

LA VIDA ES UN NETWORK



Elia García Saura. Socia Fundadora de G&GS Marketing Jurídico Asesores.
www.marketingjuridicoasesores.com.

Ya en los comienzos de mi carrera profesional, en el mundo del marketing aprendí el concepto de la relación transversal a través de un organigrama jerarquizado: necesitaba conseguir que los jefes de otros departamentos “trabajasen para mí” en proyectos de medio plazo, incluso de largo. Los “product managers (PM’s)” teníamos la obligación de diseñar y ejecutar la orientación al mercado de la empresa; eso sí, sin contar con la autoridad jerárquica para “mandar hacer”, así que empecé a relacionarme fuera de mi círculo inmediato.

Luego, con el cambio a una multinacional que abarcaba varios sectores, seguí trabajando mi red de contactos, esta vez incluso en entornos nuevos donde nos juntábamos los mandos intermedios y directivos de departamento de ambos mundos. Me acordaré siempre de cómo me miraban mis homónimos, el resto de PM’s: ¡la que más gente conocía y a quien conocían era a mí!, ¡claro!, me apuntaba a todo lo que nos facilitaba el holding: cursos, encuentros, semanas de trabajo en un hotel y seminarios donde nos encontrábamos trabajadores de varios mundos, compartíamos experiencias y aprendíamos diferentes visiones y maneras de hacer. Sin saberlo estaba trabajando mi red, estaba haciendo networking.

La propia palabra inglesa significa: “trabajando la red”. La llevamos utilizando desde hace bastantes años, incluso antes de que las redes sociales y profesionales en internet se convirtieran en una herramienta imprescindible.

La red, entendida como la tela que teje una araña, se debe ir trabajando con constancia y paciencia. Puede tener varios recorridos/superficies/círculos: familia, amigos, trabajo, asociación deportiva, vecindario...

Estamos diciendo que hacer networking no es agregar contactos,

cuantos más mejor, en las redes sociales. **Trabajar la red de contactos es más que eso. Hay que cuidar esa tela de araña, prestarle atención, fortalecerla.**

Como decía, hago networking desde hace mucho tiempo, antes incluso de que supiese ninguna palabra

en inglés. Puede decirse que soy una persona sociable; mis intenciones cuando me doy a conocer y mantengo el contacto son sinceras, altruistas y positivas.

No basta con agregar contactos a nuestras redes sociales, sea en internet o fuera de ella. Hay que

“Trabajar la red de contactos es más que eso. Hay que cuidar esa tela de araña, prestarle atención, fortalecerla”



tener un plan de trabajo, unos objetivos concretos en cada caso.

Puede que el objetivo de moverse por la red sea diferente en cada momento de nuestras vidas, en cada circunstancia, en cada proyecto, sea profesional o personal. Lo que sí es cierto es que debemos tener un objetivo. Y éste es de largo recorrido, tiene miras a largo plazo. Hacer networking no funciona con objetivos a corto plazo. Mi objetivo primario es enriquecerme como persona y como profesional, buscando nuevos enfoques y culturas; mi objetivo secundario profesional (para concretar) es contar con una red de apoyo a proyectos y a la captación de clientes.

“La clave es tener una base sólida en nuestra red de contactos para que encontremos una solución satisfactoria a través de ella”

Algunos ejemplos ilustrativos donde es bueno **tener trabajada la red de contactos**:

- *En el entorno personal/familiar*: encontrar de urgencia canguro para mis hijos una noche concreta.
- *En el entorno de empresa*: que alguien me sustituya en esa reu-

nión importante porque operan a un familiar directo y no puedo asistir.

- *En el entorno profesional*: necesito un abogado-colaborador externo que me lleve los temas económicos-procesales de forma impecable para mis clientes, que me contratan para temas laborales.

“Ser generoso y compartir es la regla básica e imprescindible para el buen networking”

En estos tres ejemplos, hay una implicación personal, una necesidad directa de cierta relevancia, debo encontrar una solución que me afectará directamente.

Aquí entra en funcionamiento el networking. Imaginemos la solución en cada ejemplo anterior:

- Llamo a mi cuñada, me dice que tiene una prima segunda (de la mujer de su hermano) que se dedica a estas cosas, la llama enseguida, lo averigua (referencias) y me dice algo. Al cabo de 2 horas está todo solucionado.
- Mi compañero de despacho, a pesar de que no lleva esa cuenta, conoce el asunto y se ofrece a sustituirme, ya que colaboramos codo con codo en el despacho y sabe cómo llevo los temas. Yo ya lo hice por él en alguna ocasión.
- Contacto con los compañeros de aquel seminario en el colegio de abogados de mi provincia, que seguro conocen a alguien de confianza: así es, uno de ellos contacta con su propia red y en 24 horas ya tengo un par de colaboradores posibles.

