



MODULO TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN

AYUDAS PARA UNA BUENA
COMUNICACIÓN

Autor: Lola Fernández

1.- OBJETIVO

Su objetivo es conseguir que toda su audiencia le atienda y le interese cada palabra de lo que les diga, durante todo el tiempo que dure su exposición.



2.- INTRODUCCIÓN Y TÉCNICAS BÁSICAS



Puede que usted esté presentando un caso a una junta, a un comité, explicando un procedimiento a un grupo de empleados en período de formación, a un solo alumno o a un millar de personas en un auditorio. En cualquier caso, si tiene que dar una buena impresión de usted mismo o de su empresa, necesita saber hablar bien en público.

Tener “buena labia” no basta. Un golpe de viento puede hacer volcar a un velero, pero con habilidad y técnica se puede hacer que el velero siga navegando. Usted debe aprender las técnicas de oratoria eficaz.

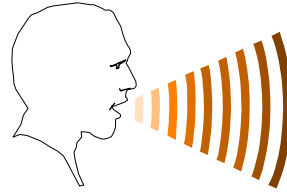
En primer lugar, usted puede desarrollar habilidades concretas con la voz y los gestos. La palabra hablada es mucho más flexible que la palabra escrita. Aprovechémoslo.

Cuando Vd. se dirige a un grupo tiene además de las palabras:

- **LA VOZ**
- **EL LENGUAJE CORPORAL**

que le ayudarán a transmitir el mensaje. No caiga en la tentación de dedicar todo su tiempo a prepararlo por escrito. El tono de voz y el lenguaje corporal constituyen valiosas ayudas. Utilícelas en su exposición.

3.- **LA VOZ**



3.1. **VOLUMEN**

La mayor parte de la gente habla demasiado bajo. Hable más fuerte de lo que habitualmente haría para mantener una conversación con una persona situada en la última fila. **LEVANTE** la voz para dar la impresión de autoridad y de entusiasmo.

Imagínese que esa persona de la última fila es medio sorda.

3.2. **ENTONACION**

Sólo un orador mediocre y nervioso utilizaría un tono único. El variar la entonación dará más vida y animación a su charla. Subraye los puntos importantes con bruscas subidas de volumen. Por el contrario, baje el volumen cuando quiera que le escuchen con atención.

3.3. **CADENCIA**

Existe una fuerte tendencia a hablar demasiado deprisa, sobre todo cuando se está tranquilo. Hable **MÁS DESPACIO** de lo habitual para una conversación normal. Eso proporcionará a su auditorio el tiempo necesario para reflexionar sobre lo que usted dice. Usted mismo, también tendrá más tiempo para pensar - *se sentirá más seguro*.

3.4. **PAUSAS**

Las pausas son uno de los medios más eficaces de los que se dispone. Haga una pausa para acentuar o resaltar lo que acaba de decir - o lo que va a decir. Una buena pausa siempre debe ser más larga de lo que usted cree que es necesario.

4- EL LENGUAJE CORPORAL

4.1. MANOS



Emplee las manos y los brazos, gesticule con aplomo y sin miedo. Lo mismo si habla de pie que sentado, no se apoye ni meta las manos en los bolsillos, ni se ponga en jarras, ni cruce los brazos. No jugueteo con las manos ni con los lápices. Si no sabe que hacer con las manos, crúcelas con naturalidad en la espalda durante los primeros momentos. Más adelante, conforme vaya entrando en materia, úselas para resaltar los puntos clave.

4.2. MANIAS

Evite los movimientos que distraen la atención, como ordenar y reordenar sus notas, bailar de un pie a otro, cruzar y descruzar brazos, mesarse los cabellos, etc.



Esas manías resultan tremendamente visibles para la audiencia y no tanto para uno mismo.

4.3. CONTACTO CON LA AUDIENCIA

Nunca conseguirá despertar la atención de su audiencia si no mira hacia ella y dentro de ella. No pasee la vista por el techo, ni por el suelo, ni mire por la ventana. No clave la mirada en una única persona de la audiencia - le molestará, por muy bien predisposto que hacia usted esté. Distribuya sus miradas entre todos, de forma equitativa, haga que cada



Una buena idea es comenzar una frase mirando específicamente a una persona o grupo y terminarla mirando a otro distinto, como si estuviera hablando a éste. Esta técnica es válida tanto si está usted de pie como si está sentado.

