01/05/2012

ECONOMIST&JURIST

Redacción

La vida es un network

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

EN BREVE: 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 y compartíamos experiencias y aprendíamos diferentes visiones y maneras de hace ...

SUSCRÍBETE > para una conversión completa a PDF |