

الفصل الرابع عشر

زد من طاقة الكارما في حياتك المهنية

في هذا الفصل سوف نتعلم:

- ✍ تقدير المصير المهني، ظاهرة كلما قدمت للآخرين، عاد عليك بالنفع.
- ✍ سبل توطيد العلاقات مع أعضاء مجتمع علامتك التجارية.
- ✍ مفتاح التواصل الفعال.
- ✍ ميزات عديدة تجنيها عندما تقدم للمجتمع.

الفصل الرابع عشر

زد من طاقة الكارما في حياتك المهنية

لا يتأتى النجاح المهني من فراغ، لأن الموظفين التنفيذيين والمديرين وأصحاب المصالح التجارية الذين يحققون أهدافهم المهنية يبذلون جهداً مستمراً في التواصل مع أعضاء مجتمع علاماتهم التجارية ودعمهم؛ حيث تعد الشبكة المهنية، أعضاء المجتمع الخاص بعلامتك التجارية الذين تتواصل معهم بشكل مباشر، عنصراً حيوياً في بيئة علامتك التجارية. فعندما يكن لك أعضاء شبكتك الاحترام ويفهمون علامتك التجارية، فإنهم يقدمون لك العون في مسيرتك المهنية نحو التقدم. كما أنهم ينمون علامتك التجارية عندما يحملون رسالتك إلى أشخاص إضافيين نيابة عنك. وبينما لا يضمن الاستثمار في البورصة هذه الأيام تحقيق أرباح بشكل دائم، فإن الاستثمار في جهات الاتصال الخاصة بك يجعلك تجني أرباحاً طائلة: حياة مهنية واعدة. فكما تعلم أن التسويق بالكلام يعد أداة من أفضل أدوات الإشهار بالعلامة التجارية. وعندما تسعد أعضاء شبكتك، فإنك تقدم لهم شيئاً ليكون محور حديثهم مع الآخرين.

على الأرجح أنك سمعت بالإحصائية التي تقول إن ثلثي الوظائف يتم العثور عليهم من خلال الشبكات. ومع ذلك لا يكرس كثير من الناس الجهد المستمر والمطرد اللازم لبناء شبكة لجهات الاتصال والمحافظة عليها. و في الوقت نفسه، لم تكن الحاجة قبل إلى الشبكات أعظم، حيث يواجه المديرون التنفيذيون بشكل متزايد تغييرًا دائمًا في الأشخاص وبقائهم لفترات قصيرة. أضف حقيقة أن معظم الوظائف يتم العثور عليها عبر الشبكات تشير إلى توجه الناس إلى البقاء لفترات قصيرة في العمل، ونعلم أكيدًا أنك ستقدر أهمية الاستثمار في رأس المال الاجتماعي الخاص بك.

وكما هو الحال مع أي استثمار، فإن هذا الاستثمار يتطلب التركيز والالتزام. فأنت إن أشحت ببصرك بعيدًا عن البورصة في أي وقت، فإنك تعرض نفسك لخطر خسارة بعض من أموالك التي جنيته بصعوبة. وهذا هو الحال مع الشبكات. ولكي تزود من رأس المال الاجتماعي الخاص بك، فأنت بحاجة إلى تكوين علاقات جديدة، بالإضافة إلى الحفاظ على ارتباطاتك الحالية. وتوضح القصة التالية أهمية الشبكات.

فرانك نوفو، مدير خدمة العملاء

يعد فرانك نوفو الشخص البارز في الشبكات؛ فهي تجري في دمه. فهو لا يبني علاقات بطبيعة الحال فقط، بل ويحافظ عليها أيضًا. وهو الوحيد من بين 79 شخصًا في مدرسة سومرست الثانوية الذي يحضر جميع لقاءات الخريجين. وقد برزت موهبته في إقامة علاقات قوية، كمواطن من مواطن قوته، عند إجرائه تقييم العلامة التجارية الشخصية. وساعده موطن القوة هذا، عندما وجد نفسه يبحث عن عمل بعد 15 عامًا من العمل مع شركة إن سي آر، فقد تم تصفية إدارته لحساب شركة أخرى، وأخبر فريق الإدارة الجميع أن يبحثوا عن فرص عمل جديدة، فأخبر فرانك جهات الاتصال الموجودين على شبكته الواسعة والقوية بما جرى. وبهذا وقبل شهر من نهاية عمله في شركة إن سي آر، وجد ثلاثة عروض للعمل.