4.4 QUE DEBEMOS Y NO DEBEMOS HACER

Veamos algunos ejemplos de lo que se suele asociar a determinados "discursos corporales":

Como ya hemos dicho, el comportamiento no verbal dice tanto de nosotros como las propias palabras. Es un indicador claro de nuestro pensamiento y de nuestro estado de ánimo y, en muchas ocasiones debemos saber controlar este lenguaje, ya que si no lo hacemos, nuestro cuerpo puede contradecir nuestro discurso.

- ❖ Mover rítmicamente los pies, tamborilear los dedos de la mano sobre la mesa, mirar fugazmente el reloj, removerse en la silla o carraspear **indican impaciencia o nerviosismo.**
- ❖ Mantener los brazos cruzados **indican una actitud defensiva.**
- ❖ Mirar de reojo, sin sonreír **puede señalar reserva, lejanía o duda.**
- ❖ Unir los pulgares indica **confianza en uno mismo.**
- ❖ Acariciarse la barbilla **significa evaluación, actitud crítica.**
- ❖ Mostrar las palmas de las manos **expresa sinceridad.**
- ❖ La cabeza inclinada a un lado, y los ojos muy atentos en el interlocutor **señalan una escucha activa y atenta.**

Como se ve en estos ejemplos, algunos de los cuales seguramente conocéis, existen un gran número de elementos que influyen en una situación de comunicación, y aunque éstas se perciben de forma global, es posible desglosarlas en factores que pueden controlarse y practicar en nuestro beneficio.

A evitar...

- ❖ Mover continuamente los pies,
- ❖ Frotarse las manos, o jugar con los dedos
- ❖ Cambiar de postura sin parar
- ❖ No mirar a los ojos del interlocutor
- ❖ Gesticular de forma exagerada

A potenciar...

- ❖ Adoptar una postura corporal relajada,
- ❖ Sentarse cómodamente,
- ❖ Mirar a tu interlocutor de frente,
- ❖ Sonreír de forma franca,
- ❖ Utilizar las manos para acompañar tu discurso.
- ❖ Habla con voz clara y audible, sin vacilaciones ni estridencias
- ❖ Usar un tono cálido y sincero.

4.5. NERVIOSISMO



)) Todos los puntos que hasta ahora hemos mencionado se ven afectados por los nervios. Estar nervioso es bastante natural e incluso puede hacer que mejore su intervención. Pero el miedo a hacer el ridículo puede impulsarle a hablar con demasiada rapidez e impedirle hacer las pausas debidas al parecer que duran una eternidad, e incluso impedirle gesticular y variar el tono de voz.

Una encuesta realizada recientemente reveló que cuando se pregunta a la gente por su más terrible experiencia, el miedo a hablar en público, destacaba por encima de otros temores más comunes como viajar en avión, el miedo a las arañas e insectos o el temor a las alturas. Lo que más teman será, probablemente quedarse sin saber qué decir. Esto no le ocurrirá si se ha preparado convenientemente.

Si no da con la palabra que busca, no se preocupe: le vendrá a la mente o bien se la proporcionará cualquier persona de la audiencia.

Recuerde que en casi todos los casos la audiencia está de su parte.

*Y ahora me duermo,
El que habla es aburrido, el tema un muermo.
Si se para y no despierto,
Por favor, dame un tiento.*

Anon

*“Era uno de esos oradores de los que muy bien podía decirse:
Antes de ponerse en pie, no sabe lo que va a decir; cuando está hablando, no sabe lo que está diciendo, y cuando se sienta, no sabe lo que ha dicho”.*

Lloyd George

5.- LA PREPARACIÓN

5.1. RECOPIRAR LA INFORMACION

Reflexione en torno a todo el tema y anote en una hoja grande de papel, de preferencia pautado, todo lo que se le vaya ocurriendo sobre el tema de su exposición. En general, nuestro cerebro no opera de una forma lógica; la ventaja del papel pautado es que sirve de ayuda, en vez de obstaculizar, a la manera en que opera nuestro cerebro.



5.2 SELECCIÓN Y RECHAZO

Hágase estas cuatro sencillas preguntas:

- ¿Quién es mi audiencia?*
- ¿Cuánto saben ya?*
- ¿Qué quiero decirles?*
- ¿De cuánto tiempo dispongo?*

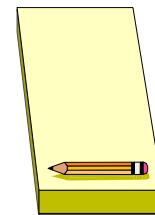
Ponga en claro su objetivo. Luego, rechace todo lo que sea irrelevante de sus notas iniciales. Decida a continuación cuáles serán los epígrafes y subepígrafes y póngalos en un orden lógico. La estructura de la exposición comienza a tomar forma.



