente como un barril de manteca de cerdo. Si le dices a un hombre que tiene un porte maravilloso, todos los demás se sienten jorobados. También incomoda al destinatario ruborizado.

Regla 2: haz tu *Elogio asesino* creíble. Por ejemplo, soy sordo al tono. Si me veo obligado a cantar incluso una canción sencilla como "Feliz cumpleaños", sueno como un cerdo enfermo. Si alguien al alcance del oído fuera lo suficientemente tonto como para decirme que le gustaba mi voz, sabría que es una tontería.

Regla 3: confiera solo una *Elogio asesino* por medio año en cada recipiente. De lo contrario, parecerá insincero, humillante, servil, complaciente y una persona completamente manipuladora. No es genial.

Con una puntería cuidadosa, el *Elogio asesino* captura a todos. Sin embargo, funciona mejor cuando lo usa con prudencia en nuevos conocidos. Si quieres elogiar a tus amigos todos los días, emplea la siguiente técnica.

Chapter Fifty Six

Little strokes

Impulsores diminutos

En contraste con las grandes armas de *Cumplidos asesinos* para extraños, y el *Juego de lápida* para sus seres queridos, que aprenderemos en breve, aquí hay un pequeño lanzador de guisantes que puede mostrarle a cualquiera, en cualquier momento. Yo lo llamo *Pequeños trazos*. *Pequeños trazos* son felicitaciones breves y rápidas que dejas caer en una conversación informal. Haga un uso generoso de *Pequeños trazos* con sus colegas en la oficina:

—¡Buen trabajo, John!
—¡Bien hecho, Kyoto!
—¡Eh, no está mal, Billy!

Tengo un amigo que usa una hermosa *Little Stroke*. Si hago algo que le gusta, me dice: "No está mal, Leil".

También puedes usar *Pequeños trazos* sobre los logros diarios de sus seres queridos. Si su cónyuge acaba de cocinar una comida excelente, "Vaya, eres el mejor chef de la ciudad". Justo antes de salir juntos, 'Caramba, cariño, te ves genial'. Después de un largo viaje en auto, '¡Lo lograste! Debe haber sido agotador. Con sus hijos, 'Hey, pandilla, gran trabajo limpiando su habitación'.

Una vez leí un conmovedor *Resumen del lector* artículo sobre una niña que a menudo se portaba mal. Su madre tuvo que reprenderla continuamente. Sin embargo, un día, la niña había sido especialmente buena y no había hecho nada que requiriera una reprimenda. La madre dijo: 'Esa noche, después de que la metí en la cama y comencé a bajar, escuché un ruido ahogado. Corriendo hacia arriba, encontré su cabeza enterrada en la almohada. Ella estaba sollozando. Entre sollozos, preguntó: "Mamá, ¿no he sido un abonito buena chica hoy?"

La pregunta, dijo la madre, la atravesó como un cuchillo. 'Me había apresurado a corregirla', dijo, 'cuando estaba equivocada. Pero cuando trató de comportarse, no me di cuenta y la acosté sin una palabra de agradecimiento '.

Los adultos son todos niñas y niños adultos. Es posible que no nos vayamos a la cama sollozando si las personas en nuestras vidas no se dan cuenta de que somos buenos. Sin embargo, queda un rastro de esas lágrimas.

Técnica 56:

Pequeños trazos

No hagas que tus colegas, tus amigos, tus seres queridos te miren y digan en silencio: '¿No he estado bastante bien hoy?' Hágales saber cuánto los aprecia acariciándolos con palabras

Pequeños trazos como '¡Buen trabajo!' '¡Bien hecho!' '¡Fresco!'

Las pequeñas cosas significan mucho

Pequeños trazos son de hecho, pequeños. Pero como todas las mujeres saben, significan mucho. Todavía tengo que conocer a una mujer que no esté de acuerdo con estas letras de una vieja canción cantada por Kitty Kallen:

Mándame un beso desde el otro lado de la
habitación. Di que me veo bien cuando no lo soy.
Toca mi cabello al pasar por mi silla. Las
pequeñas cosas significan mucho.

Envíame la calidez de una sonrisa secreta
para mostrarme que no has olvidado.
Por siempre y para siempre, ahora y siempre, las
pequeñas cosas significan mucho.

Para complicar aún más el arte del cumplido, uno debe considerar el tiempo. La adulación descarada, descarada y descarada apaga a todos menos a los ególatras más ciegos. Pero el animal humano nunca deja de sorprender a los observadores. Hay momentos en los que, *sino* dar un descarado, descarado, descarado

un cumplido, incluso para una persona inteligente, pierde. La siguiente técnica define esos momentos.

Chapter Fifty Seven

The knee-jerk ‘wow!’

Demasiado poco y demasiado tarde

Nunca olvidaré la primera vez que di un discurso en el almuerzo frente a extraños. Había practicado para los animales de peluche en mi cama y mi compañera de cuarto Christine, pero este fue mi debut frente a una *verdadera* audiencia.

Mientras me ponía de pie temblorosamente, miré a diecisiete rotarios sonrientes que esperaban mis palabras de ingenio y sabiduría. Mi lengua estaba seca como polvo de tiza, mis palmas tan húmedas como un pez. La audiencia bien podría haber sido de diecisiete *mí/jueces* esperando para sentenciarme a la eterna humillación si no informaba y entretenía a cada uno. Lancé una última mirada de pánico a Christine, que me había llevado al club, y comencé: 'Buenas tardes. Es para mí un gran placer ...'

Treinta minutos después, en medio de aplausos dispersos que temía que fueran obligatorios, me arrastré hasta mi asiento junto a Christine. La miré expectante. Ella sonrió y dijo: 'Sabes que este postre no está mal. Toma un poco.

¿Postre?' ¡Postre! Maldita sea, Christine, ¿cómo *I* ¿hacer?' Silenciosamente le grité. Unos minutos más tarde, Christine me dijo lo mucho que ella y, supuso, todos los demás disfrutaban de mi charla. Sin embargo, para entonces ya era demasiado tarde. El momento crucial de ansia de cumplidos había pasado.

Rápido como un hipó, debes felicitar AHORA

Cuando el doctor golpea sádicamente tu rodilla con ese pequeño y desagradable martillo de goma, instantáneamente das una sacudida. Y cuando la gente da un golpe, debes golpearlos instantáneamente con un instinto instintivo: "¡Guau, estuviste genial!"

Digamos que acaba de negociar con éxito un trato, cocinar un pavo fabuloso para el Día de Acción de Gracias o cantar una canción en solitario en la fiesta de cumpleaños. No importa si su logro es trivial o triunfante, debes elogiarlo de inmediato, ni diez minutos después, ni dos minutos después.*inmediatamente*. En el momento en que el ganador sale de la sala de juntas, la cocina, el centro de atención, solo hay un sonido que el ganador quiere escuchar: ¡GUAU!"

Técnica 57:

El reflejo instintivo de "¡guau!"

Rápido como un parpadeo, debes elogiar a las personas en el momento en que terminan una hazaña. En un guiño, como una reacción instintiva, di: "¡Estuviste genial!"

No te preocupes porque no te creerán. La euforia del momento tiene un efecto extrañamente adormecedor en el juicio objetivo del triunfador.

Pero y si ellos *De Verdad* bombardeado?

¿Me estás pidiendo que mienta? usted pregunta. Si. Absolutamente, positivamente, rotundamente, SÍ. Este es uno de los pocos momentos de la vida en los que las personas más éticas toleran una mentira. Los grandes ganadores se dan cuenta de que la sensibilidad hacia el ego inseguro de un intérprete tiene prioridad momentánea sobre su profundo compromiso con la verdad. También saben, cuando la cordura regresa al destinatario y sospechan que la cagaron, no importará. Él o ella apreciará retroactivamente su sensibilidad y perdonará su compasiva falsedad.

Hemos hablado mucho sobre dar cumplidos, tanto encubiertos como abiertos. Ahora hablemos de una habilidad que, para muchos, es aún más difícil:*recepción* ellos.

Chapter Fifty Eight

Boomeranging

Una debilidad nacional

Me gustaría dedicar la siguiente técnica a mis amigos franceses que afirman que los franceses son mejores en *todo*. Bueno, concedo un punto. Los franceses son, de hecho, mejores para recibir cumplidos. Explicaré cómo en breve.

Los estadounidenses, desafortunadamente, son terribles a la hora de aceptar la adulación. Si alguien te felicita y reaccionas torpemente por vergüenza, sin darte cuenta inicias un círculo vicioso. Un amigo aventura un cumplido:

Él: (sonriendo) 'Oye, qué lindo vestido estás usando'. Ella:

(frunciendo el ceño) 'Oh, ¿esta vieja cosa?'

Él: (pensando) 'Ups, a ella no parecía gustarle oír eso. Cree que tengo un gusto terrible para que me guste ese vestido. Será mejor que mantenga la boca cerrada. Tres semanas después ...

Ella: (pensando malhumorado) 'Ya no me da cumplidos nunca más.
¡Qué grosero!'

Él: (pensando con tristeza) '¿Qué es su problema?'

A las chicas no les gusta ¿Qué?

Hace varios meses, en uno de mis seminarios, el grupo estaba discutiendo los cumplidos. Un compañero insistió en que "a las chicas no les gustan los cumplidos". A las chicas no les gusta ¿Qué? Pregunté con incredulidad.

Explicó: 'Una vez le dije a una mujer que tenía ojos hermosos. Y ella dijo: "Chico, ¿estás ciego?" El pobre tipo estaba tan herido por su reacción,

se volvió tímido y no había dirigido un cumplido a una mujer desde entonces. Qué vergüenza para las mujeres y qué plaga para sus habilidades sociales.

Al recibir un cumplido, muchas personas objetan o ofrecen un pequeño 'Gracias' avergonzado. Peor aún, protestan: 'Bueno, en realidad no, pero gracias de todos modos'. Algunas personas lo descartan con 'solo suerte'. Cuando reacciona de esta manera, comete una grave injusticia en el cumplidor. Insulta la capacidad de percepción de una persona bien intencionada.

'Vous êtes gentil'

Deje que los franceses inventen una frase general agradable. Al recibir un cumplido, dicen: *You êtes gentil*. Traducido libremente, eso es 'Qué amable de tu parte'.

Un dicho estadounidense 'Qué amable de tu parte' podría sonar forzado, como la niña de las flores en *Mi Bella Dama* tratando de ser culto. Sin embargo, podemos expresar el francés *gentil* sentimiento con una técnica que llamo *Boomeranging*.

Cuando lanzas un boomerang, hace un viraje de casi 180 grados en el aire y se eleva hacia atrás para aterrizar a los pies del lanzador. Del mismo modo, cuando alguien te lance un cumplido, deja que los buenos sentimientos regresen al lanzador. No se limite a decir "gracias". (O peor aún, 'Oh, no es nada'). Hágales saber su gratitud y encuentre una manera de felicitarlos por su cumplido.

Algunos ejemplos:

Ella dice: 'Me gustan esos zapatos'. Dices: 'Oh, estoy tan feliz de que me lo hayas dicho. Los acabo de recibir'.

Él dice: "Realmente hiciste un buen trabajo en este proyecto". Dices: 'Oh, es tan amable de tu parte que me lo digas. Aprecio sus comentarios positivos'.

Tú también puedes *Bumerang* los buenos sentimientos cuando las personas te hacen una pregunta sobre tu familia, un proyecto, un evento o cualquier cosa que demuestre que están interesados en ti.

Su colega le pregunta: "¿Cómo fueron sus vacaciones en Hawái?" Respondes: '¡Oh, recuerdas que fui a Hawái! Fue genial, gracias'.

Tu jefe pregunta: "¿Ya has superado el resfriado?". Usted responde: 'Aprecio su preocupación. Me siento mucho mejor ahora.'

Siempre que alguien le dé un poco de sol a tu vida en forma de cumplido o pregunta de preocupación, reflejalo en el brillo.

Técnica 58: **Boomeranging**

Al igual que un bumerán vuela de regreso al lanzador, deja que los cumplidos regresen al que lo hace. Al igual que los franceses, murmuré rápidamente algo que exprese: "Es usted muy amable".

Incidentalmente, en ese seminario, decidí hacerle un favor a la mujer al aclararle a la humanidad los cumplidos de una vez por todas. Le pedí al tipo que juraba que las mujeres odiaban los elogios que hiciera un cumplido sincero a tres mujeres que estaban sentadas cerca de él. Eligió a la mujer con 'el hermoso cabello plateado sentado detrás de él', la niña con las 'manos como pianista' a su izquierda, y la dama con 'los hermosos ojos azul profundo' a su derecha. Les dije a todos.

Tres mujeres salieron de la habitación esa noche sintiéndose un poco mejor consigo mismas que cuando entraron. Y, espero, para todas las mujeres que conocería en su vida, un hombre se fue con una actitud diferente sobre los cumplidos.

Al llegar al final de nuestra exploración de la alabanza, quiero asegurarme de que está apuntando al centro de los corazones de las personas. Si estás dando poco *Felicitaciones de paloma mensajera* o poniendo un *Elogio asesino* en su compañero de conversación, esta siguiente técnica lo mantiene en el objetivo.

Chapter Fifty Nine

The tombstone game

La máxima alabanza para alguien cercano y querido.

¿Recuerdas cuando eras niño las cientos de veces que los amigos de nuestros padres preguntaban: '¿Y qué quieres ser de mayor?' Esa fue nuestra señal para obsequiar a nuestra adorada audiencia con los sueños de ser bailarina, bombero, enfermera, vaquero o estrella de cine. Bueno, la mayor parte de nuestras vidas terminaron siendo un poco más cercanas al carnicero, panadero o fabricante de candeleros. Sin embargo, todos todavía tenemos fantasías de nuestra propia grandeza.

Aunque la mayoría de nosotros sacamos provecho de nuestros sueños de infancia de ser la estrella que pensábamos que seríamos (para poder ganar algo de dinero), todos sabemos que en el fondo somos muy, muy, *muy* especial. Nos decimos a nosotros mismos: 'Tal vez el mundo no se dé cuenta ni recuerde por mucho tiempo lo brillante, maravilloso, ingenioso, creativo o cariñoso que soy en realidad. Sin embargo, aquellos que *realmente* conócenme y me amarán; ellos reconocerán mi grandeza, mi magia, mi especialidad sobre todos los demás mortales ordinarios. Cuando encontramos personas con poderes sobrenaturales de percepción para reconocer nuestra singularidad, nos volvemos adictos a la embriagadora droga de su aprecio.

Alabar a alguien que conoces y amas requiere un conjunto de habilidades diferente al de felicitar a un extraño. La fórmula para acercar a alguien aún más a ti, personal o profesionalmente, sigue. Yo lo llamo el *Juego Tombstone*. Requiere un poco de configuración.

Paso uno: En un momento tranquilo charlando con su amigo, su querido o su socio comercial, dígale que estaba leyendo algo el otro día sobre, de todas las cosas, ¡lápidas! "La pieza trataba", dices, "lo que la gente fantasea inscrito sobre su tumba después de morir". Aprendiste que la gente quiere la calidad de la que está más orgullosa en la vida grabada en

Roca. Luego diga: 'La variedad es sorprendente. Todo el mundo tiene una imagen diferente de sí mismo, una fuente profunda de orgullo diferente '. Ejemplos:

Aquí yace John Doe. Fue un científico brillante. Aquí yace Diane Smith. Ella era una mujer cariñosa.

Aquí yace Billy Bucks. Por Dios, podía hacer reír a la gente. Aquí yace Jane Wilson. Ella esparcía alegría dondequiera que iba. Aquí yace Harry Jones. Vivió la vida su camino.

Segundo paso: Revele a su pareja lo que le gustaría tallar en su lápida. Sea serio acerca de su revelación para animarlo a hacer lo mismo.

Paso tres: Ahora, haces la pregunta: 'Sabes, Joe, cuando todo esté dicho y hecho, ¿de qué estás más orgulloso? ¿Qué es lo que más le gustaría que el mundo recordara de usted? ¿Qué le gustaría que el mundo viera tallado en su lápida?

Tal vez su socio comercial Joe diga: "Bueno, supongo que me gustaría que la gente supiera que soy un hombre de palabra". Escucha cuidadosamente. Si lo expone, tome nota de todos los matices. Luego, archívelo en su corazón y no vuelva a decir una palabra al respecto. Joe olvidará que alguna vez jugaste al juego de la lápida con él.

Paso cuatro: Deje pasar al menos tres semanas. Luego, siempre que desee mejorar la relación, envíe la información a su pareja en forma de cumplido. Di "Joe, sabes que la razón por la que realmente aprecio hacer negocios contigo es porque eres un hombre de palabra".

WOW, eso golpea a Joe como un 747 caído del cielo. 'Finalmente', se dice a sí mismo, 'alguien que me aprecia por lo que realmente soy'. Decirle que lo admira por la misma razón que él se admira a sí mismo tiene un impacto en Joe como ningún otro cumplido en el mundo.

Ahora, suponga que su amigo es Billy Bucks, el que quería tallar su ingenio en su lápida. Dirías: 'Billy, viejo amigo, eres genial'. Te amo porque realmente puedes hacer reír a la gente '.

'Te amo porque ... (*usted* llena el espacio en blanco) '

Suponga que su pareja es Jane Wilson en el ejemplo anterior. Dile a tu amada: 'Jane, te amo porque esparces alegría donde quiera que vayas'.

Suponga que su compañero de vida es Harry Jones. Tomas su mano y le dices: 'Harry, te amo porque vives la vida *tu* camino.' ¡BLAM! Has encontrado ese punto sensible donde el corazón y el ego se mezclan.

Técnica 59:

El juego de la lápida

Pregunte a las personas importantes en su vida qué les gustaría grabar en su lápida. Grabe en su memoria, pero no lo vuelva a mencionar. Luego, cuando sea el momento adecuado para decir 'Te aprecio' o 'Te amo', llena los espacios en blanco con las mismas palabras que te dieron semanas antes.

A la gente le quita el aliento cuando les da su imagen más profunda de sí mismos en un cumplido. 'Por fin', se dicen a sí mismos, 'alguien que me ama por lo que realmente soy'.

Juego de lápida los cumplidos son *no* intercambiable. Es posible que Billy Bucks no aprecie que lo llames un hombre de palabra. Lo de Billy es el humor. Puede que Jane no valore que pienses que vive la vida a su manera. Su fuente de orgullo es difundir la alegría dondequiera que va.

Es maravilloso decirle a la gente que los aprecia o los ama. Cuando coincide con lo que aprecian o aman *ellos mismos*, el efecto es abrumador.

Part Seven

Direct dial their hearts

How to be a bit in another show

Cientos de personas se han formado impresiones de ti a través de ese pequeño dispositivo en tu escritorio, tu mesita de noche, la pared de tu cocina. Y en realidad nunca te conocieron. Nunca vieron tus sonrisas, sintieron tus ceños fruncidos. Nunca tomaron tu mano ni disfrutaron de tus abrazos. Nunca han leído tu lenguaje corporal ni visto cómo te vistes. *Todo* ellos saben de ti que llegaron a través de diminutos filamentos, a veces desde cientos de millas de distancia. Pero sienten que te conocen solo por el sonido de tu voz. Así de poderoso es el teléfono.

Potente, sí, pero no siempre exacto. Durante años traté con mi agente de viajes solo por teléfono. Rani, mi agente sin rostro a quien nunca había conocido en persona, me consiguió precios bajísimos en pasajes aéreos, automóviles y hoteles. Pero su personalidad cortante en el teléfono realmente me molestó. Una docena de veces juré encontrar otro agente.

Un lunes por la mañana hace varios años, recibí malas noticias y tuve que reservar un vuelo a casa de inmediato por una emergencia familiar. No hubo tiempo para hacer cola en el aeropuerto. Así que me subí a un taxi y le pedí al conductor que esperara frente a la agencia de viajes mientras tomaba los boletos y una tarjeta de embarque.

Como una mecha encendida, entré en la agencia de Rani por primera vez. La mujer sentada en la recepción, al ver mi frenética carrera, se levantó con simpatía. Ella me dio una sonrisa tranquilizadora y me preguntó cómo podía ayudarme. Como yo

Aturdida sobre mi necesidad de un boleto de emergencia, sonrió, asintió y se lanzó de inmediato a la acción. '¡Qué dama tan maravillosa!' Pensé mientras imprimía los boletos.

Momentos después, lanzándome agradecida y agarrando los boletos en mi puño, grité por encima del hombro: 'Por cierto, ¿cómo te llamas?'

"Leil, soy Rani", dijo. Me di la vuelta y vi a una mujer muy agradable con una gran sonrisa en su rostro que me saludaba para desearme un buen viaje. ¡Me quedé estupefacto! ¿Por qué había pensado antes que ella era tan sarcástica? Rani estaba, bueno, entonces *bonito*.

Sentado en el taxi de camino al aeropuerto, lo averigüé todo. La amabilidad de Rani - su cálida sonrisa, sus asentimientos, su buen contacto visual, su lenguaje corporal, su actitud de 'Estoy aquí para ti' - eran *todo* *silencio* señales que no viajan a través de cables. Cerré los ojos y traté de recordar la voz que había escuchado momentos atrás. Sí, era la misma pronunciación cortante y cortante de Rani. Pero su amigable lenguaje corporal la hacía parecer una persona diferente del brusco agente con el que había tratado por teléfono. La personalidad del teléfono de Rani y su comportamiento en persona eran programas completamente diferentes.

Me di cuenta de que nos pasa lo mismo a todos. Tu personalidad, la mía y la de todos podrían compararse con un espectáculo, una representación teatral. Quieres asegurarte de que el tuyo sea un éxito de taquilla, no un fracaso. Las siguientes diez técnicas harán que la personalidad de su teléfono reciba críticas favorables.

Chapter Sixty

Talking gestures

Haz que tu manera se ajuste al medio

Tengo una amiga, Tina, que diseñó el vestuario para un espectáculo fuera de Broadway que se convirtió en un gran éxito el año pasado. El pequeño espectáculo fue un éxito tan crítico que se ganó el corazón de un ángel, un patrocinador, y fue a Broadway. Allí el espectáculo puso un gran huevo gordo.

Cuando leí las malas noticias, llamé a Tina. "Tina, ¿por qué el programa recibió tan malas críticas en Broadway?" Tina me dijo que, lamentablemente, el director no insistió en que los actores y actrices cambiaran sus actuaciones para adaptarse al nuevo entorno. Los movimientos discretos de los actores, que conmovieron al pequeño público alternativamente a la risa y al llanto, se perdieron en la gran casa de Broadway. El público no podía ver sus sutiles gestos y sus conmovedoras expresiones faciales. Tina me dijo que los artistas se olvidaron de hacer sus movimientos mucho más grandes para adaptarse al nuevo medio.

Ese excelente consejo no es solo para actores. Siempre que hable, debe considerar su medio. Si tu rostro estuviera en una gran pantalla de cine, podrías transmitir tu mensaje con un guiño o levantando una ceja. En la radio, sin embargo, eso no tendría sentido. Debido a que los oyentes no pudieron ver tu guiño, tendrías que decir algo como 'Hola, Cutie'. Debido a que los oyentes no podían ver sus cejas levantadas, tendría que decir, '¡Vaya, estoy sorprendido!'

Su lenguaje corporal y expresiones faciales comprenden más de la mitad de su personalidad. Cuando la gente no te ve, pueden tener una impresión totalmente equivocada, como hice yo con Rani. Para transmitir su personalidad por teléfono, debe traducir sus emociones en sonido. De hecho, tienes que

exagere el sonido porque los estudios han demostrado que las personas pierden el 30 por ciento del nivel de energía en sus voces en el teléfono.

Supongamos que mañana conoce a un nuevo contacto importante. Cuando te presentan, le das la mano y la miras completamente. Haces un buen y fuerte contacto visual y dejas que una sonrisa sincera inunde tu rostro. Incluso asiente y sonríe, escuchando atentamente mientras ella habla. Le gustas mucho.

Pero, ¿qué buena impresión podrías dar a eso? VIP si tanto tu como ella tenía los ojos vendados y ustedes dos tenían las manos atadas a la espalda? Ésa es la desventaja que sufre en el teléfono.

Si no pudiera verte, tendrías que sustituir las palabras para hacerle saber que estás de acuerdo o que estás escuchando. Tendrías que verbalizar de alguna manera que estás sonriendo y usar su nombre más para reemplazar el contacto visual. Estarías usando la técnica que llamo *Hablando de gestos*.

Para compensar su falta de contacto visual, puntúe sus conversaciones telefónicas con 'Ajá' o 'Te escucho'. Para que tu oyente sepa que estás asintiendo con la cabeza en señal de aprobación, verbaliza "Ya veo", "Oh, eso es genial", "No es broma", "Interesante" y "¡Cuéntame más!"

¿No vio que te golpeaste la cabeza por la sorpresa? Mejor di '¡Qué sorpresa!' o '¡No lo digas!'

¿Dijo algo impresionante y no puede ver tu mirada de admiración? Prueba con "Eso fue sabio de tu parte" o "¡No eres tonto!"

Por supuesto, necesitas una gran sonrisa verbal en tu repertorio. Prueba "¡Oh, guau, eso es gracioso!" Obviamente vas a elegir frases que se adapten a tu personalidad y a la situación. Solo asegúrate de que los oyentes de tu teléfono *escuchartus* emociones.

