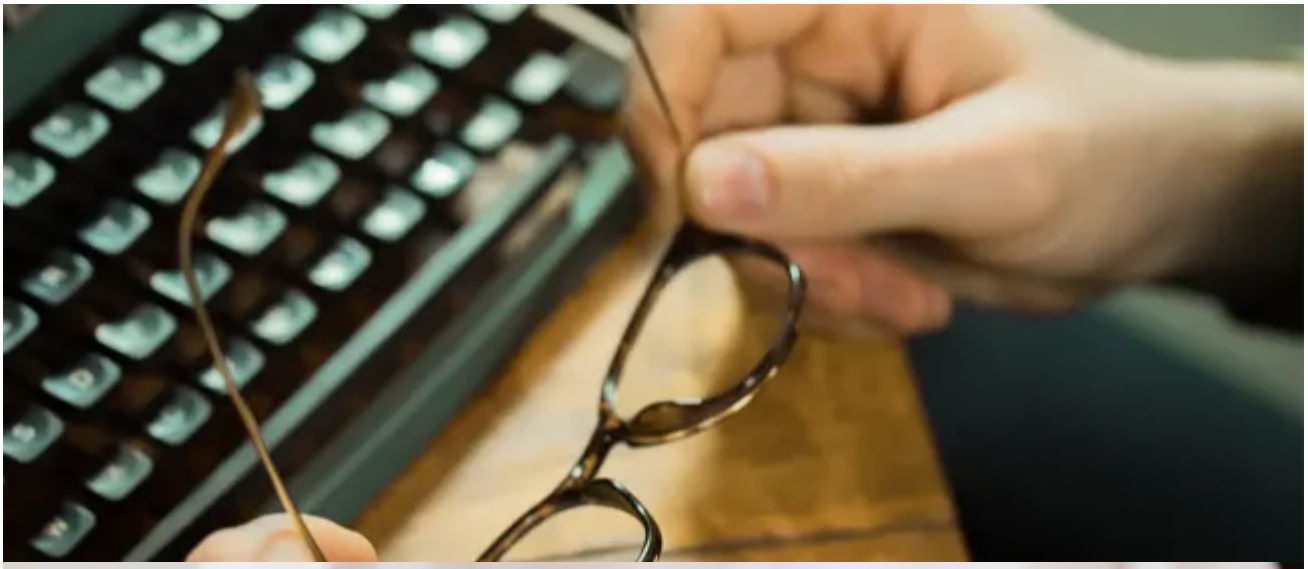
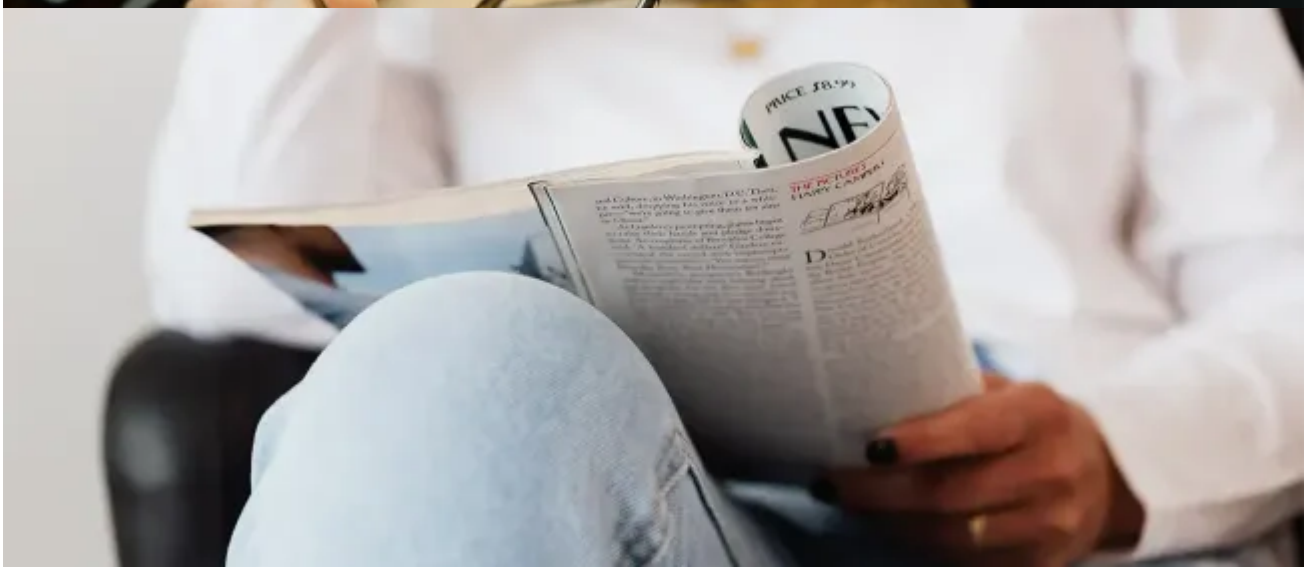
Cómo utilizar bien a un consultor político