Recuerde que no tendrá tiempo suficiente para decir todo lo que usted sabe del tema. Mencione solamente lo que sea pertinente y pueda ser tratado dentro del tiempo de que dispone. Esto podría, incluso, significar tener que rechazar algo sin vacilación.

5.3 ANOTACIONES

Para las notas utilice sólo cartulinas, tipo fichas. Escriba en grandes letras (legibles a distancia) los principales epígrafes (cuatro o cinco) y, debajo de cada uno, una o dos palabras clave que le recuerden los puntos que quiere dejar bien sentados.



Utilice una ficha para la INTRODUCCIÓN, una para cada tema y otro para el FINAL.

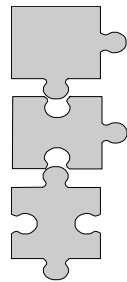
Asegúrese de que toda la secuencia resulta lógica.

Si ha preparado bien sus ideas, las palabras saldrán por sí mismas.

Si necesita mencionar citas, téngalas escritas en una tarjeta separada.

6.- LA ESTRUCTURA

Una exposición bien estructurada constará siempre de tres secciones principales:



1. Comienzo / Introducción
2. Tema central / Contenido
3. Final / Resumen

“Dígales lo que va a decirles, dígaselo y luego dígales lo que les ha dicho”.

Preste tanta atención al comienzo y al final como a los temas centrales.

6.1. INTRODUCCIÓN

Comience con una “campanada”, si puede - o con algún aspecto particularmente interesante del tema. Evite empezar con una pregunta - ¡Puede que obtenga una respuesta inesperada!

Deje que la audiencia sepa lo antes posible de lo que les va a hablar. Debería darles algunas indicaciones de los temas de los que va a tratar. A si mismo, debería indicar el tiempo que va a emplear y si va a utilizar ayudas visuales o a distribuir notas.

6.2. TEMA CENTRAL / CONTENIDO

Vaya haciendo indicaciones a lo largo de toda la exposición, es decir, haga saber a la audiencia cuando ha terminado usted con un tema y se dispone a pasar a otro. Naturalmente, la sucesión de ideas dentro de un mismo tema tendrá que ser lógica. Al finalizar cada tema, es conveniente responder a preguntas eventuales que pudieran surgir.



6.3. RESUMEN FINAL

El final puede realizarse en forma de resumen (no una repetición completa de su charla) o simplemente una elegante coronación de la exposición. Deje bien claro a la audiencia que ha llegado usted al final - no se apague poco a poco. Recuerde a la audiencia brevemente las ayudas que ha utilizado. Finalmente, agradézcales su escucha.

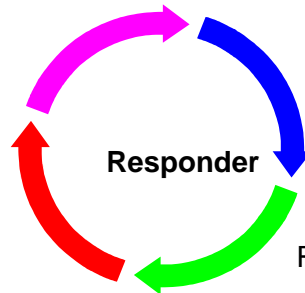
7.- PREGUNTAS

Es mejor hacer una pregunta al grupo en general. Luego, deje pasar unos segundos y elija a alguien para contestarla. Si usted elige a alguien sin dejar pasar esos segundos, el resto del grupo se desentenderá mentalmente de la pregunta y la persona elegida podría incluso sentirse molesta - por lo que no le dará las gracias.



“¿Alguna pregunta y elija

Evite que preguntas genéricas como “pregunta?” queden sin respuesta. Haga la pregunta por lo menos a una persona para contestarla.



Recuerde **A R C A S**

- A =** Agradezca la pregunta a quién la hace. Dígale que es una buena pregunta.
- R =** Rehaga la pregunta para demostrar que la ha entendido y para permitir a los demás que oigan lo que se ha preguntado.
- C =** Conteste al grupo, no sólo al que preguntó.
- A =** Averigüe con él si ha contestado a la pregunta a su entera satisfacción.
- S =** Sepa agradecer de nuevo que le haya realizado la pregunta en primer lugar.

¿No puede contestar?