يتعين عليك أن تهتم ببناء وإدارة شبكة متزايدة بشكل مقصود من جهات الاتصال المهنية.

توم بيترز، خبير إدارة

المصير المهني: أعط لتأخذ

بالرغم من حاجتك إلى جهات الاتصال المهنيين لدعم نجاحك، يتوقف بناء شبكة قيمة على العطاء وليس الأخذ. فكلما قدمت لأعضاء شبكتك فستجدهم بالفعل، عندما تكون في أمس الحاجة إليهم.

عندما ننسج موقعًا على شبكة الإنترنت لأحد المسؤولين التنفيذيين، فإن أحد القرارات الرئيسية يتعلق بالألوان. ما اللون أو لوحة الألوان التي تدعم سمات الوسم الوظيفي الشخصي للعميل، وتخصص نغمة مشاعرية ملائمة - على النحو الذي تلون به الموسيقى أسماء الأفلام؟

— بريان وو،

شريك مؤسس في Brandego ومدير التصميم

عندما يأتي إلي شخص ما ويطلب نصيحتي حول كيفية بناء شبكة؛ لأنهم في حاجة إلى العثور على وظيفة في الوقت الحالي، أقول له إن هذا غير مجد، فإن الناس قادرون على التفريق بين الحاجة البحتة وبين السعي الجاد في تكوين العلاقات.

كيث فيرازي،

مؤلف لأحد الكتب المتعلقة بالشبكات الأكثر مبيعًا المسمى

"إياك أن تأكل وحيدًا" Never Eat Alone وواحد من

الأفراد الأكثر اتصالًا في العالم.

إن الشبكات ليست للتواصل السطحي لتلبية مصالحك؛ بل إن المقصود منها بث العلاقات. وكما هو الحال بالنسبة لجميع العلاقات، يستفيد كلا الطرفين من روابط العلاقات القوية. فعندما تقدم على موضوع الشبكات من منظور العطاء، فأنت تضع

ودائع صغيرة، بيد أنها ثابتة في حساب رأس مالك الاجتماعي، وتزيد من قيمته بشكل مطرد؛ فعامل جميع أعضاء المجتمع الخاص بعلامتك التجارية بكرم، بإعطائهم إرشادات للعملاء الجدد، على سبيل المثال، وتوجيههم إلى مصادر مفيدة ومساعدتهم في حل مشاكل العمل. وكلما زدت، زادت حصيلة ما تحصل عليه. لماذا؟ لأن عالم العمل الجديد يعامل بالمثل. وللاختصار، ما هو إلا ما قدمته.

لم يكن أبدًا مفهوم المصير المهني أكثر أهمية من اليوم. ويتحتم علينا اليوم في مكان العمل أن يعتني كل منا بغيره مما يجعل أمر مساندة أحدها الآخر أمرًا ضروريًا. وبدوام التواصل مع الآخرين، يزداد تبادل المشورة والاتصالات والحكمة والدعم المعنوي التي تجوب العالم.

إنني أؤمن بالتأكيد بقوة العطاء. وكانت تجربتي الخاصة بخصوص النعم التي حظيت بها في حياتي أنه كلما وهبت أكثر كلما عاد إلى أكثر. وهكذا هي الحياة وتلك هي الطاقة.

كين بليشارد، مؤلف في القيادة

يحتمل أن قابلت في حياتك المهنية "آخذين"، وهؤلاء الأشخاص على استعداد دائم أن يطلبوا أشياء، ولكن يبخلون عندما يتعلق الأمر بالعطاء. هم ينظرون للعالم من منظور الشح وليس الجزالة. ولكن كما تتوقع، فهم لا يتقدمون كثيرًا في حياتهم المهنية أو الشخصية، مثل الأناس الذين يبذلون أرواحهم الكريمة. وربما اتصل بك أحد لم يحادثك منذ فترة طويلة، لأنه يبحث الآن عن وظيفة. فكيف كان شعورك وقتها.