Técnica 60: **Hablar gestos**

Piense en usted mismo como la estrella de un drama de radio personal cada vez que descuelgue el teléfono. Si quieres parecer tan atractivo como eres, debes convertir tus sonrisas en sonido, tus asentimientos en ruido y todos tus gestos en algo que tu oyente pueda escuchar. Debes reemplazar tus gestos por hablar. *Entonces dale un toque a todo el acto al 30 por ciento!*

Chapter Sixty One

Name shower

Una caricia verbal

Cuando no están sentados uno frente al otro apoyando los codos en el mismo escritorio, los tenedores en la misma mesa o la cabeza en la misma almohada, necesita un sustituto de la intimidad. ¿Cómo pueden crear cercanía cuando los dos están a cientos de millas de distancia? ¿Cómo puedes hacer que la persona con la que hablas por teléfono se sienta especial cuando no puedes darle una palmada en la espalda o darle un pequeño abrazo?

La respuesta es simple. Simplemente use el nombre de la persona que llama con mucha más frecuencia de lo que lo haría en persona. De hecho, bañe sus conversaciones con su nombre. Cuando tu oyente lo escucha, es como recibir una caricia verbal:

Gracias, Sam.

"Hagámoslo, Betty." 'Oye,

Demetri, ¿por qué no?'

Ha sido un placer hablar contigo, Kathi.

Decir el nombre de una persona con demasiada frecuencia en una conversación cara a cara suena manipulador. Sin embargo, en el teléfono el efecto es dramáticamente diferente. Si escuchaste a alguien decir tu nombre, incluso si te empujaban entre una multitud ruidosa, te animarías y escucharías. Del mismo modo, cuando su compañero de teléfono escucha su propio nombre a través del receptor, llama la atención y recrea la familiaridad que el teléfono le roba. Si su oyente se está desviando, lo trae de vuelta. Si abre correo, se detiene. Si se está hurgando los dientes, saca el pico. Cuando dices el nombre de alguien por teléfono, es como empujar a la persona a la habitación contigo.

Técnica 61:

Ducha de nombre

Las personas se animan cuando escuchan su propio nombre. Úselo con más frecuencia por teléfono que en persona para mantener su atención. El nombre de la persona que llama recrea el contacto visual, la caricia, que podría dar en persona.

Decir el nombre de alguien repetidamente cuando el cara a cara suena complaciente. Pero debido a que hay una distancia física entre ustedes en el teléfono, a veces son un continente aparte, puede rociar su conversación con eso.

Chapter Sixty Two

Oh wow, it's you!

¿Quién quiere ser un gato de Cheshire?

¡Brr-ing! No importa si escuchas el timbre en la sala de juntas, en el dormitorio o en el baño, los expertos en teléfonos autoproclamados te dicen: 'Sonríe antes de contestar'. Algunos profesionales incluso sugieren que coloques un espejo junto a tu teléfono para controlar tu sonrisa.

Estuve allí, hice eso, no funciona. Una noche, en medio de mi tratamiento facial con mascarilla de barro semanal, sonó el teléfono. El horror de verme en el espejo del teléfono hizo que mi voz fuera tan horrible como mi cara. Inmediatamente destrocé el consejo del profesional junto con el espejo. ¿Quién quiere sonar como una Pollyanna mareada? ¿Un gato de Cheshire sin cerebro? ¿Un solitario solitario cuya vida es tan aburrida que la gran emoción del día es una llamada telefónica? *Alguna* ¿llamada telefónica? De*cualquiera!*

Los grandes ganadores no sonríen *antes de* respondiendo. Ponen una sonrisa en sus voces *después* escuchan quién está en la línea. Ahí es cuando cuenta. Conteste el teléfono sin emoción, profesionalmente. Diga su nombre o el nombre de su empresa. Luego, cuando escuche quién está en la línea, el pequeño truco es dejar que una gran sonrisa inunde su rostro.

'Oh José, (sonrisa) ¡qué bueno saber de ti! ' 'Sally, (sonrisa) ¿cómo estás? ' 'Bill, (sonríe) esperaba que fueras tú'.

Tengo un amigo, Steve, en Washington, DC, que dirige una importante asociación comercial que ejerce presión en Capitol Hill. Siempre que llamo a Steve, nunca sé cuál de sus docenas de asistentes responderá. Sin embargo, *quien* respuestas me da la misma cálida respuesta.

Primero dicen, 'Asociación de Telecomunicaciones por Cable', su nombre y '¿Cómo puedo dirigir su llamada?' Sin falsa amabilidad. No hay sonrisas prefabricadas en sus voces. *estoyseguro* no se están sonriendo a sí mismos en ningún espejo.

Cuando digo '¿Está disponible el señor Effros? Este es Leil Lowndes llamando, *'esa es* cuando se vuelven súper amistosos. «Oh, sí, señorita Lowndes», ronronean. ¡Definitivamente! Déjame hacerte pasar.

¡Vaya, eso me hace sentir especial! Mientras espero que Steve atienda el teléfono, fantaseo con él sentado a la cabecera de una larga mesa de caoba en su reunión semanal de personal. Solo puedo escucharlo instruir a su personal: 'Ahora, si el presidente o algunos altos mandos de la Casa Blanca llaman, háganlos pasar. Ah, y por supuesto, si llama esa mujer importante, Leil Lowndes, póngala también.'

Mientras visitaba Washington el año pasado, almorcé con Steve. Aproveché la oportunidad para decirle qué placer fue llamar a su oficina y cuánto aprecio la cálida recepción telefónica de su personal. Le agradecí por familiarizar a cada uno con mi nombre y mencionar que podría estar llamando de vez en cuando. Steve me miró al otro lado de la mesa y parpadeó. —Leil —dijo—, tú enseñas habilidades telefónicas. ¿No te has enterado?

'¿Eh?'

'Perdóname si estoy haciendo estallar una burbuja', dijo Steve, 'pero *todos* recibe esa recepción, sin importar quién llame.'

'¡Oh!'

Cuando un dolor en el cuello llama

“Pero Steve”, protesté cuando me recuperé de la decepción inicial de haber sido víctima de un *técnica* y no un VIP, '¿Y si el la persona que llama es desconocida, un completo extraño? Seguramente sus empleados no deberían fingir que conocen a la persona que llama.'

—Claro que no, Leil. En ese caso, les indico que muestren energía y entusiasmo por la *razón* están llamando. Por ejemplo, suponga que la persona que llama es un operador de cable que desea unirse a nuestra asociación. La persona que llamaba obtenía una sonrisa y un sincero: 'Oh, sí, Sr. Smith, lo comunicaré de inmediato'. —Sí, pero supongamos que la persona que llama está vendiendo muebles de oficina. Lo desafié. "No importa", dijo Steve. 'El vendedor recibe la misma recepción después de que el empleado escucha *por qué* él está llamando. Si mi empleado dice calurosamente: "¡Oh, muebles de oficina!" la persona que llama se siente bien. Y descubro que es mucho más fácil tratar con el vendedor más adelante'.

Le dije: 'Está bien, Steve, a partir de mañana por la mañana, voy a poner esa actitud de "Oh, wow, estoy tan feliz de que hayas llamado por esa razón" en mi voz'. A la mañana siguiente, la primera llamada fue al consultorio de mi dentista. 'Milisegundo. Lowndes, esta llamada es para recordarle que está atrasado en su chequeo de los seis meses. "Oh, por supuesto, tienes tanta razón", susurré. Estoy tan contento de que hayas llamado. La recepcionista parecía sorprendida pero muy complacida por mi reacción. "No puedo reservar una cita en este momento", continué, "pero te llamaré tan pronto como mi agenda esté libre". Ella no me molestó con su habitual 'Bueno, ¿cuándo esperas que sea?' Ella simplemente colgó satisfecha. (Y obtuve lo que quería - ninguna llamada del consultorio de mi dentista durante al menos otros seis meses).

La segunda vez que sonó el teléfono, era un hombre que había ordenado que mi aparato de cinta llamara para quejarse de que una de las cintas se rompió. 'Oh Dios mío, me alegro mucho de que me lo hayas contado', le dije con el entusiasmo de haber ganado la lotería. La persona que llamó sonó un poco sorprendida, pero obviamente complacida con mi reacción. Por supuesto, le daré otro juego y espero que acepte mis disculpas. La persona que llama colgó satisfecho. (Y obtuve lo que quería: su buena voluntad y el boca a boca a pesar del error de mi duplicador de cintas).

La tercera llamada fue más dura. Esto era de un proveedor al que me había olvidado por completo de pagar. 'Oh, estoy tan contento de que me hayas recordado ese proyecto de ley', mentí. Una vez más, la reacción de la persona que llamó fue un placer asombrado. (Probablemente fui el primer acreedor en la historia que sonó *contento* ella había llamado.) 'En el fondo de mi mente sentí que había una factura que había pasado por alto. Estoy escribiendo el cheque mientras hablamos.

Entonces obtuve mi recompensa. El dunner dijo: 'Por cierto, no se preocupe por el cargo por pago atrasado del 2 por ciento mensual. Siempre que recibamos su cheque antes de fin de semana, estará bien'. Colgó feliz. (Y recibí un regalo, sin cargos financieros a pesar de mi supervisión).

Y así fue durante el resto del día, el resto de la semana y desde entonces. Intentalo. Descubrirás que obtienes mucho más de cualquier persona cuando sonrías, después de descubrir quién es o por qué te llama. Utilizar el '*Oh wow, eres tú*' técnica en casi todas las llamadas.

Técnica 62:

¡Oh, vaya, eres tú!

No contestes el teléfono con una actitud de "Estoy taaaan feliz todo el tiempo". Responda cálida, concisa y profesionalmente. Luego, *después* escuchas quién está llamando, deja que una enorme sonrisa de felicidad envuelva todo tu rostro y se derrame en tu voz. Usted hace que su interlocutor se sienta como si su enorme sonrisa cálida y difusa estuviera reservada para él o ella.

Chapter Sixty Three

The sneaky screen

'No, no, aaaaaagh, no el *¡pantalla!*'

Imagínese un dispositivo de tortura llamado La Pantalla. El científico loco, riendo como un maníaco, obliga a la víctima a entrar en una picadora de carne gigante que lo aplasta a través de una pantalla de metal pesado. Corta su cuerpo en un millón de moléculas antes de que se reconstituya en el otro lado. Ser examinado cuando llamas a la oficina de alguien es la versión emocional de esa terrible experiencia.

Realiza tu llamada en frío. ¿Puedo hablar con el señor Jones? preguntas gratamente. '¿Quien llama?' responde una voz alta. Por supuesto, su nombre no es lo suficientemente prestigioso como para que el evaluador le otorgue el estatus exaltado de hablar con Jones.

Su despiadado interrogatorio continúa, '¿Y en qué compañía estás?' Envías el nombre de tu empresa, rezando para que puntúe con ella. Y luego, para colmo, tiene el coraje de preguntar: '¿Y a qué se refiere esto?' ¡Aaaaaagh!

Varias semanas después de mi almuerzo con Steve, tuve la oportunidad de llamarlo nuevamente. ¿Steve Effros está disponible? Habla Leil Lowndes.

—Oh, sí, señorita Lowndes, definitivamente. Déjame hacerte pasar. Empiezo a tararear feliz mientras espero a que Steve llegue a la línea.

Un momento después, su asistente regresó y dijo con simpatía: 'Lo siento mucho, Sra. Lowndes. Steve acaba de salir a almorzar. Sé que lamentará haber perdido su llamada. Mientras tanto, sigo sonriendo. ¿Sospecho que Steve no 'simplemente salió a almorzar'? ¿Sospecho que está sentado ahí mismo? ¿Alguna vez, en mis sueños paranoicos más salvajes, pienso que él no tiene tiempo o ganas de hablar conmigo? Me siento *proyectado*? ¡De ninguna manera! Soy tan feliz como un

gatito despreocupado mientras dejo mi número para una devolución de llamada. Verás, probablemente me he enamorado de la *Pantalla furtiva*.

Técnica 63:

La pantalla furtiva

Si debe filtrar sus llamadas, pida a su personal que primero diga alegremente: 'Oh, sí, lo pondré *derecho* mediante. ¿Puedo decirle quién llama? Si el partido ya se ha identificado, es 'Oh, por supuesto, Sr. Whoozit. Te haré pasar.

Cuando la secretaria regresa con la mala noticia de que el Sr. o la Sra. Pelucón no está disponible, las personas que llaman no se lo toman como algo personal y *Nunca* sentirse protegido. Caen en ello cada vez. Como hice yo.

Chapter Sixty Four

Salute the spouse

El poder detrás el teléfono

Conozco un secreto sobre un Big Cat que es dueño de una cadena hotelera internacional con propiedades en seis países. Contrata y despedite a miles, otorga o obtiene inmensos contratos, pide prestado a las principales instituciones financieras y hace generosas contribuciones a organizaciones benéficas. Mr Big Cat (lo llamaremos 'Ed') tiene un nombre respetado e inmediatamente reconocible en su industria. Y este es el secreto: *Señora* Big Cat es el verdadero cerebro detrás de la operación.

Me hice amiga de la Sra. Big Cat (la llamaremos 'Sylvia') cuando hice una consultoría para la organización de su esposo. Sylvia me invitó a tomar el té una tarde. Ella se disculpó dulcemente porque este era el 'día libre de la criada', así que tendríamos que arreglárnoslas por nosotros mismos. Mientras estábamos felices en el patio y estábamos a punto de sumergirnos en nuestro té y bollos, sonó el teléfono. Ella se disculpó para contestar.

Escuché a la Sra. Big Cat decir: 'No, lo siento, no está. ¿Le digo quién llamó? ... No, no sé cuándo planea regresar, pero si me das tu nombre y ... No, dije que no sé a qué hora regresará ... Sí, le diré que llamaste.'

Cuando Sylvia regresó al patio, pude ver que estaba molesta por la llamada. Siempre en busca de una buena historia telefónica, aventuré una mirada inquisitiva.

Captando mi curiosidad, dijo: 'Ese tonto cree que va a recibir una contribución de Ed. ¡Decir ah!' se rió con ironía. Su franqueza me animó a preguntarle más. Resulta que la persona que llamó, un tal Mr. Creighton, fue un recaudador de fondos para una importante organización benéfica a la que Ed estaba considerando contribuir. Mi anfitriona dijo que Creighton había llamado dos veces en las últimas dos semanas cuando Ed no estaba. 'Y

ni una sola vez me saludó, preguntó cómo estaba o se disculpó por el alboroto. Esto no agradó a la Sra. Big Cat.

¿Fue una gran irritación para la Sra. Big Cat? No, solo menor. ¿Pero significó una gran pérdida para el gatito que llamó? Seguro que lo hizo. En la casa de los grandes felinos de Ed y Sylvia, las sutilezas cuentan. En la mesa de la cena, la Sra. Big Cat podía decirle a su esposo: "Un hombre muy agradable llamado Creighton te llamó hoy, querido". O podría decir: "Un tipo bastante irritante llamado Creighton lo llamó hoy". Un comentario u otro podría significar millones ganados o perdidos por la caridad de Creighton. Y todo porque el pequeño gato Creighton alborotó levemente los bigotes de la señora Big Cat.

Técnica 64:

Saludar al cónyuge

Siempre que llame a la casa de alguien, identifique y salude siempre a la persona que conteste. Siempre que llame a la oficina de alguien más de una o dos veces, hágase amigo de la secretaria. Cualquiera que esté lo suficientemente cerca para contestar el teléfono está lo suficientemente cerca como paravípopinión de usted.

Consejos para el hogar: *Salude al cónyuge*. Asesoramiento de oficina: *Salude al Secretario*.

Un número sorprendente de cónyuges y secretarias de Big Cat tienen garras profundas en decisiones comerciales importantes. Cuando se trata de contratar tiempo, despedir tiempo, promover tiempo o ganar tiempo, muchos cónyuges tienen algo que decir. Cuando se trata de quién recibe las llamadas, qué propuestas se colocan en la parte superior del escritorio del jefe, quién obtiene citas para el almuerzo, ¡las opiniones de las secretarias cuentan! Solo los que llaman tontos no se dan cuenta *todas* los cónyuges y las secretarias tienen nombre.

Todas los esposos y las secretarias tienen vida. *Todas* los cónyuges y las secretarias tienen sentimientos. *Todas* los cónyuges y las secretarias tienen influencia. Trate en consecuencia.

Chapter Sixty Five

What colour is your time?

¿Eres rojo, amarillo o verde?

Cuando Alexander Graham Bell inventó el teléfono, él y sus camaradas no usaban frases tan trilladas como "Hola, ¿cómo estás?". Bell y sus muchachos nunca empezaron a escupir sus ideas a los oídos de sus oyentes. Las primeras palabras que salieron de sus bocas en esos tiempos fueron '¿Puedes hablar?' Bell y sus amigos, por supuesto, se referían a las capacidades técnicas.

Poco sabían, más de cien años después, los Grandes Ganadores usarían una forma de ese mismo saludo. Hoy, por supuesto, '¿Puedes hablar?' significa '*¿Es conveniente hablar?*' Antes de iniciar una conversación, siempre preguntan "*¿Es un buen momento para charlar?*" *¿Te pillé en un buen momento?* *¿Tiene un minuto para discutir la cuenta del widget?*"

Todas las personas tienen un Big Ben en el cerebro que determina qué tan receptivos serán para ti y tus ideas. Cuando te metes con su reloj de cuco interno, no te escucharán. No importa lo interesante que sea su información o lo agradable que sea su llamada, una mala sincronización significa malos resultados para usted.

No es tu culpa. Siempre que llamas a alguien en casa, nunca sabes si estaba durmiendo o si hay un fuego en la estufa de la cocina. Siempre que llamas a alguien al trabajo, nunca sabes si tiene dos horas para recibir un informe o si el gran jefe no está tan pacientemente sentado en su escritorio.

Siempre que realice una llamada, siempre, no ocasionalmente, no con frecuencia. *siempre* pregunte acerca de su tiempo. Conviértalo en un hábito. Hágalo una regla. Que sea un

delito auto punible si las primeras palabras que salen de su boca no se refieren a la conveniencia de su tiempo:

—Hola, Joe, ¿es un buen momento para hablar? Hola, Susan. ¿Tienes un minuto?

—Hola, Carl, ¿te pillé bien o te pillé mal?

"Sam, ¿tienes un segundo para que te cuente lo que sucedió en el juego el sábado pasado?"

Hay muchas formas de decirlo, pero todo se reduce a "¿Es este un buen momento para hablar?"

Mi amigo Barry, un locutor, logra más en un día que la mayoría de la gente en una semana. Se le ocurrió un ingenioso dispositivo de conversación que asegura que nunca romperá el reloj de sol emocional de nadie. El lo llama *¿De qué color es tu tiempo?* Barry presenta el dispositivo diciéndoles a las personas a las que llama que tiene un gran respeto por su tiempo. Luego pide permiso para iniciar sus futuras conversaciones con una pregunta que asegura que nunca los molestará en un momento inoportuno. Barry dice que va a preguntar de qué color es su tiempo. Deben responder honestamente, 'rojo', 'amarillo' o 'verde'. Rojo significa 'Tengo mucha prisa'.

Amarillo significa 'Estoy ocupado, pero ¿qué tienes en mente? Si es rápido, podemos solucionarlo.'

Verde significa 'Claro, tengo tiempo. Hablemos.'

Rojo, como el semáforo en la esquina, significa detenerse. El amarillo significa apúrate, el tiempo es corto o detente y espera la próxima luz verde. Verde significa ir. La gente ocupada capta rápidamente su ingenioso dispositivo y disfruta del juego. Sobre todo, disfrutan de la sensibilidad y el respeto de Barry por su tiempo. De hecho, dice, la mayoría de las personas que llaman juegan el mismo juego sensible cuando lo llaman. 'Hola Barry, ¿de qué color es tu tiempo? ¿Eres verde?

Técnica 65:

¿De qué color es tu tiempo?

No importa cuán urgente creas que es tu llamada, comienza siempre preguntándole a la persona sobre el tiempo. O use el *¿De qué color es tu tiempo?* dispositivo o simplemente pregunte: "¿Es este un momento conveniente para que hable?"

Cuando pregunte primero sobre el tiempo, nunca romperá sus huellas justo en el medio del tiempo de su interlocutor telefónico. Nunca obtendrá un '¡No!' solo porque no fue el momento adecuado.

Vendedores, esperen la luz verde

Una nota aquí para los vendedores. Si le pregunta a un cliente potencial si tiene tiempo para hablar y la respuesta es "En realidad no, pero dígame qué tiene en mente", *¡NO LO HAGAS!* No hagas tu argumento de venta mientras estén en rojo. No hables con ellos cuando estén amarillos. Espere hasta que estén verdes, muy verdes. (Si alguna vez quiere ver algo verde proveniente de ellos, eso es).

Chapter Sixty Six

Constantly changing outgoing message

Ups, tu paranoia se está mostrando

Puede saber mucho sobre las personas solo por los mensajes que dejan en su buzón de voz. 'Hola', responde su máquina. No estoy en este momento. Pero probablemente no quieras hablar conmigo de todos modos. Bip. ¿Sospecharía que este tipo tiene un complejo de inferioridad?

"Hola", responde su máquina. El sonido que oyes es el ladrido de nuestro asesino Doberman pinscher, Wolf. Por favor deje un mensaje después del tono.' Bip. ¿Sospecharía que esta mujer está preocupada por los robos? La mayoría de nosotros no registra nuestras debilidades personales de manera tan visible para que el mundo las escuche. Sin embargo, la gente puede escuchar mucho entre líneas de lo que decimos en nuestro buzón de voz.

El mes pasado necesitaba un artista gráfico para hacer un trabajo para uno de mis clientes extremadamente conservadores. Llamé a Mark, un artista cuyo trabajo había visto y me había gustado mucho. Su contestador automático emitía música rock ensordecedora a través del receptor. Luego su voz retumbó sobre la guitarra eléctrica, 'Hola, amigo, no seas grosero. Jes 'me canturreó un oído de dulces sonidos justo en ese tono solitario. Si, si, si.' Bip. Rápidamente volví a colgar el auricular en la base para dejar a un lado las horribles fantasías de cómo reaccionaría mi cliente si tuviera que llamar a Mark. Su programa de talentos de treinta segundos podría haber sido una muestra apropiada del talento de un músico de rock. Pero un empresario debería optar por un mensaje saliente más tranquilo. El mensaje que deja en su contestador automático refleja su trabajo. Mantén el tuyo amigable, neutral y actualizado.

Y aquí está el secreto: para dar la impresión de que está realmente en la cima de su negocio, *cambie su mensaje todos los días*. Los estudios demuestran que las personas que llaman perciben que las personas son más brillantes y eficientes cuando escuchan un mensaje actualizado cada vez que llaman. Si es apropiado, informe a las personas que llaman dónde se encuentra y cuándo piensa regresar. Si tiene clientes que necesitan ser atendidos, esto es crucial.

Pruebe algo como esto en el teléfono de su oficina: 'Este es (nombre). Es jueves 7 de mayo y estaré en una reunión de ventas hasta bien entrada la tarde. Por favor, deje su mensaje y me pondré en contacto con usted tan pronto como regrese'. De esa manera, si no le devuelves la llamada a un cliente hasta las 4:00 p.m., no está echando humo.

Además, sea breve. Algunas personas cambian su mensaje todos los días, pero es demasiado largo. Tuve un colega, un orador público llamado Dan, que con su mejor voz meliflua impuso su pensamiento del día a todos los que llamaban desprevenidos.

El año pasado estaba trabajando en un proyecto con Dan y tuve que llamarlo tres veces el mismo día para dejar un informe de progreso. Cada vez que su máquina respondía:

"Hola, soy Dan, y este es mi motivador diario". Se aclaró la garganta por su gran actuación grabada y luego continuó. '¿Alguien dijo algo hoy que te ofendió? ¿Y qué? Ese es su problema'. Hizo una pausa dramática. '¿Alguien te miró de forma incorrecta? ¿Y qué? Ese es su problema'. Nuevamente, una pausa para asimilar la magnitud de ese sentimiento. Reemplaza tus pensamientos mezquinos de ira, exasperación y despecho con pensamientos de fuerza. Cálmate. Elévate por encima de esas pequeñas e insignificantes irritaciones de la vida. Enfoque sus pensamientos en la dirección de la realización y el logro. Una vez más, este es Dan. Me sorprende que no haya dejado también aquí el número de teléfono de su agente. 'Deje su mensaje en el tono. Y que tengas un gran día de paz'. Bip.

La primera vez que escuché el mensaje "inspirador" de Dan, la duración me irritó un poco. La segunda vez, me encontré hiperventilando mientras esperaba que escuchara su mensaje insoportablemente largo. A la tercera llamada, su mensaje tonto parecía interminable. Estaba lleno de esos

'pensamientos mezquinos de ira, exasperación y rencor', advirtió contra *porque* de su maldito mensaje. Me resultó imposible 'elevarme por encima de eso' y 'enfocar mis pensamientos en la dirección de la realización y el logro'. Quería darle un puñetazo en la nariz. Los mensajes salientes son *no* los lugares para dar mensajes inspiradores *n/i* impresionar al mundo con los logros de uno.

Otra amiga mía, una escritora, se ganó algunas rayas de gato con esta en su máquina:

'Hola, soy Cheryl Smith. Cheryl está en su gira nacional de libros, '(hizo una pausa para que todos los que llamaran pudieran quedar adecuadamente impresionados) haciendo apariciones en doce ciudades '. (Otra pausa como si esperara un aplauso.) 'Regresará el 7 de octubre'. (Qué es esto *ella* ¿un poco? Cheryl misma está hablando.) 'Por favor, déjelo su mensaje en el tono'. Bip.