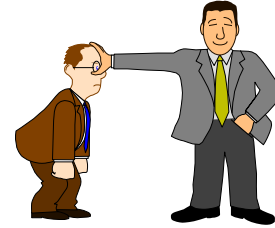
Si esto ocurriera, tiene varias alternativas:

- a) Admitirlo: la gente respeta a los que reconocen que no tienen todas las respuestas pero, añada que investigará más tarde y que se lo hará saber.
- b) Pida a alguna otra persona del grupo que conteste.

8.- INTERRUPCIONES

Pueden resultar difíciles, pero se pueden manejar profesionalmente. Jamás se muestre molesto u hostil hacia la persona que ha interrumpido.

Dígale que contestará usted a las preguntas al final, o bien, contéstele de inmediato siguiendo la pauta **ARCAS**.



NO!

Si alguien se muestra negativo u obstructivo, pásele el tema a alguien del grupo para que dé su opinión. Si su contacto visual ha sido bueno, para entonces, ya sabrá quiénes están de su parte en la sala.

Si es el grupo el que se hace cargo del que interrumpe, evitará que se produzca una lucha entre “orador” y “oponente”.

9.- EL LENGUAJE ADECUADO

“La jerga atrae a los ignorantes, el lenguaje llano a los sabios”. Cualquier estúpido puede hacer que las cosas suenen complicadas. Un orador inteligente es aquel cuya audiencia entiende todo lo que dice. Muéstrese tal y como es usted, evite la pomposidad.

Emplee una palabra corta en lugar de una larga si el significado es el mismo. Emplee palabras precisas en lugar de palabras enrevesadas. Como regla general, si emplea las palabras que utiliza en su conversación habitual, no podrá equivocarse mucho.

No emplee palabras técnicas sin explicarlas, a menos de que esté usted seguro al 100% de que el 100% de la audiencia entiende su significado. Puede haberse acostumbrado tanto al lenguaje técnico que no se de cuenta de que es específico de su profesión.



ES INUTIL HABLAR UN LENGUAJE QUE EL QUE ESCUCHA NO ENTIENDE

10.- AYUDAS VISUALES

No es recomendable hablar durante más de veinte minutos sin utilizar algún tipo de ayuda visual. La información visual deberá emplearse con discreción - su propósito es añadir algo a lo que usted tiene que decir, no repetir lo que ya ha dicho. Muestre el material sólo cuando se refiera a él y cúbralo hasta que necesite usarlo - borre lo escrito o aparte el material gráfico tan pronto haya terminado con él.

Si tiene intención de distribuir documentación explicativa, no lo haga hasta que llegue el momento de referirse a ella.

10.1.- TIPOS, VENTAJAS E INCONVENIENTES

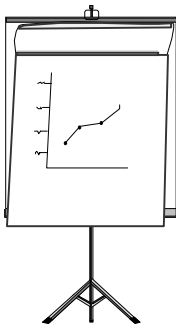
10.1.1.- ROTAFOLIOS

A.- Inconvenientes:

Espacio limitado.

Necesidad de escribir nítidamente.

Tendencias a garabatear.



B.- Ventajas:

Referencia permanente.

Puede volverse sobre aspectos tratados anteriormente.

Puede prepararse de antemano la información y mantenerse fuera de la vista.

Es limpio y ordenado.

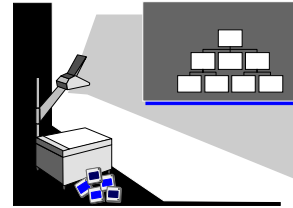
Se pueden introducir variaciones de color con facilidad.

10.1.2.- PROYECTORES, CAÑONES,

A.- Inconvenientes:

Distrae la atención de quien habla - la gente sólo mira las proyecciones-.

Es preciso disponer de una pantalla o de una pared adecuada.



B.- Ventajas:

Facilidad de manejo.

Dan un toque profesional a una presentación

MURALES

A.- Inconvenientes:

Requieren mucha preparación profesional.

No demasiado flexibles.

Voluminosos para transportar.

Necesitan ser guardados con mucho cuidado para evitar que se conviertan en pingajos.

10.1.3.-PANELES DE INFORMACION VISUAL PREPARADOS

B.- Ventajas:

Dan un toque profesional a una presentación.

Demuestran que se ha trabajado en su preparación.

No son frecuentes.

10.1.4.- DIAPOSITIVAS, PELÍCULAS, VÍDEOS

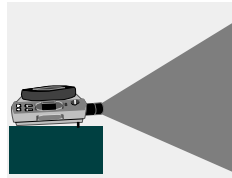
A.- Inconvenientes:

Se necesita mucha planificación.