إنك إن نظرت للعالم نظرة السخاء بدلاء من نظرة الشح، ستجد العطاء للغير أكثر يسرًا، وستجد العون الذي تحتاجه على الأرجح؛ فالأشخاص المهنيون الناجحون يعيشون في عالم الاحتمالات غير المحدودة والمصادر غير المنهية والفرص الثرية. يوضح بول كوبكت، وهو مدرب في برنامج شهادة العلامة التجارية الشخصية، قوة العطاء المقدم لشبكتك بتلك الحكاية:

ذهبت إلى سماع خطاب كيث فيرازي في كلية روتمان لإدارة الأعمال بجامعة تورنتو، وقد علمت بأمره من جهة اتصال لي هناك، حيث كنت قد تحدثت مع أحد الخريجين من ماجستير إدارة الأعمال، ونشرت فعالية كيث فيرازي لقارئتي مجلتي الإلكترونية البالغين 2,500 وكان عشرة في المائة من الجمهور الذي يتكون من 120 شخصًا، أو ما شابه من الذين قمت بدعوتهم على مجلتي الإلكترونية.

وأخذت بنصيحة كيث التي ذكرها في كتابة حول "مفاجأة" المتحدث قبل الذهاب، ولفت انتباههم بشكل سريع لكسب متابعة؛ فأخذت نسخة من كتاب كيث إياك أن تأكل وحيدًا، وطلبت منه أن يوقع عليها "قبل أن يصبح مشهورًا" (جملة اقتبستها من الكتاب تقول إن المتحدث سيتجمع الناس حوله لاحقًا). فعلق قائلاً إنني قد قرأت الكتاب، فأخبرته أن ويليام آرودا قد رشحه لي العام الماضي، وأن هذا الكتاب كان أكثر كتاب أشرت إليه، وأوصيت بقراءته هذا العام. ثم أخبرت كيث أنني أرحب بفرصة المتابعة معه؛ لمناقشة كيف أنني باستطاعتي أن أجعل كتاب "إياك أن تأكل وحيدًا"، الكتاب الأول ضمن كتب الشبكات في كندا. وقد قال "بالتأكيد" وأعطاني بطاقته ودعاني إلى أن أكلمه.

وعندما مضيت، امثل شخص خلفي لما قمت به، وطلب أن يحصل على توقيع لكتابه. وسمعت كيث يسأل الشخص عن رأيه في الكتاب، وقال الرجل: "إنني يجب علي أن أشكر الشخص الذي كنت تحادثه تَوًّا لترشيحه لي هذا الكتاب. وكنت وقتها بلا عمل، ومباشرة "كنتيجة لكتابك" وفقت الآن إلي وظيفة."

وأشار كيث في حديثه (الماتع) إلى هذا الشخص، المسمى بوب، وقال إنه تأثر كثيرًا عندما علم أن كتابه قد أحدث أثرًا، ثم فسر أن بوب "يجب عليه أن يشكر هذا الرجل لوجوده هنا" وأشار إليّ. وسألني أن أفصح عن اسمي ودعاني إلى الوقوف، ثم قال: "أتحدث عن موضوع علامتك التجارية، ولكن كنتيجة مباشرة أن بوب سمع عن الإشهار بالعلامة التجارية من بول، هو الآن

موظف. لذلك يجب عليكم جميعًا أن تتذكروا ذلك الوجه، وإذا أردتم أن تكتشفوا أكثر عن الإشهار بالعلامة التجارية، فإن هذا الشخص لديه البرنامج المخصص لكم."

غني عن القول أن الناس اصطفوا أمامي؛ لتبادل بطاقات الأعمال، ولإعراهم عن اهتمامهم ببرنامجي الخاص بي.

"إن ممتلكاتك الثمينة والقيمة وقدراتك الساحقة غير مرئية وغير ملموسة. فلن يقدر أحد أن ينتزعها منك. وأنت، أنت وحدك، القادر على هبتها. وستحصل على الكثير في مقابل عطائك، فكلما قدمت، عاد عليك بالنفع.

ويليام كليمنت ستون،

رجل أعمال ومناصر للسلوك العقلي الإيجابي.

