

# WIN

Las **claves esenciales** para convertir tu negocio en algo extraordinario

## Dr. Frank Luntz

¿Tienes aquello que se necesita para triunfar?

¿Qué lo que convierte un negocio en algo extraordinario?

¿Por qué es tan importante la manera de comunicar un mensaje?

¿Cuáles son los 9 principios del éxito?

El prestigioso autor de La palabra es poder, Frank Luntz, considerado uno de los más renombrados analistas políticos de Estados Unidos, nos enseña en este libro las principales claves del triunfo, y lo hace con ejemplos reales de empresas, personas y políticos que han alcanzado lo más alto; los más conocidos y más respetados dentro y fuera del mundo de los negocios.

Una obra imprescindible para participar en el concurso de la vida, en el que la gente juega para ganar.

### FICHA TÉCNICA

Título: Win

Subtítulo: Las claves esenciales para convertir tu negocio en algo extraordinario

Autor: Dr. Frank Luntz

Colección: Fuera de colección

Precio: 19,90 €

Páginas: 368

Fecha de publicación: 10 de abril de 2012

## TRIUNFAR: LOS 9 PRINCIPIOS DEL ÉXITO

Según Frank Luntz, «triunfar significa llegar a lo más alto y hacer cosas sin precedentes. Significa transformar y revolucionar completamente los procesos, los productos e incluso las personas. Significa crear un impacto que le sobreviva a uno durante muchos años».

Win es un análisis sin precedentes de la comunicación eficaz en Estados Unidos tal como lo ven los grandes comunicadores del país. Hay decenas de libros de negocios que le ofrecen la receta mágica o que le indican cómo aprovechar el momento, pero en realidad no le dicen la manera de hacerlo. Este libro enseña poniendo de relieve ejemplos reales de empresas, personas y políticos que alcanzan lo más alto, y examina lo que podemos aprender de lo que dicen, de cómo lo dicen y de por qué lo dicen. En última instancia, la vida es un concurso en el que la gente juega para ganar.

La obra aborda la filosofía, la estrategia y el lenguaje de la victoria desde la perspectiva de los mayores triunfadores de Estados Unidos, dentro y fuera del mundo de los negocios. Antes de continuar, conteste sí a dos sencillas preguntas: en primer lugar, ¿de qué manera desea triunfar?, y en segundo lugar, ¿está dispuesto a hacer lo necesario para pasar de lo normal a lo extraordinario?

El autor da nueve recetas para convertir una empresa en algo extraordinario:

1. Personas. Son lo más importante. Su empresa se dedica a las personas. El producto o servicio que ofrece es para ellas; por eso, debe comunicar muy bien a qué dedica su negocio y cómo éste va a solucionar o mejorar la vida de los individuos. A las preguntas ¿qué vende? o ¿cuál es su gran idea? debe responder, si es un bien intangible, con un «menos molestias» o «mejor calidad de vida».
2. Paradigmas transgredidos. Los triunfadores no son reformadores, son modificadores del juego. Existen tres características de la ruptura de paradigmas: la actitud de nunca conformarse con lo convencional; la práctica de la reinención con fines determinados, y la necesidad de utilizar una comunicación hábil para llevar a las personas en una nueva dirección.
3. Prioridades. Céntrese en lo importante, en lo que va a triunfar. No se puede tener éxito en todo. Así que priorice, esfuércese en lo que mejor haga, y el resto déjelo para los que lo saben hacer.
4. Perfección. Es imposible, pero es el objetivo de los triunfadores. «Sin un ferviente deseo de hacer lo que haces, es casi imposible encontrar la fuerza necesaria para luchar por la perfección».
5. Pactos. Esta parte es la de los socios, la del equipo que le va a acompañar en su empresa. Se puede alcanzar la cúspide gracias a la capacidad para asociarse. Los pactos consiguen el equilibrio adecuado que maximiza lo bueno y minimiza lo malo que cada parte aporta a la relación.
6. Pasión. El triunfador pone pasión en aquello que hace, es decir, transmite confianza en él mismo y en sus productos; su mensaje se basa en resultados y soluciones, y siempre llama a la acción.
7. Persuasión. Lo importante no es lo que usted dice, sino lo que la gente entiende (el gran lema de su libro La palabra es poder). «Aquellos que tienen éxito, no predicán, persuaden».
8. Persistencia. El triunfo se consigue a largo plazo, se trabaja en el tiempo. El reto es comunicar persistencia, incluso en los tiempos difíciles. «No me digas por qué no puedo hacerlo. Dime cómo puedo conseguir que se haga».
9. Principios. Perspectiva, moral, humanidad, decencia... Los triunfadores tienen en común que comparten unos rasgos humanos fundamentales. El éxito no lo es todo. Muchos han caído en desgracia porque conseguirlo era lo único en su vida.

## EL AUTOR

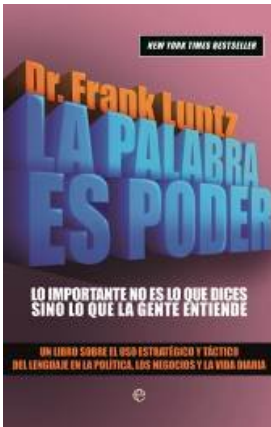


El doctor Frank Luntz fue nombrado «mejor especialista en sondeos de opinión de Estados Unidos» por el Boston Globe y, según The New York Times, «tiene una experiencia muy especial, de esa clase que se necesita hoy día». Es un hombre respetado por los responsables de las empresas de Fortune 100, los candidatos políticos, los grupos de presión pública y los líderes mundiales; prácticamente por todo aquel que quiere saber cómo decir las cosas de una manera mejor y más eficaz.

Ha supervisado más de mil doscientas encuestas y grupos de debate en veinte países y ha diseñado algunas de las campañas políticas y empresariales más relevantes de la última década. Colabora en diversos medios de comunicación, como The New York Times, The Washington Post, The Los Angeles Times y The Times.

Es autor de La palabra es poder, publicado con éxito por esta editorial.

## SU BESTSELLER



-NEW YORK TIMES BESTSELLER-  
UN LIBRO SOBRE EL USO ESTRATÉGICO Y TÁCTICO DEL LENGUAJE  
EN LA POLÍTICA, LOS NEGOCIOS Y LA VIDA DIARIA

Desvela cómo contar en cada ocasión con el lenguaje más eficaz. Tanto si el objetivo es aumentar las ventas de una empresa, ganar unas elecciones, inspirar a los empleados o conseguir un aumento de sueldo, hay que encontrar y saber utilizar las palabras adecuadas, porque lo importante no es lo que usted dice sino lo que la gente entiende.

Cómo transformar las meras palabras en un «arsenal» infalible es la enseñanza que usted encontrará en estas páginas. Palabras para influir, motivar, despertar emociones..., para marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso de una campaña publicitaria, un eslogan político o un mensaje personal.

Todos nos rendimos ante el poder del lenguaje, tanto si somos conscientes de ello como si no. Y uno de sus más destacados arquitectos nos cuenta las innumerables ventajas que puede proporcionarnos el hecho de transmitir con claridad lo que realmente queremos transmitir.