



**Comunicación, Influencia
y Persuasión
Haz magia con tu cliente**



Nombre:

“La honestidad, confianza, respeto, capacidad de expresión, así como la escucha generosa, son algunas de las características más importantes para el éxito laboral”





Objetivos de aprendizaje:

- Conocer los elementos que integran la comunicación identificando cómo éstos benefician o afectan nuestros mensajes.
- Evaluar el impacto que tiene nuestro estilo de comunicación en el manejo emocional y de conflictos con clientes.
- Practicar herramientas que permitirán hacer la comunicación más efectiva incorporando las preferencias de cada estilo de personalidad.
- Conocer estrategias para manejar conversaciones difíciles con clientes internos y externos.
- Aplicar la empatía y asertividad en la atención.
- Estructurar conversaciones para la acción a través de un nuevo enfoque de la comunicación.



Contenido

- Introducción.
- Concepto de comunicación.
- La Comunicación en Siniestros.
- La Estructura de la Comunicación
 - Proceso de comunicación.
 - Componentes de la comunicación.
 - Barreras de la comunicación.
- Estilos de comunicación:
 - Pasivo
 - Asertivo
 - Agresivo
- La Escucha generosa.
- La Comunicación con los clientes.
- Comunicar, Influir, Persuadir.
- ¿Por qué necesitamos una comunicación asertiva al atender a los clientes?
- La Comunicación entre Colores.
- Acciones de mejora en la comunicación.

Introducción

La comunicación es una herramienta clave para todas las personas. Un buen empleo de la información es necesario para transmitir los objetivos y valores que promueve la organización a los colaboradores.

Una comunicación efectiva contribuye a generar una cultura organizacional con fidelidad, apropiación y sentido de pertenencia hacia la empresa por parte de su talento humano, que se siente motivado y valorado al tener claros y definidos los valores, sus funciones y los retos a los que se enfrenta la compañía.

Una de las principales quejas en las organizaciones es precisamente la falta de comunicación. La comunicación es un proceso complejo que involucra muchos aspectos y que es fundamental para que los colaboradores sientan que sus opiniones son escuchadas con atención y que son importantes para la compañía.

Una comunicación efectiva entre los miembros del equipo y los clientes, permite que todo fluya de una manera natural, evitando de esta forma conflictos y problemas que pueden surgir debido a la ineficiencia al momento de transmitir lo que se desea.

¿Qué pasa cuando no existe una comunicación efectiva? Los principales problemas de las personas existen cuando hay una mala comunicación. Los índices de motivación disminuyen, y crea un impacto directo en la calidad del trabajo y productividad, reduciéndolos notablemente. Los miembros del equipo tienden a perder el enfoque y los objetivos principales de la organización, y su esfuerzo se dirige a otras actividades.

En conclusión, la comunicación tiene un enorme poder en todos los sentidos, puede destruir fácilmente una empresa y a la vez puede fortalecerla y llevarla a otro nivel, todo depende de su adecuado uso y cómo es manejada por cada miembro del equipo.

¡Bienvenido a esta experiencia de aprendizaje!





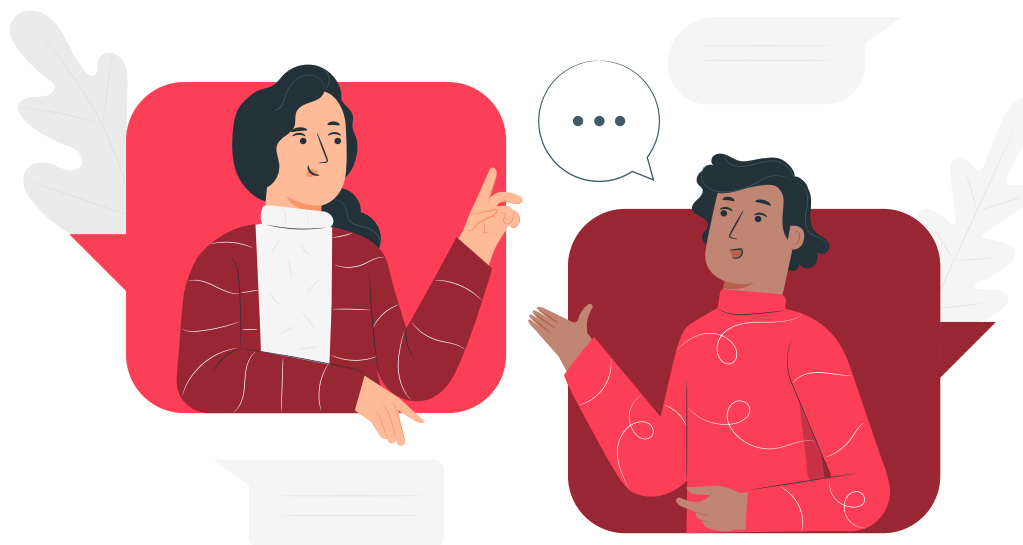
Concepto de Comunicación

Es el proceso mediante el cual dos o más personas, en una situación de interacción, intercambian mensajes de una manera simultánea y a través de múltiples canales, sean o no conscientes de ello y tengan o no la intención de hacerlo.

Si no existe un acuerdo entre las personas acerca de lo que uno expresó y el otro entendió o interpretó, no se puede hablar de una comunicación efectiva.