Las cosas pueden salir mal.

Hace falta experiencia para manejarlos con éxito.

Pueden distraer si no se emplean adecuadamente.



B.- Ventajas:

Divertidos.

Toque profesional.

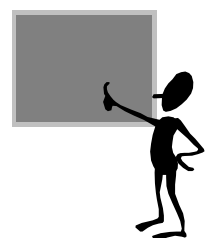
Expectación en el grupo.

10.2.- COMO SACAR EL MEJOR PARTIDO

Cuando dibuje en la pizarra, en el rotafolios o en transparencias, recuerde los puntos siguientes:

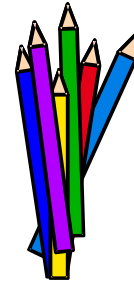


- a) **No garabatee.-** Siempre se teme esta perdiendo un tiempo interminable en escribir algo en la pizarra, rotafolios, etc. También en esto, tómese todo el tiempo necesario para escribir o dibujar claramente. No hay nada peor que ver una escritura descuidada en un pizarra. Procure mantener la escritura o los dibujos en líneas horizontales, no inclinadas a uno y otro lado.
- b) **Cuando esté escribiendo,** no hable y escriba al mismo tiempo.- Tómese todo el tiempo que necesite, la audiencia está con usted y dedicada a pensar y anticipar lo que va a seguir. Tómese, incluso, más tiempo del que cree necesario.
- c) **No hable a la pizarra o al rotafolios.-** Cerciórese de hablar a la audiencia cuando se esté refiriendo a la información visual. Para ello tendrá que colocar el atril, pizarra, etc., de forma que éste le permita hacerlo.



10.2.1.- COLOR

En la medida de lo posible, utilice más de un color. Lo máximo que debería utilizar son tres; más de tres se presta a confusión.



El color dará interés a lo que esté diciendo, además de ese toque profesional que tan a menudo falta. El color es un buen medio para distinguir de entre varios aspectos aquél que está tratando de explicar. Ya hemos mencionado que proceder por etapas es la mejor manera de hacer las cosas. Use un color distinto para cada etapa.

10.2.2.- FUERA DE LA VISTA

Cerciórese de que las ayudas visuales que Vd. va a utilizar no acaparan la atención de su auditorio

Sitúelas estratégicamente, conecte y desconecte los medios, entregue información sólo en el momento necesario.

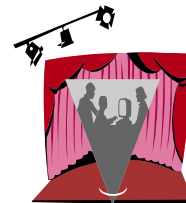
No olvide que las ayudas

**NO SON LA
PRESENTACION**



10.2.3.- TEATRALIDAD

Utilice los apoyos visuales, echándole teatro, como si fueran los únicos que va a mostrar ese día. Lo inesperado es lo que marca la diferencia, ya que durante todo el día su público estará pendiente de no perderse la próxima ilustración visual.



10.2.4.- NO MUESTRE Y HABLE A LA VEZ

Si necesita utilizar una ilustración para reforzar lo que está diciendo, asegúrese de acabar de explicarlo por completo y después mostrar la información visual. Trate de no explicar lo que representa la ilustración - estaría usted cumpliendo la función de la ayuda.

Lo que usted desea es que la gente piense por sí misma, y a la gente le gusta entender lo que usted dice contemplando la ilustración.

10.2.5.- MUÉSTRELO UNA VEZ Y RETÍRELO

No deje el material visual expuesto una vez que haya ilustrado su punto de vista.



Retírelo y déjelo a mano por si necesita volver a emplearlo para recapitular. No hay nada peor que ver toda una serie de material desparramado y sin relación alguna con lo que se está tratando.

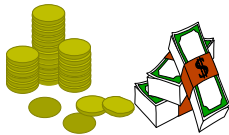
“Hay tres cosas que siempre olvido: Nombres, Caras... y de la tercera, no me acuerdo.”

Halo Svero

11.- LA EXPOSICIÓN

Convencer a los demás

Cuando tenga que presentar un tema que implique un desembolso de dinero o un cambio de política (o ambas cosas a la vez), ponga especial cuidado en prepararlo a fondo y en exponerlo de forma adecuada.



El mismo cuidado habrá de poner en cualquier situación en la que usted trate de convencer a una persona o a un grupo para que acepten sus ideas: una línea de actuación que usted desea que sigan, la venta de un servicio, la presentación de un proyecto a todo un consejo de administración, etc.