Sí, Cheryl, sabemos que eres una autora importante. Pero tu referencia de terceros a ti mismo, tu tono de voz narcisista y rematarlo con doce ciudades harían que cualquier Big Cat se riera a través de sus bigotes.

Un último codicilo: evite un mensaje en particular que muchos empresarios usan en estos días: 'Estoy fuera de mi escritorio o en la otra línea'. El subtexto de este mensaje es 'Soy un esclavo encadenado a mi escritorio y es un hecho asombroso que me haya escapado por el momento'. Una noche estaba trabajando hasta altas horas de la madrugada. A las 4 de la mañana decidí dejar un mensaje en el teléfono comercial de un colega para que lo recibiera tan pronto como llegara a las nueve. "Hola", chirrió el mensaje. Esta es Felicia. Estoy lejos de mi escritorio o en la otra línea en este momento, pero deje su mensaje en el tono. Bip. Felicia, *por supuesto* estás lejos de tu escritorio, ¡son las 4 am del domingo por la mañana! —¿En la otra línea? ¿A esta hora? ¡esperanza ¡no!

Nunca se sabe cómo afectará su mensaje a alguien. Solo mantén el tuyo neutral, amigable, en constante cambio, breve y discreto. Sin alardes, sin campanas, sin silbidos.

Técnica 66:

Constantemente cambiando saliente

mensaje

Si desea ser percibido como concienzudo y confiable, deje un saludo breve, profesional y amigable como su mensaje de salida. Sin musica. Nada de bromas. Sin mensajes inspiradores. Sin alardes, campanas o silbidos. Y este es el secreto:*cámbielo todos los días*. Tu mensaje no tiene por qué ser perfecto. Un poco de tos o tartamudeo le da una hermosa realidad sin pretensiones a su mensaje.

Chapter Sixty Seven

Your ten-second audition

Neeexxxt!

Los productores de grandes musicales de Broadway pueden ser brutales durante las audiciones. Un aspirante a estrella ansioso, después de ensayar su canción de audición durante semanas, sube al escenario. Abre la boca para cantar. Después de algunas notas, el productor desalmado grita: 'Gracias. NEEEXXXT! ' ¡Los sueños del estrellato se desvanecen en diez segundos!

Los sueños profesionales de los empresarios también pueden frustrarse en los primeros diez segundos de su 'audición'. Su audición es el mensaje que dejan en el contestador automático de otra persona.

Los empresarios competentes no soñarían con enviar una carta comercial manuscrita desordenada a un VIP en papel barato manchado de amarillo y esperar una respuesta. Saben que el destinatario lo tiraría a la basura. Sin embargo, algunas de estas mismas personas dejarán un mensaje mediocre en un VIPcorreo de voz y espere una devolución de llamada. Nadie les dijo que Big Los ganadores examinan los mensajes de su buzón de voz con la misma consideración que un gran productor de Broadway. Si suena bien, tiene una oportunidad. Si no lo hace, se le expulsará rápidamente de su vida.

Los vendedores, pretendientes, candidatos y competidores que dejan mensajes nítidos, inteligentes y optimistas en el correo de voz reciben una llamada. Los perdedores con tonos mediocres y mensajes no elaborados nunca escuchan del Sr. o la Sra. Make It Happen. Asegúrese de que su mensaje refleje tres C: confianza, claridad y credibilidad. Además, haga que atraiga, entreteenga o interese al oyente. Un llano 'Este es Joe, llámame' no puntúa con Grandes Ganadores.

Estén atentos para...

Los DJ de radio usan trucos para mantener a sus oyentes sintonizados. Los mejores vendedores tienen pequeños trucos similares para atraer a los prospectos a que les devuelvan la llamada. Aquí hay uno llamado *momento culminante*. Para asegurarse de que los oyentes no cambien de estación durante el comercial de radio, la emisora lanza un mini misterio: "Y justo después del comercial volveremos con el boleto ganador ... Podría ser tuyo ... ¡Estad atentos!" Siempre que dejes un mensaje de correo de voz para alguien, trata de incluir un suspenso: 'Hola, Harry, soy Andrew. Tengo la respuesta a la pregunta que me hizo la semana pasada. O 'Hola Diane, soy Betsy. Tengo una gran noticia sobre ese proyecto que estábamos discutiendo '. Ahora Harry y Diane tienen una razón para llamar a Andrew y Betsy.

Añade personalidad a tu mensaje también. Imagínese a la gente escuchándolo. Di algo para despertar su curiosidad o hacerlos sonreír. El mensaje que dejas es tu audición de diez segundos. Hazlo bien.

Técnica 67:

Tu audición de diez segundos

Mientras marca, aclare su garganta. Si contesta un contestador automático, imagínese que el pitido es un gran productor de Broadway que dice "Nexxxt". Ahora estás en. Esto es *Tu audición de diez segundos* para demostrar que es digno de una devolución de llamada rápida.

Por cierto, si el correo de voz de alguien *inesperadamente* se enciende y no está preparado, cuelgue rápidamente (antes del pitido para que no reciban un mensaje de colgar). Tómese un momento para redactar su mensaje entretenido, atractivo o interesante. Ensaye una vez con confianza, claridad y carisma. Luego vuelva a marcar para dejar su gran mensaje caliente.

Sucede algo gracioso. Si su grupo responde esta vez, se sentirá decepcionado.

Chapter Sixty Eight

The ho-hum caper

Ho hum, negocios como siempre

La inspiración para esta próxima técnica telefónica proviene de experiencias personales con los inodoros del centro de Manhattan (un origen menos que refinado, sin duda). La ciudad de Nueva York, a pesar de toda su supuesta sofisticación, está por detrás de algunas de las ciudades europeas más destortaladas en un aspecto. Manhattan tiene pocos baños públicos. Y ninguna de esas estructuras independientes de estilo europeo, encantadoras y, a veces, muy apreciadas en las esquinas.

En los días en que hacía llamadas de ventas en la concurrida ciudad de Nueva York, esto presentaba un problema. Varias veces al día. A menudo me encontraba a merced de los cajeros de las cafeterías que guardaban celosamente sus baños. Algunas tiendas incluso colocan carteles con garabatos amenazadores en la ventana, "Los baños son solo para clientes".

A menudo me di cuenta de que si jugaba bien, yendo al cajero y preguntando si podía usar las comodidades, me derribaban. Entonces utilicé la siguiente técnica. Sin echar un vistazo al cajero, entré con confianza en la cafetería. Pasaría por delante del portero del baño y mantendría la mirada fija en una de las cabinas. Asumiría que vendría a almorzar o simplemente había regresado para recoger mis guantes olvidados. Una vez pasado el portero del retrete, esperaría a que ella estuviera ocupada llamando al siguiente cheque. Luego, como un relámpago engrasado, corría al baño.

Yo llamé a este engaño el *Alcaparra Ho-Hum* después de mi actitud fingida de 'Ho hum, business as usual. Vengo aquí todos los días sin nada en mi mente más que el almuerzo.

Traduzcamos ahora ese engañoso subterfugio en una técnica telefónica que rara vez falla. Puedes usar la maniobra para escabullirte de las secretarias y esquivar sus despiadados controles. En lugar de jugar directamente y pedir

tu fiesta por su nombre, solo di 'es *él* / *en*?' o 'es*ella* / *en*?' El uso del pronombre es pasar a toda velocidad por delante de la secretaria con una actitud habitual, "Ho hum, llamo cada día".

Técnica 68:

La alcaparra aburrida

En lugar de usar el nombre de su grupo, deje que el pronombre *él*/o *ella* salga de su lengua. Olvídense de "Uh, ¿puedo hablar con la señorita Bigshot, por favor?" Simplemente anuncie: 'Hola, aquí Bob Smith, es*ella* / *en*?' Lanzando lo familiar *ella* de tu lengua le indica a la secretaria que tú y su jefe son viejos amigos.

Chapter Sixty Nine

'I hear your other line'

'¿De verdad tienes que cuidar ese fuego en tu cocina?'

Siempre que estás hablando por teléfono con alguien, escuchas mucho más que sus voces. De fondo, es posible que escuche el ladrido de los perros, el llanto de los bebés o un crujido. Por lo que sabes, el perro tiene la cola atrapada en el refrigerador, hay que alimentar al bebé o la casa se incendia. Cuando reconoces el sonido preguntando si tienen que cuidarlo, calientas los corazones de tus oyentes.

Cuando habla con alguien en el trabajo, a menudo escucha que suena otro teléfono. Diga de inmediato: 'Escucho su otra línea. ¿Tienes que contestar? Incluso si no, agradecerá el gesto. Si tiene que recibir la otra llamada, puede estar seguro de que no escuchó nada de lo que dijo después del primer tono. Solo está pensando '¿Cómo puedo interrumpir a esta persona que balbucea sin ser grosero para poder contestar mi otro teléfono?' De hecho, con cada traumatismo surge la irritación de que lo retienes como rehén para que no haga lo que tiene que hacer.

Aquí está la técnica garantizada para evitar que se encuentre en esa posición incómoda.

Técnica 69:

'Escucho tu otra línea'

Cuando escuche un teléfono de fondo, deje de hablar, a mitad de la oración si es necesario, y diga 'Escucho su otra línea' (o su perro ladrando, su bebé llorando, su cónyuge llamándolo). Pregunte si ella

tiene que atenderlo. Ya sea que lo haga o no, sabrá que eres un comunicador superior por preguntar.

El subtexto, por supuesto, es que usted es sensible a lo que sucede en el mundo de la persona que llama. Si estás hablando con alguien que está lejos o en otro país, otra forma de demostrar que eres el mejor en el departamento de comunicaciones es traducir las referencias de tiempo a su zona horaria. Cuando deje un mensaje, diga 'Me pueden localizar entre tres y cinco *tu* hora.'

Y no olvides las vacaciones en el extranjero. El 1 de julio pasado, estaba hablando por teléfono con un cliente de Australia. Quedé impresionado cuando me deseó 'Feliz fin de semana del Día de la Independencia'. Tan impresionado, de hecho, corrí a buscar una tabla de días festivos internacionales. Hice una nota en mi calendario el próximo 25 de abril para desearle a mi amigo australiano 'FelizANZAC Day' (después de averiguar qué medio). Si hace negocios con personas de todo el mundo, asegúrese de enviarles buenos deseos para sus vacaciones. Olvídense de los suyos si no los comparte. Todavía estoy mortificado por el momento en noviembre pasado cuando estuve en una conferencia telefónica con un cliente canadiense y siete de sus vendedores. Les deseé a todos un 'Feliz Día de Acción de Gracias'.

Chapter Seventy

Instant replay

Es mucho mejor la segunda vez

La primera vez que vi *El mago de Oz*, la historia me hechizó. La segunda vez que vi *El mago de Oz*, los efectos especiales me asombraron. La tercera vez que vi *El mago de Oz*, la fotografía me deslumbró. ¿Alguna vez has visto una película dos, tres veces? Notas sutilezas y escuchas sonidos que te perdiste por completo la primera vez.

Es lo mismo en el teléfono. Debido a que sus conversaciones comerciales son más importantes que las películas, debe escucharlas dos, tal vez tres veces. A menudo no tenemos una idea clara de lo que *De Verdad* sucedió en nuestra conversación telefónica hasta que lo volvamos a escuchar. Encontrarás matices más significativos que el color del cuello de Toto, y más espantapájaros de los que imaginabas que "no tienen cerebro".

¿Cómo vuelve a escuchar sus importantes conversaciones comerciales? Simplemente grabe en cinta de forma legal y ética. Llamo a la técnica de grabar y analizar sus conversaciones comerciales en busca de sutilezas *Repetición instantánea*.

Tener una grabadora en su teléfono podría haber marcado una diferencia dramática en la carrera de mi amiga Laura. Laura, nutricionista, había desarrollado una excelente bebida saludable. Merecía ser comercializado a nivel nacional.

Un día estaba en la oficina de Laura discutiendo sus planes y le dije: 'Laura, tengo el contacto para ti'. Varios meses antes, había conocido a Fred, un hombre que era dueño de una cadena de supermercados. Fred me debía un favor porque, a petición suya, había dado una charla pro bono para un club social al que pertenecía. Fred era un gran plátano en el mundo de los supermercados, y con un "sí" podía poner la bebida saludable de mi amigo en sus tiendas. Eso lanzaría a Laura a nivel nacional.

Hice la llamada y, he aquí, él estaba dentro. Y, he aquí, todavía más grande, Fred parecía interesado en la bebida de Laura.

—Póntela —dijo Fred.

Con orgullo le entregué el teléfono a Laura y su conversación comenzó bien. "Oh, claro, te enviaré una muestra", dijo Laura. '¿Cuál es la dirección?' Luego escuché a Laura decir: 'Uh, espera un minuto, déjame conseguir algo para escribir'.

(Rápidamente hice rodar un bolígrafo y empujé un bloc frente a su nariz.) 'Uh, ¿qué es eso de nuevo? ¿Dijiste 4201 o 4102? (Gimo de manera inaudible.) "¿Y cómo se escribe el nombre de la calle?" (Mi gemido se vuelve audible.) 'Vaya, esta pluma acaba de quedarse sin tinta. Leil, ¿ves otro bolígrafo en mi escritorio? (Lo hice, y esta vez tuve ganas de tirárselo.) 'Lo siento, ¿qué es eso de nuevo?'

Vaya, ahora quería quitarle el teléfono a Laura. No debería molestar a un Big Banana ocupado por detalles como direcciones repetidas. Ella podría haber llamado a su secretaria más tarde para una aclaración. Pero incluso eso habría sido innecesario si ella estuviera grabando la conversación con la técnica que llamo *Repetición instantánea*. Ella podría haber mencionado simplemente que estaba encendiendo la grabadora (la mayoría de los pesos pesados se sienten cómodos con ese concepto) y lo habría grabado.

Fred fue amable con Laura ese día. Pero mi amigo nunca supo de él. Y hasta el día de hoy, se pregunta por qué. Ella nunca sabrá que el confuso intercambio telefónico rechazó el trato.

¿Fred estaba siendo injusto solo porque Laura era un poco lenta en el teléfono? Absolutamente no. Fred se imagina: 'Si esta mujer es tan insensible con respecto a mi tiempo en el *comenzando* de una posible relación comercial, ¿cómo va a ser ella al final del camino? Sabia elección, Fred. Todavía me gusta Laura. Ella sigue siendo mi amiga. Pero, ¿le presentaré a otros Grandes Ganadores que podrían ayudarla? No puedo arriesgarme.'

Cómo configurar su *repetición instantánea*

Repetición instantánea es simple y barato. Vaya a su tienda de electrónica local y solicite una grabadora para su teléfono. Colócalo en el receptor de tu teléfono y conecta el otro extremo a una grabadora de casetes. Luego encienda la grabadora durante su próxima conversación importante. El dispositivo podría generarle cientos de dólares en su primera llamada. En algunos estados, la ley requiere que informe al

otra parte los está grabando. Asegúrese de consultar con las autoridades sobre la legalidad en el estado donde vive. Si es el consentimiento de una parte, no se preocupe. *Estás* la única parte. Obviamente, nunca debe usar la cinta para ningún otro propósito que no sea para su propia segunda escucha. Eso no solo sería ilegal, sería inconcebible. Para mayor seguridad, no deje las conversaciones grabadas de las personas por ahí. Mantenga la misma cinta en su máquina de casetes y úsela una y otra vez para registrar detalles importantes. Con *Repetición instantánea*, puedes atrapar pelotas que lanza tu compañero de conversación en el primer rebote. Estás hablando por teléfono con tu jefe. Divaga cuatro o cinco nombres en un bufete de abogados al que se supone que debe escribir, luego la dirección, luego el código postal de nueve dígitos. Al darse cuenta de que te ha lanzado algunas pelotas bastante rápidas, pregunta: "¿Te lo repito?". "No, gracias, lo tengo", dice con orgullo, tocando silenciosamente su pequeña grabadora. Boss está impresionado.

Técnica 70:

Repetición instantánea

Grabe todas sus conversaciones comerciales y escúchelas de nuevo. La segunda o tercera vez, detecta sutilezas importantes que se perdió la primera vez. Es como los fanáticos del fútbol que a menudo no saben si hubo un balón suelto hasta que lo ven todo de nuevo en *Repetición instantánea*.

Otro beneficio más de *Repetición instantánea* - Ayuda a ocultar tu ignorancia.

Recientemente, estaba hablando por teléfono con un camarógrafo negociando el precio de una cinta de video para usar como demostración de orador. Afortunadamente, estaba grabando la conversación porque su ráfaga de *Hola-8, VHS, superVHS, Beta SP, y Tres-U-matic de un cuarto de pulgada* me tenía con ganas de meterme en un agujero para roedores en la pared. Pero escuché la cinta de nuestra conversación después. Escribí todas las palabras que no entendí y luego le pregunté a un amigo de video qué querían decir. Ahora pude llamar al camarógrafo y decir: 'Me gustaría una sesión de dos cámaras en Beta SP. Y puedes darme un *VHS* dobla para que pueda hacer un poco edición fuera de línea? ¿No crees que obtuve un precio mucho mejor que si hubiera preguntado, 'Duh, qué es un Beta SP?'

Olvida lo que ellos *dicho*, escucha lo que ellos *quiso decir*

Repetición instantánea también lo hace sensible a niveles de comunicación mucho más profundos que las palabras de sus interlocutores. Te sintonizas con su entusiasmo real o sus dudas sobre una idea.

Cuando queremos algo, nuestra mente nos juega malas pasadas. Si ansiamos desesperadamente un "sí" de alguien, escuchamos un "sí". Pero el "sí" no siempre es lo que parece. El contundente "SÍ" de un cliente y su vacilante "yeee-sss" son diferentes como el cielo y el infierno. El mes pasado le pregunté a una mujer que me había reservado para un discurso si su oficina podía reproducir mi folleto de diez páginas. Ella me dio la respuesta que quería, que fue 'sí'. Más tarde, sin embargo, volví a escuchar nuestra conversación en cinta. Su respuesta sobre los folletos había sido muy vacilante, 'Hmm, bueno, sí'. Inmediatamente la llamé y le dije: 'Por cierto, no se preocupe por esos folletos'.

'Oh, yo soy *entonces* ¡contento!' ella ronroneó. "Porque realmente no tenemos el presupuesto para cosas así". Gané mucho más en la buena voluntad de mi cliente que en el valor de reproducir algunas hojas de papel.

Regresemos ahora a su programa en vivo y en persona. Vamos a hablar no solo sobre cómo ser un éxito en una fiesta, pero cómo hacerlo sin problemas *golpeado* en toda la gente que quieras, como un político.

Part Eight

How to work a party like a politician works a room

The politician's six-point party checklist

La mayoría de nosotros, cuando nos invitan a una fiesta, nos sumergimos en un proceso de pensamiento esponjoso. Nuestro ensueño aleatorio es algo como esto: 'Hmm, esto podría ser divertido ... Me pregunto si van a servir comida ... Espero que sea bueno ... Puede que haya gente interesante allí ... Me pregunto si mi amigo so' n 'so vendrá ... Caramba , ¿Que debería vestir?'

Esa es *no* la forma en que un político piensa en un partido, sin embargo. Mientras los políticos, los que trabajan en redes, los socializadores serios y los grandes ganadores en el mundo empresarial están mirando la invitación, instintivamente navegan a un canal diferente. Antes que ellos RSVP con sí o no, sus cerebros elaboran preguntas de campaña periodística. Es el *Lista de verificación para fiestas de seis puntos*. ¿Quién? ¿Cuándo? ¿Qué? ¿Por qué? ¿Dónde? ¿Y cómo?

Veámoslos uno por uno.

OMS va a estar en la fiesta?

Más específicamente, ¿con quién me reuniré? Los usuarios de redes serios calculan '¿Con quién debo reunirme para hacer negocios? ¿Con quién debo reunirme por motivos políticos o sociales? Y, si es soltero y busca, '¿Con quién quiero encontrarme para un posible amor?'

Si no saben quién asistirá, preguntan. Los políticos telefonean descaradamente al anfitrión o la anfitriona de la fiesta y preguntan: "¿Quién viene?" Mientras el organizador de la fiesta charla casualmente sobre la lista de invitados, los políticos escriben los nombres de las personas que les interesan y luego deciden reunirse con cada uno.

Cuándo debo llegar?

Los políticos no dejan la hora de llegada para cuando terminan de vestirse. No se preguntan: 'Hmm, ¿debería llegar tarde a la moda?'. Calculan cuidadosamente su hora estimada de llegada y la hora estimada de salida.

Si la fiesta está repleta de contactos, Biggies llega temprano para comenzar a dar en el blanco a medida que llega cada uno. VIPS vienen con frecuencia temprano para obtener sus negocios hechos antes de que empiecen a llegar los clientes habituales de la fiesta que "odian ser los primeros allí". Nunca les da vergüenza llegar temprano. Después de todo, las únicas personas que los ven son otros que llegan temprano y que a menudo son Heavy Hitters como ellos.

Tampoco encontrará políticos merodeando, los últimos en escabullirse por la puerta. Una vez que hayan logrado lo que se propusieron, estarán en camino a la próxima oportunidad. Si su agenda es más social, intentan dejar abierta su hora de salida y su *aprés*-horario de fiesta gratis. De esa manera, si hacen un nuevo contacto importante, pueden quedarse y hablar con él. O llevarla a casa. O ir a otro lugar a tomar un café.

Qué ¿Debería llevarme conmigo?

La lista de verificación de un político no es la habitual: 'Veamos, mi peine, colonia y mentas para el aliento'. Llevan herramientas de red más funcionales en sus bolsillos o carteras.

Si Corporate Cats va a estar merodeando por la fiesta, llevarán un montón de tarjetas de visita. Si se trata de una gala en la que la gente va de un lado a otro en la escala social y quieren irradiar la elegancia del viejo mundo, toman un puñado de tarjetas sociales que contienen solo su nombre y posiblemente una dirección y un número de teléfono. (Algunos creen que entregar una tarjeta de presentación en un entorno puramente social puede ser torpe.) La herramienta más importante en su paquete de fiesta es una pequeña libreta y un bolígrafo para realizar un seguimiento de los contactos importantes.

Por qué se está dando la fiesta?

Aquí entra la filosofía perpetua del político de 'penetrar lo ostensible'. (Esa es solo una forma elegante de decir 'mira debajo de la alfombra'). Se preguntan: '¿Cuál es la razón aparente de la fiesta?' ¿Un gran industrial está dando a su hija una fiesta de graduación? ¿Un ejecutivo recién divorciado se está organizando una fiesta de cumpleaños? ¿Un negocio que se tambalea está celebrando su décimo año?

'Bien', se dicen los políticos, 'eso es lo ostensible. Pero cual es el *verdadero* motivo de la fiesta? Tal vez el industrial quiera conseguirle un buen trabajo a su hija, por lo que ha invitado a decenas de posibles empleadores. El cumpleañero vuelve a estar soltero, por lo que la lista de invitados está repleta de mujeres atractivas y exitosas. El negocio necesita desesperadamente buenas relaciones públicas si va a permanecer alrededor de otros diez años. Así que han invitado a la prensa y a los creadores y agitadores de la comunidad.

Los políticos tienen una visión oculta de expertos para identificar la agenda real del anfitrión. Por supuesto, nunca lo discutirán en la fiesta. Sin embargo, la percepción los eleva a un estado compartido de conciencia superior con otros Heavy Hitters en la fiesta.

Su conocimiento también los convierte en agentes valiosos para el dador de fiestas. Un político inteligente presenta a la hija en busca de trabajo a algunos ejecutivos de la fiesta, o les cuenta a las mujeres más atractivas en la fiesta lo grandioso que es el cumpleañero. Cuando conversa con los reporteros, habla del negocio del anfitrión que necesita buenas relaciones públicas. Cuando la gente apoya lo real *por qué* de la fiesta, se convierten en invitados populares y solicitados para futuros eventos.

Dónde es la mente colectiva?

A menudo, las personas de una profesión o un grupo de interés constituirán la mayor parte de la lista de invitados. Un político nunca acepta ninguna invitación sin preguntarse: '¿Qué tipo de gente estará en esta fiesta y en qué estarán pensando?' Quizás habrá una manada de médicos. Así que hace clic en los últimos titulares médicos y ensaya una pequeña charla documental. Si los invitados son un nido de votantes de la nueva era, el político se pone al día con la curación telepática, la tonificación tántrica y el baile en trance. Los políticos no pueden darse el lujo de no estar al tanto.

Cómo voy a dar seguimiento a la fiesta?

Ahora, el gran final. Yo lo llamo 'cemento de contacto'. Está cimentando los contactos que ha hecho el político. Después de conocer a un buen contacto e intercambiar cartas, prácticamente todo el mundo dice: 'Ha sido un placer hablar contigo. Estaremos en contacto.'

Esta buena intención rara vez ocurre sin un esfuerzo hercúleo. Los políticos, sin embargo, hacen ciencia de mantener el contacto. Después de la fiesta, se sientan en sus escritorios y, como en un juego de solitario, colocan las tarjetas de presentación de las personas que han conocido. Utilizando la *Dossier de tarjetas de visita* técnica descrita más adelante en esta sección, ellos deciden cómo, cuándo y si tratar con cada uno. ¿Esta persona necesita una llamada telefónica? ¿Debería ese recibir una nota escrita a mano? ¿Debo enviar un correo electrónico o llamar al otro?