Para que la efectividad se dé entre las personas que se comunican, deben compartirse los significados que van implícitos o explícitos en los mensajes que intercambian; sin embargo, ninguna persona puede controlar o manipular físicamente los significados propios o de los demás. Estos se encuentran en el interior de cada quién y afloran cuando cada uno de nosotros interpreta un mensaje.

El hecho de que los significados no se pueden transmitir físicamente junto con los mensajes, le da a la interpretación una importancia central en el proceso de la comunicación.



La comunicación en siniestros



Ejercicio:
Responde las siguientes preguntas:

1

Escribe dos ejemplos de situaciones efectivas de comunicación que se presentan en Siniestros:

2

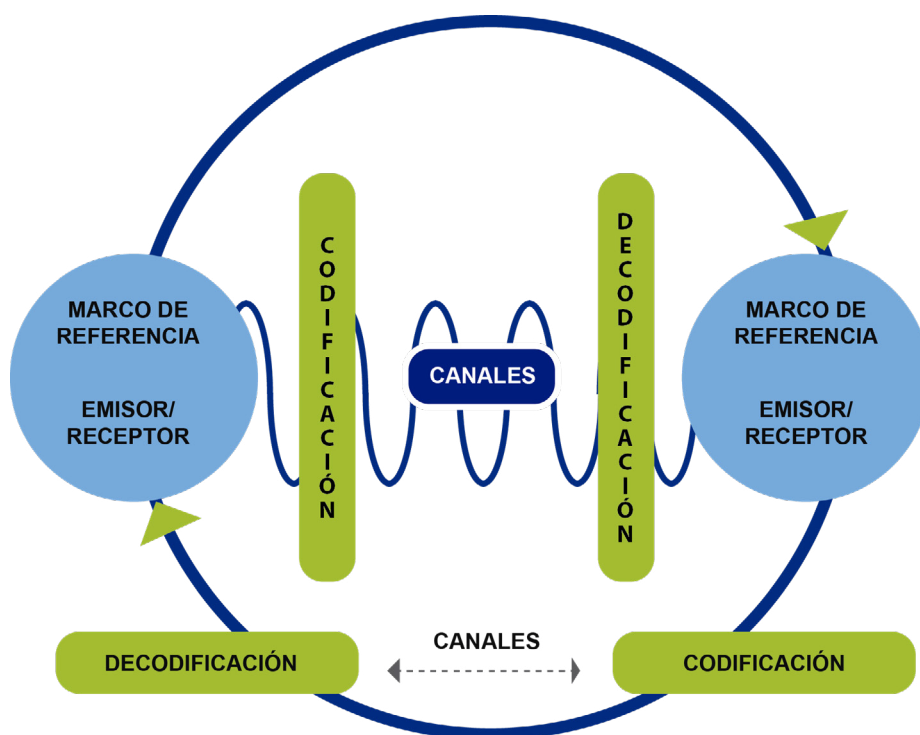
Ahora menciona dos ejemplos de situaciones inefectivas de comunicación que en ocasiones se presentan en Siniestros.

La estructura de la comunicación

Proceso de la Comunicación

Modelo de Comunicación de Berlo

La comunicación puede entenderse como un proceso o un flujo. Los problemas de comunicación ocurren cuando existen desviaciones u obstáculos en el flujo.



Para que la comunicación tenga lugar, es necesario un **propósito**, expresado como un **mensaje** a transmitir. Éste tiene lugar entre un **transmisor** (la fuente) y un **receptor**. El mensaje es **codificado** (convertido en una forma simbólica) y luego enviado mediante algún **medio** (canal) al receptor, quien traduce nuevamente (decodifica) el mensaje originado por la fuente.

El resultado es una transferencia de significado de una persona a otra.

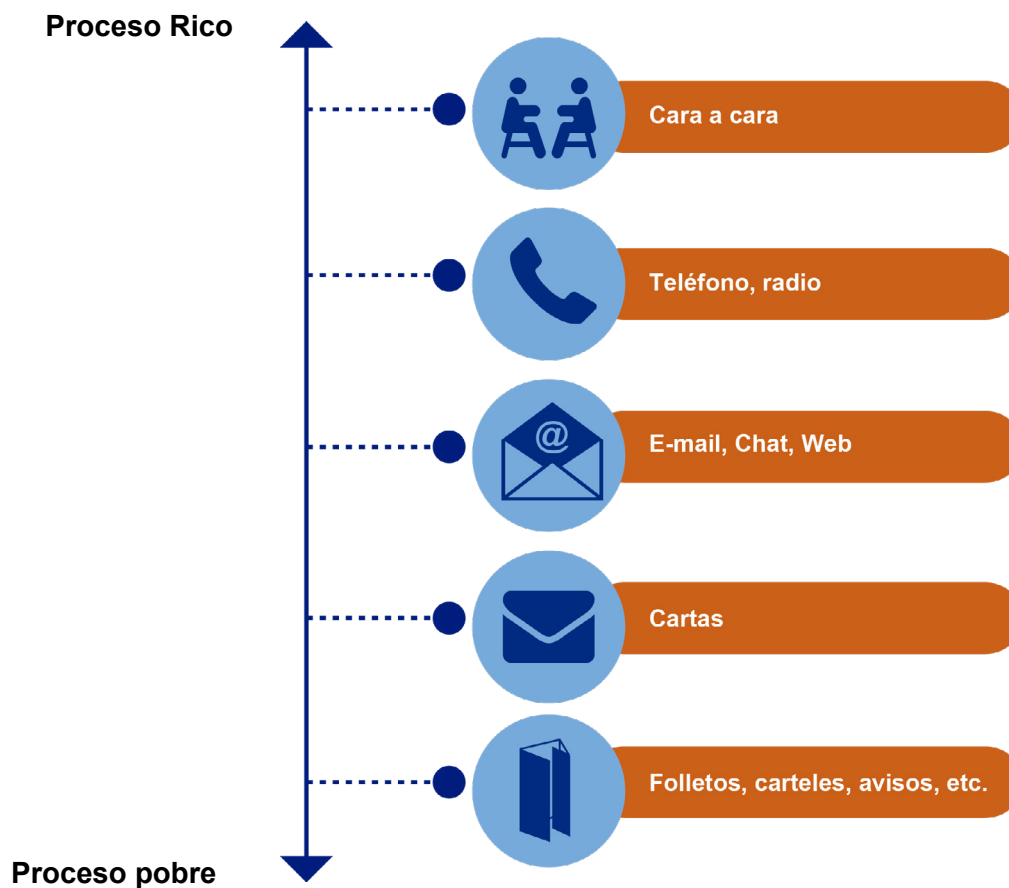
El proceso de la comunicación está formado por **ocho componentes**:

1. El Contexto

- Nuestras actitudes influyen en nuestro comportamiento.
- Tenemos ideas preconcebidas sobre temas diversos, lo cual afecta nuestras comunicaciones.
- Así como nuestras actitudes, también la posición sociocultural, creencias y valores afectan nuestra comunicación.

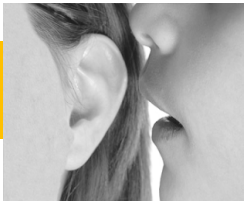
2. El emisor: de donde surge el primer mensaje, es el que inicia el ciclo de la comunicación. El mensaje del emisor, al igual que la retroalimentación del receptor, estará necesariamente influido por su contexto o situación sociocultural.

3. El mensaje es el resultado de la fuente. Cuando hablamos, las palabras son el mensaje. Cuando escribimos, la escritura es el mensaje. Cuando pintamos, la pintura es el mensaje. Cuando gesticulamos, los movimientos de los brazos, las expresiones de la cara, etc., son el mensaje.



4. El código o el grupo de símbolos que usamos (tanto si somos emisores como si somos receptores) para transferir el significado, el contenido del mensaje mismo y las decisiones que tomamos al seleccionar y arreglar tanto la codificación como el contenido, afectan nuestro mensaje.

5. El canal es el medio a través del cual viaja el mensaje. A la fuente le corresponde seleccionarlo y determinar si quiere un canal formal o uno informal. Los canales formales están establecidos por la Organización y transmiten los mensajes que atañen a las actividades relacionadas con el trabajo. Tradicionalmente siguen la red de autoridad dentro de la organización. Otras formas de mensajes, como los personales o sociales, utilizan los canales informales.



6. El receptor es la persona a quien se dirige el mensaje. Así como el emisor está determinado (y limitado) por sus habilidades, actitudes, conocimientos y su sistema sociocultural, el receptor también lo está. Del mismo modo en que el emisor debe tener la habilidad de escribir o hablar, el receptor debe tener la habilidad de leer o escuchar, y ambos deben ser capaces de razonar y comprender. El conocimiento, las actitudes y la experiencia cultural influyen tanto en la habilidad de emitir como en la de recibir.

7. La decodificación del mensaje. Antes de que el mensaje pueda recibirse, sus símbolos deben traducirse a una forma que pueda entender el receptor.

8. La retroalimentación es el último eslabón en el proceso de la comunicación. “Si una fuente de comunicación decodifica el mensaje que codificó, si el mensaje se pone de nuevo en el sistema, surge la retroalimentación.” La retroalimentación consiste en verificar si tuvimos éxito al transferir nuestros mensajes como intentamos transferirlos desde el principio. Determina si el entendimiento se ha logrado o no.

Componentes de la comunicación



Según los expertos de la comunicación, existen tres componentes fundamentales que hay que tomar en cuenta para establecer una comunicación efectiva:

1. La palabra o el lenguaje
2. El tono de voz
3. La comunicación no verbal

LA PALABRA: representa un 7% de la capacidad de nuestra comunicación para impactar en los demás.

Utilizamos las palabras (habladas o escritas) para comunicarnos, manifestando ideas, conceptos, datos y sentimientos a través de las estructuras lingüísticas que formulamos. A mayor conocimiento del tema que estamos comunicando, mayor cantidad de argumentos y conceptos.

EL TONO DE VOZ

Es el segundo componente y representa el 38% del poder significativo de la comunicación. “No es tanto lo que me dices, sino el tono con que lo haces”. A través del tono de la voz proyectamos nuestras emociones o sentimientos que acompañan a nuestras ideas, así como el nivel de energía con el que nos comunicamos.

EL LENGUAJE NO VERBAL

Este tercer componente representa el 55% del significado de nuestra comunicación para los demás. En una comunicación personal directa este elemento es fundamental, ya que genera la mayor cantidad de impacto en la comunicación, es decir: “Es tan fuerte lo que haces, que no puedo escuchar lo que dices”. Está constituido por la postura corporal, las expresiones y gesticulaciones, los movimientos y la mirada.