أعط قبل السؤال

ما أجل هدية؟ أن تعط شخصًا لم يسأل المساعدة. وأنت تعزز من رأس مالك الاجتماعي، بمجرد أن تدرك أن شخصًا في مجتمعك في حاجة إلى مساعدة بإمكانك أن تقدمها إليه - ومن غير أن يُطلب منك؛ فبعض الناس يجد مشقة في سؤال الآخرين عند الحاجة. وعندما تعطي هؤلاء الأفراد وتعرفهم، قويت علاقتك وثقل علمك بالشخص الآخر، وزاد إحساسك عندما يحتاج منك شيئًا وتتسابق لتلبية حاجته. وعندما تمارس هذا النوع من العطاء، تحصل على المكانة الأسمى في مملكة المصير، وتوضح القصة التالية شخصًا مهنيًا احترف العطاء قبل السؤال.

ماري، مساعدة تنفيذية

كانت ماري بمثابة الغراء الذي يجمع بين الأفراد في شركتها. كانت خصال علامتها التجارية تتمثل في العطف والرحمة والتعاون والثقة والشعور؛ حيث كانت تعلم عندما يكون شخصًا ليس على عادته وكانت في وقتها تقدم المساعدة، تستمع ببساطة وتقدم كلمات مشجعات، وكانت تحث الآخرين على العطاء أيضًا. ففي أحد الأيام سمعها ويليام

تهمس لأحد الزملاء بالخارج من مكتبه أن "ستيفن يبدو مرهقاً اليوم. فإن كان لديك بعض الوقت لتبادله كلمة طيبة أو مزحة، فإنني متأكدة أنه سوف يقدر هذا."

أبقى تعاطف ماري وروح الفريق لديها الشركة قادرة على أن تقوم بأدائها؛ فبفضل كرمها الذي لا قاع له، تمكن الناس حولها من تقديم أفضل ما لديهم في العمل والرضا التام بعملهم، وكان الجميع حولها يحبونها. وعندما تم إنهاء عملها في الشركة بعد إعادة تنظيم لها، تقدم إليها المديرون من جميع أرجاء الشركة يعرضون عليها وظيفة في فريقهم.

البداية من السرير المجاور

هل ترسل بريداً إلكترونياً أو رسائل بشكل دائم إلى أناس يعملون في المكتب المقابل؟ إذا كنت تفعل ذلك، فأنت تضع واحدة من أفضل الفرص المتاحة في الشبكات؛ وهي التبادل وجهاً لوجه مع الأناس الموجودين في شركتك. يعتقد بعض رجال الأعمال خطأً أن الشبكات تعني زرع العلاقات فقط مع جهات الاتصال الخارجية، إلا أن حصر محاولات الارتباط بالأفراد الخارجين ربما يدمر علاقاتك مع الأعضاء الداخليين. وتوضح القصة أدناه كيف ذلك:

ماريا، مديرة، إدارة المنتجات

يتذكر زملاء ماريا وموظفوها كلمة واحدة عند التفكير فيها، ألا وهي التركيز. كانت ماريا تغلق عليها مكتبها كل يوم، وتعمل على رسائل البريد الإلكتروني والتقارير، وكانت لا تخرج إلا لقضاء حاجتها. كانت تعمل بجهد لتسهيل الأشياء على موظفيها، ولكنهم كانوا ينظرون إلى الأمر من منظور آخر. وكانت خصالها وفقاً للتقييم الذاتي تشمل العطف والرحمة والعناية، إلا أن تعقيبات نظرائها وموظفيها بدت، كما لو كانت تصف شخصاً آخر تماماً، شخصاً أنانياً ومستقلاً ومستهتراً.

صدمت ماريا عندما رأت التعقيبات؛ خصوصاً لأنها لم توافق ما يقوله مديروها

وأصدقاءها وعائلتها عنها. وعندما فكرت في الموضوع، أدركت سبب التفاوت؛ فقد كانت حريصة جدًا على إنجاز عملها، ولم يتسن لها الوقت لتعزيز العلاقات مع أعضاء فريقها وزملائها، وحظرت معايشرة الآخرين وتبادل الحديث على الاجتماعات الشبكية وتناول الوجبات مع العائلة والأصدقاء وما إلى ذلك.