Siempre que quiera convencer, la sucesión de los puntos de su exposición deberá seguir las “Etapas de Venta” (ver las notas de Razones por las que se aceptan ideas 12.3.).

11.1.- CHARLA IMPROVISADA

Se dice que en cierta ocasión, un visitante sorprendió a Sir Winston Churchill paseando arriba y abajo, hablando consigo mismo. La explicación era que estaba preparando su discurso “improvisado” de aquella tarde.

Si tiene motivos para sospechar que pueden pedirle que diga “unas palabras”, trate de prepararse con antelación. Desgraciadamente, no siempre se puede estar preparado - como cualquier otra desgracia, la necesidad de improvisar puede surgirle de pronto. ¿Qué puede hacer?

Si usted se acostumbra a preparar sus discursos de forma ordenada, podrá organizar con rapidez sus ideas, e incluso podrá hablar conforme vaya pensando.



He aquí tres pequeños consejos:

Primero.- Nadie espera una “joya de oratoria” o una valiosa información de un discurso improvisado. Todos se darán por satisfechos con una agradable charla mundana - de modo que puede mostrarse razonablemente vago y confuso sin perder su prestigio.

Segundo.- Generalmente puede usted desarrollar una nota mental, a partir de la cual, para hablar, irá retrocediendo en la historia tan lejos como sea posible y avanzando luego en su relato hasta los tiempos presentes.

Por ejemplo, puede preguntarse a sí mismo cuando oyó hablar por primera vez de esa persona / producto / empresa / asunto y en relación con qué. ¿Qué cambio se han producido desde entonces?.

Tercero.- No olvide tomarse su tiempo. Por ejemplo, no se ponga en pie precipitadamente cuando le venga encima esa papeleta. Levántese despacio y mire amablemente a toda la audiencia, mientras piensa en lo que va a decir. Sólo tendrá que hablar durante dos o tres minutos. En ocasiones, lo que usted dice se olvida normalmente, tan pronto como se ha oído.

11.2.- DISCURSOS



El mejor consejo que puede darse a alguien que piense leer un discurso es: ¡No lo haga!

El lenguaje escrito y el lenguaje hablado son totalmente diferentes. La lectura de un discurso suena siempre enfática y poco sincera. Normalmente, la gente habla mejor basándose en lo que sabe que en notas escritas.

Puede haber ocasiones, sin embargo, en las que tenga usted que exponer un escrito en nombre de alguien.

Se trata de un ejercicio difícil en extremo ya que para dar algo de vida al discurso tendrá que mirar a la audiencia lo más frecuentemente posible. Esto significa que su vista deberá ir cinco o seis palabras por delante de su voz. Es una técnica muy difícil de perfeccionar.

Si le cae encima esa desgracia, puede entrenarse leyendo un libro o revista en voz alta y levantando la vista todas las veces que pueda.

¡Mucha suerte. No es nada fácil!

12.- RAZONES POR LAS QUE SE ACEPTAN IDEAS

Hablar no es vender. Es importante darse cuenta de que existe una gran diferencia entre decirle a alguien lo buena que pueda ser una cosa o idea y vendérsela.

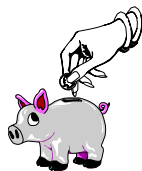
12.1.- RAZONES PARA COMPRAR “S.E.D.U.C.E.”

La gente compra cualquier cosa - incluso “ideas” - por una o varias de las siguientes razones:

- S = Seguridad**
- E = Estética - Atractivo**
- D = Duración**
- U = Utilidad - Productividad**
- C = Comodidad - Convivencia**
- E = Economía**

Se compra porque la idea, el servicio o el producto, satisface una necesidad y proporciona un beneficio.

Nadie compra algo por características, sino por BENEFICIOS.



Así pues, cuando venda ideas, productos o servicios DEBE mencionar los BENEFICIOS que se derivan de las características.

12.2.- CARACTERÍSTICAS Y BENEFICIOS

- | | |
|---------------------------------|--|
| Definición: | Una CARACTERÍSTICA describe algo.
Un BENEFICIO es lo que la característica hará por alguien. |
| Recuerde: | Las características no “sirven”.
Sirven los beneficios. |
| ¿Cuál es la diferencia?: | Para encontrar el beneficio de una característica, pregúntese: “¿Y bien?” o “¿Qué representa esto?”. La respuesta es un beneficio. |

12.3.- LAS DIFERENTES ETAPAS

Para convencer con éxito, es indispensable dar ciertos pasos. Usted, como persona que hace la presentación, deberá saber hasta dónde ha llegado en todo momento, y qué es lo que debe decir a continuación.

