



Libro **Cómo conectarse en los negocios en 90 segundos o menos**

Use la empatía con propósito para crear relaciones instantáneas, mejorar la comunicación, aumentar las ventas y maximizar cada oportunidad de negocios

Nicholas Boothman
Workman Publishing, 2002
También disponible en: Inglés

Reseña

Parece que algunas personas brillan en todos los entornos sociales y hacen que cada individuo a quien tratan se sienta la persona más importante. Para mucha otra gente, conocer extraños y tratar de causar una buena impresión puede resultar aterrador – pero no tiene por qué serlo. El consultor corporativo Nicholas Boothman explica que cada reunión y cada interacción conllevan una oportunidad. Aprender a maximizar esa oportunidad es crucial para el éxito en los negocios y en la vida. Boothman enseña las habilidades necesarias para crear conexiones instantáneas, desde establecer contacto visual hasta sonreír cálidamente y llegar a un firme apretón de manos. Profundiza en áreas como la apariencia, el estilo conversacional y los métodos para dar y recibir retroalimentación. Aunque el contenido es bastante elemental, *BooksInShort* recomienda este sencillo y ameno libro a todo aquel que quiera aprender a socializar.

Ideas fundamentales

- Usted puede aprender a dar una primera impresión que funcione a su favor.
- Toda reacción, ya sea positiva o negativa, proporciona una retroalimentación que resulta esencial.
- El acrónimo “KFC” (por sus siglas en inglés) ayuda a recordar los componentes de la buena comunicación.
- Significa: K – “sepa qué quiere”; F – “determine qué está obteniendo”, y C – “cambie lo que hace hasta obtener lo que quiere”.
- Use su apariencia, lenguaje corporal y voz para crear una impresión positiva.
- El lenguaje corporal es el encargado de comunicar la mayor parte de la información a otros.
- La mayoría de las personas depende mucho de “la vista, el oído y el tacto”.
- Las cuatro categorías de personalidades son “soñadores, analizadores, persuasivos y controladores”.
- Defina su “gran idea” personal, luego encapsúlela en un “comercial de diez segundos” que explique su trabajo.
- Socializar, charlar y conectarse con otros son habilidades esenciales que se pueden aprender.

Resumen

“Las reglas de Muldoon”

Francis Xavier Muldoon era el exitoso y dinámico gerente de publicidad de la revista *Woman* en el Reino Unido. Su “Evangelio según Muldoon” es un conjunto de lineamientos para crear relaciones, que incluye el principio “las primeras impresiones dan la pauta para el éxito, a menudo más que la clase, la trayectoria profesional, el nivel educativo o la cuenta del restaurant”. Explica tres reglas principales para la interacción social:

1. **“Mire a la gente a los ojos y sonría”** – Nunca subestime la importancia del contacto visual. Los ojos comunican una gran cantidad de información, antes de que usted abra la boca. Pueden indicar confianza, emitir autoridad o irradiar hostilidad. Esté consciente de los mensajes que envían sus ojos. Recuerde que una sonrisa puede abrir miles de puertas, porque transmite que uno es amable y no amenazador.
2. **“Intégrese – conviértase en camaleón”** – Las personas se sienten atraídas por quienes actúan y piensan como ellas y, por lo tanto, las hacen sentirse cómodas. Instintivamente, los seres humanos tienden a imitar las conductas de otros. Convertirse en camaleón significa alinear sus conductas y actitudes con las

acciones de otros para tener conexión.

3. **“Capture la imaginación y capturará el corazón”** – No diga a las personas lo que deben pensar o sentir. En vez de eso, obtenga las respuestas emocionales que desea, apelando a su imaginación con “abundante lenguaje sensorial”.

Persuasión y comunicación

Muldoon dice: “La coerción es hacer que las personas hagan lo que uno quiere; la persuasión es hacer que quieran hacer lo que uno quiere que hagan”. Para persuadir a la gente, primero cree confianza, luego presente una razón lógica y apele a sus sentimientos. En ventas, este proceso implica vincular su producto o servicio con las necesidades, sueños y deseos de las personas.

“En los primeros momentos de una reunión, usted se conecta con los instintos y la naturaleza humana de una persona – es decir, sus respuestas innatas”.

¿Cómo puede saber si se está logrando comunicarse? Primero, determine si está alcanzando la respuesta que desea. Por ejemplo, si pidió a su equipo cumplir con una fecha límite importante y éste no lo hace, no logró una buena comunicación. Sin embargo, si no obtiene buenos resultados, no se dé por vencido, sino vea la situación como una oportunidad de retroalimentación sobre sus métodos de comunicación. “Todo comportamiento es un ciclo de retroalimentación”; por eso, cuando algo no funciona, evalúe, adapte y vuelva a intentar. El acrónimo “KFC” (por sus siglas en inglés) ayuda a recordar los tres elementos cruciales de la buena comunicación.

1. **K (Know)** – “Sepa qué quiere”.
2. **F (Find)** – “Determine qué está obteniendo”.
3. **C (Change)** – “Cambie lo que hace hasta obtener lo que quiere”.