Tiempo de lectura: 5 min.

Daniel Eskibel

Jue, 07/02/2019 - 19:27

La guía de Joseph Napolitan para utilizar bien a un consultor político

Joseph Napolitan, uno de los maestros de la consultoría política, escribió que muchos de los que contrataban sus servicios no sabían cómo utilizar bien un consultor político. Por eso Napolitan escribió una serie de recomendaciones muy útiles para candidatos, partidos políticos y jefes de campaña.

Comparto contigo las reflexiones de Napolitan sobre cómo utilizar bien a un consultor político:

1. El asesor político no debe ser considerado una amenaza

Es imperativo que los que trabajan con un consultor, en especial el jefe de campaña, sepan que él sólo tiene un propósito en la campaña: ayudar a ganar la elección. Todo el equipo de campaña debe entender que el consultor es un recurso a ser utilizado y no una amenaza a sus aspiraciones.

2. Determine las responsabilidades del asesor con antelación

Como existen diferentes tipos de consultores (generales y especializados), antes de contratarlo, deben quedar claras cuáles serán las responsabilidades del mismo durante la campaña. Si se quiere trabajar sólo en un área específica (ej., producción de la propaganda de TV) o si lo que se requiere es un servicio general.

3. Asegúrese de que usted tiene el asesor político apropiado

Los clientes deben estar seguros que el asesor político que contratan conoce claramente su filosofía política; y aunque no la comparta al 100%, que al menos no se oponga radicalmente a ella.

4. Busque un asesor político lo más pronto posible

Mientras más pronto un consultor se comprometa con una campaña, más valor tendrá para el candidato, el partido, o cualquiera que sea su cliente. Si el asesor comienza cuando las decisiones importantes han sido tomadas, su valor potencial en la campaña será reducido.

5. Asigne a alguien como enlace directo con la campaña

No es bueno que el candidato sirva de enlace entre el asesor y la campaña. Debe existir un director de campaña que tenga acceso directo al candidato y proporcionar este acceso al consultor cuando sea necesario.

6. Decida quién va a saber que usted ha contratado un consultor

Dependiendo del país donde se esté trabajando, resulta delicado que se conozca públicamente que se trabaja con un consultor extranjero, así que lo más recomendable es ser muy discreto para evitar consecuencias negativas para el

candidato.

7. Proporcione al asesor político las herramientas que él necesite

Diferentes consultores tienen diferentes requerimientos y las necesidades de un consultor pueden variar de campaña en campaña. El consultor es la persona más importante en la orquestación de todo el equipo de campaña, y como tal, debe ser provisto de todo el material que necesite.

8. Emplee la experiencia de su asesor político

Es cierto que el consultor político tiene más experiencia en campañas que el candidato y su personal y es por esta razón que se debe contratar y utilizar por completo. Sin embargo, hay que tener especial cuidado con el conocimiento que éste tenga sobre la cultura del país, pero nunca rechazar una idea “porque nosotros no lo hacemos así aquí”.