Estos pasos son los siguientes:

1. Prepárese
2. Clarifique la necesidad
3. Cubra esa necesidad
4. Exponga los beneficios
5. Actúe



12.3.1.- PREPÁRESE

Para evitar pérdidas de tiempo o repeticiones, asegúrese de que está hablando con las personas adecuadas. Pregúntese: “¿Quiénes son?”, “¿A qué departamento pertenecen?”, “¿Sabrán quién soy yo y lo que hago?”.

Manifiésteles que es usted consciente de que ellos ya conocen algo del tema. Esto ayuda a establecer una relación.

Tenga en mente que, tal vez tenga que explicar algún término técnico a alguien de la audiencia que no lo entienda.

12.3.2.- CLARIFIQUE LAS NECESIDADES

Como mínimo, una cuarta parte de su exposición, deberá estar dedicada a clarificar las necesidades.

Para tener alguna posibilidad de convencer a alguien sobre un tema, es de vital importancia obtener primero algún acuerdo sobre los problemas o desventajas de la situación presente. La razón por la que la mayoría de las propuestas fracasan, es que el que habla no pone de manifiesto esos problemas.

Los problemas se enuncian como una exposición de hechos objetivos y demostrables y **nunca** como juicios de valor descalificados o culpabilizantes.

Antes de dar el paso siguiente, pida a sus interlocutores que confirmen la existencia de ése/ésos problemas/s.



12.3.3.- CUBRA LAS NECESIDADES

Llegados a este punto, sus interlocutores querrán saber cómo se propone resolver sus problemas. Usted habrá despertado en ellos ese interés.

Explíqueles sus soluciones. Explíquelas en el mismo orden que los problemas correspondientes.

Sus soluciones deberán ser características o descripciones, en lugar de beneficios - eso vendrá después.

12.3.4.- EXPONGA LOS BENEFICIOS

Explique ahora lo que significarán sus soluciones - de qué manera se beneficiarán sus interlocutores o su propia empresa.

Trate de que cada uno de los beneficios signifiquen una respuesta a los problemas expuestos en el paso 2.

Generalmente, llegados a este punto, es un buen momento para mencionar los costes - no sólo el desembolso, sino también el ahorro. No obstante, usted ya habrá previsto en su preparación, algunas de las objeciones que pueden surgir a los incrementos de costes.

12.3.5.- ACTÚE

Ya está usted en disposición de recomendar lo que debería hacerse. Después de todo, esa es la finalidad de su exposición. Sea todo lo positivo que pueda.



12.4.- RESUMEN DE LA ESTRUCTURA PARA LA ACEPTACIÓN DE IDEAS

COMIENZO / INTRODUCCIÓN	
1.- Prepárese	<ul style="list-style-type: none"> - Preséntese - Dé las debidas gracias - Esboce las etapas de su exposición, lo que se propone abordar en líneas generales
TEMA CENTRAL / CONTENIDO	
2.- Clarifique las necesidades	<ul style="list-style-type: none"> - Breve bosquejo de los problemas - Detalle de cada problema - Resumen al final de cada uno - Dé indicaciones del problema siguiente - Resuma todos los problemas - <u>Obtenga confirmación de que existen</u>
3.- Cubra necesidades	<ul style="list-style-type: none"> - Bosqueje sus soluciones - Detalle de cada solución - Dé indicaciones, resuma - <u>Obtenga confirmación de que las soluciones parecen factibles</u>
4.- Exponga beneficios	<ul style="list-style-type: none"> - Bosqueje los beneficios - Detalles - Explique lo que significarán, en qué servirán a la gente, o a la empresa - Resuma - <u>Obtenga confirmación de que merecen la pena</u>
FINAL / CONCLUSIÓN	
1.- Resumen	<ul style="list-style-type: none"> - Los problemas originales - Sus soluciones, características - Los beneficios
2.- Acción	<ul style="list-style-type: none"> - Lo que usted propone, quién debería hacerlo, para cuando - <u>Obtenga acuerdo final</u>

¡BUENA SUERTE!