أدركت ماريا أنه بحبس نفسها في مكتبها وعدم التفوه بكلمة، كانت ترسل في الواقع، وعن غير قصد، رسالة مفادها أنها لا تهتم بالناس من حولها، وأن تلك الرسالة لم تساعد في النهوض بحياتها المهنية. وبالرغم من قدمها في المهنة، إلا أنها في حاجة إلى إثبات قدرتها على قيادة فريقها ودعمه؛ حتى تدفع من طموحاتها المهنية. ومنح هذا الإدراك ماريا القوة لإحداث تغييرات على طريقة عملها، وأصبحت الآن تتناول غداءها في الكافيتريا كل يوم، وتقضي مزيدًا من الوقت في الحوار.

تعد المشاركة في جمعيات مهنية وأنشطة خارجية (حلقات خارجية عن نطاق مجتمع العلامة التجارية الخاص بك) فضلًا عن التواصل عبر الشبكات الافتراضية مثل لينكد إن (راجع الفصل 11) أنشطة قيمة. ولكن كما أوضحت قصة ماريا، فبمقدرك أن تولد رأس مال اجتماعيًا أكبر بالتواصل مع الزملاء داخل جدران شركة. ما السبب؟ لما كان متوسط فترة بقاء الشخص في وظيفة تنفيذية في النقصان، فإن زملاءك الذين يعملون معك في شركتك الحالية، ربما يمارسون العمل في مكان آخر قريبًا. وفي أي وقت ينتقل فيه أحد أعضاء شبكتك إلى صاحب عمل جديد، فأنت تحصل على جهات تواصل جديدة في تلك الشركات الأخرى، علاوة على الحصول على فرص إدخال أعضاء جدد من شبكتك المنافسة إلى شبكتك المهنية. وبهذا فإن الاستثمار في شبكتك الداخلية يعود عليك بأرباح مزدوجة، وجرب هذا مع البورصة.

خلاصة القول، يقوم أفضل الموظفين التنفيذيين والمديرين بالتواصل بالشبكات كل يوم، مقيمين علاقات جديدة، بينما يعززون من الروابط القائمة بين جهات التواصل الحاليين؛ فهم يعتبرون التواصل عبر الشبكات كروتين يومي مثل غسل أسنانهم. ولكي

تزيد من قيمة رأس مالك الاجتماعي، سر على نهجهم. ضع في قائمة أعمالك اليومية أنشطة تقدم لك المساعدة في إنشاء جهات اتصال جديدة، وتعزز القائم منها؛ فالتواصل عبر الشبكات، كغيره من أنشطة الإشهار بالعلامة التجارية، شيء تفعله بشكل مستمر.

يعد هذا الكتاب دليلاً قوياً على قيمة التواصل عبر الشبكات؛ حيث تمت إحالة مقترح كتابنا إلى المحرر لوري هارتنج عبر إحدى جهات الاتصال على الشبكة ميشيل تولير (خبيرة التواصل عبر الشبكات، التي كتبت كتاباً حول هذا الموضوع). فقد قابلت كريستين وميشيل منذ سنوات عديدة، عندما درست ميشيل دورة في جامعة نيويورك، حول الاستشارة المهنية، حضرتها كريستين. وقامت كريستين بتقديم ويليام إلى ميشيل في "مؤتمر معهد الماجستير المهني" في دنفر، الذي قدم فيه ويليام العرض التقديمي الرئيسي.

وعندما كنا نبحث عن خبراء زائرين من أجل ندوات نادي العلامة التجارية الخاص بنا، طلبنا من ميشيل أن تقاسمنا بعضاً من حكمتها وتكرمت بالموافقة، ثم قدمنا بشكل سريع إلى شركة تنسيب خارجي، تتطلع إلى إرفاق العلامات التجارية التنفيذية في عروضها. وسألنا ميشيل في شهر أغسطس لعام 2016 إذا كان بوسعها أن تقدمنا إلى المحرر الخاص بها. وعلى الفور، استجابت إلى طلبنا، وأعطتنا معلومات جهة الاتصال وشجعتنا على التحدث باسمها، وأرسلنا بريداً إلكترونياً إلى محرر ميشيل، الذي أحالنا بشكل سريع إلى المحرر المناسب لكتابنا. وبعد ثلاثة أسابيع فقط، وبعد بعض المكالمات والرسائل الإلكترونية، كنا نتفاوض بشأن العقد؛ فدون إحالة ميشيل، لربما أخذنا وقتاً أكثر للحصول على ناشر، يتمتع بالوصول الدولي الذي تطلعننا إليه.