Utilizar el *Lista de verificación para fiestas de seis puntos* - ¿La OMS? ¿Cuándo? ¿Por qué? ¿Dónde? ¿Qué? ¿y cómo? de una fiesta como su plan de juego general. Ahora vayamos a los detalles.

Chapter Seventy One

Munching or mingling

"¿Cómo es que la gente no se me acerca?"

El asistente de fiesta promedio, digamos Charlie, llega a la fiesta. Se dirige directamente a la mesa de refrigerios para comer algo y una bebida. Luego encuentra algunos amigos y comienza a charlar con ellos.

Masticando los bocadillos en su plato y la grasa con sus amigos, ocasionalmente mira alrededor de la habitación para ver con quién podría ser nuevo y divertido hablar con él. Espera que varias personas atractivas e interesantes de la fiesta lo vean y vengan a hablar.

¿Qué hay de malo en el enfoque de Charlie? *Todo* si Charlie quiere que la fiesta sea productiva. Comencemos con el primer error del asistente de fiesta promedio: tomar un refresco y una bebida de inmediato.

Las personas que se mezclan en una fiesta hacen juicios, a menudo subconscientes, sobre a quién se van a acercar. ¿Has vivido alguna vez en una granja? ¿O tenía un perro o un gato? Entonces sabes que nunca molestas a los animales cuando están comiendo. Asimismo, cuando un animal humano está comiendo, otros animales humanos no se sienten cómodos avanzando. Si los ojos de los asistentes a la fiesta escanean a la multitud y lo ven con la bolsa de comida puesta, pasarán por encima de usted. Inconscientemente se están diciendo a sí mismos: 'Dejen que el sabueso hambriento coma y tal vez hablemos más tarde'. Más tarde nunca llega porque terminan haciéndose amigos de otra persona cuya boca no estaba llena.

Los políticos siempre comen *antes de* vienen a la fiesta. Saben que necesitarían el talento de un malabarista de circo para dar la mano, intercambiar tarjetas de presentación, tomar una copa y meterse galletas saladas y queso en la boca, todo con solo dos manos.

Técnica 71:

Mascando o mezclando

Los políticos quieren estar cara a cara y cara a cara con sus electores. Como cualquier gran ganador versado en la ciencia de la proxémica y las relaciones espaciales, saben que cualquier objeto, excepto las hebillas de su cinturón, tiene el efecto de una pared de ladrillos entre dos personas. Por lo tanto, nunca celebran comida ni bebida en una fiesta.

Ven a mascar o ven a mezclar. Pero no espere hacer ambas cosas. Como un buen político, come *antes de vienes*.

Chapter Seventy Two

Rubberneck the room

Cómo hacer una entrada inolvidable

Loretta Young hace historia en la televisión cuando aparece en la cabecera de su inmensa escalera y observa el plató. *Luego* ella se abalanza para comenzar el espectáculo.

El Papa sale a su balcón con vistas a la Plaza de San Pedro en Roma y observa a la multitud. *Luego* comienza la bendición. Bette Davis se detiene en la puerta y mira a su alrededor. *Luego* ella murmura, '¡Qué basura!'

Y todos los cómics de televisión nocturnos desde '¡Heeeeere's Johnny!' se coloca en el centro del escenario y escudriña a la audiencia que aplaude. *Luego* revela la razón de la sonrisa en su rostro.

¿Qué tienen en común todas estas grandes entradas? Cada uno hace una pausa momentánea y mira a su alrededor *antes de* entrando en acción decisiva. A los directores de cine les encantan las tomas de THE DOORWAY, en las que la cámara gira, la música aumenta y todos los ojos gravitan hacia el honcho o honchoette que está parado debajo del marco. ¿La estrella se esconde en la habitación como un gatito asustado en la casa de un nuevo dueño? ¿O, como muchos de nosotros hacemos en una fiesta, gravitar frenéticamente hacia la primera cara familiar para que la gente no piense que él o ella están desconectados? No, la estrella se detiene. Luego, enmarcado por la puerta, todos sienten su notable presencia.

Las personas que han dominado este truco tienen lo que los deseos teatrales envidiosos llaman "presencia en el escenario". Los fanáticos del escenario creen que algunas estrellas de la suerte nacen con él. Piense de nuevo, actores. *Escultivado*. Los políticos no se escabullen sin que nadie los note en una habitación llena de gente. Los políticos hacen La entrada.

Con una técnica simple, usted también puede hacer grandes entradas. Yo lo llamo *Goma la habitación*. Antes de entrar, deténgase dramáticamente en la entrada y observe la escena lentamente con sus ojos. Es significativo que, mientras estás parado en la puerta, no estás pensando: 'Mírame'. La razón por la que eres *Chupando la habitación* no es para lucirse. Es para que pueda diagnosticar la situación en la que se encuentra. Fíjate en la iluminación, la barra y lo más importante, los rostros. Escuche la música, el zumbido de la multitud, el tintineo de vasos. Vea quién está hablando con quién. Mientras hace el cuello de goma, también usará *Sea el que elige, no el que elige*, la siguiente técnica, que le ayuda a seleccionar su primer, segundo y quizás tercer objetivo. Ahora, como el gran felino que gobierna la jungla, salta para hacer tu primer movimiento para limpiar la habitación.

Técnica 72: **Goma la habitación**

Cuando llegue a la reunión, deténgase dramáticamente en la entrada. Luego, examine lentamente la situación. Deja que tus ojos viajen de un lado a otro como un ~~APLASTAR~~ equipo listo en un santiamén para acabar con cualquier cosa que se mueva.

En conjunto con *Rubberneck the Room*, intente utilizar la siguiente técnica ...

Chapter Seventy Three

Be the chooser, not the choosee

"Hmm, ¿algún extraño interesante que deba conocer?"

Los políticos no esperan a que otros se les acerquen. Si el anfitrión de la fiesta o su director de campaña no ha proporcionado una lista de "debe cumplir", eligen sus objetivos mientras *Escupir la habitación*. Mientras sus ojos agudos escanean a la multitud, se preguntan: '¿Con quién me gustaría hablar más? ¿Quién parece que podría ser más beneficioso para mi vida? ¿De quién podría aprender más en esta pandilla?

¿Cómo eligen? Miran a todos de la misma manera que mi amigo Bob, el caricaturista, mira a las personas. Puedes decir mucho más de lo que crees si mantienes la mirada fija en alguien. Cada brillo en los ojos de alguien y cada línea que lo rodea cuenta una historia: la historia de la vida que lleva. ¿Quién dijo: 'A los treinta años, todos tienen la cara que se merecen'? Sin embargo, pocos de nosotros miramos conscientemente a los ojos de los extraños. Qué tontería que, en una fiesta o convención para hacer contactos, a la mayoría de las personas les da vergüenza hacer contacto visual con personas que no conocemos.

En mi seminario de networking, preparo a los participantes para que hagan un contacto visual intenso pidiéndoles que formen un gran círculo, que caminen por la sala y se miren en silencio unos a otros. "Mírense a los ojos", les digo. Examina los movimientos de cada uno.

Mientras caminan, les digo: 'El contacto comercial más importante, el amigo más querido o el amor de tu vida probablemente no esté en esta habitación. Sin embargo, en algún momento pronto, estarás en una habitación donde verás a alguien que sientes que podría cambiar tu vida. Quiero que estés preparado. Quiero que tengas el coraje de hacer el acercamiento y no esperar en vano a

que alguien especial se acerque a ti. Mientras paseaba y miraba, les pido que elijan en silencio a las cuatro personas con las que más quieren hablar durante el descanso.

'Solo las personas hermosas serán elegidas'

Cuando se les da esta tarea poco familiar e incómoda, los participantes asumen que todos se dirigirán directamente hacia las personas más atractivas. Nunca sucede. Algo místico ocurre cuando las personas se toman el tiempo para mirarse realmente. Todos descubren una belleza distintiva en una o dos personas que es muy personal, muy especial y le habla de manera única al buscador.

El amigo más querido de mi vida era un amiguito hogareño llamado Chip. Solo medía 5'2''. Chip tenía una nariz enorme y ojillos divertidos que se asomaban a través de gruesos lentes. En una fiesta, sin usar esta técnica, probablemente nunca me hubiera fijado en Chip. Sin embargo, mi concentración estaba en él el día que nos conocimos porque estaba dando un discurso. Cuando lo miré intensamente a los ojos y vi sus labios moverse, vi una belleza tan subjetiva saliendo de su rostro. Se convirtió en mi mejor amigo durante doce años hasta que una trágica enfermedad le quitó la vida. Sin embargo, Chip permaneció hermoso para mí hasta el final porque, sin importar cuán retorcido se volviera su cuerpo por la enfermedad, la belleza brillaba a través de su espíritu.

A medida que los participantes del seminario exploran los rostros y los movimientos de los demás, descubren la belleza subjetiva en sus rostros, en sus espíritus. Nadie puede explicar por qué una persona elige a otra como una de sus cuatro especiales. Sin embargo, prácticamente todos regresan de la ruptura habiendo hecho un nuevo buen amigo. Nunca nadie queda sin ser elegido.

Cuando busque las cualidades especiales de las personas explorando sus rostros, las encontrará. Siquieres salir de cualquier reunión con tu vida mejorada, pasa tiempo con la gente. *usted* elige, no solo aquellos que te eligen a ti. Ser *exquisito* en quien elijas. Pero no esperes a ser *ele*ige.

Técnica 73:

Sea el que elige, no el que elige

Es posible que el amigo de toda la vida, el amor de tu vida o el contacto comercial que transformará tu futuro no esté en la fiesta. Sin embargo, algún día, en algún lugar, lo estará. Haga de cada fiesta un ensayo para el gran evento.

No te quedes esperando el momento en que esa persona especial se te acerque. *Tú* Hágalo realidad explorando todos los rostros de la habitación. No más 'barcos pasando por la noche'. Capture lo que quiera o lo que quiera en su vida.

Claro, en un seminario es fácil. Pero ¿qué pasa con la vida real?

A veces, después de la pausa, un participante dirá: 'Fue sencillo acercarme a las personas con las que quería hablar esta vez porque me lo asignaste como una tarea. Pero, ¿qué pasa en una fiesta de verdad? Recientemente, uno de mis participantes llamado Todd me hizo esta pregunta frente al grupo.

Le pregunté: 'Todd, ¿cómo te acercaste esta vez?'

'Bueno, simplemente me acerqué y dije: "Hola, soy Todd. Quería hablar contigo. —¿Y bien? Yo pregunté.

Se le ocurrió que podía usar esta frase inicial para encontrarse *alguien a alguna fiesta*. Para suavizar un momento potencialmente incómodo, sigue rápidamente con una pregunta inocua como "¿Cómo conoces a la anfitriona?" o '¿Vives en la zona?' Ahora, está listo y funcionando como si el anfitrión lo hubiera presentado.

Por supuesto, otras personas escogidas estarán merodeando por la fiesta. Algunos de ellos, después de escudriñarlo, decidirán que usted es una de las personas especiales con las que eligen hablar. La siguiente es una maniobra subliminal para facilitarles que vengan y confirmen que tomaron una decisión acertada.

Chapter Seventy Four

Come-hither hands

Tu cuerpo puede hacer señas de "ven aquí" o gruñir "¡vete!"

¿Alguna vez ha notado lo cómodo que se siente al entrar en ciertas habitaciones? Las sillas están dispuestas de una manera que le da la bienvenida como si dijera: 'Pasa y siéntate sobre mí'. Por el contrario, ingresa a otras habitaciones donde debe navegar por una ruta tortuosa alrededor de mesas y tocadores antes de encontrar finalmente una silla libre.

Del mismo modo, algunas personas arreglan sus muebles corporales, sus brazos y piernas, para decir: 'Oye, ven y habla conmigo'. Sin embargo, los muebles corporales de otras personas gritan: '¡Fuera! Acérquese por su cuenta y riesgo. Las personas tímidas dicen sin darse cuenta "mantente alejado" cuando se cruzan de brazos. Emiten señales inseguras al agarrar un bolso, tomar una copa o fumar un cigarrillo.

Los estudios controlados muestran que los asistentes a la fiesta se sienten más cómodos al acercarse a las personas que están de pie con el cuerpo abierto: los brazos sin cruzar y colgando a los lados, las piernas ligeramente separadas y una leve sonrisa en la cara. Cualquier objeto entre usted y la multitud es un límite subliminal, incluso su bolso. Más personas se acercan a una mujer que luce un bolso de hombro que a una que aprieta un bolso. El bolso de hombro cuelga detrás de su espalda, dejando así abierto el camino para hablar con ella.

Dales el viejo flash de muñeca

Ahora, aquí está el *pieza de resistencia*. Junto a tu rostro, tus muñecas y palmas son una de las partes más expresivas de tu cuerpo. Las palmas hacia arriba dicen mucho de buenos sentimientos.

Las muñecas y las palmas del Papa están levantadas cuando hace señas: "Venid a mí, hermanos". Las muñecas y las palmas del ladrón están hacia arriba cuando dice: 'Me rindo, no disparen'. Las muñecas y las palmas del hombre inocente están hacia arriba cuando dice: "No sé quién se llevó el dinero". Las palmas abiertas y vulnerables significan 'No tengo nada que ocultar'.

También significan aceptación. Cuando esté escuchando a un colega de negocios a quien desea señalárselo aceptación, asegúrese de que sus muñecas y palmas estén hacia arriba. Incluso si tiene la cabeza apoyada en la barbilla, gire las muñecas hacia adelante. Siempre que esté chateando con alguien, revise sus manos constantemente. Asegúrese de no apuntar con los nudillos directamente hacia nadie. Déjelos tener el placer de ver la piel suave y tierna de sus muñecas y palmas de las manos y las muñecas, no la piel arrugada que se esconde en sus nudillos.

¿Romance en tu mente? Señoras, dejen que sus manos hablen por ustedes. Las mujeres giran instintivamente las muñecas y las palmas hacia arriba cuando un hombre las excita. (De hecho, el viejo flash de muñeca mientras habla con hombres inconscientemente les da una sacudida sexy).

Técnica 74: **Ven acá manos**

Sea un imán humano, no un repelente humano. Cuando esté de pie en una reunión, coloque su cuerpo en una posición abierta, especialmente sus brazos y manos. Las personas gravitan instintivamente hacia las palmas abiertas y las muñecas dispuestas de manera seductora en la posición de "ven aquí". Se alejan de los nudillos en la posición de 'piérdete o te golpearé'. Usa tus muñecas y palmas para decir 'No tengo nada que esconder', 'Te acepto y lo que estás diciendo' o 'Te encuentro sexy'.

Allanar un camino claro para las personas que encuentran *usted* especial

Los pequeños gatos de la jungla asustados se agachan detrás de rocas y troncos para que ningún animal más grande los vea. En la jungla social, la gente tímida hace lo mismo. Instintivamente buscan esquinas y se sientan en asientos donde nadie los ve.

Mientras que los linceos y los leones caminan confiadamente hacia el centro del claro de la jungla, los grandes felinos humanos en la jungla social también se paran confiadamente en un claro para que otros puedan verlos. Como un político, colóquese cerca de una puerta, ya que todos deben pasar por su camino en algún momento de la noche.

Ahora llegamos a una técnica que utilizan todos los políticos. De hecho, algunos expertos políticos han atribuido la elección de John Kennedy y Bill Clinton a su dominio de la técnica que yo llamo *Seguimiento*.

Chapter Seventy Five

Tracking

Hazlos sentir como una estrella de cine de antaño

En la década de 1940, las películas eran diferentes. Antes de las películas experimentales, cinema vérité y nouvelle vague, tenían *cuentos*. Los estadounidenses se subieron a sus Buicks, una cola de zorro atada a la antena de radio y botas de bebé suspendidas del espejo retrovisor, condujeron hasta la sala de cine y vieron un *historia* desplegar ante ellos.

Casi invariablemente, el héroe y la heroína en la pantalla grande se encontrarían, se enamorarían, superarían obstáculos aparentemente imposibles, se casarían y (presumiblemente) vivirían felices después. Oh, las historias variaron ligeramente. Pero había *siempre* un protagonista y tal vez una protagonista. Luego estaba el resto del mundo. Los personajes secundarios podrían vivir o morir sin mucho alboroto. Pero cada evento menor en la vida de la estrella fue significativo.

Bueno, las películas pueden haber cambiado. La naturaleza humana no lo ha hecho. Todo el mundo se siente como la estrella de una película de los años 40. Cada evento trivial en sus vidas es trascendental. 'Ahí estoy YO. Luego está el resto del mundo'.

Lo que alguien desayunó, los zapatos que eligió usar y si se tomó el tiempo para lavarse los dientes con hilo dental puede ser más importante para esa persona en particular que la caída de países lejanos o el aumento de las temperaturas globales.

Los esposos y las esposas a veces comparten las minucias de su cónyuge:

¿Qué desayunaste, cariño? 'No usaste esos zapatos, ¿verdad? ¿Te acuerdas de usar hilo dental?

Para crear una intimidad interesante, los grandes ganadores se aseguran de recordar los detalles minuciosos de la vida de los contactos importantes. Obviamente, no fingen interés en lo que desayunaron, o si usaron hilo dental o lo olvidaron. Pero para hacer que alguien se sienta como una gran estrella, recuerda los detalles que su contacto comparte.

Toma su liderazgo. Si un cliente potencial menciona que desayunó Rice Krispies, hágallo aludir más tarde. Si, al charlar, su jefe le dice que un día usó zapatos incómodos para trabajar, busque la manera de referirse a eso en otro día. Si su cliente menciona que usa hilo dental resuelto, felícítelo en una fecha posterior por su disciplina. Da a entender que él o ella es una estrella memorable en la galaxia de personas que has conocido. Se llama *Seguimiento* sus vidas. Cuando haces un seguimiento de sus minicias, los haces sentir como estrellas de cine de la década de 1940 y que los eventos menores en sus vidas son preocupaciones importantes en la tuya.

No lo dejes al azar

Los políticos hacen ciencia de *Seguimiento*. Mantienen una pequeña caja negra en su escritorio, en su computadora o en su cerebro de la última preocupación, entusiasmo o evento discutido con todos en su vida. Llevan un registro de dónde estaban las personas, lo que dijeron y lo que estaban haciendo desde la última conversación. Entonces el *primero* palabras de la próxima llamada telefónica o reunión con esa persona se relacionan con esa información:

'Hola Joe. ¿Cómo estuvo tu viaje a Jamaica? "Oye Sam, ¿tu hijo llegó al equipo de béisbol?" Hola, Sally. ¿Ya ha recibido noticias de su cliente?

—Es bueno saber de ti, Bob. Significa que sobreviviste al restaurante Szechuan al que ibas la última vez que hablamos.

Cuando invoca el último evento mayor o menor en la vida de alguien, confirma lo que han sabido desde el principio. Son la persona más importante del mundo.

Una de las formas más poderosas de seguimiento es recordar los aniversarios de los logros personales de las personas. ¿Su jefa fue ascendida a su puesto actual hace un año hoy? ¿Tu cliente se hizo público? Cuánto

más memorable que una tarjeta de cumpleaños para enviar una nota de felicitación de un año.

Recordar las pasiones privadas de las personas es otra. Hace varios años, escribía regularmente para una revista. Mi entonces editora, Carrie, estaba obsesionada con su nuevo gatito llamado Cookie. Recientemente me encontré con Carrie en una conferencia de escritores. Al principio de la conversación le dije: 'Creo que Cookie es un gato adulto ahora. ¿Cómo es ella?'

La sonrisa de asombro de Carrie fue mi recompensa.

—Leil —chilló—, no puedo creer que recuerdes a Cookie. Sí, ahora está bien y ... Carrie continuó durante otros diez minutos sobre Cookie, la gata ahora adulta.

Técnica 75:

Seguimiento

Como un controlador de tráfico aéreo, rastrea los detalles más pequeños de la vida de tus compañeros de conversación. Consultelos en su conversación como una noticia importante. Crea una poderosa sensación de intimidad.

Cuando invocas el último evento mayor o menor en la vida de alguien, se confirma la profunda convicción de que él o ella es un héroe a la antigua alrededor del cual gira el mundo. Y la gente te ama por reconocer su estrellato.

Una semana después recibí una llamada de Carrie preguntándome si haría una gran historia para su revista. ¿Pensó en mí porque usé el *Seguimiento* técnica y recordó Cookie? Nadie puede decirlo, pero tengo mis sospechas. He visto el *Seguimiento*. La técnica funciona en demasiadas personas para asumir que las recompensas son una coincidencia.

¿Cómo recuerdan los políticos tantos hechos para rastrear sobre tanta gente? Usan la siguiente técnica.

Chapter Seventy Six

The business card dossier

¿Cómo te acuerdas de eso?

Hace varios años, asistí a un evento de recaudación de fondos políticos en un estado del Medio Oeste. Un invitado me intrigó. A veces lo veía en una conversación animada con varias personas. Otras veces, estaba solo, garabateando algo en una tarjeta que tenía en la mano. Entonces, la próxima vez que mirara hacia arriba, estaría charlando con otra persona. Al minuto siguiente, volvería a garabatear en la mano. Repitió este patrón durante más de una hora. Me volví tan curioso como un vecino entrometido. ¿Quién era este tipo?

En un momento de la noche, estaba solo junto a la mesa de refrescos. Se acercó a mí con una gran sonrisa, un cálido apretón de manos y se presentó. Hola, soy Joe Smith. Me preguntó qué estaba bebiendo. Le dije vino blanco y comenzamos a discutir preferencias. Por casualidad mencioné que mi blanco favorito era Sancerre. Mientras hablábamos, tuve que morderme la lengua para resistirme a preguntarle qué había estado haciendo con la toma de notas febril.

Unos minutos más tarde, vi a un amigo al otro lado de la habitación y me disculpé. Me pidió mi tarjeta y, mientras me alejaba, miré por encima del hombro. ¡Lo sabía! Allí estaba, garabateando en mi tarjeta. Esa fue mi apertura. Me volví y, tratando de hacer pasar mi pregunta como una broma, dije: 'Oye, no te di mis medidas. ¿Qué estás escribiendo?

Él soltó una carcajada ante mi broma de mal gusto y dijo: "¡Me atrapaste!" Dio la vuelta a mi tarjeta y vi una palabra escrita en ella, "Sancerre". Luego, para calmar mi paranoia, vació su bolsillo de las tarjetas de visita de la gente.

para mostrarme garabatos en la parte posterior de cada uno. Supuse que era solo el pequeño sistema de Joe para ayudarlo a recordar a las personas. No fue hasta meses después que vi el método de su locura.

Una mañana fui a mi buzón y encontré una postal personal de Joe. Me dijo que se postulaba para senador estatal. Luego, en la parte inferior de la tarjeta, había escrito: "¿Has bebido un buen Sancerre últimamente?". Eso ganó mi corazón. Si hubiera vivido en su estado, un pequeño toque como ese podría haber influido en mi voto hacia él.

Técnica 76:

El expediente de la tarjeta de visita

Inmediatamente después de haber hablado con alguien en una fiesta, saca tu bolígrafo. En el reverso de su tarjeta de presentación, escriba notas para recordarle la conversación: su restaurante, deporte, película o bebida favorita; a quien admira, dónde creció, un honor en la escuela secundaria; o tal vez una broma que contó.

En su próxima comunicación, haga una referencia al restaurante, película, bebida, ciudad natal, premio de la escuela secundaria favorito. O aplacar la risa por el gran chiste.

Es posible que no salten de un lado a otro preguntando: "¿Cómo lo recuerdas?". Sin embargo, recordarán *usted*. No importa lo importante que sea el VIP, él o percibe un parentesco especial con la persona que se refiere a otros logros que no sean sus conocidos habituales.

Los políticos se venden constantemente a sí mismos. (Si alguna vez se ha preguntado por qué a Estados Unidos se le llama 'La tierra prometida', simplemente mantenga los oídos abiertos en el año electoral). Pero, por supuesto, para saber qué para prometer a la gente, los políticos utilizan la próxima técnica de superventas llamada *Venta de globos oculares*.

Chapter Seventy Seven

Eyeball selling

Mantén los ojos abiertos para ver cada palabra que no dicen

El porcentaje de ventas que hace Jimmi, un buen amigo mío, es increíble. Incluso su gerente de ventas no sabe cómo lo hace. Pero lo hago. Porque me lo dijo.

Jimmi dice que las sofisticadas técnicas de venta que ha aprendido a lo largo de los años (*Venta de beneficios, asociación, venta a tipos de personalidad, concepto de valor agregado, prueba de rechazo, venta de giros*) todo pálido al lado de lo que él llama *Venta de globos oculares*.

Venta de globo ocular no es memorizar dos docenas de técnicas de cierre. Tampoco es una pelea verbal con un cliente para superar las objeciones. Jimmi dice que es simplemente mantener los ojos abiertos, observar las reacciones de sus clientes y ajustar su discurso de venta de acuerdo con cómo se mueve el cuerpo de su cliente. Mientras Jimmi da su discurso de venta, se concentra más en cómo su cliente se mueve, se contrae y se retuerce que en lo que está diciendo. Está escudriñando los movimientos involuntarios de la cabeza de su cliente. Está estudiando los gestos de sus manos, la rotación de su cuerpo, sus expresiones faciales, incluso las fluctuaciones de sus ojos. Jimmi dice que cuando su cliente no dice una palabra, incluso si está tratando de ponerte cara de póquer, no pueden comunicar. Puede que no diga con palabras lo receptiva que es a su discurso, pero de todos modos se lo está diciendo claramente. Jimmi dice que saber lo que enciende a un prospecto, lo que lo apaga y lo que la deja neutral de un momento a otro puede hacer o deshacer la venta.

