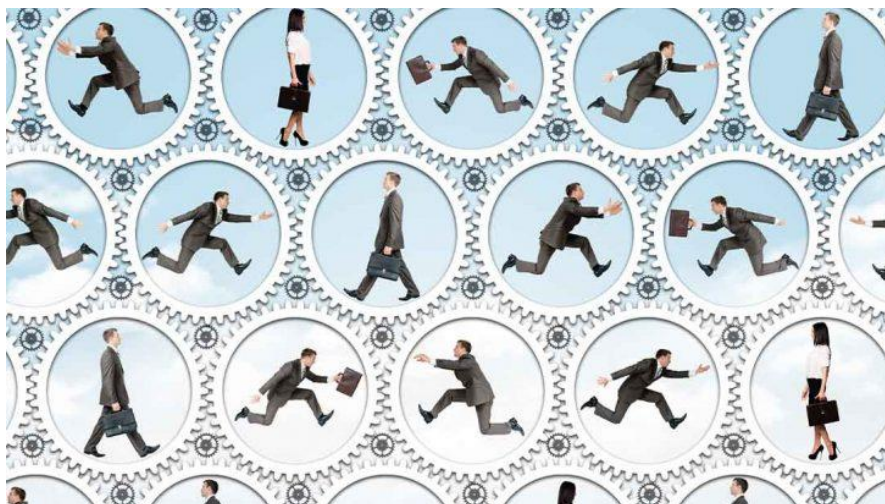




No reinventes la rueda

Dr. Ivan Misner

Como empresarios y networkers, e incluso en nuestra vida personal, a menudo hacemos las cosas más difíciles de lo necesario. En el mundo de los negocios, hay infinitas oportunidades de aprender de los éxitos y errores de otros que se han aventurado en las aguas empresariales antes que nosotros. Hay una gran cantidad de técnicas probadas, para la comunicación, las ventas y las prácticas empresariales en general. De hecho, hay tantas que algunas parecen demasiado simples para ser realmente eficaces.

Entonces, ¿Qué hacemos?

Las reevaluamos, las "mejoramos" y las complicamos en exceso. Y lo que es peor, a veces abandonamos el método anterior e intentamos empezar de nuevo desde cero. Sin embargo, lo único que conseguimos es hacer las cosas más difíciles de lo que realmente son.

A menudo, nos creemos más listos que los que nos precedieron. Tal vez nuestro ego nos impide escuchar a los que tienen más experiencia. El problema de reinventar la rueda es que nos expone al peligro de que la historia se repita.

Uno de los mayores errores que comete la gente en los negocios y en las ventas es no escuchar a los que tienen experiencia. Por alguna razón, asumen que ellos mismos saben más y la verdad es que no es así. No hay nada como la experiencia; supera a la educación todos los días de la semana. Lo único mejor es una combinación de educación y la voluntad de aprender de las experiencias de los demás.

Evita la zona de peligro:

Estas son tres señales de advertencia comunes de que puedes estar cayendo en la zona de peligro de reinventar la rueda o repetir el trabajo.

En lugar de resolver un problema, te inventas nuevas funciones para ocultarlo.

En primer lugar, es un mal servicio al cliente añadir funciones para intentar distraer de un problema conocido de un producto o servicio. En lugar de perder el tiempo inventando nuevas características sobre un problema antiguo, invierte el tiempo en investigar el problema antiguo y haz pequeños cambios en las características existentes para elevar el producto.

Cuando algo con historia no funciona a la perfección, piensas que podría ser más fácil empezar de nuevo.

Sin duda, siempre hay una razón por la que las cosas llegaron a donde están actualmente. En lugar de borrar todo el trabajo de los que te precedieron, investiga un poco. Habla con tus predecesores y conoce las motivaciones que llevaron a las decisiones que crearon la situación actual. Lo más probable es que descubras el problema principal y puedas hacer movimientos estratégicos para abordar la cuestión, en lugar de empezar de nuevo.

Olvidas que la rueda que estás pensando en reinventar es una rueda común a la que se enfrentan muchos empresarios.

¿Tu rueda es única para ti? ¿O es algo a lo que se enfrentan otros en tu profesión? Si es esto último, es muy posible que muchas otras personas también estén trabajando para reinventar esa rueda ahora mismo. Tal vez se trate de una práctica empresarial estándar en tu campo que simplemente no funciona. En lugar de dedicar recursos, como tiempo y dinero, para abordarlo por tu cuenta, investiga si hay un grupo en tu campo que ya esté explorando el tema. Si estás trabajando para crear nuevos caminos al mismo tiempo que otros intentan hacer lo mismo, es probable que puedas trabajar más eficazmente en equipo y evitar el desperdicio de valiosos recursos.

Las ideas simples pueden tener un gran impacto:

Hay muchas técnicas de venta básicas que un vendedor de éxito sabe que son eficaces. No buscan algo más complicado porque saben por su propia experiencia, y por la experiencia de otros, lo que funciona en las ventas y lo que no funciona. Si has leído mi libro, "Masters of Sales", es posible que hayas leído cosas que parezcan demasiado sencillas para ser efectivas, o que hayas leído ideas que ya has escuchado antes. En lugar de descartarlas, estas tácticas e ideas deberían ser aceptadas. Los networkers y empresarios realmente exitosos aprenden del éxito de otras personas. Recuerda que a menudo las ideas más sencillas son las que tienen mayor impacto.