معلومة مفيدة: عندما تقابل شخصاً جديداً، فتش في عقلك لتحدد الأشخاص، الذين سيمثلون جهات اتصال قيمة لهذه المعرفة الجديدة.

المميزات الشائنة لرأس المال الاجتماعي

لا يساعدك رأس المال الاجتماعي على العثور على وظيفة وفقط، بل إنه يتيح لك فرصة القيام بعملك؛ فباعتبارك موظفًا تنفيذيًا أو مديرًا، فأنت تحضر شيئًا ثمينًا لصاحب عملك، وهو مجموعة جهات الاتصال الخاصة بك. فكلما زادت معرفتك بالناس، أصبح العثور على المصادر الضرورية لإدارة مسؤوليات عملك أكثر، فإذا كنت، على سبيل المثال، رئيس تطوير المنتجات وفريقك يحتاج إلى العثور على مصمم جديد، فربما تكون على علم بشخص مناسب، أو كنت مدير تكنولوجيا المعلومات وقسمك ينظر في تبني نظام جديد لإدارة علاقة العملاء، فيحتمل أن تكون على معرفة بالعديد من الناس، القادرين على الإدلاء بأرائهم حول الأنظمة المتنوعة التي تعمل على تقييمها؛ فإذا لم يكن التواصل عبر الشبكات ضمن لائحة أعمالك، فاعتبره واحدًا من أهم المسؤوليات.

يعلم أصحاب العلامات التجارية الناجحة أن منهج الاعتزال بالنسبة لإدارة الحياة المهنية لا يجدي نفعًا. وإذا كنت تشاهد *The Apprentice*، فربما لاحظت أن دونالد ترامب متصل بمجموعة من الأفراد، يساعدونه على تحقيق النجاح، وهناك أصحاب علامات تجارية آخرين، مثل: جاك ويلش، ريتشارد برانسون، بيل جيتس، وأوبرا، جميعهم يعملون بالطريقة نفسها. وإذا أمعنت النظر في المديرين التنفيذيين الذين تعرفهم وتحترمهم أشد الاحترام، فقد تجد أيضًا من يستفيدون بشكل منتظم من مخزون هائل من رأس المال الاجتماعي؛ أي ثروة العلاقات الوطيدة ومتبادلة المنافع مع الزملاء والعملاء والشركاء التجاريين والمشرفين السابقين والموجهين وما إلى ذلك.

أثبت تحملك للمسؤولية الشخصية الاجتماعية

إن إحدى الاستراتيجيات الفعالة لبناء شبكة التواصل تتمثل في التقديم للمجتمع، وهذا ما تفعله كل الشركات الكبيرة متمثلة في المبادرات الشاملة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية؛ فعلى سبيل المثال، تعمل شركة البترول البريطانية على خلق بيئة أكثر نظافة، وتساهم شركة أمريكان إكسبريس في الجهود الهادفة إلى إنهاء الجوع في العالم، وتدعم شركة آفون للوعي بسرطان الثدي. وتعلو الشركات التي تحتضن قضية اجتماعية مهمة بصدق

وإخلاص على منافسيها، الذين يدعون أنه "ليست مهمتنا أن نقلق بشأن المشاكل الاجتماعية". وتزيد المنظمات ذات المسؤولية الاجتماعية من ظهورها، وتجذب العملاء الصادقين، وتمنح موظفيها الشعور بالرضى الناتج عن المساهمة في شيء، أكبر من أنفسهم وشركتهم.

معلومة مفيدة: ينبغي عليك العودة إلى تمارين القيم والحماس، التي أكملتتها في كتاب التطبيقات الموجود على (www.careerdistinction.com/workbook)؛ من أجل تحديد القضايا، التي يمكنك أن تدعمها ذات الصلة بقيمك وحماسك.

إن إظهار المسؤولية الشخصية الاجتماعية يقدم لك مميزات أيضاً، بما في ذلك صقل علامتك التجارية وبذلك تميزك أكثر عن المنافسين؛ فعلى سبيل المثال، يعمل الشهير جامي أوليفر على الحد من التخممة بتقديم وجبات مدرسية أكثر صحية. وأنشأ ييل ومليندا جيتس مؤسسة مخصصة لإتاحة التعليم للجميع في أرجاء العالم كافة، وتطعم مادونا وتغذي الأيتام في ملاوي، أفريقيا.