Cómo Jimmi descubre dónde se detiene la pelota

El producto que vende Jimmi es un costoso equipo de iluminación. A menudo debe hacer presentaciones de ventas a grupos de diez, veinte o más personas. Él dice: 'El primer desafío en *Venta de globo ocular* es descubrir quién es el verdadero responsable de la toma de decisiones '.

Jimmi enfrenta su desafío de una manera poco ortodoxa (no necesariamente recomendada). Justo después de "Buenas tardes, señores y señoritas", dice algo un poco confuso. ¿Por qué? Porque el grupo sorprendido no sabe cómo reaccionar. Así que sus cabezas giran como veletas en un día ventoso para mirar, adivinen quién, el mandamás, el peso pesado, el hombre principal o la mujer. Ahora Jimmi tiene quien toma las decisiones para que pueda continuar.
Venta de globo ocular a esa persona.

Que hacer cuando recibas tu señal

"Algunas señales son obvias", dice Jimmi. La gente se encoge de hombros por indiferencia, se golpea con los dedos por impaciencia o se suelta el cuello cuando se siente incómoda. Pero hay cientos de otros gestos inconscientes para los que mantengo mis antenas sintonizadas.

'Por ejemplo, observo el ángulo exacto de la posición de la cabeza de mi cliente potencial. Si está completamente frente a mí, especialmente si está inclinado en un lindo ángulo, significa que están interesados. En ese caso, sigo hablando. Pero si su cabeza se está volviendo un poco, es una mala señal. Lo tomo como una señal para cambiar de tema y tal vez hablar sobre un beneficio diferente de mi producto '.

Jimmi no solo adapta lo que dice a las reacciones de sus clientes, sino que activamente toma medidas para cambiar la posición del cuerpo de su cliente potencial si siente que no es receptivo. Dice: "El cuerpo debe estar abierto antes de que la mente pueda seguirlo". Por ejemplo, prosigue: "Si su cliente tiene los brazos cruzados frente al pecho, entréguele algo para que lo mire para que tenga que desplegarlos para quitárselo". Jimmi siempre lleva un maletín lleno de accesorios para romper las barreras. Tiene fotos de su esposa e hijos para entregar a los prospectos casados, instantáneas de su Skye terrier para los clientes que tienen un perro, un reloj antiguo para mostrar a los amantes de las antigüedades y una computadora de bolsillo para mostrar a los fanáticos de los dispositivos. Jimmi dice: "Siempre que pueda hacer que abran los brazos para alcanzar algo, tendrá una oportunidad en sus mentes".

Jimmi también marca el ritmo de su presentación para que coincida con las reacciones encubiertas de sus clientes. Cuando su cliente alcanza un objeto, lo toma como una señal para hablar más despacio o simplemente quedarse callado. Coger un clip o acariciar una carpeta del escritorio dice: "Estoy pensando en ello".

Por supuesto, Jimmi está en constante búsqueda de señales de venta lista, como recoger el contrato, acariciar el bolígrafo o levantar las palmas de las manos. En ese punto, corta rápidamente hasta el final.

Otra señal para sacar el bolígrafo de firma de contratos es cuando la cabeza de su cliente potencial comienza a moverse hacia arriba y hacia abajo como un pato de plástico. Gritan en silencio: "¡Sí, compraré!". Los vendedores no calificados simplemente siguen hablando hasta que terminan el discurso que aprendieron en la capacitación. Muchos siguen hablando tanto tiempo, *no vender* ellos mismos. Por el contrario, cuando los clientes mueven la cabeza de un lado a otro, no importa lo que digan, quieren decir "¡No!"

Eyballing no es solo para vender

Sin una palabra, tus amigos y seres queridos también muestran sus deseos. Cuando mi amiga Deborah se comprometió con Tony, a todos les pareció obvio - excepto Deborah - que no fue un matrimonio hecho en el cielo. Unos meses antes de su boda, le dije: 'Deb, ¿estás realmente segura de que Tony es el indicado para ti?'

'Oh, sí', dijo, moviendo la cabeza de derecha a izquierda, de un lado a otro, 'Lo amo mucho'. Ese matrimonio nunca se llevó a cabo. Su cuerpo reconoció lo que su mente aún no se había dado cuenta.

Como un político, piense en sus conversaciones sociales como argumentos de venta. Incluso si no tiene ningún producto, quiere que compren sus ideas. Si su interlocutor se aparta mientras habla, no se concentre en lo grosera que es la persona. Como un profesional de las ventas, pregúntese: "¿Cómo puedo cambiar de tema para excitar a esta persona?" Si todo su cuerpo comienza a alejarse, utilice la tradicional táctica de la pregunta personal. Pregunte sobre su tema favorito. —George, ¿qué tan grande dijiste que era el bajo que pescaste la semana pasada? O use su nombre y haga una pregunta personal. Eso es siempre un atrapador. Archibald, ¿cómo dijiste que se llamaba el equipo de fútbol de tu instituto?

Hemos hablado solo de algunas respuestas. Las sugerencias para leer el lenguaje corporal de alguien podrían llenar un libro. De hecho, lo han hecho, muchos de ellos. I

sugiero algunos de mis favoritos en las referencias. [21-26](#) Lea sobre el lenguaje corporal y sintonice su canal visual cada vez que intente venderle a la gente, obtener su voto o convencerlos de que es el mejor candidato para el trabajo o el papel de compañero de vida. ¿No sería estupendo tener la tasa de éxito de Jimmi con nuestros oyentes aceptando todo lo que decimos? Podemos si mantenemos los ojos abiertos.

Técnica 77:

Venta de globo ocular

El cuerpo humano es una emisora de veinticuatro horas que transmite "Me emocionas". 'Me aburres.' "Me encanta ese aspecto de su producto". Ese me pone los pies a dormir.

Configure las cámaras ocultas detrás de sus ojos para captar todas las señales de sus clientes y amigos. Luego planifique su tono y su ritmo en consecuencia.

Un repaso rápido

Eso es todo al respecto. Te acordarás de comer antes de venir a la fiesta (el *Mascando o mezclando* técnica) para dejar las manos libres para una conexión intensa. Cuando llegue, se detendrá en la puerta y *Rubberneck the Room* para obtener la disposición del terreno. Mientras te mueves, vas a *Sea el que elige, no el que elige* y elija sus prospectos para la noche. Al estar de pie, sus manos se relajarán en el acogedor *Ven aquí* posición.

Por supuesto, no se ha olvidado de utilizar las técnicas de reunión de personas de los capítulos anteriores. Si ves a alguien con quien quieras hablar, échale un vistazo *Whatzit* puedes comentar. Si no encuentras ninguno, solo pregúntale al dador de la fiesta, *Whoozat?* Si el anfitrión o la anfitriona no están a la vista, simplemente párese cerca de su objetivo y recurra al *Escuchar a escondidas* técnica.

Mientras chatea con cualquier persona que haya conocido anteriormente, por supuesto, usará *Seguimiento* para ganar su voto o corazón y todas las técnicas de la Parte Dos para asegurar que la conversación sea interesante para su nuevo conocido. Finalmente, emplearás *Venta de globo ocular* para asegurarse de estar en el objetivo con cada

conversacion. Y no olvide, como dice 'hasta luego', garabatear material para su próximo contacto en su *Dossier de tarjetas de visita*.

Es una buena sensación cuando lo ha hecho bien. Continúe usando estas técnicas que usan los políticos para trabajar en una habitación y no sufrirá más partidos sin importancia. Y, siguiendo los consejos a lo largo del libro, nunca le parecerá a nadie una persona sin importancia.

Ahora pasamos a la sección avanzada de *Cómo hablar con cualquier persona*. Algunas de las siguientes técnicas pueden hacer que se rasque la cabeza por la confusión. Presta especial atención a los que sí lo hacen porque significa que en algún lugar, en algún momento, es posible que te rasques la cabeza por algo mucho más doloroso, como el golpe al golpear un techo de cristal o por qué el trato comercial, la amistad o la historia de amor se estropearon. . Es posible que nunca sepas, a menos que lo leas aquí, que fue tu propio error de comunicación.

Part Nine

Little tricks of big winners

*The most treacherous glass
ceiling of all*

Todas las semanas, cuando era niño, mi madre me llevaba a la National Geographic Society para ver una película. El de los tigres invade mis pesadillas muchos años después. Sentado allí en el teatro a oscuras, vi a una madre dar a luz a tres pequeños cachorros. Uno nació con una pierna destrozada. Fui testigo de cómo todos los demás cachorros de tigre lo excluyeron. Y allí mismo, frente a las cámaras, fue torturado hasta la muerte por los demás. Recuerdo llorar y pensar que los cachorros sanos eran como algunos de los niños de mi escuela. A veces pueden ser muy crueles.

Mi mejor amiga en la escuela secundaria se llamaba Stella. Stella era una chica hermosa por dentro y por fuera. Pero tenía un defecto del habla, paladar hendido. Y muchos de nuestros compañeros se rieron de ella a sus espaldas y la excluyeron de sus juegos.

Los niños no han cambiado mucho. Cuando doy charlas para universidades y grupos de jóvenes, la discusión a menudo se vuelve popular. Todo el mundo quiere agradar. De vez en cuando los estudiantes me cuentan historias sobre cómo una niña tiene un defecto físico menor, por ejemplo, un ojo bizco o un tic nervioso. Dicen que algunos niños se ríen y se burlan de ella. O un niño cojea para que nadie lo elija para su equipo de béisbol. Incluso si puede correr tan rápido como los otros niños, a algunos de sus compañeros de clase no les gusta la imagen de un "lisiado" de su lado.

Pasan los años y los niños se vuelven adultos. No demasiados cambios. Los adultos no son tan crueles, felizmente, con las discapacidades físicas. Pero pueden ser brutales con las discapacidades sociales. Las discapacidades sociales son insidiosas porque a menudo no las reconocemos en nosotros mismos. Podemos estar ciegos a nuestras deficiencias sociales y sordos a nuestras deficiencias verbales. Pero somos rápidos en reconocerlos en otros.

¿Cuántas veces uno de sus asociados ha cometido un error tonto e insensible? ¿Con qué frecuencia ha descartado a alguien por algún movimiento estúpido? ¿Crees que sabía lo que estaba haciendo? Por supuesto que no. No tenía idea de que estaba cruzando una línea o pisándote los dedos de los pies. Probablemente nadie le haya contado nunca acerca de las sutilezas que vamos a discutir en esta sección final de *Cómo hablar con cualquier persona*.

Todos hemos oído hablar del techo de cristal que algunas empresas construyen sobre las mujeres y las minorías. La gente rara vez habla de otro tipo de techo de cristal. Este es aún más traicionero porque no se puede legislar contra él y solo los Top Communicators lo reconocen. Sin embargo, es un escudo duro como una roca. Muchos individuos brillantes se golpean la cabeza contra el vidrio grueso mientras intentan subir el siguiente peldaño de la escalera para unirse a los Big Boys y Girls en la parte superior. Las personas que pueden colapsar son las que acatan las reglas tácitas que siguen.

Considere cada una de las siguientes técnicas. Si encuentra alguno de ellos obvio, dése una palmadita en la espalda. Significa que ya eres un tigre en eso. Esté atento a esas sensibilidades de comunicación en las que se encuentra diciendo: '¡Debes estar bromeando! ¿Qué está mal con eso?' ¡Cuidado! Significa que algún día, en algún lugar, podrías cometer esa insensibilidad particular. Entonces, cuando un Gran Ganador responde con frialdad a tu sugerencia, no devuelve tu llamada telefónica, no te da la promoción, no te invita a la fiesta, no acepta tu cita, nunca sabrás qué sucedió. Lea cada una de las siguientes técnicas para asegurarse de que no está cometiendo ninguno de estos errores sutiles, que permiten que los Grandes Jugadores lo laceren y le impidan obtener lo que desea en la vida.

Chapter Seventy Eight

See no bloopers, hear no bloopers

¡Gesundheit! ¡Ups! ¡Torpe!

Una reacción notable me abrió los ojos a otra diferencia entre los grandes ganadores y los pequeños perdedores. Hace varios años estaba haciendo un proyecto para un cliente. Tuve el placer de ser llevado a almorzar por los cuatro peces más grandes de la firma. Querían familiarizarme con los problemas de comunicación que estaba experimentando su empresa.

Fuimos a un concurrido restaurante del centro de la ciudad a la hora pico del almuerzo. Cada mesa estaba llena de una variedad de criaturas corporativas. Los tipos de altos y medianos mandos almorzaban con sus trajes y corbatas o blusas de cuello alto. Trabajadores y secretarias masticaban con sus camisas azules o faldas cortas. El restaurante estaba lleno de conversación y convivencia. Durante el plato principal, estuvimos en una profunda discusión sobre los desafíos de la empresa. EL DIRECTOR DE FINANZAS, Sr. Wilson, estaba hablando de las perspectivas financieras cuando de repente, ¡BLAM! A menos de dos metros, un camarero dejó caer una bandeja llena de platos. Los vasos se rompieron, los cubiertos resonaron contra el suelo de mármol y una patata asada caliente rodó debajo de nuestra mesa en un camino directo para los pies de Wilson. Prácticamente todos en el restaurante se volvieron hacia el humillado camarero. Escuchamos una cacofonía de 'Uh-oh', 'Butterfingers!' ¡Ups, míralo! 'Hombre, ese es su último almuerzo aquí', y una variedad de risas burlonas y burlonas.

Wilson, sin embargo, no se perdió ni una palabra de su monólogo. Ninguno de los Grandes Jugadores de mi mesa se volvió ni parpadeó. Fue como si nada hubiera pasado. El restaurante se fue calmando gradualmente a nuestro alrededor mientras continuamos nuestras deliberaciones. (Unos minutos después, el chupito de papa horneada

salir de debajo de nuestra mesa. En ese momento, me pregunté si Wilson había sido jugador de fútbol en su juventud).

Mientras tomaban un café, la directora de marketing, la Sra. Dawson, estaba discutiendo la expansión planificada de la compañía. De repente hizo un gesto expansivo con sus brazos que derribó su taza de café. Justo cuando estaba a punto de decir 'Dios mío', me mordí la lengua. Antes de que pudiera agarrar mi servilleta para ayudar, Dawson estaba limpiando el charco de barro con la suya, y no se perdió ni una sílaba de su soliloquio. Ninguno de sus geniales colegas en la mesa pareció siquiera notar la taza volcada.

En ese instante, me di cuenta de que los chicos y las chicas grandes no ven ni escuchan errores. Nunca dicen "Butterfingers". O 'Ups'. O incluso 'Uh-oh'. Ignoran las erecciones de sus colegas. Simplemente no se dan cuenta de los pequeños derrames, resbalones, torpezas y errores de sus compañeros. Así, la técnica *No veas bloopers, no escuches bloopers* nació.

Déjame sufrir en tu silencio

Tengo un amigo que cada vez que estornudo me dice: 'Oh, ¿estás resfriado?'. Cada vez que pierdo un paso en una acera, es '¡Ten cuidado!' Cada vez que me ve después de un largo día de trabajo me pregunta: '¿Estás cansado?'. Por supuesto, esto es un pequeño alevín en la gran bullabesa de bloopers. Y el pobre probablemente piensa de verdad que está siendo sensible a mis necesidades. Pero, maldita sea, caer con un resfriado, perder la acera y lucir cansado no son nada geniales. Déjame sufrir - en TU silencio.

Si estás cenando con una amiga y ella hace una teta, no veas su vaso volcado. Sea sordo a sus estornudos, tos o hipo. No importa cuán bien intencionadas sean sus 'gesundheit', sus 'gritos' o su sonrisa de complicidad, a nadie le gusta que le recuerden su propia fragilidad humana.

"Está bien", dice, "para pequeños resbalones, pero ¿qué se debe hacer en circunstancias extremas?" ¿Digamos que una marea ondulante de Coca-Cola está inundando la mesa en su dirección y será imposible ignorarla cuando llegue a su regazo?

Si es posible, voltee hábilmente su servilleta para obstruir la corriente y siga hablando. Trate de no perder una sílaba de la oración que comenzó antes de la marea que se aproxima. En este punto, su compañero podría murmurar incoherencias.

disculpas. Entreteje hábilmente un "No es nada" entre paréntesis en su frase actual y continúe hablando. En arenas tan pequeñas se construyen los castillos de la camaradería de Big Cat.

Técnica 78:

No vea errores, no escuche errores

Los comunicadores geniales permiten a sus amigos, asociados, conocidos y seres queridos el placentero mito de estar por encima de los errores comunes y las funciones biológicas vergonzosas. Simplemente no se dan cuenta de los pequeños derrames, resbalones, torpezas y pasos en falso de sus compañeros. Obviamente, ignoran las frambuesas y todos los demás signos de fragilidad humana en sus compañeros mortales. Los grandes ganadores nunca se quedan boquiabiertos ante las meteduras de pata de los demás.

Si la gente odia que le recuerden los momentos en los que no está brillando, hay otro evento casi tan desilusionante. Es cuando un hablador es brillando, y el centro de atención gira abruptamente hacia un asunto más urgente. El hablante se olvida en la ráfaga.

Top Communicators devolvió el brillo a los ojos del lóbrego hablador con la técnica que sigue.

Chapter Seventy Nine

Lend a helping tongue

'Ahora, vuelve a tu historia'

En el antiguo Japón, si salvabas la vida de alguien, era su tarea autoimpuesta pasar el resto de su vida sirviéndote. Hoy en día, si rescatas la historia de alguien, una molécula de ese antiguo instinto aún brota por sus venas.

Pasa todo el tiempo. Alguien en un grupo está contando una historia y, justo antes de su gran punto, ¡BOOM! Hay una interrupción. Alguien nuevo se une al grupo, se acerca un encargado del catering con una bandeja de galletas saladas y queso, o un bebé comienza a llorar. De repente, la atención de todos se centra en el recién llegado, los bocadillos en la bandeja o el pequeño 'adorable'. Nadie se da cuenta de la interrupción.*excepto* el altavoz. Se olvidan por completo del hecho de que el hablante no ha expresado su opinión.

O están todos sentados en la sala de estar y alguien está contando un chiste. De repente, justo antes de su gran chiste, el pequeño Johnny deja caer un plato o suena el teléfono. Después del accidente, todo el mundo habla de la torpeza del pequeño Johnny. Después de la llamada, el sujeto pasa al inminente matrimonio u operación médica de la persona que llama. Nadie recuerda que el gran chiste fue abortado. *excepto* el contador de bromas. (Cuando es usted deleitando a todos en un restaurante, ¿alguna vez has notado cómo casi puedes configurar tu reloj cuando el camarero viene a tomar el pedido de todos justo antes de tu divertido chiste?)

La mayoría de los contadores de chistes y cuentos son demasiado tímidos para decir, después de la invasión, "Ahora, como estaba diciendo ..." En cambio, pasarán el resto de la noche sintiéndose miserables por no haber podido terminar. Aquí es donde entras tú. Rescátalos con la técnica que llamo *Preste una lengua de ayuda*.

Observe la gratitud en los ojos del narrador mientras se estabiliza donde se hundió su historia y navega nuevamente hacia el centro de atención. Su expresión y el reconocimiento de su sensibilidad por parte del resto del grupo suelen ser una recompensa suficiente. Eres aún más afortunado si puedes rescatar la historia de alguien que pueda contratarte, promocionarte, comprarte o mejorar tu vida. Los grandes ganadores tienen recuerdos elefantinos. Cuando les haces favores sutiles como *Presta una lengua amiga*, ellos encuentran una manera de devolverte el dinero.

Técnica 79:

Presta una lengua de ayuda

Siempre que se interrumpa la historia de alguien, deje que la interrupción se desarrolle. Dé tiempo a todos para que adoren a la pequeña querida, den su orden de cena o recojan las piezas irregulares de porcelana.

Luego, cuando el grupo vuelva a reunirse, simplemente diga a la persona que sufrió la interrupción de la historia: "Ahora, por favor, vuelva a su historia". O mejor aún, recuerde dónde estaban y luego pregunte: 'Entonces, ¿qué sucedió después del ... (y complete las últimas palabras)'.

Harvey Mackay, el networker más notable del mundo que pasó de vendedor de sobres a corporativo. CEO y uno de los más codiciados de Estados Unidos oradores empresariales y motivacionales, nos enseña que el mundo gira en torno a los favores. ¡Qué razón tiene! Las siguientes tres técnicas revelan sutilezas tácitas de este crítico equilibrio de poder.

Chapter Eighty

Bare the buried WIIFM

'Mira, esto es lo que gano para mí, esto es lo que gano para ti'

Los empresarios inteligentes saben que todo el mundo está sintonizado constantemente en la misma emisora de radio. WIIFM. Siempre que alguien dice algo, el instinto del oyente la reacción es *¿Qué hay para mi ahí dentro?* Los profesionales de ventas han elevado esta consulta constante al exaltado estado de acrónimo, WIIFM. Prestan una atención tan estricta a la WIIFM principio de que no abren su discurso con las características de su producto o servicio. Los mejores profesionales comienzan destacando los beneficios para el comprador. Excepto por razones tácticas durante las negociaciones delicadas, los grandes ganadores *¿Qué hay para mi ahí dentro?* y *¿Tú qué sacas de esto?* (WIIFY) directamente sobre la mesa. Esto es tan crítico que, si uno se camufla WIIFM o WIIFY, el corrector queda relegado al estatus de pequeño perdedor.

Una vez invité a almorzar a un conocido casual. Tenía la esperanza de consultar con Sam, el director de una asociación de marketing, sobre mi negocio de conferencias. Le dije mi deseo y en broma le pregunté si una hora de su valioso tiempo estaba disponible a cambio de un almuerzo en un gran restaurante. Esa fue mi forma de decir: 'Mira Sam, sé que no hay ningún beneficio real para ti, excepto un delicioso almuerzo y el dudoso placer de mi compañía'. (En otras palabras, estaba revelando WIIFY.) Para que la reunión fuera aún más conveniente para él, le dije: 'Sam, elige la fecha y el mejor restaurante de tu vecindario'. El día de nuestro almuerzo de consulta llegó y viajé cuarenta y cinco minutos a través de la ciudad hasta el restaurante que había elegido. Cuando entré, me sorprendió ver una variedad de personas dispuestas alrededor de la mesa más grande de la habitación con Sam como el sonriente centro de mesa. Evidentemente, este no era el escenario en el que podía consultar con él. Desafortunadamente, Sam ya me había visto por el guardarropa. Estaba atrapado.

No fue hasta que llegó el café después del almuerzo que me di cuenta de por qué Sam había reunido al grupo. Quería que cada uno donara presentaciones sobre su experiencia particular a su organización. El zorro astuto no había revelado el suyo *¿Qué hay para mi ahí dentro?*

Si Sam hubiera sido un tirador directo y un gran jugador, me habría dicho por teléfono: 'Leil, voy a reunir a un grupo de oradores que podrían ser útiles para mi organización para un almuerzo holandés. Por supuesto, intentaré responder a sus preguntas sobre su negocio como orador, pero seremos un grupo de diez. ¿Le gustaría unirse a nosotros o deberíamos elegir otra fecha en la que podamos tener más privacidad?'

Con mucho gusto habría hablado pro bono para el grupo de Sam si hubiera sido sincero al respecto. En cambio, al no revelarwIIFM, ambos perdimos. Perdí medio día y, debido a su astucia, perdió mi libertad de expresión para su grupo.

No les niegues el placer de ayudarte

Los grandes ganadores también ponen sus cartas sobre la mesa cuando le piden un favor a alguien. Mucha gente bien intencionada se avergüenza de decir lo importante que es para ellos el favor. Entonces preguntan como si fuera una pregunta casual cuando no lo es. Un amigo mío llamado Stefan me preguntó una vez si conocía alguna banda que su organización pudiera contratar para su evento anual. Le dije 'No, lo siento. Realmente no lo hago'. Pero Stefan no lo dejó pasar así. Presionó: 'Leil, ¿no trabajaste una vez con bandas en los barcos?'

Le dije 'Sí, pero ya no tengo contacto con ellos'. Pensé que eso era el final. Pero Stefan no lo hizo. Me interrogó más y me encontré confundido e irritado. Finalmente dije, 'Stefan, ¿quién está a cargo de conseguir la banda?'

Timidamente dijo: 'Lo soy'.

—Jicketts criminales, Stefan, ¿por qué no me dijiste que era tu responsabilidad? En ese caso, déjeme investigar un poco y ver si puedo encontrar uno bueno para usted'. Estaba feliz de hacerle un favor a mi amigo. Pero Stefan, al no decirme lo importante que era para él, se arriesgó a no recibir ayuda. También bajó una o dos muescas en la estima de su amigo al no revelarwIIFM.

Cuando le pida un favor a alguien, hágale saber cuánto significa para usted. Pareces un tirador directo, y la alegría de ayudarte es

a menudo recompensa lo suficiente. ¡No les niegues ese placer!

Técnica 80:

Desnudo al enterrado WIIFM (y WIIFY)

Siempre que sugiera una reunión o pida un favor, divulgue los beneficios respectivos. Revele lo que le ofrece a usted y lo que le aporta a la otra persona, incluso si es zip. Si surge alguna agenda oculta más tarde, te etiquetan como un zorro astuto.

Pedir u otorgar favores es un tejido que se mantiene unido solo cuando se teje con la máxima sensibilidad. Exploraremos más formas de coser esta delicada tela para que su relación no se rompa.