“Aprender a socializar con éxito y a conectarse con otros, e incluso a charlar para conocerlos mejor, en parte es como aprenderse el guión de una obra”.

Incluso puede aplicar el proceso KFC para encontrar su estilo único. Empiece por preguntarse: “¿Qué mensaje quiero enviar con mi manera de vestir?”. El mejor atuendo de negocios insinúa tanto “autoridad” como “accesibilidad”. Experimente con distintas imágenes hasta que encuentre las que funcionan mejor para usted; hasta podría contratar un comprador personal o un consultor sobre la moda.

¡En un instante!

Los seres humanos intuitiva y rápidamente evalúan a la gente cuando la conocen. En menos tiempo que canta un gallo, uno decide si confiar o no en un extraño. Puede usar favorablemente los “juicios instantáneos” que otros hacen sobre usted. Las expresiones, el lenguaje corporal, la actitud y la voz que usted tenga pueden ayudarlo a crear buenas impresiones y conexiones sólidas que llevan al éxito en los negocios.

“Somos más exitosos cuando nos adaptamos a las circunstancias”.

Promueva un juicio instantáneo de elogio al usar el lenguaje corporal y expresiones faciales para irradiar salud, exuberancia y energía positiva. Antes de acercarse a alguien nuevo, dígame a sí mismo algo optimista que lo ayude a sonreír de manera genuina. Por ejemplo, repita la palabra “gran” varias veces. Durante la presentación, tome nota del color de los ojos de la otra persona (lo que ayuda a garantizar buen contacto visual). Para promover “la confianza y la comodidad”, póngase de pie de manera que su corazón esté directamente frente a la otra persona – pero no invada su espacio personal. Haga una “pregunta que rompa el hielo” como: “Disculpe, ¿puedo preguntarle algo?” Siempre alinee su actitud, postura y tono con la de su contraparte.

Adopte un poco de pose

Su actitud, ya sea feliz y cordial, o enojada y arrogante, es lo primero que notan las personas acerca de usted. Puede cambiar su lenguaje corporal para proyectar una pose específica. Intente este experimento: Elimine el sonido cuando vea al comediante Jay Leno presentar un programa o entrevista en la TV. Obsérvelo: ¿Lo hace sonreír aunque no puede oír sus chistes? Leno logra ese efecto mediante el lenguaje corporal y las expresiones faciales.

“En los negocios, la medida de la comunicación eficaz está en la respuesta que se obtiene”.

Las personas envían mensajes y reaccionan ante ellos tanto física como verbalmente. Conéctese mejor con la gente al hacer consciente su lenguaje corporal. El lenguaje corporal “abierto” indica que usted es accesible, mientras que el lenguaje corporal “cerrado” transmite un mensaje poco amigable. Trate de ser “congruente” al sincronizar las “tres Vs”: “lo visual, lo vocal y lo verbal”. Haga que su lenguaje corporal sea congruente con su mensaje verbal. Si permite que estos elementos choquen entre sí, confundirá a la gente.

“Las actitudes son reales y se pueden seleccionar conscientemente”.

La retroalimentación completa el ciclo de comunicación. Ofrecer retroalimentación ayuda a las personas a sentir que las escucha y procesa lo que dicen. Responda físicamente acercándose, afirmando con la cabeza, sonriendo y riendo, y estrechándose las manos o moviéndolas. Este tipo de retroalimentación da profundidad y emoción a una conversación.

“Hable el lenguaje del cerebro”

El lenguaje principal del cerebro humano está hecho de “imágenes, sonidos y sentimientos”. Las etiquetas, en forma de palabras, vienen más tarde. El cerebro “no puede procesar imágenes negativas”. Por ejemplo, trate de verse no haciendo algo, como por ejemplo, “no pateando a un perro”. Sólo le será posible visualizarse “haciendo algo distinto”, como acariciando al perro o estando de pie a su lado”. Esto es porque el cerebro sólo puede procesar ideas positivas. Utilice este conocimiento a su favor, seleccionando lenguaje positivo cuando hable con otros. Por ejemplo, diga: “Es un placer” en vez de “no hay problema”.

“Si desea motivar o persuadir, sustente sus mensajes en imágenes, sensaciones físicas o sonidos”.

La mayoría de la gente depende mucho de “la vista, el oído o el tacto”. Las “personas visuales” quieren saber cómo se ven las cosas. Tienden a vestir bien, sentarse derechas, y repudian el desorden y la revuelta. “Las personas auditivas” aprecian las palabras y las voces. Responden con sensibilidad al ruido, hablan rítmicamente e incluso pueden “votar [la] cabeza hacia un lado cuando escuchan”. Las “personas cinéticas” experimentan las cosas mediante el tacto y les gusta ser prácticas. Se visten cómodamente, y usan texturas y telas diversas.