9. Escuche al consultor

Usted no está obligado a seguir el consejo de su consultor, pero debe por lo menos escucharlo. Usted está perdiendo su dinero y el tiempo del consultor si no lo hace.

10. Hable con su asesor antes de tomar una decisión importante

Es muy poco lo que un asesor puede hacer para rectificar una decisión incorrecta, pero muchas veces se puede prevenir a un cliente de tomar una.

11. Dígale a su consultor la verdad

No tiene sentido que usted le dé a su consultor una información incorrecta porque él basará importantes decisiones en esa información y quien saldrá perdiendo será su campaña.

12. Instruya a quienes trabajarán con su consultor para que cooperen con él

Si usted quiere sacarle provecho a su asesor, debe lograr que esté en contacto constante con lo que pasa en la campaña, ya sea directamente o a través de jefe de campaña, de otra forma el consultor no podrá saber qué pasa y por ende no podrá ayudar.

13. Use el tiempo de su asesor completamente

Resulta frustrante para el consultor e improductivo para la campaña que el consultor pierda tiempo para poder reunirse con las personas indicadas ya que eso se traduce en perdida de tiempo y dinero.

14. Organice su horario de visitas con antelación

Debido a las múltiples ocupaciones de los involucrados en una campaña incluyendo al asesor, resulta esencial que se diseñe un calendario de largo alcance para que todos lo involucrados en la misma conozcan los movimientos del consultor con anticipación.

15. Establezca un sistema de comunicación efectivo entre las visitas y úselo

El consultor debe estar siempre localizable para su cliente, por esta razón el director de campaña debe estar al tanto de donde ubicarlo en caso de una crisis.

16. Trate a su asesor como un miembro de su grupo de confianza

Asegúrese de que su consultor, o su representante, tengan acceso a toda la información que necesite y de que se le informe de todos los procesos de decisión cuando esté en el país.

17. Valore sus recursos de una manera realista

No se engañe cuando haga la valoración de los elementos con los que cuenta para realizar la campaña, ya que el consultor conocerá la verdad tarde o temprano.

18. No deje que el orgullo interfiera para ganar la elección

El objetivo de una campaña política es ganar y si usted necesita buscar una compañía de fuera del país para ello, hágalo. No se preocupe si lastima los sentimientos de las compañías de su país, que ponen en riesgo su triunfo.

19. No resalte la presencia del asesor si esto es perjudicial para la campaña

En ocasiones es mejor que el consultor mantenga un perfil bajo, en estos casos no haga mucho ruido cuando el consultor llegue al país.

20. Si usted no entiende un consejo de su consultor, pídale que se lo explique bien

Se supone que los consultores son comunicadores, así que lo menos que deben hacer es comunicar sus propias recomendaciones con eficacia.

21. Asegúrese de que las decisiones que han sido aprobadas se cumplan

Para garantizar esto es importante la presencia del director de campaña que se encargará de que se implementen las decisiones tomadas por el consultor.

22. Confíe en su asesor

Si no puede confiar en su consultor, usted ha contratado a la persona errónea. Si su consultor conoce sus problemas, puede estar preparado cuando éstos emerjan en la campaña.

23. Póngase de acuerdo sobre el calendario de pagos y cumpla con él

Si usted espera que su consultor cumpla con su trabajo, cumpla usted con su parte del acuerdo.

24. No tenga miedo de pedir ayuda

Si tiene un problema, llame a su asesor. No se preocupe si lo molesta, al consultor le gustará más recibir una llamada a medianoche que enterarse más tarde de una catástrofe que hubiera podido evitar.

25. No espere milagros

Ningún consultor tiene un record perfecto. Todo consultor va a ganar y perder algunas campañas. Nadie gana todas las elecciones; los mejores ganan la mayoría, de lo contrario no permanecerían en este negocio por mucho tiempo.

26. Un punto final

Si usted decide contratar un asesor, úselo; su consejo no le hará bien a menos que lo practique.

Maquiavelo&Freud

https://maquiaveloyfreud.com/guia-napolitan-consultor-politico/

ver PDF
Copied to clipboard