Chapter Eighty One

Let 'em savour the favour

Deje que el sol se ponga, y salga de nuevo, antes de hacer su movimiento

Susan Evans, una de mis clientas, dirige una gran empresa inmobiliaria. Una vez, sentada en su oficina discutiendo un próximo proyecto, su secretaria llamó. — Disculpe, señorita Evans, es su cuñado Harry, quien habla por teléfono.

"Oh, por supuesto", sonrió, "póngatelo". Mi cliente, disculpándose por la interrupción, descolgó el teléfono. Salí de la habitación por unos momentos para darle privacidad.

Cuando regresé, Susan estaba colgando y decía: "Claro, dígale que me llame". Me dijo que la llamada era de su cuñado, cuyo primo joven trabajaba en una gasolinera pero estaba interesado en una carrera en bienes raíces. 'El joven me va a llamar y veré si puedo ayudarlo'. Era obvio que estaba feliz de hacerle un favor a su cuñado. Retomamos nuestra discusión donde la dejamos.

No cuatro minutos después, la secretaria volvió a llamar. —Señorita Evans, hay un Sonny Laker en juego. Dice que es el primo de tu cuñado Harry y se supone que debe llamarte. Mi cliente se sorprendió. Por su expresión, me di cuenta de que se estaba diciendo a sí misma: 'Vaya, mi cuñado demasiado ansioso no perdió el tiempo, ¿verdad?' A los dos nos parecía obvio lo que había sucedido. Como un relámpago engrasado, Harry debió de haber llamado al primo Sonny para darle el gran titular: ¡Evans lo vería! Luego, al llamar a la Sra. Evans de inmediato, Sonny hizo que pareciera que la gran entrevista era el evento más importante en su vida, por lo demás aburrida y lúgubre.

Cierto o no, quedaba una verdad: el primo pequeño era insensible a una regla tácita que los grandes ganadores siempre obedecen: *no saltes inmediatamente cuando*

alguien te está haciendo un favor. Permita que la persona que otorga el favor tenga tiempo para saborear el placer de aceptarlo, antes de tener que pagar.

Tanto el cuñado como el posible empleado se deslizaron en la estimación de Evans, y todo por motivos de tiempo. Para asegurarse de que el niño no llamaría a su cuñada, la magnate de los bienes raíces demasiado rápido, Harry debería haber esperado un día antes de decirle a su prima las buenas noticias. Además, el joven Sonny debería haberle preguntado al primo Harry sobre el horario de Evans. A veces, una llamada inmediata es ventajosa, pero no cuando alguien te concede un favor.

Técnica 81:

Déjalo saborear el favor

Siempre que un amigo acepte un favor, dale tiempo a tu generoso amigo para que disfrute de la alegría de su beneficencia antes de obligarle a pagar el flautista.

¿Cuánto tiempo? Al menos veinticuatro horas.

Uno podría pensar que Evans fue injusto al juzgar a Sonny con dureza solo porque no la dejó *Saborea el Favor*. Es más profundo que eso. El proceso de pensamiento subconsciente de Evans es algo como esto: "Si este niño es insensible a las sutilezas del tiempo cuando consigue un trabajo, ¿qué tan sensible será al negociar la venta de una casa?" La llamada demasiado ansiosa de un agente a un propietario puede significar miles de pérdidas en comisiones para la empresa.

Los grandes ganadores tienen una visión sobrenatural de su futuro. Ellos ven cada error de comunicación que comete como una mancha visible en su radiografía. Atenúa su pronóstico de tener éxito en la vida.

Veamos otro hilo tenue entre el que pide el favor y el que concede el favor que no debe romperse para que no se deshaga la relación.

Chapter Eighty Two

Tit for (wait ... wait) tat

'Lo hice solo porque me gustas'

Una vez le pregunté a una amiga bien conectada que trabaja en una de las principales agencias de talentos de Los Ángeles si conocía a alguna celebridad con la que pudiera contactar para un proyecto en el que estaba trabajando. Tania hojeó su Rolodex y se le ocurrieron los nombres que necesitaba. Era obvio para los dos, le debía mucho.

Cuando le agradecí profusamente por teléfono, Tania dijo: 'Oh, estoy segura de que encontrarás la manera de devolverme el dinero'.

—Bueno, por supuesto que lo haré —dijo. 'Ni que decir.' Y bueno *debería* han ido sin decirlo. Me estaba recordando que el favor no era por amistad, sino porque esperaba algo a cambio.

Dos días después, Tania llamó y dijo que vendría a Nueva York en unos meses. Ella solo estaba comprobando ahora si podía alojarla entonces. Naturalmente que podría, pero descaradamente sacar provecho del favor a cambio tan rápido no fue un movimiento fácil. Cuando alguien hace algo bueno por ti, te encuentras con la memoria de un elefante. De hecho, buscas conscientemente formas de devolver el favor. Si Tania hubiera llamado, incluso años después, por supuesto que habría recordado 'le debía una'. Francamente, me alegré de que surgiera tan rápido para poder igualar la puntuación. No obstante, desearía que no se hubiera hablado de todo el aspecto del trueque. Empañó lo que debería haber sido un intercambio generoso de ambas partes. El deslustre siempre desaparece con el deslustre. Cuando le haces un favor a alguien y obviamente 'te debe uno', espera unas semanas. No hagas que parezca ojo por ojo. *No Pensé* en lo que obtendrás a cambio. *Ellos* sé que eso no es cierto. *Tú* sé que eso no es cierto. Pero solo los pequeños perdedores lo hacen obvio.

Técnica 82:

Tit for (espera ... espera) tat

Cuando las personas te hacen favores y es obvio que 'te deben uno', espera un tiempo adecuado antes de pedirles que 'paguen'. Déjalos disfrutar del hecho (o la ficción) de que lo hiciste por amistad. No llames a tu teta por su tatuaje demasiado rápido.

Las siguientes tres técnicas también implican sincronización, no de favores, sino de discusiones importantes.

Chapter Eighty Three

Parties are for pratter

El primero de tres refugios seguros

Cuando la policía perseguía a un ladrón en la antigüedad, buscaba desesperadamente una iglesia para esconderse. El ladrón sabía que si podía llegar a un altar, la pandilla frustrada no podría arrestarlo hasta que saliera.

Cuando una manada de lobos en la jungla persigue a una liebre, los ojos asustados del conejito buscan un tronco hueco. Sabe que los lobos no pueden devorarlo hasta que emerja.

Del mismo modo, en la jungla humana, los grandes felinos tienen ciertos refugios seguros. Aunque no se dicen, son tan seguros como el altar del siglo X o un agujero en el tronco. Hay momentos y lugares claramente entendidos en los que incluso el tigre más duro sabe que no debe atacar.

Tengo una amiga, Kirstin, la presidenta de una agencia de publicidad que cada año me invita a la fiesta de Navidad de su empresa. Un año, el espíritu navideño estaba en auge. La convivencia era alta y el champán fluía libremente. Fue una fiesta estupenda.

La noche avanzó, fluyó más burbujeo y el nivel de decibelios de los juerguistas navideños subió y subió. Tan alto, de hecho, que Kirstin me dijo que saldría de puntillas por la puerta trasera y se ofreció a dejarme en mi casa.

Mientras nos dirigíamos hacia la salida, escuchamos una voz aturdida entre la multitud: '¡Oh, Kirrr-stin, Kirrr-stin!' Una trabajadora de la sala de correo, deformada por demasiado espíritu estacional, se acercó a su jefe y le dijo: 'Sabes, esta es una gran fiesta, una gran fiesta. Pero he estado haciendo algunos cálculos. Si la mitad de lo que costó fue a una guardería para los siete, cuéntelos, siete madres con niños en edad preescolar que trabajan aquí ... '

Kirstin, una destacada comunicadora, tomó las manos de Jane entre las suyas y le dedicó una gran sonrisa. Ella dijo: 'Jane, obviamente eres excelente en matemáticas. Tiene razón, casi la mitad de lo que pagaría esta fiesta por la apertura de una instalación de este tipo. Hablemos de ello durante el horario comercial '. Luego partimos rápidamente.

En el camino de regreso a mi casa, dejó escapar un gran suspiro y dijo: 'Vaya, me alegro de que haya terminado'.

—¿No te gustó la fiesta, Kirstin? Yo pregunté.

—Bueno, claro —dijo—, pero nunca se sabe lo que va a pasar. Por ejemplo ', dijo, ' ese comentario que hizo Jane '. Continuó explicando que la gerencia ya había tenido varias reuniones sobre la apertura de una guardería para los empleados. De hecho, los planes para convertir un área de almacenamiento no utilizada en un hermoso vivero ya estaban en proceso. Ingenuamente, le pregunté a Kirstin por qué no le había mencionado eso a Jane.

"No era el momento ni el lugar adecuado". Kirstin había manejado la situación en la fiesta como lo haría cualquier Gran Ganador: ahora no hubo confrontación hablada (pero probablemente una condena silenciosa más adelante).

Jane, desafortunadamente, había roto la primera regla tácita de refugio seguro, *Las fiestas son para charlatanes*. ¿Kirstin reprendió a Jane? ¿Castigó su conducta inapropiada? Entonces no, por supuesto. Sin embargo, Jane probablemente sentiría las repercusiones unos meses más abajo cuando llegara el momento de la promoción. Pero para entonces, la pobre Jane ni siquiera sabría por qué la pasaron por alto.

¿Será debido a un exceso de bebida que se produjo una sola vez? Jane podría quejarse: "Sí". Jane está equivocada. Es simplemente que los grandes jugadores no pueden correr el riesgo de que una de sus personas clave sienta demasiado espíritu navideño en otra fiesta y la próxima vez se enfrente a un cliente importante.

Técnica 83:

Las fiestas son para charlatanes

Hay tres refugios sagrados en la jungla humana donde incluso el tigre más duro sabe que no debe atacar. El primero de ellos son las fiestas.

Las fiestas son para cortesías y buen compañerismo, no para confrontaciones. Grandes jugadores, incluso cuando están al lado de sus enemigos

en la mesa del buffet, sonríe y asiente. Dejan conversaciones difíciles para entornos más difíciles.

Vayamos al segundo refugio seguro donde los Big Cats pueden escapar de las garras de Bigger Cats y, esperan, de los gruñidos de los más pequeños.

Chapter Eighty Four

Dinner's for dining

Una negociación dura puede matar tu apetito

¿Alguna vez se preguntó por qué los almuerzos de negocios entre los grandes jefes se prolongan interminablemente, a veces hasta bien entrada la tarde? ¿Alguna vez sospechó que es solo porque les gusta sentarse, beber y darse masajes en la cuenta de gastos de la empresa? Quizás haya un elemento de eso. Pero la razón principal es que la mesa del comedor es un refugio seguro aún más sagrado que una fiesta. Los niños y niñas grandes se dan cuenta de que, ya sea una cena de negocios, un almuerzo o un desayuno, compartir el pan juntos es un momento en el que no deben discutir los aspectos desagradables del negocio.

Escuchemos un almuerzo de negocios promedio entre Big Players. Oímos el ruido de los vasos mientras consumen bebidas durante una conversación cordial. Están discutiendo el golf, el clima y haciendo observaciones generales sobre el estado del negocio. Durante el curso principal, el discurso se centra en la comida, las artes, la actualidad y otros temas no amenazantes.

'¿Tiempo perdido?' uno podría preguntar. ¡Para nada! Los grandes jugadores están observando los movimientos de los demás con mucho cuidado, calculando las habilidades, el conocimiento y la destreza de los demás. ComonFL exploradores que observan la práctica de fútbol americano universitario, están determinando quién tiene las cosas adecuadas. Los grandes jugadores saben cómo se manejan las personas en una ocasión social es un barómetro preciso de su músculo de las grandes empresas. Mientras sonríen y se ríen de los chistes de los demás, todos emiten juicios críticos silenciosos.

Finalmente llega el café. En este punto, uno o más de los grandes abordan suavemente el asunto en cuestión. Naturalmente, lo hace con supuesta desgana, tratando de reprimir el evidente alivio de que por fin pueden bajar.

a cosas importantes. Exuda, "Qué vergüenza debería tener una compañía tan genial para preocuparse por asuntos mundanos como ganar dinero".

Solo después de que hayan jugado esta farsa crucial podrán hablar de negocios. Pero no es un asunto sucio. Los Biggies pueden intercambiar ideas con un café. Pueden discutir propuestas durante el postre. Pueden lanzar nuevas ideas sobre cordiales. Pueden explorar el lado positivo de la fusión, la adquisición o la sociedad mientras esperan el cheque.

No obstante, en caso de surgir algún desacuerdo, malentendido o aspecto controvertido, deberán relegarlo inmediatamente a otra mesa, la mesa de conferencias.

Técnica 84:

La cena es para cenar

El refugio seguro más protegido y respetado por los grandes ganadores es la mesa del comedor. Partir el pan juntos es un momento en el que no se plantean asuntos desagradables. Mientras comen, saben que está bien intercambiar ideas y discutir el lado positivo del negocio: sus sueños, sus deseos, sus diseños. Pueden asociarse libremente y proponer nuevas ideas.

Pero no es un asunto difícil.

Esta convención probablemente surgió de un acuerdo prudente de no causar indigestión a los demás. Una negociación dura es desgradable y puede arruinar una chuleta de ternera que de otro modo sería perfectamente deliciosa.

Por cierto, la misma regla se aplica en la jungla social. Si uno de los miembros de una pareja en una relación de amistad o amorosa tiene algunos problemas de relación importantes para discutir, guárdelos para después del postre. Incluso si no resuelves el problema, quieras disfrutar del delicioso soufflé de chocolate.

Arrastrémonos en nuestro tercer y último refugio seguro para explorarlo.

Chapter Eighty Five

Chance encounters are for chitchat

'¡Ahha, te tengo ahora!'

William, que vende widgets, ha estado tratando de comunicarse con Big Winner por teléfono durante semanas para ver si la compañía de BW compra su línea de widgets. Big Winner todavía está considerando los widgets de Willie y planea eventualmente devolverle la llamada. Sin embargo, en este punto de nuestra historia, el teléfono de nuestro pequeño héroe no ha sonado.

Da la casualidad de que una noche Willie se encuentra de pie detrás de Big Winner en la fila del supermercado.

¡Qué buena suerte! piensa Willie. '*Oh diablos!*' piensa Big Winner. Espero que a esta hora no me pegue hablándome de sus artilugios.

Aquellos que aprecian los refugios seguros saben que esta historia tiene dos finales muy diferentes. El Willie que saca a relucir los widgets con un 'Ajá, te tengo ahora' brilla en sus ojos, *Nunca* recibe su llamada devuelta. Incluso si Big Winner prefería los artilugios de Willie por encima de todos los demás, encontraría la trampa del supermercado lo suficientemente dolorosa como para castigar al pequeño perdedor. Sin embargo, el Willie que solo dice 'Hola, BW Qué bueno verte', sin una palabra de widgets, demuestra que también es un gran jugador. Este Willie seguramente recibirá su llamada de regreso, probablemente al día siguiente, debido al alivio y gratitud de Big Winner por la amabilidad de Willie.

Técnica 85:

**Los encuentros casuales son para
charlar**

Si está vendiendo, negociando o en cualquier comunicación sensible con alguien, NO aproveche una reunión casual. Mantén dulce y ligera la melodía de tu encuentro equivocado. De lo contrario, podría convertirse en tu canto de cisne con Big Player.

Cree constantemente refugios seguros para las personas si desea que lo eleven al estado de Gran Ganador. Es posible que se encuentre cenando con ellos, yendo a fiestas con ellos, recibiendo grandes saludos en el pasillo y cerrando tratos mucho más rápido que durante el horario comercial. ¿Quién sabe? Si es su deseo, incluso puede ser elegible para socializar en la cima. Los grandes ganadores se aseguran mutuamente de aceptar invitaciones para jugar golf, pasar el fin de semana en sus casas de campo o relajarse en las piscinas de los demás. Saben que no habrá tiburones nadando en el agua, ni cuchillas de afeitar enterradas en el cóctel de camarones.

Chapter Eighty Six

Empty their tanks

Háblame más tarde de tu cráneo agrietado. ¿Cuál es tu número de seguro?

Una noche, hace varios años, en una calle de la ciudad de Nueva York, atrapé a un hombre que intentaba irrumpir en un automóvil. Le grité que se detuviera. En lugar de contentarse con escapar, el fornido ladrón decidió tomar represalias. Mientras corría a mi lado, me empujó hacia el cemento y me rompí el cráneo contra el bordillo.

Mareado, entré tambaleándome en la sala de emergencias de un hospital cercano. Sosteniendo una bolsa de hielo contra mi cabeza palpitante, la enfermera de triaje de la sala de emergencias me interrogó sobre mi dirección, teléfono y números de seguro social, compañía de seguros, número de póliza, hasta la saciedad.

¡No me molestes con esas minucias! Todo lo que quería hacer era decirle a alguien cualquiera, qué me pasó. No fue hasta el final de su despiadado y sádico interrogatorio que preguntó: '¿Y qué pasó?'

Más tarde le conté mi triste historia a una amiga, Sue, una enfermera que trabaja ingresando en otra sala de emergencias. Ella dijo: 'Lo sé. No puedo creer que impriman los formularios de esa manera. Las personas lesionadas no pueden contar lo que les sucedió hasta que *último* línea del formulario. Sue dijo que obtener detalles numéricos cruciales de las personas que sufren en el A & E con huesos rotos y quemaduras fue un verdadero desafío. *Hasta que*, dijo, cambió su pregunta. Cobertizo *primero* pregúntales qué pasó. Se lo contarían todo. Ella escucharía con simpatía. "Entonces", dijo, "estaban muy felices de darme la información que necesitaba".

Los buenos jefes comprenden esta necesidad humana de hablar. Robert, un colega mío que es dueño de una pequeña empresa de manufactura, dice que cada vez que uno de sus

los empleados se quejan de un problema, él nunca pone los pies del griper en el fuego primero para los hechos. Escucha al empleado completamente. Le permite continuar con el cliente cascarrabias, el compañero de trabajo que no coopera. "Entonces, después de que él se lo quitó de encima", dice Robert, "entiendo los hechos con mucha más claridad".

Cuándo *usted* tener información importante para impartir

Cualquier niño que trabaje en un garaje sabe que no se puede bombar más gasolina a un tanque lleno. Demasiada cobertura y salpica sobre el cemento. Del mismo modo, el cerebro de su oyente siempre está lleno de sus propios pensamientos, preocupaciones y entusiasmo. Si bombeas tus ideas al cerebro de tu oyente, que está lleno de sus propias nociones, obtendrás una mezcla contaminada y luego un derrame. Si desea que sus ideas supersupremas fluyan a su tanque sin contaminarse, drene su tanque completamente primero.

Siempre que hable de asuntos cargados de emociones, deje que el orador termine *completamente* antes de saltar. Cuente hasta diez si es necesario. Parecerá una eternidad, pero dejar que el hombre nervioso termine es la única forma en que escuchará.*usted* cuando sea tu turno.

Técnica 86:

Vaciar sus tanques

Si necesita información, deje que la gente tenga su *completo* di primero. Espere pacientemente hasta que la aguja esté vacía y la última gotee y salpique el cemento. Es la única forma de asegurarse de que su tanque esté lo suficientemente vacío de su propio ruido interno para comenzar a recibir sus ideas.

'Te voy a hacer miserable antes de que puedas disfrutar siendo mi cliente'

Las empresas que ejecutan operaciones de pedidos por correo podrían captar una pista de esta técnica. Una de las razones por las que disfruto hacer pedidos de LL Bean, un conjunto de ropa y equipo deportivo para pedidos por correo, es que me permiten hacer preguntas sobre el dispositivo portátil o widget que quiero primero. Me dejan divagar con mis preguntas

sobre la calidad, los colores disponibles, cómo se ve, cómo se siente, cómo huele y cómo funciona. Luego, cuando estoy loco por recibir mis cuatro widgets suaves e inodoros de tamaño diez, rojo y chartreuse, me preguntan con buen gusto el número de mi tarjeta de crédito.

Otras empresas me preguntaron primero el número, la fecha de vencimiento, mi número de cliente (que nunca puedo encontrar en la parte posterior del catálogo) y la frecuencia con la que les he pedido en el pasado. *antes de* Incluso puedo fantasear con el maravilloso widget que podría querer comprarles. Quita toda la alegría de la compra y, a veces, mata la venta.

Los mejores comunicadores hacen más que solo dejarte balbucear. Usan la siguiente técnica mientras estás en el proceso de driblar hacia abajo.

Chapter Eighty Seven

Echo the EMO

Escucha los hechos, pero difama la EMO

EMO es una palabra inventada por Helen Gurley Brown, la gran dama de *Cosmopolita* revista. EMO traducido es '¡Da más emoción!' Una vez *Cosmopolita* me pidió que escribiera un artículo sobre la comunicación de asuntos delicados (más específicamente, aconsejando a las mujeres jóvenes sobre cómo hacer que sus novios sean más apasionados). Entrevisté a varios psicólogos, expertos en comunicación y sexólogos. Mi borrador regresó de *Cosmo* todos marcados con "MÁS EMO" garabateado en cada página.

Llamé a mi editor y le pregunté qué significaba. Dijo que esa era la forma de Helen de decir que restan importancia a todas esas cosas fácticas con los terapeutas sexuales y los supuestos expertos. Escribe sobre *emoción* la joven siente cuando su novio no es lo suficientemente apasionado, la *emoción* el hombre acusado siente cuando se le confronta, y el *emoción* la pareja se siente al discutir su dilema. A Helen Gurley Brown, una gran ganadora certificada, le gustaba tenerlo todo y sabía cómo conseguirlo. Helen reconoció, cuando es el momento adecuado, rechazar lo racional y empatizar con las emociones. En otras palabras, difama la EMO.

'¡Oh no! ¡Debe haber estado mortificado!'

LL Bean me untó recientemente con EMO. Hace varios meses, mi amigo Phil quiso comprar unos pantalones y pidió una recomendación. Lo arrastré a mi armario para mostrarle la calidad y construcción de L. L. Ropa de frijoles. Eso lo convenció, y Phil pidió un par de pantalones de vestir azul marino.

Phil usó sus nuevos pantalones LL Bean por primera vez en una gran cita con una nueva novia en un elegante restaurante. Mientras seguía al maître hasta el acogedor reservado de la esquina que había solicitado, su cita soltó su bolso de noche. Phil rápidamente se inclinó para recogerlo. ¡Riiiiip! Justo por la costura del medio.

La mayoría de los comensales que estaban frente al trasero de Phil, afortunadamente, miraron hacia otro lado. Algunos rieron. Phil, juntando las costuras rotas para cubrir sus moños, retrocedió hasta la cabina. La fresca tapicería de su trasero el resto de la noche le recordó su humillación.

Cuando me enteré de las tribulaciones de Phil, me enfurecí con LL Bean. Inmediatamente llamé a uno de sus agentes de servicio al cliente. Ella se compadeció cuando le conté de la terrible experiencia de Phil, pero yo todavía estaba hirviendo. Ella escuchó pacientemente e incluso me preguntó detalles del desastre. Cuando terminé la larga y triste historia, el agente dijo: 'Oh, eso es terrible. Entiendo, tu amigo debe haber sentido *horrible*.'

'Sí, lo hizo,' estuve de acuerdo.

¡Debe haber estado mortificado! ella dijo.

"Definitivamente lo estaba", dije, sorprendido por su excelente comprensión de la situación.

Y tú, cuando te enteraste. Usted también debe haberse sentido fatal, especialmente después de haber recomendado tanto nuestros productos.

—Bueno, sus productos suelen ser excelentes —dije, tranquilizándome un poco. "Siento mucho haberle causado este dolor y agravación", dijo.

'Oh,' interrumpí. 'No es tu culpa.' Ahora estaba completamente apaciguado. 'Debe haber sido una casualidad que este par de pantalones fuera ...'

Técnica 87: Eco de la EMO

Los hechos hablan. Gritan las emociones. Siempre que necesite información de las personas sobre una situación emocional, déjelas que se emocionen. Escuche sus hechos pero empatice como un loco con sus *emociones*. Manchar la EMO es a menudo la única forma de calmar su tormenta emocional.

Hay más en esta historia, pero permítanme detenerme aquí para interponer el *Eco de la EMO* técnica.

El representante de servicio al cliente inteligente no solo *Vacié mis tanques* y me ablandaste con *Haz eco de la EMO*. Ella me disolvió por completo con la siguiente técnica.

Chapter Eighty Eight

My goof, your gain

Hazlos felices, lo arruinaste

El día siguiente, UPS entregó no solo los pantalones de repuesto, sino que en el paquete había una disculpa escrita a mano y un vale de regalo considerable. ¿Volvería a realizar un pedido a esa empresa? Puedes apostar que lo haría. ¿Recomendaría su ropa a otra persona? Puedes apostar que lo haría. Los mejores profesionales del servicio al cliente agradecen los errores porque saben que le dan a su empresa la oportunidad de brillar. Siempre que te equivoques y alguien sufra por ello, asegúrate de que salga adelante, muy por delante. Yo llamo a la técnica *Mi tontería, tu ganancia*.

Al visitar la oficina de un cliente importante, una vez tropecé con una alfombra y me puse en picada, haciendo un aterrizaje de tres puntos en un jarrón sobre su escritorio. Mi nariz se salvó, pero su jarrón se hizo añicos. Dos tubos de pegamento loco y un montón de '¿Dónde diablos va esta pieza?' Más tarde, el jarrón estaba de vuelta en su escritorio, y acordamos que se veía bastante bien. Sin embargo, al día siguiente hice que un mensajero me entregara un hermoso jarrón, diez veces el valor del casi totalizado, con una docena de rosas en él.