Funciones del Lenguaje No Verbal:

- Enfatizar el lenguaje verbal.
- Expresar sentimientos y emociones.
- Sustituir palabras.
- Orientar la forma de interpretación de las palabras.
- Posibilidad de contradecir la comunicación verbal.

Gestos poderosos al comunicarte:

Definir



Compartir



Demostrar



Enumerar



Barreras para la comunicación efectiva.

Las barreras en la comunicación, o simplemente interferencias, son obstáculos que pueden llegar a distorsionar, desvirtuar o impedir parcial o totalmente el mensaje, y se sitúan entre el emisor y el receptor cuando ambos están en los mismos campos de experiencia.

Tipos de barreras:

Barreras físicas.

Son las circunstancias que se presentan no en las personas, sino en el medio ambiente y que impiden una buena comunicación: ruidos, iluminación, distancia, falla o deficiencia de los medios que se utilizan para transmitir un mensaje: teléfono, laptops, tabletas, micrófono, video cámaras, televisión, impresoras, etc.

Barreras semánticas.

Tienen que ver con el significado de las palabras; cuando no precisamos su sentido, éstas se prestan a diferentes interpretaciones y así el receptor no interpreta lo que dijo el emisor, sino lo que su contexto cultural y personal le indica. Por ejemplo, si una persona hace un pedido y dice que lo quiere “lo más pronto posible”, esto puede tener diferentes significados, desde la persona que lo entiende como “inmediatamente”, hasta la que lo entiende como “rápido, pero no es tan urgente”. Esto incluye las distintas acepciones que tienen las palabras.

Barreras fisiológicas.

Impiden emitir o recibir con claridad y precisión un mensaje debido a los defectos fisiológicos del emisor o del receptor. Tales defectos pueden afectar cualquiera de los sentidos, ya sea en forma total o parcial. Por ejemplo: alteración de aquellos órganos que constituyen los sentidos.

Barreras psicológicas.

Está relacionada con los procesos cognitivos y psicológicos del emisor o receptor de la información. Es ocasionada a veces por agrado o rechazo hacia el receptor o emisor, o incluso respecto del mensaje mismo. La deficiencia o deformación puede deberse también, a estados emocionales (temor, odio, tristeza, alegría) o a prejuicios para aprobar o desaprobado lo que se escucha.

Barreras administrativas.

Estas barreras pueden ser por la falta de planeación, supuestos no aclarados, distorsiones semánticas, exposición de ideas deficientes, escuchar mal, evaluación prematura de lo escuchado, comunicación impersonal (medios de comunicación). Asimismo, la desconfianza, las amenazas y temores, sobrecarga de información, etc.

Existen **conductas** que realizamos, algunas en forma consciente y otras totalmente de forma inconsciente, las cuales son “dañinas” para el proceso de comunicación. Por ejemplo:

- Interrumpir al que habla.
- Contar “nuestra anécdota” cuando el otro aún está hablando.
- Quitar importancia a los sentimientos de la otra persona con expresiones como “no te preocupes por esa tontería”, “no te pongas así” o “eso no tiene importancia”.
- Juzgar cada comentario que hace nuestro interlocutor.
- Caer en el “síndrome del experto”: saber lo que debemos contestar cuando el otro no ha hecho más que iniciar su relato.

Identifica las barreras en la comunicación que se presenten en tu área.

BARRERAS	¿CÓMO LO RESOLVERÁN?

¿Cómo Evitar y/ o superar las Barreras de Comunicación?:

1. Enviar **mensajes claros**, comprensibles, que se adecuen a las posibilidades del receptor.
2. Utilizar expresiones que **faciliten** la comunicación y evitar las que **confunden**.
3. Mantener la **congruencia** entre el lenguaje verbal y el no verbal.
4. Asumir una actitud de **empatía** con el interlocutor. Ponerse en el lugar del otro.
5. **Escuchar** con atención. (Escucha generosa).
6. **Aclarar** las diferencias en las percepciones.
7. Utilizar la retroalimentación para **verificar** la comprensión adecuada.
8. **Eliminar** o evitar los ruidos o interferencias.
9. **Evitar** los prejuicios.
10. **Controlar** las emociones que puedan perjudicar la comunicación.

Estilos de comunicación.

Pasividad: Este estilo de comunicación caracteriza a personas que se desviven por los demás, pero se olvidan de sí mismas, incapaces de decir no a demandas que van en contra de sus propios intereses personales y profesionales. Su creencia básica supone que todo lo que los demás quieren, piensan u opinan es importante y no lo que piensan o desean ellas. Además, presentan un miedo irracional, a la posibilidad de ofender a los demás y ser rechazado.

Muchas veces, la persona Pasiva se justifica con términos como prudencia y educación al hablar de su forma de ser, en un intento de valorar la misma. Mantener este estilo de comunicación genera sentimientos de desamparo, depresión y tensión a la hora de mantener relaciones interpersonales y sociales. También produce una sensación de bajo control sobre las situaciones y sobre sus propias reacciones personales a la hora de enfrentarlas, lo que conlleva un sentimiento de baja autoestima.