Usted tiene una personalidad

Las personas tienden a tener por lo menos una de cuatro categorías de personalidad:

1. **“Soñadores”** – Los soñadores son generadores de ideas. Tienden a ser creativos, y a pensar fuera de lo establecido. En un ambiente laboral, operan mejor cuando se les da espacio y libertad para explorar e innovar.
2. **“Analizadores”** – Estas personas examinan las ideas para ver si funcionan. A menudo están “orientadas al detalle” y son metódicas.
3. **“Persuasivos”** – Los persuasivos son buenos comunicadores que pueden transmitir el valor de una idea.
4. **“Controladores”** – Estas personas siguen una idea hasta su realización. Son personas orientadas a resultados y trabajadores sensatos.

“Las otras personas son su mayor recurso”.

Cada uno de estos tipos de personalidad tiene fortalezas y debilidades. Por ejemplo, un soñador sin un plan puede parecer disperso o indeciso. En ocasiones, los analizadores pueden parecer demasiado críticos. Los persuasivos pueden exagerar sus casos o monopolizar la conversación. Y los controladores pueden volverse cerrados y rechazar las aportaciones de otros.

Misión cumplida

La declaración de la misión de muchas compañías es increíblemente imprecisa, difícil de recordar o poco inspiradora. Sin embargo, los ejecutivos que entienden el valor de asumir una posición fuerte pueden crear una forma condensada de su declaración de la misión, conocida como la “declaración de la gran idea”. Una gran idea describe la razón de ser de la empresa y explica su impacto. Puede agregar profundidad y colorido al objetivo de una organización, encapsular su verdadero carácter e inspirar a sus empleados. Por ejemplo, la declaración de la gran idea de Wal-Mart dice: “Damos a la gente ordinaria la oportunidad de comprar las mismas cosas que los ricos”. O la de Coca-Cola: “Refrescamos el mundo”.

“La manera más barata y eficaz de conectarse con otros es verlos a los ojos”.

Como empleado, escriba su propia gran idea para definir su aportación al trabajo. El trabajo es más que un cheque a fin de mes; entonces, ¿por qué hace lo que hace todos los días? Una vez que tenga su gran idea, escriba su “comercial de diez segundos”, lo que diría si tuviera que explicar su cargo a alguien más en sólo 10 segundos. Debe abarcar tres elementos: “lo que hace, para quiénes lo hace [y] cómo mejora las vidas de ellos”.

Conéctese para el éxito

Socializar y participar en redes son habilidades que se pueden desarrollar. Si la perspectiva de entrar a una sala llena de extraños hace latir más rápido su corazón y se le seca la boca, no se asuste. Una interacción amistosa y cálida es un proceso sencillo de cinco pasos:

1. **“Abra”** – Adopte una postura cordial y tenga una actitud abierta.
2. **“Vea”** – Mire a los ojos a la persona que está saludando.
3. **“Sonría”** – Use la sonrisa para indicar que es “seguro” y “honesto”.
4. **“Hable”** – Preséntese y preste atención al nombre de la otra persona.
5. **“Sincronice”** – Alinee su comunicación no verbal con la gente que conozca.

“Cuando da un apretón de manos, la gente emite un juicio inmediato sobre su carácter y nivel de confianza”.

Nunca subestime el poder de un apretón de manos. Refleja su carácter, así que hágalo “firme, rápido y respetuoso”. No espere que lo presenten; tome la iniciativa y preséntese usted mismo, y luego presente a otros. En los negocios, se acostumbra presentar a un subalterno a una persona con un cargo superior.

“Vístase para sentirse tan arriba que sienta que puede conquistar el mundo”.

Cuando conozca a alguien por primera vez, déjelo hablar. Eso lo ayudará a hacer una mejor conexión. Aliéntelo mediante preguntas abiertas que empiezan con frases del tipo: “¿Qué piensa usted de ... ?” o “cuénteme de ...”. Descubra intereses comunes y aprenda a involucrarse en una conversación más personal e íntima. Manténgase enfocado en la otra persona y comuníquese tanto con lenguaje corporal como con palabras. Muestre su curiosidad natural.

“Trate cada conexión que haga como si fuera la más importante que haya hecho jamás”.

Aprenda a “vincular” sus estados emocionales con la manera como se sienten los demás. Si las personas son indiferentes a sus ideas y usted quiere que les entusiasmen, empiece por despertar su curiosidad. Una vez que se muestren interesadas, puede guiarlas por la secuencia emocional hacia una mentalidad abierta, para que quieran escuchar lo usted tiene que decir. Después, contágielas con su entusiasmo.

Presentaciones: La última barrera

Muchas personas se estremecen con la idea de hablar en público. Para conectarse uno a uno en un gran auditorio, empiece por tener una postura abierta, hacer contacto visual, sonreír cálidamente y usar un lenguaje corporal y tonos de voz que sean atractivos. Sólo tiene alrededor de 90 segundos para entablar contacto con el público; su primera actitud es la que cuenta. Permita que afloren sus sentimientos y su entusiasmo. Por último, haga lo que han hecho durante siglos los grandes

oradores del mundo: utilice historias, fábulas, anécdotas y metáforas para cautivar la imaginación de su público.

Sobre el autor

Nicholas Boothman es el fundador de la empresa consultora Corporate Images y autor de *How to Make People Like You in 90 Seconds or Less*. También es un popular conferencista sobre cómo conectarse y crear relaciones.