Siempre que hablamos, mi cliente me dice que cada vez que mira el nuevo jarrón, sonríe. (Un "regalo de incentivo" mejor que un bolígrafo con su nombre, ¿no?) La próxima vez que visite su oficina, mi cliente puede esconder algunos de sus objetos frágiles más valiosos. Pero gracias a *Mi tontería, tu ganancia* Habrá una próxima vez.

Técnica 88:

Mi pifia, tu ganancia

Siempre que cometa un error, asegúrese de que su víctima se beneficie. No es suficiente corregir su error. Pregúntese: '¿Qué podría hacer yo por esta alma que sufre para que él o ella sea *contento*? Yo hice el flub? ¡Entonces hazlo, rápido! De esa manera, su pifia se convertirá en su ganancia.

Ahora, suponga que no es su boo boo. Es de ellos. Como puedes hacer *su bobo tu* ¿ganar? Sigue leyendo.

Chapter Eighty Nine

Leave an escape hatch

Una forma gentil de decir, 'congela, punk, mientras te cacheo'

En Japón, algunos ciudadanos prefieren perder la vida que perder la cara. En Estados Unidos, existe el mismo deseo de muerte, con una modificación. El yanqui sueña con la muerte del mortal que *hecho* él pierde la cara.

¿Por qué hacer enemigos? A menos que sea su obligación atrapar a los tramposos o atrapar a los mentirosos, déjelos salirse con la suya. Luego, sácalos inmediatamente de tu vida y de las vidas de las que eres responsable. Incluso cuando el caso está abierto y cerrado contra alguien, cuando tienes atrapado al rat fink, déjale una escotilla de escape.

El mejor ejemplo que escuché de esta alta sensibilidad fue el de uno de mis clientes. Fue invitada a almorzar en la casa de una adinerada socialité conocida como 'Lady Stephanie'. La casa de Lady Stephanie estaba llena de hermosos objetos de arte. No era la menor de ellas una exquisita colección de huevos Fabergé extremadamente valiosos, que todos los invitados admiraban.

Al final del elegante brunch con champán, mi cliente me dijo que estaba saliendo por la puerta charlando con otros invitados. En ese momento, Lady Stephanie se acercó sigilosamente a una mujer que se iba al mismo tiempo que mi cliente. "Oh, estoy tan feliz de que admiraras mi colección Fabergé", dijo Lady Stephanie, deslizando su mano en el bolsillo del abrigo de visón de la invitada y sacando uno de sus invaluables huevos. Debes haber querido ver este a la luz del sol. Ven, veámoslo juntos. Refleja la luz brillante maravillosamente.

El ladrón vestido de visón tragó saliva y miró furtivamente a su alrededor para ver quién había presenciado su suave trampa. Mi cliente y todos en el vestíbulo vieron

lo que sucedió, pero tomó la iniciativa de Lady Stephanie y fingió ingenuidad del intento de atraco.

Dando un paso más con la farsa, Lady Stephanie y la invitada de dedos pegajosos "admiraron el huevo a la luz del sol". Entonces Lady Stephanie, con su huevo de Fabergé asegurado con seguridad entre sus dedos perfectamente cuidados, marchó a casa para poner el tesoro en el lugar que le correspondía. El intento de robar huevos se arrastró de regreso a su auto, desde su *último* asistencia a las codiciadas fiestas de Lady Stephanie. La anfitriona dejó que el filcher frustrado se saliera con la suya con algunos fragmentos de su ego intactos.

¿Por qué Lady Stephanie salió adelante? Todos los que presenciaron, y posteriormente se enteraron, del robo frustrado han renovado el respeto por Lady Stephanie. Atrapar al ladrón, sin perder su orgullo, ayudó a Lady Stephanie a mantener su reputación de "anfitriona con más".

¿Por qué los Grandes Ganadores permiten que las personas que dan malas noticias se salgan con la suya? Porque, al igual que las madres que se enfrentan a niños traviesos para corregirlos, enfrentarse a los repugnantes es una forma de decir "me importa". Al cerrar la boca (y luego la puerta para siempre), estás diciendo: 'Estás tan por debajo de mí que ni siquiera voy a desperdiciar mis palabras contigo'.

'¡Mea culpa!'

Los grandes ganadores dejan una trampilla de escape para las pequeñas debilidades de los amigos que desean conservar al responsabilizarse ellos mismos. Si una amiga se pierde y llega una hora tarde a tu casa, dile 'Esas instrucciones que te di fueron terribles'. ¿Rompe tu cuenco de Limoges? 'Oh, no debería haberlo dejado en una posición tan precaria'. Es la vieja rutina del mea culpa la que te hace querer a todos, especialmente cuando se dan cuenta de que no fue tu culpa.

Técnica 89:

Deja una trampilla de escape

Siempre que veas a alguien mintiendo, burlándose, exagerando, distorsionando o engañando, no te enfrentes directamente al pato sucio. A menos que sea su responsabilidad atrapar o corregir al culpable, o a menos que esté salvando a otras víctimas inocentes al hacerlo, deje que el transgresor salga de su

trampa con su complicado gato en una sola pieza. Entonces resuelve *Nunca* para mirarlo de nuevo.

Los residentes de Toronto, Canadá, tienen una bien ganada reputación de gracia. Lo demostraron el año pasado en una farmacia del centro de Toronto. Un comprador intentó salir por el sistema de seguridad con un objeto robado en el bolsillo. En lugar de una alarma estridente que destroza los tímpanos de todos los compradores, como en muchas ciudades estadounidenses, sonó una pequeña campanilla de buen gusto. Una voz encantadora atravesó el discurso público. 'Perdonanos, *nosotros* no han podido desactivar el sistema de control de inventario. Gracias por su paciencia mientras espera que un representante de atención al cliente venga a ayudarlo '. ¿No es esa una forma más agradable de decir "Congela, punk, mientras nosotros venimos a cachearte?"

Ahora pasemos a la siguiente técnica para evitar que la gente se equivoque y para ayudarlos a dar lo mejor de sí mismos.

Chapter Ninety

Buttercups for their boss

'¡Eres genial! ¿Cómo se llama tu jefe?

Una carta de cortesía se llama *botón de oro* porque da mantequilla al destinatario. Los ranúnculos son agradables. Aún más bonitos son los ranúnculos *acerca de* alguien a su jefe.

Una vez necesité un enorme trabajo de fotocopiado. Era tan inmenso que el subdirector de la tienda de suministros de oficina Staples no pensó que podría estar terminado para el final de la semana. Sin embargo, a regañadientes, refunfuñó: "Lo intentaré". En mi entusiasmo y esperanza de que pudiera, dije efusivamente: '¡Guau, eres genial! ¿Cuál es el nombre de tu jefe? Su supervisor debe recibir una carta de felicitación por contratarlo. Realmente se esfuerza más por sus clientes '. Para mi asombro, no solo terminé mi trabajo de impresión dos días antes, sino que cada vez que entro en Staples, el subdirector extiende la alfombra roja. "Hmm", comencé a pensar. Puede que esté en algo. Una carta de elogio prematura por los favores que aún no se han recibido podría ser una táctica inteligente. Decidí comprobarlo con algunos Heavy Hitters en mi lista de consultas. Un compañero que conozco, Tim, un importante agente de viajes, es un verdadero chico capaz de hacerlo. Obtiene todo lo que le piden sus amigos en un chasquido. Es el tipo a quien llamar cuando quieras entradas de teatro difíciles de conseguir. Es el tipo al que llama cuando su aerolínea dice que el hotel está reservado o que el vuelo está sobrevendido.

Cuando le hablé de mi experiencia con el botón de oro, Tim se rió y dijo: 'Leil, por supuesto. ¿Esto es nuevo para ti? Una carta de cortesía al jefe de alguien, o la promesa de uno, es una gran póliza de seguro. Es tan bueno como un piloto escrito que te atenderán bien en el futuro '.

Ahora tengo uno estándar en mi computadora. El botón de oro dice lo siguiente:

Estimado (nombre del supervisor):

Sé lo importante que es el servicio al cliente para una organización como la suya. Esta carta es para felicitar a (nombre del empleado). Él / Ella es un ejemplo de un (título de empleado) que brinda un servicio al cliente excepcional. (Nombre de la tienda o negocio) sigue teniendo mi negocio gracias en gran parte al servicio prestado por (nombre del empleado).

Agradecido, (firma)

Envié esta carta a los supervisores de los estacionamientos, a los propietarios de las compañías de seguros ya los gerentes de decenas de tiendas donde compro con regularidad. Estoy seguro de que es por eso que nunca tengo que preocuparme por conseguir un lugar de estacionamiento cuando el lote está lleno, una devolución de llamada inmediata de mi agente de seguros y un servicio atento en mis lugares habituales de compras.

¡Pero ten cuidado! No se limite a preguntar: '¿Cuál es el nombre de su supervisor?' Escuchar esas palabras puede poner a un empleado tan nervioso como un pavo en noviembre. Asegúrese de expresarlo en un cumplido. Di algo como, 'Guau, eres genial. ¿Cuál es el nombre de su supervisor? Me gustaría escribirle una carta. ¡Entonces escríbelo! Siempre serás un VIP en su libro.

La siguiente técnica le dice cómo destacarse como un VIP cuando estás en un grupo.

Técnica 90: **Ranúnculos para su jefe**

¿Tiene un empleado de una tienda, un contador, un socio menor de un bufete de abogados, un sastre, un mecánico de automóviles, un maître, un masajista, un maestro de niños o cualquier otro trabajador del que desee atención especial en el futuro? La manera infalible de hacer que se preocupen lo suficiente como para darte lo mejor es enviar un *Botón de oro* a su jefe.

Chapter Ninety One

Lead the listeners

Cómo distinguir a un líder de un seguidor

Durante la era McCarthy en Estados Unidos, espías del gobierno se infiltraron en manifestaciones políticas clandestinas para determinar quién era "peligroso para la seguridad nacional". Los agentes eran observadores de aplausos entrenados. Fotografiaron e investigaron a los hombres que aplaudieron primero, gritaron "Bravo" más fuerte y sonreían más al final de los discursos políticamente inflamatorios. Los espías los llamaron los 'peligrosos'. Los infiltrados sintieron que los primeros en responder eran gatos confiados que tenían el poder de persuadir a los seguidores y el carisma para liderar multitudes.

En reuniones políticamente menos sensibles, se aplica el mismo principio. Personas que responden *primero* a una presentación o acontecimiento, sin mirar a su alrededor para ver cómo reaccionan los demás, son hombres y mujeres de calibre de liderazgo.

Los gatos geniales aplauden primero

Está sentado en un auditorio con cientos de compañeros de trabajo escuchando al presidente de su empresa presentar un nuevo concepto. Mientras se encorva anónimamente en la audiencia, cree que su expresión es invisible para el hombre o la mujer en el podio. ¡No tan! Como orador, le garantizo que cada uno de mis colegas ve cada sonrisa, cada ceño fruncido, cada luz en cada ojo y cada emblema de la extraordinaria inteligencia humana destellando hacia él o ella.

Del mismo modo, el presidente de la empresa, que hace una presentación, inspecciona ansiosamente su jungla corporativa y, entre los empujones que lo miran,

percibe qué empleados son comprensivos y cuáles no. También sabe que en el mar de caras que flotan frente a él tiene el potencial de ser un Heavy Hitter como él. ¿Cómo?

Porque los Heavy Hitters, incluso cuando no están de acuerdo con el orador, apoyan al pontificador del podio. ¿Por qué? *Porque saben lo que es estar encendido.* Saben, no importa cuán grande o pequeño sea el gato al frente de la sala, cuando da un discurso, él está preocupado por la aceptación de la multitud.

Cuando la empresa Big Shot ofrece su última línea, cuidadosamente ideada para que la multitud se ponga de pie o los empleados acepten, ¿cree que no sabe quién inicia el goteo o la contracorriente de la aceptación? ¡De ninguna manera! Aunque tiene la cabeza gacha mientras hace una reverencia, con la perspicacia de un espía de la era McCarthy, percibe con precisión *OMS* inauguró el aplauso, precisamente *cuánto tiempo* después de las últimas palabras fueron pronunciadas, y precisamente *¡con qué entusiasmo!* Ser el primero en juntar las manos, ser el primero en ponerse de pie y, si corresponde, ser el primero en gritar 'Bravo', le otorga el estatus de Big Cat con el tigre que estaba hablando.

Sea el primer badajo sin importar cuán pequeña sea la multitud, sin importar cuán informal sea la charla. No espere a ver cómo responderán los demás. Incluso si se trata de un pequeño grupo de tres o cuatro personas alrededor, sea el primero en sentir empatía con las ideas del orador, el primero en murmurar "buena idea". Es una prueba positiva de que eres una persona que confía en sus propios instintos.

Técnica 91: **Guíe a los oyentes**

No importa cuán prominente sea el Big Cat detrás del podio, agachado adentro hay un pequeño gato asustado que está ansioso por la aceptación de la multitud.

Los grandes ganadores reconocen que eres un gran ganador cuando te ven dirigiendo a sus oyentes en una reacción positiva. Ser *el primero* para aplaudir o elogiar públicamente al hombre o la mujer con quien está de acuerdo (o desea favores).

Chapter Ninety Two

The great scorecard in the sky

El perro de abajo se inclina más bajo, ladra más suave

En cualquier momento, en cualquier segundo, los aficionados al fútbol conocen el marcador. Incluso Big George, un bebedor de cerveza, que se queda dormido frente al televisor en un domingo de fútbol, lo sabe. Empuje su olla regordeta y en un guiño, le dirá quién está ganando, quién está perdiendo y precisamente por cuántos puntos.

Los jugadores clave en el juego de la vida son como George. Incluso cuando crees que están dormitando, están constantemente al tanto de la puntuación entre ellos y todos los que forman parte de su vida, ¡incluidos amigos y familiares! Saben quién gana, quién pierde y en cuántos puntos.

Cuando dos hombres de negocios japoneses se encuentran, es obvio quién está en la cima. Se mide en milímetros a partir de qué tan cerca del piso llegan sus narices cuando hacen una reverencia. (La nariz del hombre de abajo se hunde más).

En Estados Unidos, no tenemos arcos coreografiados cuidadosamente que muestren la partitura en una relación. Pero Boys 'n' Girls en el negocio de las Grandes Ligas saben quién es Top Dog y quién es el perro inferior *hoy*. (Puede cambiar mañana.) El perro de abajo debe hacer una reverencia más profunda. Debe mostrar deferencia. El perro inferior debe ofrecerse a reunirse en la oficina de Top Dog, pagar la cuenta del restaurante cuando sea apropiado y respetar el tiempo de Top Dog. Si el perro de abajo no muestra la deferencia adecuada, no se frota la nariz contra el suelo. Simplemente se descalifica para ladrar en las Grandes Ligas.

Eso es lo que le pasó a mi novia Laura, quien había desarrollado el batido saludable. (Acuérdate de ella de *Repetición instantánea*?) La última vez que dejamos a Laura, ella estaba desperdiciando sus oportunidades con Fred, el Top Banana de un

cadena de supermercados, interrogándolo para obtener detalles de su dirección postal, quejándose de que su bolígrafo no tenía tinta, haciéndolo esperar mientras ella compraba otro, escribiendo números incorrectos, hasta la saciedad.

No te dije la peor parte. Después de que Fred fue lo suficientemente generoso como para invitar a Laura a que le enviara muestras de su batido de salud, ella lanzó otra bomba preguntándole qué servicio de envío debería usar. Debió haber dicho FedEx porque escuché a Laura decir: 'Bueno, mi batido debe mantenerse refrigerado. ¿FedEx tiene camiones refrigerados?

En este punto supe que ella había estrangulado el trato con su propio acorde telefónico. No debería empujar a Supermarket Czar con detalles de envío insignificantes. De hecho, Laura debería estar tan agradecida que debería entregar personalmente la bebida al día siguiente, llevándola hasta el supermercado con la nariz si es necesario. Laura obviamente no estaba al tanto de la *Gran cuadro de mando en el cielo*. Ese día la cuenta fue 'Fred todo, Laura nada'.

Los grandes ganadores: antes de poner el lápiz en el papel, los dedos en el teclado, la boca en el teléfono o la mano en la de otra persona para agitarlo, hagan un cálculo rápido. Se preguntan '¿Quién se beneficia más de esta relación? ¿Qué ha hecho cada uno de nosotros recientemente que exija deferencia del otro? ¿Y qué puedo hacer para igualar la puntuación?

Los amigos también vigilan

La *Gran cuadro de mando en el cielo* no se trata solo de inclinarse sobre la gente de negocios. Si los miembros de la familia y los amigos miran detenidamente las cabezas de sus seres queridos, lo notarán. Y, como una acción de venta libre, sube o baja todos los días. Cuando te equivocas, tienes que igualar tu puntuación haciendo más por el que no lo hizo. Para mantener vivo el amor, mantén tu ojo en el *Gran cuadro de mando en el cielo*.

Hace varios meses, conocí a un buen tipo llamado Charles en una convención. Empezamos a hablar de nuestras comidas favoritas. El suyo era linguini casero con salsa pesto. Charles me gustó y hago una salsa pesto mala. La notable coincidencia de estos dos elementos me animó a invitarlo a cenar a mi casa. 'Genial', dijo. Lo fijamos para las siete y media del martes siguiente. El martes por la tarde comienzo los preparativos para la gran cita. El reloj de cuco de la pared monitoreaba mi progreso. A los cinco cucos, corro a la tienda

para encontrar piñones. A los seis cucos, estoy de vuelta en casa moliendo albahaca y ajo. A los siete cucos, doblo servilletas, pongo la mesa y saco velas nuevas. Ups, llegando tarde. Me cambio de ropa y me arreglo. Cuando suenan las siete y media, estoy listo. El pesto y yo esperamos su llegada. Las ocho giran y no hay amigo. Bueno, supongo que abriré el vino y lo dejaré respirar. Pasa otra hora y no Charles. El cuco me llama 'cuco' nueve veces ahora. Empiezo a creerle al pájaro. Es evidente que Charles no vendrá. Me han dejado de pie.

Al día siguiente, Charles llamó con disculpas a medias y una excusa semiplausible. Su coche se averió. 'Vaya, lo siento', dije. (I buscado para decir: '¿Te capturaron los marcianos? ¿Fue transportado a otro planeta donde no había teléfonos para llamarme? Me resistí al sarcasmo.) Sin embargo, sonaba arrepentido, así que estuve casi dispuesto a olvidarlo.*Hasta su próxima pregunta.*

Obviamente, no se dio cuenta de cómo se había deslizado en el *Gran cuadro de mando en el cielo* porque, en lugar de invitarme a comer linguini con pesto en un buen restaurante italiano para compensar su error, preguntó: "¿Cuándo podemos reprogramar en tu casa?"

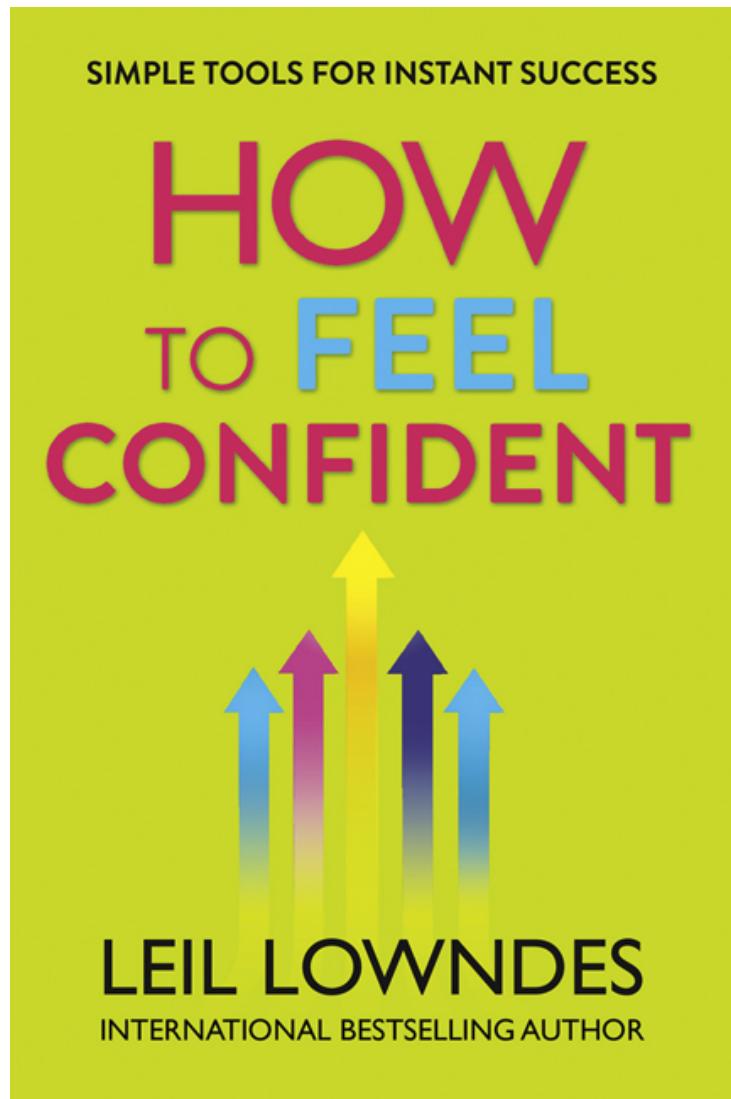
Nunca, Charlie.

Técnica 92:

El gran cuadro de mando en el cielo

Dos personas tienen una tarjeta de puntuación invisible flotando sobre sus cabezas. Los números fluctúan continuamente, pero una regla permanece: el jugador con puntaje más bajo paga deferencia al jugador con puntaje más alto. La pena por no vigilar el *Gran cuadro de mando en el cielo* debe ser expulsado del juego. Permanentemente.

También por Leil Lowndes



Toca la portada para comprar ahora

PROVEN WAYS TO BE A PEOPLE MAGNET

HOW TO MAKE ANYONE LIKE YOU

LEIL LOWNDES

INTERNATIONAL BESTSELLING AUTHOR

Toca la portada para comprar ahora



Toca la portada para comprar ahora

A final word: Your destiny

Hemos conocido a mucha gente en *Cómo hablar con cualquier persona*. Se cambiaron algunos de sus nombres, pero cada uno es muy real. Recientemente, decidí localizar a algunas de las personas con las que me había cruzado a lo largo de los años. Quería ver qué están haciendo ahora.

Laura, mi vieja amiga que soñaba con millones de batidos pero ignoró la tarjeta de puntuación del Supermarket Czar, ahora está de regreso en su trabajo diario. Sam, que me molestó al no revelarme que quería que hablara en nombre de su organización, ya no tiene una. Sonny, que acosó al primo de su cuñado con una llamada demasiado rápida, todavía está bombeando gasolina. Tania, quien insistió en el ojo por ojo inmediato, ya no tiene ese excelente trabajo en la agencia de talentos. La pobre Jane, la empleada de la sala de correo que se enfrentó a su jefe en la fiesta de Navidad hace cinco años, todavía está envolviendo paquetes. Y Dan, que dejó el prolongado mensaje inspirador en su teléfono, ahora tiene un número que no figura en la lista, lo que no es una buena señal para un aspirante a orador.

Mientras que Barry, que pregunta a todos los que llama, '*¿De qué color es tu tiempo?*' fue elegida recientemente locutora del año por la Asociación Nacional de Presentadoras de Programas de Televisión. Joe, que toma nota de todos en su *Dossier de tarjetas de visita*, ahora es senador estatal. Jimmi, el experto en *Venta de globo ocular*, fue escrito recientemente en *Éxito* revista. Steve, cuyo personal insinúa; *Oh, vaya, eres tú!* para todas las personas que llaman, es uno de los altavoces más solicitados en el circuito de cable. Tim, el tipo capaz de conseguir lo que quiere de los trabajadores de todas las industrias escribiendo *Ranúnculos para su jefe*, ahora es dueño de la agencia de viajes. Y Gloria, mi peluquera que da la gran *Curriculum vitae cáscara de nuez*, abrió recientemente un salón en la elegante Quinta Avenida de Nueva York.

¿Significa esto decir que solo porque los primeros me irritaron a mí y a algunos más, fueron exiliados a una existencia monótona? Y el último grupo que

hizo sonreír a la gente alcanzaría grandes alturas? Por supuesto que no. Esos momentos aislados de sus vidas que examinamos fueron solo un movimiento de los muchos que hicieron cada día.

Pero considere: si *usted* Había sido el que estaba molesto por Laura, Sam, Sonny, Tania, Jane o Dan y te llamaron, ¿te gustaría extenderte por ellos? Probablemente no. El recuerdo de su trato desigual aún sería inteligente.

Mientras que si escuchara a Barry, Joe, Jimmi, Steve, Tim o Gloria, los recuerdos felices de su intercambio lo inundarían. Querrás hacer todo lo que puedas por ellos.

Multiplique su respuesta por muchos miles. Como dijimos en la introducción, nadie llega solo a la cima. A lo largo de los años, los movimientos suaves de estos Grandes Ganadores han capturado los corazones y conquistado las mentes de cientos de personas que ayudaron a impulsarlos escalón por escalón hasta la cima de la escalera que eligieron.