Agresividad: Su creencia fundamental supone que la persona en cuestión se considera la única importante y con opinión en cualquier contexto personal y profesional, menos-preciando a los demás, de forma que lo que los otros puedan sentir o pensar no tiene interés. No se hace responsable sobre su forma de relacionarse con los demás, y entonces cuando el resultado de la relación conlleva consecuencias negativas para los otros, su postura es: “ellos se lo han buscado”.

Pese a que en principio puede presentar consecuencias positivas para quien lo practica, dado que aparentemente consigue con facilidad lo que se propone, también tiene consecuencias negativas, pues termina por generar fuertes conflictos en la persona a la hora de mantener relaciones interpersonales.

Con frecuencia están tensos y pierden con facilidad el control de las situaciones y de sus propios recursos al enfrentarse a las relaciones interpersonales. Practican comunicación unidireccional y no bidireccional por no permitir el feedback por parte de los demás.

Asertividad: situada entre ambas conductas anteriores, el asertividad es la mezcla de los aspectos favorables de ambos polos.



Comunicación Asertiva.

Los orígenes de la palabra “asertividad” se encuentran en el latín asserere o assertum, que significa “afirmar” o “defender” (Robredo, 1995). Con base en esta concepción, el término adquiere un significado de afirmación de la propia personalidad, confianza en sí mismo, autoestima, aplomo y comunicación segura y eficiente (Rodríguez y Serralde, 1991).

“La comunicación asertiva se caracteriza por la capacidad de escuchar la perspectiva de los demás, y expresarse honesta y respetuosamente. Implica expresar claramente y con confianza, peticiones o ideas, sin sentirse culpable”.

Los comunicadores asertivos son:

1. **Autoconscientes** (es decir, conocen sus propios sentimientos, metas, etc.);
2. **Responsables** (de su propio pensamiento, comportamiento, etc.);
3. **Honestos** (proporcionan mensajes verbales y no verbales congruentes).

Elementos no verbales característicos del estilo de comunicación asertivo

Expresión facial amistosa	Sonrisa frecuente	Orientación frontal	Gestos firmes pero no bruscos, acompañando el discurso
Contacto visual directo	Postura erguida	Distancia adecuada con posibilidad de contacto físico	Manos sueltas

Elementos de tono de voz característicos del estilo de comunicación asertivo

Volumen conversacional	Entonación variada que resulta agradable	Fluidez verbal adecuada	Velocidad ajustada, más bien pausada
Claridad adecuada	Tiempo de habla proporcional a los participantes	Pausas y silencios adecuados	Tiempo de respuesta suficiente

Una persona **Asertiva** es capaz de:

- ✓ Decir “NO” a solicitudes inapropiadas, injustas, poco realistas o excesivas.
- ✓ Intervenir en la toma de decisiones o en juntas asegurándose de que se escuche su punto de vista.
- ✓ Sentirse tranquilo al exponer sus opiniones, aunque éstos se contrapongan a las de uno de sus interlocutores.
- ✓ Puede aceptar retroalimentaciones positivas o sobre aspectos a mejorar, felicitaciones e incluso críticas cuando resulten constructivas.
- ✓ Enfrentar decisiones difíciles, sin evadirlas o rehuir.



Ejercicio Mis estilos de comunicación

PASIVA	AGRESIVA	ASERTIVA

¿De qué te das cuenta al verificar con quién actúas de manera agresiva / pasiva / asertiva?

Claridad de Pensamiento

Para que la comunicación tenga lugar, es necesario un propósito, expresado como un mensaje a transmitir.

El **pensamiento** es el primer paso, es energía, y de acuerdo a como pensemos será como nos vamos a sentir, y esos **PENSAMIENTOS** generan **EMOCIONES**, que a su vez provocarán **ACCIONES**, que determinarán nuestra actitud y logro de **RESULTADOS**.

Nuestros **pensamientos** entonces son la clave, y no aparecen de casualidad, responden a un programa en el que fuimos formados a través de los años, absorbiendo, aceptando o rechazando todo lo que nos rodeaba.

Nuestra mente divaga de múltiples formas y entre miles de pensamientos en forma de apego a situaciones del pasado y de preocupaciones por el futuro. El poder que puede ejercer nuestra mente cuando estamos en el proceso de tomar una decisión importante o de redirigir nuestros pasos es tan fuerte que, a menudo, terminamos no haciendo nada y cediendo ante la costumbre, los paradigmas o los miedos.

Para poder expresar algo y tener la probabilidad de obtener los resultados que deseamos, es importante que nos preguntemos:

1. ¿Qué es lo que realmente quiero decir? **Asunto.**
2. ¿Para qué lo quiero decir? **Finalidad.**
3. ¿A quién se lo tengo que decir? **Audiencia.**
4. ¿Lo estoy diciendo a través del medio y en el momento oportuno? **Canal de comunicación.**

¿Qué es lo que realmente quiero decir?	¿Para qué lo quiero decir?	¿A quién se lo tengo que decir?	¿Lo estoy diciendo a través del medio y en el momento oportuno?

Claridad de palabra.

¿Cuántas veces te ha pasado que estás hablando con un colega de tu trabajo, explicándole una situación de tu área y pasados 5 minutos, él te dice: *“Disculpa, pero no me queda claro el problema, o, ¿pero yo qué tengo que hacer? o ¿en qué me afecta a mí?”*

Existe una tendencia al sobreuso de palabras, repetición de argumentos y mal uso de términos y conceptos, lo cual vuelve ineficiente la manera de comunicarnos.