¿Podríamos haber solucionado nuestras necesidades solos? Probablemente, pero ¿cuánto habríamos tardado y con qué grado de confianza de óptima resolución del problema lo habríamos llevado a cabo?

La clave es tener una base sólida en nuestra red de contactos para

que, independientemente de cuál sea la complejidad de nuestra necesidad, encontremos una solución satisfactoria a través de ella. Seamos muy o poco extrovertidos según nuestra personalidad, crear esa red de contactos es algo innato al ser humano, y debemos fomentarlo.

CENTRÉMONOS EN EL ENTORNO PROFESIONAL

El objetivo siempre es relacionarnos con personas que de alguna manera nos puedan servir de contacto-sinapsis-transferencia de contacto para colaboraciones futuras o nuevas oportunidades profesionales, es decir: **el contacto establecido en una acción de networking nos facilita directa o indirectamente una relación en la que todos ganamos.**

Networking profesional en acción- Trabajar la Red: Además de atender a los clientes por teléfono, en salas de reuniones del bufete, o desde detrás de la mesa de nuestro despacho, hay que salir fuera y relacionarse. Y lo podemos hacer en persona y a través de internet.

Medios off-line y on-line en los que hacer networking profesional:

- En eventos organizados por asociaciones, colegios profesionales, escuelas de negocios, empresas y organismos públicos.
- En las ferias profesionales.
- En cursos externos de formación.
- En redes sociales, el llamado networking 2.0: linkedIn, twitter, Facebook, Google+, xing, etc.
- En foros profesionales por internet, blogs,...
- Café&Law: nuevo encuentro de networking en acción, organizado por G&GS. El primero se realizó en Barcelona el pasado mes de febrero. ¡Vamos a por el segundo en abril!

Reglas básicas para ejercer un buen networking:

- **Ser auténtico**, no engañar. Si queremos que confíen en nosotros debemos presentarnos tal y como somos. Ya lo dice el refrán: “*se pillan antes a un mentiroso que a un cojo*”. Y si nos pillan mintiendo, nuestra reputación se esfuma en milésimas de segundo, y por mucho tiempo.
- **Escuchar**, estar atento a lo que nos dice el otro, respetar sus tiempos. Empatía.
- **Presentarnos de manera amable**. Se utiliza mucho el **elevator speech (o elevator pitch)**. Sí, sí, un término anglosajón, cómo

“El contacto establecido en una acción de networking nos facilita directa o indirectamente una relación en la que todos ganamos”

no. El discurso que daríamos a un desconocido para presentarnos en lo que dura el viaje en un ascensor.

- Si estamos en un encuentro personal, llevaremos nuestras **tarjetas de visita**. Deben dar a conocer nuestro perfil y permitir localizarnos enseguida.
- A partir del primer encuentro personal: **dar las gracias**, por email o por teléfono, y **conectarnos** en las redes profesionales que ya compartimos, para continuar relacionándonos por estos medios.
- **Dar antes que recibir**: es como una cadena circular de favores. **Ser generoso y compartir es la regla básica e imprescindible para el buen networking**. Aquí no aplicamos con la misma persona el *quid pro quo*, si no que en esa interacción de redes entre todos, los conectados atenderemos y nos atenderán.
- **Ser paciente**: obtendremos resultados más allá del hoy. Es como sembrar para recoger. Hemos de dejar de pensar en la inmediatez de los objetivos buscados con esta



manera de relacionarse, ya que generar conocimiento y confianza es una cuestión de tiempo y, sobre todo, de esfuerzo. Sin prisa, pero sin pausa.

Por último hemos de recordar que en la profesión de abogado, no todo es servicio jurídico facturable. Hay que saber encontrar el justo equilibrio entre acciones de networking y de tra-

bajo directo que facturamos. De ahí la importancia de saber cuáles son nuestros objetivos en networking y cómo los vamos a alcanzar, a través de qué tipo de estrategias y planes de acción. En el equilibrio está el éxito. Sentido común siempre.

Podemos decir, en conclusión, que la vida profesional también es un network. ■

BIBLIOGRAFÍA

www.bdifusion.es

BIBLIOTECA:

- SÁNCHEZ- STEWART, NIELSON. *La profesión de Abogado. Relaciones con Tribunales, profesionales, clientes y medios de comunicación (Volumen II)*. Madrid. Ed. Difusión Jurídica. 2008.
- VVAA. *La voz del cliente en los despachos de abogados*. Madrid. Ed. Difusión Jurídica. 2010.

ARTÍCULOS JURÍDICOS:

- GARCÍA RAMÍREZ, JULIO. *Habilidades del abogado eficaz*. Economist & Jurist N° 88. Marzo 2005.
- GARCÍA RAMÍREZ, JULIO. *Técnicas: cómo ampliar nuestras posibilidades profesionales*. Economist & Jurist N° 157. Febrero 2012.