¿Cómo puede uno convertirse en un motor suave instintivo en lugar de un jinete andrajoso a lo largo de la vida? La respuesta se hizo deslumbrantemente clara un día nevado el invierno pasado. Avanzando pesadamente por una pista pulcramente preparada con esquíes de fondo, vi a un esquiador nórdico que avanzaba rápidamente hacia mí por el mismo sendero. No necesitaba observar su patada alta o su elegante poling diagonal para hacerme saber que estaba obstruyendo el camino de un profesional.

Mientras reunía la energía para sacar mis piernas palpitantes de la pista para que Super Skier pudiera pasar volando, se apartó hábilmente del surco, dejando el camino arreglado todo para mí. Mientras zumbaba hacia mí, desaceleró un poco, sonrió, asintió con la cabeza y dijo: "Buenos días, hermoso día para esquiar, ¿no?" Aprecié su deferencia (¡y su insinuación de que éramos iguales en la nieve!). Sabía que no estaba pensando 'Oye, mírame. ¡Aquí estoy!' pero 'Ahh, ahí estás. Déjame hacerte sitio.

Como insinué en las palabras iniciales de este libro, la diferencia en el éxito en la vida entre esos dos tipos de pensadores es incalculable.

¿Por qué Super Skier pudo realizar su movimiento con tanta gracia? ¿Nació con la habilidad? No. El suyo fue un movimiento deliberado que surgió de la práctica.

La práctica es también la fuente de todos los movimientos de comunicación fluidos. La excelencia no es una acción única y solitaria. Es el resultado de muchos

años de hacer pequeños movimientos suaves, pequeños como los 92 pequeños trucos que hemos explorado en *Cómo hablar con cualquier persona*. Estos movimientos crean tu destino. Recuerde, repitiendo una acción hace un hábito.

Tu hábitos crea tu personaje.

Y tu personaje es tuyo destino.

Que el éxito sea tu destino.

Notes

1. Ekman, Paul. 1985. *Decir mentiras: pistas para el engaño en el mercado, la política y el matrimonio*. Nueva York: WW Norton Co., Inc.
2. Cheng, Sha y col. 1990. 'Efectos del tipo de personalidad en la respuesta al estrés'. *Acta-Psychologica-Sinica* 22 (2): 197-204.
3. Carnegie, Dale. 1936. *Como ganar amigos y influenciar personas*. Nueva York: Simon & Schuster.
4. Goleman, Daniel. 1989. "El diseño del cerebro emerge como clave para las emociones", citando al Dr. Joseph LeDoux, psicólogo del Centro de Ciencias Neuronales de la Universidad de Nueva York. *New York Times*, 15 de agosto.
5. Kellerman, Joan y col. 1989. 'Mirar y amar: los efectos de la mirada mutua en los sentimientos del amor romántico'. Realizado en el Centro de Investigación y Tratamiento de Agorafobia de Nueva Inglaterra. *Revista de investigación en personalidad* 23 (2): 145-161.
6. Argyle, Michael. 1967. *La psicología del comportamiento interpersonal*. Baltimore: Publicaciones Pelican.
7. Wellens, A. Rodney. 1987. 'Cambios en la frecuencia cardíaca en respuesta a cambios en la mirada interpersonal de otras personas a las que les agrada y a las que no les gusta'. *Habilidades motoras y perceptivas* 64 (2): 595-598.
8. *Ibidem*.
9. Zig Ziglar, profesor motivacional y autor de los libros más vendidos *Nos vemos en la cima, secretos para cerrar la venta, en la cima, y Algo para sonreír*.
10. Curtis, Rebecca C. y Miller, Kim. 1986. "Creer que le gustas o no le gustas a otro: comportamientos que hacen realidad las creencias". *Revista de personalidad y psicología social* 51 (2): 284-290.
11. Hayakawa, SI 1941. *Lenguaje en pensamiento y acción*. Nueva York: Harcourt Brace Jovanovich.

12. Aronson, E. y col. 1966. "El efecto de una caída en el aumento del atractivo interpersonal". *Ciencia psiconómica* 4: 227–228.

13. Los estudios de la Fundación Carnegie para el Avance de la Enseñanza y el Instituto Carnegie de Tecnología en la década de 1930 muestran que el 85 por ciento del éxito financiero de una persona, incluso en campos técnicos como la ingeniería, se debe a las habilidades de comunicación.

14. La Oficina de Contratación, Capacitación y Prácticas de Gestión del Censo de EE. UU. Realizó una encuesta a 3,000 empleadores en todo el país. Las cualidades preferidas en los candidatos al puesto fueron, clasificadas en orden de importancia, actitud, habilidades de comunicación, experiencia laboral previa, recomendaciones del empleador actual, recomendaciones del empleador anterior, credenciales basadas en la industria, años de escolaridad completados, puntaje en pruebas de entrevistas, rendimiento académico (calificaciones), reputación de la escuela del solicitante, recomendaciones del maestro.

15. Walsh, Debra G. y Hewitt, Jay. 1985. 'Dando a los hombres el atractivo: efecto del contacto visual y la sonrisa en un ambiente de bar'. *Habilidades motoras y perceptivas* 61 (3, Parte 1): 873–874.

dieciséis. Walters, Lilly. 1995. *Qué decir cuando estás muriendo en la plataforma*. Nueva York: McGraw-Hill

17. Axtell, Roger. 1994. *Qué hacer y tabúes en todo el mundo*. Nueva York: John Wiley & Sons, Inc.

18. Bosrock, María. 1997. *Pon tu mejor pie adelante* serie. Minneapolis: sistemas educativos internacionales.

19. Nwanna, Gladson. 1998. *Lo que se debe y no se debe hacer en todo el mundo* serie. Baltimore: Instituto de viajes mundiales.

20. Byrne, Donn y col. 1970. 'Continuidad entre el estudio experimental de la atracción y las citas por computadora en la vida real'. *Revista de personalidad y psicología social* 1: 157-165.

21. Rápido, Julius. 1970. *Lenguaje corporal*. Nueva York: Simon & Schuster.

22. Rápido, Julius. 1991. *Subtexto: Hacer que el lenguaje corporal funcione en el lugar de trabajo*. Nueva York: Viking.

23. Lewis, David. 1989. *El lenguaje secreto del éxito*. Nueva York: Carroll & Graf Publishers Inc.

24. Nierenberg, Gerard y Caliero, Henry. 1993. *Cómo leer a una persona como un libro*. Nueva York: Barnes & Noble Books.

25. Tranquilo, Allan. 1981. *Señales: Cómo utilizar el lenguaje corporal para obtener poder, éxito y amor*. Nueva York: Bantam Books.

26. Sannito, Thomas y McGovern, Peter J., 1985. *Psicología judicial para abogados litigantes*. Nueva York: John Wiley & Sons, Inc.

Select bibliography

Libros

Alessandra, Tony y Michael J. O'Connor. *La regla del platino*. Nueva York: Warner Books, Inc., 1996.

Apte, Mahadev. *Humor y risa: un enfoque antropológico*. Ithaca, Nueva York: Cornell University Press, 1985.

Argyle, Michael. *La psicología del comportamiento interpersonal*. Baltimore: Publicaciones Pelican, 1967.

Bandler, Richard y John Grinder. *Ranas en principios: programación neurolingüística*. Moab, Utah: Real People Press, 1979.

Bellack, L. y S. Baker. *Caras de lectura*. Nueva York: Holt, Rinehart y Winston, 1981.

Berscheid, E. y EH Walster. *Atracción interpersonal*. 2^a ed. Reading, Mass.: Addison-Wesley, 1978.

Bolton, Robert. *Habilidades de las personas*. Nueva York: Simon & Schuster, Inc., 1979.

Booher, Dianna. *¡Comuníquese con confianza!* Nueva York: McGraw-Hill, 1994.

Brooks, Michael. *Rapport instantáneo*. Nueva York: Warner Books, 1989.

Brown, Les. *¡No terminará hasta que ganes!* Nueva York: Simon & Schuster, 1997.

- Burg, Bob. *Referencias ilimitadas*. Nueva York: McGraw-Hill, 1994.
- Carnegie, Dale. *Como ganar amigos y influenciar personas*. Nueva York: Simon and Schuster, 1936.
- Cundiff, Merlyn. *Kinesics: El poder del comando silencioso*. Nueva York: Parker Publishing Co., 1972.
- Ekman, Paul. *Decir mentiras: pistas para el engaño en el mercado, la política y el matrimonio*. Nueva York: WW Norton Co., 1985.
- Erickson, MH y col. *Realidades hipnóticas*. Nueva York: John Wiley & Sons, Inc., 1976.
- Evatt, Chris. *Él y ella: 60 diferencias significativas entre hombres y mujeres*. Berkeley, California: Conari Press, 1992.
- Farber, Barry. *Haciendo que la gente hable*. Nueva York: William Morrow and Co., Inc., 1987.
- Rápido, Julius. *Lenguaje corporal*. Nueva York: Simon & Schuster, 1970.
- Fiedler, F. *Una teoría de la efectividad del liderazgo*. Nueva York: McGraw-Hill, 1967.
- Friedman, Nancy J. *Habilidades telefónicas de la A a la Z*. Menlo Park, California: Crisp Publications, 1995.
- Gabor, Don. *Cómo iniciar una conversación y hacer amigos*. Nueva York: Fireside, 1983.
- Vidrio, Lillian. *Él dice, ella dice*. Nueva York: GP Putnam's Sons, 1992.
- Goffman, E. *La presentación de cada uno en la vida diaria*. Nueva York: Doubleday, 1959.
- Gray, John. *Los hombres son de Marte, las mujeres son de Venus*. Nueva York: Harper Collins Publishers, 1992.

Hayakawa, SI *Lenguaje en pensamiento y acción*. Nueva York: Harcourt Brace Jovanovich, 1941.

Hess, Eckhard. *El ojo delator*. Nueva York: Van Nostrand Reinhold, 1975.

Lavington, Camille. *Solo tienes tres segundos*. Nueva York: Doubleday, 1997.

LeBoeuf, Michael. *Cómo ganar clientes y conservarlos de por vida*. Nueva York: The Berkley Publishing Group, 1987.

Lewis, David. *El lenguaje secreto del éxito*. Nueva York: Carroll & Graf Publishers, Inc., 1993.

Lowndes, Leil. *Cómo hacer que alguien se enamore de ti*. Chicago: Libros contemporáneos, 1996.

Lowndes, Leil. *Cómo hablar con cualquier persona*. Nueva York: Citadel, 1993, revisado 1996.

Lowndes, Leil. *De compras al estilo de los iniciados*. Nueva York: Citadel, 1985.

Mackay, Harvey. *Cava tu pozo antes de tener sed*. Nueva York: Doubleday, 1997.

Mackay, Harvey. *Nade con los tiburones sin que se los coman vivos*. Nueva York: Fawcett Columbine, 1988.

Martinet, Jeanne. *El arte de mezclar*. Nueva York: St. Martin's Press, 1992.

Mehrabian, A. *Comunicaciones no verbales*. Chicago: Aldine, 1972.

Meyer, Paul J. *El arte de la escucha creativa*. Waco, Texas: Paul J. Meyer, 1980.

Michael, Gary. *Es para mí un gran placer*. Nueva York: Citadel, 1996.

Morris, Desmond. *El mono desnudo*. Nueva York: McGraw Hill, 1967.

Nierenberg, Gerard y Henry Callero. *Meta-Talk: Guía de significados ocultos en conversaciones*. Nueva York: Trident Press, 1973.

O'Barr, W. y BK Atkins. '¿Lenguaje de mujeres o lenguaje impotente?' en *Mujer y lengua en la literatura y la sociedad*. Nueva York: Prager, 1981.

Tranquilo, Allan. *Señales: Cómo utilizar el lenguaje corporal para obtener poder, éxito y amor*. Nueva York: Bantam Books, 1981.

Perper, Timothy. *Señales sexuales: la biología del amor*. Filadelfia: ISI Prensa, 1985.

Qubein, Nido. *Cómo ser un gran comunicador*. Nueva York: John Wiley & Sons, Inc., 1996.

Rabin, Susan. *Cómo atraer a cualquier persona, en cualquier momento y en cualquier lugar*. Nueva York: Penguin Books, 1993.

Rackham, Neil. *Spin Selling*. Nueva York: McGraw-Hill, 1988.

Richardson, Linda. *Deja de decir, empieza a vender*. Nueva York: McGraw-Hill, 1994.

Roane, Susan. *Cómo trabajar una habitación*. Nueva York: Warner Books, 1989.

Sannito, Thomas y Peter J. McGovern. *Psicología judicial para abogados litigantes*. Nueva York: John Wiley & Sons, Inc., 1985.

Slutsky, Jeff y Michael An. *La guía internacional de Toastmaster para hablar con éxito*. Chicago: Dearborn, 1997.

Tannen, Deborah. *Estilo de conversación: analizar la conversación entre amigos*. Norwood, Nueva Jersey: Ablex, 1984.

Tannen, Deborah. *Simplemente no lo entiendes*. Nueva York: William Morrow and Co., 1990.

Thibaut, JW y HH Kelley. *La psicología social de grupos*. Nueva York: John Wiley & Sons, Inc., 1959.

Walters, Barbara. *Cómo hablar con prácticamente cualquier persona sobre prácticamente cualquier cosa*. Nueva York: Doubleday, 1970.

Walters, Lilly. *Qué decir cuando estás muriendo en la plataforma*. Nueva York: McGraw-Hill, 1995.

Ziglar, Zig. *Ziglar en la venta*. Nueva York: Ballantine Books, 1991.

Zimmerman, Don H. y Candace West. 'Roles sexuales, interrupciones y silencios en la conversación'. *Lenguaje y sexo: diferencia y dominio*, 105-129. Editado por Barrie Thorne y Nancy Henley. Rowley, Mass.: Newbury House, 1975.

Estudios, artículos, comentarios en revistas profesionales.

Adger, Carolyn. 'Charla de empoderamiento: maestros afroamericanos y discurso en el aula'. Documento presentado en la reunión anual de 1993 de la Asociación Estadounidense de Investigación en Educación, Atlanta, 1993.

Anderson, NH 'Calificaciones de las variaciones de simpatía, significación y simpatía para 555 rasgos comunes de personalidad ordenados en orden de simpatía decreciente'. *Revista de personalidad y psicología social*, 1968, 9: 272-279.

Aronson, E. y col. 'El efecto de una caída en el aumento del atractivo interpersonal', *Ciencia psiconómica*, 1966, 4: 227-228.

Backman, CW y PF Secord. 'El efecto del gusto percibido en la atracción interpersonal'. *Relaciones humanas*, 1959, 12: 379-384.

Bem, DJ 'Teoría de la autopercepción'. *Avances en la psicología social experimental*, 1972, 6: 1-62.

Bennett, Adrian. 'Interrupciones e interpretación de la conversación'.
Procesos de discurso, 1981, 4/2: 181-188.

Brown, Roger y Albert Gilman. 'Los pronombres de poder y solidaridad'.
Estilo en el lenguaje, 1960. Editado por Thomas Sebeok. Cambridge, Mass.: MIT Press.

Byrne, D. y D. Nelson. 'Atracción como función lineal de proporción de refuerzos positivos'.*Revista de personalidad y psicología social*, 1965, 1: 659-663.

Cheng, Sha y col. 'Efectos del tipo de personalidad en la respuesta al estrés'.*Acta-Psychologica-Sinica*, 1990, 22 (2): 197-204.

Cook, Mark. 'Mirada y mirada mutua en encuentros sociales'.*Científico americano* 1977, 65: 328-333.

Costanzo, FS y col. 'Perfil de calidad de voz y emoción percibida'.
Revista de psicología de la consejería, 1969, 16: 27-30.

Curtis, Rebecca C. y Kim Miller. "Creer que le gustas o no le gustas a otro: comportamientos que hacen realidad las creencias".*Revista de personalidad y psicología social*, 1986, 51 (2): 284-290.

Day, ME 'Fenómeno del movimiento ocular relacionado con la atención, el pensamiento y la ansiedad'. *Habilidades motoras y perceptivas*, 1964, 19: 443-446.

Dion, K. y col. 'Lo que es bello es bueno.'*Revista de personalidad y psicología social*, 1972, 24: 285-290.

Eckman, P. y W. Freisen. "Detectar el engaño del cuerpo o la cara".
Revista de personalidad y psicología social, 1974, 29 (3): 294.

Eckman, P. y W. Freisen. 'Fuga no verbal y pistas de engaños'.
Psiquiatría, 1969, 32:99.

Efran, J. "Buscando efectos de aprobación en el comportamiento visual de la aprobación de personas que difieren en importancia". *Revista de personalidad y psicología social*, 1968, 10: 21-25.

Efran, MG 'El efecto de la apariencia física en el juicio de culpa, atracción interpersonal y severidad del castigo recomendado en una tarea de jurado simulada'. *Diario de personalidad*, 1974, 8: 45-54.

Goguen, JA y C. Linde. 'Metodología lingüística para el análisis de accidentes de aviación'. Informe de la Subdivisión de Información Científica y Técnica de la Administración Nacional de Aeronáutica y del Espacio, 1983.

Griffitt, W. y R. Veitch. 'Caliente y hacinamiento: Influencia de la densidad y la temperatura de la población en el comportamiento afectivo interpersonal'. *Revista de personalidad y psicología social*, 1971, 17: 92-98.

Griffitt, W. y T. Jackson. 'La Influencia de la Información sobre Habilidad y No Habilidad en las Decisiones de Selección de Personal'. *Informes psicológicos*, 1970, 27: 959-962.

Haase, R. y D. Tepper. 'Componentes no verbales de la comunicación empática'. *Revista de psicología de la consejería*, 1972, 19: 417-424.

Kellerman, Joan y col. 'Mirar y amar: los efectos de la mirada mutua en los sentimientos del amor romántico'. Realizado en el Centro de Investigación y Tratamiento de Agorafobia de Nueva Inglaterra. *Revista de investigación en personalidad*, 1989, 23 (2): 145-161.

Kleinke, C. y col. 'Efectos de la mirada, el tacto y el uso del nombre en las evaluaciones de las parejas comprometidas'. *Revista de investigación en personalidad*, 1972, 7: 368-373.

Major, Brenda, et al. 'Atractivo físico y autoestima: atribuciones por elogios de otro evaluador sexual'. *Boletín de Personalidad y Psicología Social*, 1984, 10 (1): 43-50.

Maslow, AH y NL Mintz. 'Efectos de los entornos estéticos'. *Revista de psicología*, 1956, 41: 247-254.

Richards, J. Heuer, Jr. 'Factores cognitivos en el engaño y contra el engaño'. *Engaño militar estratégico*, 1982. Editado por Donald C. Daniel y Katherine L. Herbig. Nueva York: Pergamon Press.

Secord, Paul F. 'Rasgos faciales y procesos de inferencia en la percepción interpersonal'. *Percepción personal y comportamiento interpersonal*, 1958. Editado por R. Taguiri y L. Petrullo. Stanford: Prensa de la Universidad de Stanford.

Stodgill, R. 'Factores personales asociados con el liderazgo: una revisión de la literatura'. *Revista de psicología*, 1948, 25: 35-71.

Walsh, Debra G. y Jay Hewitt. 'Dando a los hombres el atractivo: efecto del contacto visual y la sonrisa en un ambiente de bar'. *Habilidades motoras y perceptivas*, 1985, 61 (3, Parte 1): 873-874.

Wellens, A. Rodney. 'Cambios en la frecuencia cardíaca en respuesta a cambios en la mirada interpersonal de otras personas a las que les agrada y a las que no les agradan'. *Habilidades motoras y perceptivas*, 1987, 64 (2): 595-598.

Artículos, cintas de audio y boletines informativos

Bakin, P. "Los ojos lo tienen". *Psicología Hoy*, Abril de 1971, 67.

Sesiones informativas de comunicación Boletín informativo. Alexandria, Va.: Capitol Publications, Inc.

Eckman, P. "La sonrisa universal, los músculos faciales hablan todos los idiomas". *Psicología Hoy*, Septiembre de 1975.

Goleman, Daniel. 'El diseño del cerebro emerge como clave para las emociones', citando al Dr. Joseph LeDoux, psicólogo del Centro de Ciencias Neuronales de la Universidad de Nueva York. *New York Times*, 15 de agosto de 1989.

Goleman, Daniel. 'Gente que lee a la gente'. *Psicología Hoy*, mes de julio 1979, 66-78.

Hess, Eckhard. 'El papel del tamaño de la pupila en la comunicación'. *Científico americano*, 1965, 233: 110-119.

Lowndes, Leil. *Confianza en la conversación*. Casetes de audio. San Clemente, Calif .: Verbal Advantage, 1996.

Mackey, Terry W. 'Selección del jurado: desarrollo del tercer ojo'. *Juicio*, Octubre de 1980, 22-25.

Sacks, Harvey y col. 'Una sistemática más simple para la organización del turno de conversación'. *Idioma*, 1974, 50/4: 696-735.

Schulman, J. y col. 'Receta para un jurado'. *Psicología Hoy*, 1963, 6: 37-44.

Tracy, Brian. *La psicología de la venta*. Cintas de audio. Niles, Ill .: Nightingale-Conant Corporation.

Wetzel, Patricia. '¿Son las estrategias de comunicación impotentes la norma japonesa?' *Lenguaje en la sociedad*, 1988, 17: 555-564.

Zorn, E. 'Aquí te estamos mirando: ¿Es tu rostro un verdadero perfil de personalidad?' *Chicago Tribune*, 13 de mayo de 1981, 18.

About the author

Leil Lowndes, una 'sobreviviente' de la timidez, es una experta en comunicaciones de renombre internacional que entrena a los altos ejecutivos de las compañías Fortune 500, así como a los empleados de primera línea, para que se conviertan en comunicadores más efectivos. Ha hablado en prácticamente todas las ciudades importantes de EE. UU. Y lleva a cabo seminarios de comunicación para el Cuerpo de Paz de EE. UU., Gobiernos extranjeros y corporaciones importantes. Además de cautivar al público en cientos de programas de radio y televisión, su trabajo ha sido aclamado por la *New York Times*, la *Chicago Tribune* y *Hora* revista. Sus artículos han aparecido en revistas profesionales y publicaciones populares como *Redbook*, *Mujer nueva*, *Psicología hoy*, *Penthouse* y *Cosmopolita*. Con sede en la ciudad de Nueva York, es autora de cuatro libros, incluido el más vendido *Cómo hablar con cualquiera* y *Cómo hacer que alguien se enamore de ti*.

Si te encuentras con algunos pequeños trucos de Grandes Ganadores en tu vida, compártelos con Leil, para que ella pueda compartirlos con otros, como se acredita en su próximo libro, por supuesto, para ti.

La dirección postal de Leil es Applause, Inc., 127 Grand Street, Nueva York, NY 10013.

O envíele un correo electrónico a leil@lowndes.com

La dirección del sitio web de Leil es <http://www.lowndes.com>

Derechos de autor

HarperElement
Una huella de HarperCollins*Editores*
77-85 Fulham Palace Road
Hammersmith, Londres W6 8JB

www.harpercollins.co.uk



y HarperElement son marcas comerciales de HarperCollins*Editores* Limitado

Publicado por primera vez por Thorsons 1999
Esta edición publicada por HarperElement 2014

© Leil Lowndes 1999, 2014

Diseño de diseño de portada © HarperCollins*Editores* Ltd 2014

Un registro del catálogo de este libro está disponible en la Biblioteca Británica.

Si bien se ha hecho todo lo posible para rastrear a los propietarios del material con derechos de autor reproducido en este documento y obtener los permisos, los editores desean disculparse por cualquier omisión y estarán encantados de incorporar los agradecimientos en cualquier edición futura de este libro.

Leil Lowndes afirma el derecho moral a ser identificado como el autor de este trabajo

Todos los derechos reservados bajo las convenciones internacionales y panamericanas de derechos de autor. Mediante el pago de las tarifas exigidas, se le ha concedido la

Derecho no exclusivo e intransferible de acceso y lectura del texto de este libro electrónico en pantalla. Ninguna parte de este texto puede reproducirse, transmitirse, descargarse, descompilarse, someterse a ingeniería inversa o almacenarse o introducirse en ningún sistema de recuperación de almacenamiento de información, de ninguna forma ni por ningún medio, ya sea electrónico o mecánico, ahora conocido o inventado en el futuro, sin el permiso expreso por escrito de los libros electrónicos de HarperCollins.

Obtenga más información sobre HarperCollins y el medio ambiente en
www.harpercollins.co.uk/green

Fuente ISBN: 9780722538074 Edición de
libro electrónico © 2014 ISBN: 9780007369867
Versión: 2014-01-14

Sobre el editor

Australia

HarperCollins Publishers (Australia) Pty. Ltd.
Nivel 13, 201 Elizabeth Street
Sídney, NSW 2000, Australia
<http://www.harpercollins.com.au/ebooks>

Canadá

HarperCollins Canadá
2 Bloor Street East - 20th Floor
Toronto, ON, M4W, 1A8, Canadá
<http://www.harpercollins.ca>

Nueva Zelanda

HarperCollins Publishers (Nueva Zelanda) Limited
Apartado de correos 1
Auckland, Nueva Zelanda
<http://www.harpercollins.co.nz>

Reino Unido

HarperCollins Publishers Ltd.
77-85 Fulham Palace Road
Londres, W6 8JB, Reino Unido
<http://www.harpercollins.co.uk>

Estados Unidos

HarperCollins Publishers Inc.

10 East 53rd Street

Nueva York, NY 10022

<http://www.harpercollins.com>