Los términos sencillos y las frases cortas son factores de éxito en la comunicación.

Algunos consejos son:

- Usar pocos argumentos.
- Usar argumentos con números, datos y hechos concretos.
- Hablar sobre la información que le interesa o inquieta al otro.
- Utilizar pocas frases, sin explicar lo ya explicado.
- Tener toda la información necesaria a la mano.
- Ser claros, concretos y directos al describir situaciones, sentimientos, peticiones.
- Realizar peticiones, sugerencias y propuestas claras.
- Ser firmes con el objetivo, pero cordiales con la persona.
- Mantener las emociones bajo control.

La Escucha Activa.

Escuchar, no es solo una cuestión biológica que dependa de nuestra agudeza auditiva. Si quieres comunicarte con los demás, el primer paso es conocer la diferencia entre oír y escuchar dado que no son verbos sinónimos:

Oír: Percibir con el oído los sonidos.

Escuchar: Prestar atención a lo que se oye.

Oír, no es un acto voluntario, los sonidos llegan a nuestros oídos, aunque no hagamos nada para que ocurra. Escuchar, en cambio es el acto voluntario mediante el cual prestamos atención a los sonidos que percibimos. Se puede oír sin escuchar, pero, para escuchar, primero hay que oír.

Si nuestro objetivo es potenciar nuestra comunicación, debemos aprender a poner en práctica la escucha activa. Esto significa:

- Escuchar con atención y cuidado, tratando de comprender realmente y desde su punto de vista lo que nos dice nuestro interlocutor (Empatía).
- Escuchar activamente supone estar psicológicamente presentes.
- Ser conscientes de lo que nos dicen y demostrar a nuestro interlocutor que recibimos su mensaje.
- Tener presente en que porcentaje de las veces parece que escuchamos a una persona pero que en realidad estamos ocupados pensando en qué le contestaremos a esa misma persona cuando acabe su turno de palabra.

¿Por qué es importante escuchar activamente?

- ✓ Favorece una relación positiva con nuestro interlocutor.
- ✓ Permite llegar al fondo de los problemas y facilitando el encontrar soluciones creativas.
- ✓ Provocamos respeto hacia nosotros en quien nos habla.
- ✓ Si sabemos escuchar, los demás sentirán la apertura y confianza necesaria para ser sinceros con nosotros.
- ✓ Escuchar activamente tiene efectos tranquilizantes y facilita que se eliminen tensiones o malentendidos.
- ✓ Es una recompensa para nuestro interlocutor.

Existen dos elementos que facilitan la escucha activa:

DISPOSICIÓN PSICOLÓGICA: la preparación interna es importante, estar en el momento presente, prestar atención constante y observar al otro (contacto visual, postura corporal receptiva, gestos cordiales y relajados) para generar apertura y confianza en mi interlocutor.

EXPRESIÓN VERBAL de que se está escuchando al otro interlocutor mediante alguna de las siguientes técnicas:

- **Parafrasear** - Verificar o expresar con las propias palabras lo que parece que el hablante acaba de decir. De esta manera, es posible que el emisor informe al receptor si este último ha entendido bien el mensaje.
Por ejemplo: **¿Quieres decir que.....?** Entonces tu molestia radica en..... Lo que estás diciendo es que..... Según entiendo entonces.....
- **Resumir** - Exponer de forma breve, oral o escrita, la idea principal del asunto en cuestión.
Por ejemplo: “Hasta ahora hemos revisado estos 2 puntos” “Resumiendo los aspectos principales.....” “Recapitulando los acuerdos del equipo, hemos acordado....”
- **Reflejar sentimientos** – Expresar las emociones observadas detrás del discurso, intentando interpretar las emociones que la otra persona pueda estar sintiendo. También hablar sobre las propias emociones sobre lo hablado, es importante.
- **Hacer preguntas adicionales** - El oyente puede demostrar que ha estado atento al hacer preguntas adicionales para aclarar u obtener más información y de esta manera guiar la conversación.

Diagnóstico sobre Escucha

Para saber hasta qué punto eres una persona que escucha de manera efectiva, responde a estas diez preguntas pensando en cómo actúas normalmente en tus relaciones de venta.

Escala de evaluación

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	Regularmente	Casi siempre	Siempre

PREGUNTA	VIDA PERSONAL
1. ¿Eres el que más habla?	
2. ¿Te impacientas e interrumpes a los demás?	
3. ¿Terminas las frases de los demás?	
4. ¿Empiezas a argumentar antes de que la otra persona haya acabado de exponer su postura?	
5. ¿Juzgas continuamente los mensajes de otras personas como “creíbles” o “increíbles”?	
6. ¿Te “desconectas” con anticipación y finges estar prestando atención?	
7. ¿Escuchas lo que te interesa, pero no las ideas del otro?	
8. ¿Es raro que des retroinformación visual (sonreír o asentir con la cabeza en señal de acuerdo)?	
9. ¿Te distraes fácilmente con el lenguaje emocional del otro?	
10. ¿Dejas que la apariencia o la personalidad del individuo te distraigan?	

La comunicación con los clientes



Ejercicio:
Responde las siguientes preguntas:

Menciona dos ejemplos de situaciones difíciles con los clientes.

Menciona dos ejemplos de situaciones de clientes satisfechos.