عندما تدعم قضية تهتم بشأنها، فينبغي لك أن تعلم أن كرمك سيعود إليك، ولكن لا تتوقع شكلاً محدداً له. واعتبر المسؤولية الشخصية الاجتماعية وسيلة استراتيجية لإدارة حياتك المهنية، بدلاً من اعتبارها خطة تكتيكية، تتولد عنها نتائج محددة. وستكون النتائج إيجابية، ولكن ينبغي ألا تتوقع، ولا تحاول أن تتنبأ بشكل النتائج تماماً. فعندما أسس بوب جيلدوف العلامة التجارية باند آيد؛ للمساعدة على التخفيف من الفقر والمجاعة في إفريقيا، لم يكن على الأرجح يفكر قائلاً: "إنني إن أسست هذه المنظمة سترفع من شأنى الملكة وأرشح لجائزة نوبل للسلام"، بل من المحتمل أنه أسسها بقصد العطاء الخالص لقضية شعر بالحماس تجاهها.

لا أعتقد أنك يجب أن تتوقف أبدًا عن العطاء.. حقيقة لا أعتقد، بل إنني أعتقد أنها عملية مستمرة. وليس المقصود منه أن تملك المقدرة على أن تكتب لأحد مبلغًا من المال، بل هي المقدرة على الإحساس بحياة شخص.

أوبرا وينفري، الحاصلة على جائزة إيمي،
مضيفة برنامج تلفزيوني ومحببة للخير وممثلة.

إنك لست في حاجة إلى حساب مصرفي في سويسرا للقيام بالجزء الخاص بك بشأن تخفيف علل المجتمع؛ حيث تساهم كافة العلامات التجارية الشخصية في التقديم للعالم بشكل من الأشكال بوجه عام، (في الحقيقة، يمكنك اعتبار العالم بأنه الحلقات الخارجية لمجتمع علامتك التجارية)، ودائمًا ما يضعك الإحساس بالنعمة في موضع أفضل لخدمة الغير. إن مساعدة الآخرين تساعدك شخصيًا، وتساعد المجتمع بوجه عام، وتعزز من علامتك التجارية، وتسمح لك بتوسيع شبكتك المهنية وصقل مواهبك، وتثير اهتمامك أيضًا بشكل أكثر باعتبارك صاحب عمل أو مترشحًا لعمل جديد؛ فعندما تتولى إحدى القضايا، فأنت تفعل أشياء عظيمة لحياتك المهنية ولروحك، بينما تجعل من العالم مكانًا أفضل للآخرين.

وفيما يلي بعض المميزات التي تجنيها مع إظهار المسؤولية الشخصية الاجتماعية:

- تقابل الآخرين وتتسع شبكتك.
- تعزز وتصلق خبرتك.
- تتسع وجهة نظرك.
- تساهم بالحب.
- تزيد من ظهورك.
- تتصل بالعالم الكبير.
- تنمي نفسك مهنيًا بإتقانك مهارات جديدة.
- تصبح شخصًا مهنيًا أو مترشحًا لوظيفة أكثر اهتمامًا أو تعلقًا.
- تظهر القيادة والتواصل ومهارات إدارة المشاريع.
- تساعد في تغيير العالم للأفضل.

تذكر: إن التفاعلات المهنية الجماعية كافة تقوم بإشهار علامتك التجارية، وهذا تحدد مصيرك الوظيفي. يعتبر التواصل عبر الشبكات وإظهار المسؤولية الشخصية الاجتماعية ضمن الرافعات القوية، التي تعود بالنفع عليك وعلى من حولك، فضلاً عن مساهمتها في المصير المهني، الذي يعد ذا أهمية في النجاح المهني. كل ذلك من الأهمية بمثل أهمية إطلاق علامتك التجارية وإدارة بيئتها، بيد أن أفضل العلامات التجارية تقوم بالمزيد: "تتطور وتصمم"، وهو موضوع النقاش في الفصل الختامي (الموجز).