¿De qué te das cuenta?

Influencia y Persuasión

1. Enfoque en nosotros.	2. Enfoque en el otro.
<p>RACIONAL Usar la razón, procesos lógicos, datos duros, y generar propuestas diversas.</p> <p>Conductas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proponer o sugerir algo. • Argumentar, dar información. 	<p>COLABORADOR Mantener una actitud que resalta aspectos comunes compartidos.</p> <p>Conductas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enfatizar aspectos comunes. • Expresar acuerdo. • Presentar una visión futura.
<p>ASERTIVO Expresar directa y claramente sus necesidades e intereses defendiéndolas con energía.</p> <p>Conductas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expresar su posición de manera clara y directa. • Pedir o exigir, poner límites. 	<p>SONDEO Hacer preguntas para conocer al otro. Indagar.</p> <p>Conductas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hacer preguntas abiertas y cerradas. • Pedir información.
<p>RECÍPROCO Ofrecer alternativas para buscar acuerdos benéficos para ambas partes.</p> <p>Conductas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dar algo a cambio de algo. • Intercambiar concesiones. 	<p>ESCUCHA EMPÁTICA Escuchar activamente y mostrar empatía y respeto por las opiniones de los demás.</p> <p>Conductas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escuchar activamente. • Parafrasear, reflejar sentimientos.
<p>DURO Ejercer presión, poner en desventaja a los otros, mostrarse agresivo.</p> <p>Conductas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar ataques y críticas personales. Mostrarse agresivo, autoritario e inflexible. Intimidar y amenazar. 	

RETIRADA

Improductiva:

Evadir situaciones complicadas.

Conductas

- No afrontar. Dejar inconcluso el asunto.
- Ceder ante la presión de la otra parte.

Productiva

Manejo adecuado de la tensión, el cansancio y la falta de dirección.

Conductas

- Descanso breve.
- Posponer.
- Cambio de tema.
- Revisar proceso de trabajo.

ESTILO	CONDUCTAS		
RACIONAL	<ul style="list-style-type: none"> Sugerir o realizar propuestas. 		
	<ul style="list-style-type: none"> Dar razones. Dar información basada en datos duros. 		
ASERTIVO	<ul style="list-style-type: none"> Expresar la posición de manera clara y sin justificación. Expresar clara y directamente su sentir. Pedir o exigir algo. Establecer límites. 		
RECÍPROCO	<ul style="list-style-type: none"> Pedir y ofrecer algo a cambio. Ofrecer y pedir concesiones. Dar incentivos a cambio del cumplimiento de tu expectativa. Intercambiar. 		
DURO	<ul style="list-style-type: none"> Realizar ataques y críticas personales. Mostrarse agresivo. Intimidar y amenazar. Mostrarse autoritario e inflexible. 		
SONDEO	<ul style="list-style-type: none"> Solicitar información. Hacer preguntas. 		
ESCUCHA EMPÁTICA	<ul style="list-style-type: none"> Escuchar activamente. Parafrasear. Resumir. Mostrar empatía. 		
COLABORADOR	<ul style="list-style-type: none"> Enfatizar los aspectos comunes de ambas partes. Presentar una visión compartida de futuro. Expresar acuerdo. 		
RETIRADA	<ul style="list-style-type: none"> Improductiva. 		
	<ul style="list-style-type: none"> Productiva. 		

1. Práctica de habilidades de influencia y persuasión.

Práctica del estilo racional:

Núm.	Comportamiento	Mi Evaluación	Evaluación 1	Evaluación 2
1	Da argumentos y razones para presentar su punto de vista.			
2	Defiende vigorosamente sus propuestas con argumentos.			
3	Manifiesta sus puntos de vista con claridad.			
4	Utiliza datos para fortalecer sus propuestas y razonamientos.			
5	Formula propuestas viables.			
6	Utiliza información relevante para tomar decisiones.			

Práctica del estilo asertivo:

Núm.	Comportamiento	Mi Evaluación	Evaluación 1	Evaluación 2
1	Expresa su posición de manera clara y concreta.			
2	Defiende vigorosamente su posición, con peticiones directas.			
3	Es enérgico al defender sus puntos de vista.			
4	Dice claramente lo que quiere.			
5	Expresa directamente su sentir (deseos, necesidades, expectativas, emociones).			
6	Dice abiertamente lo que le gusta y lo que no de las situaciones y de las personas.			

Práctica del estilo recíproco:

Núm.	Comportamiento	Mi Evaluación	Evaluación 1	Evaluación 2
1	Busca la aceptación de propuestas equitativas.			
2	Hace concesiones buscando reciprocidad.			
3	Presenta diferentes alternativas para solucionar los conflictos.			
4	Presenta soluciones que benefician a ambas partes.			
5	Mantiene el equilibrio entre lo que da y lo que recibe.			
6	Se asegura de que ambas partes queden satisfechas.			

Práctica de los estilos de sondeo y escucha:

Núm.	Comportamiento	Mi Evaluación	Evaluación 1	Evaluación 2
SONDEO				
1	Hace preguntas para entender a la otra parte.			
2	Propicia que otros expongan sus puntos de vista.			
3	Utiliza preguntas abiertas.			
4	Hace preguntas para generar alternativas o profundizar en el tema.			
ESCUCHA				
5	Parafrasea lo que el cliente dice.			
6	Hace resúmenes al estar escuchando.			
7	Se le percibe como alguien que escucha.			
8	Refleja los sentimientos y emociones de sus interlocutores.			

Práctica del estilo colaborativo:

Núm.	Comportamiento	Mi Evaluación	Evaluación 1	Evaluación 2
1	Enfatiza los aspectos comunes de ambas partes.			
2	Presenta una visión compartida de futuro.			
3	Expresa acuerdo cuando se requiere.			
4	Muestra cooperación en diferentes situaciones.			
5	Actúa como un factor de cohesión.			
6	Genera confianza en los demás.			

Diario de aprendizaje de estilos:

ESTILO	FRECUENCIA	EFFECTIVIDAD
Racional	Alta – Media – Baja	Alta – Media – Baja
Asertivo	Alta – Media – Baja	Alta – Media – Baja
Recíproco	Alta – Media – Baja	Alta – Media – Baja
Duro	Alta – Media – Baja	Alta – Media – Baja
Sondeo	Alta – Media – Baja	Alta – Media – Baja
Escucha	Alta – Media – Baja	Alta – Media – Baja
Colaborativo	Alta – Media – Baja	Alta – Media – Baja
Retirada	Alta – Media – Baja	Alta – Media – Baja

Acciones para mejorar mis habilidades de influencia:

1. _____
2. _____
3. _____

La comunicación entre colores, desde el DISC

COLOR		CONDUCTAS	ESTILO DE COMUNICACIÓN	TRABAJO EN EQUIPO
Rojo	Extrovertido / Racional	<ul style="list-style-type: none"> • Positivo • Afirmativo • Determinado • Asertivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Solo él habla. • Interrumpe y no escucha. • Solo cuenta lo que él dice. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es rápido. • Busca dirigir, coordinar y delegar tareas. • Como participante no es buen trabajador. • Busca brillar más.
Amarillo	Extrovertido / Emocional	<ul style="list-style-type: none"> • Entusiasta • Animoso • Dinámico • Optimista 	<ul style="list-style-type: none"> • Habla mucho de sí mismo. • No permite que los demás se expresen 	<ul style="list-style-type: none"> • Con facilidad podrá relacionarse con todos. • Es un participante activo. • Da soluciones creativas. • Busca lucir más que otros.
Verde	Introvertido / Emocional	<ul style="list-style-type: none"> • Quieto • Tranquilo • Reconfortante • Afectuoso 	<ul style="list-style-type: none"> • Escucha genuinamente. • Sólo habla cuando se lo piden. • No expresa sus ideas ni sentimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es un extraordinario colaborador. • Está dispuesto a apoyar en todo momento. • Identifica con facilidad las necesidades de los demás.
Azul	Introvertido / Racional	<ul style="list-style-type: none"> • Imparcial • Objetivo • Desapegado • Analítico 	<ul style="list-style-type: none"> • Habla muy poco, menos de lo indispensable. • Suele callarse la mayoría de lo que piensa. • No interrumpe, juzga internamente todo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prefiere trabajar solo. • No se involucra. • Busca que cada quien haga su parte sin interactuar.

Aplicación a situación real.

Por favor, describe una situación real que vayas a tener en las próximas 2 o 3 semanas con algún cliente difícil:

1. Descripción de la situación:

2. ¿Con quién te vas a reunir?

3. ¿Qué características(personalidad) tiene la persona con la que vas a tratar?

4. ¿Qué objetivo específico quieres alcanzar?

5. ¿Qué estilos consideras más adecuados para manejar esta situación con efectividad? ¿Por qué?

Plan Personal de Mejora en la Comunicación

Compromiso de mejora	Acciones	Fecha de aplicación

Bibliografía

- Cádiz, Abel. "Conflicto y Negociación". Ibérico Europa Ediciones, S.A. 1984
- Cohen, Herb. "Todo es negociable". Editorial Planeta, 1983
- Dixit Avinash / Nalebuff, Barry. "Thinking Strategically". Ed. Norton&Company Inc, 1991
- Hutson, Don. "The minute negotiator. Simple steps to reach better agreements". Ed. BK, 2010
- Nierenberg, Gerard I / Calero Henry. "The new art of negotiating. How to close any deal". Ed. Square One, 2009
- Rosen, Keith. "Coaching Sales people into sales champions". Ed. John Wiley & Sons Inc.
- Sarasqueta, Víctor Gustavo (Editor). "Liderazgo y Negociación. Capacidades integrales para el desempeño eficaz en contextos competitivos". Ed. Temas Grupo Editorial SRL, 2010
- Scott, Robert. "El Arte de la Guerra. Las técnicas samuráis en los negocios". Ed. Lectorum, 2007
- Shoonmaker, Alan. "Negocie y Gane", 1989
- Ury, William. "Supere el No". Ed. Norma SA, 2007
- Ury, William. "Si, de acuerdo, Como negociar sin ceder". Ed. Norma, 1991
- Ury, William. "Getting Past No, Negotiating in difficult situations". Ed. Bantam Books, 1991
- Ward, Kate. "Personality Style at Work. The secret to working with (almost) anyone". Ed. Mc. Graw Hill, 2012
- Winkler, John. "Cómo negociar para mejorar resultados". Ed. Deusto, 1996



 **Adrianna Peraza**

 **adrianna@toptraining.com.mx**

 **www.toptraining.com.mx**