

RESUMEN ORIENTACIÓN AL FORMADOR



RESUMEN DE CONCEPTOS Y APLICACIONES

Manual del formador



<https://www.emilio.aragon.com>

Editado el 20 de septiembre de 2014

Contenido

RESUMEN ORIENTACIÓN AL FORMADOR	1
1. UN PLAN PARA PERFECCIONAR LA EFICACIA DE MIS COMUNICACIONES	4
2. APLICACIONES	9

ANTES DE COMENZAR

“Esta metodología de Comunicar es aplicable a todos los campos y especialidades en la que impartimos formación o coaching; desde la Gestión de proyectos pasando por la técnica de ventas o la Programación Neurolingüística.

Comunicar con los demás y contigo mismo es la clave del éxito como Gerente, empresario o formador. El *análisis para la venta de ideas* es una metodología sin discusión sobre su utilidad y su aplicabilidad en todos los campos de la gestión e interacción humana.”

1. UN PLAN PARA PERFECCIONAR LA EFICACIA DE MIS COMUNICACIONES

I. LAS PERSONAS CON QUIENES ME ENCUENTRO SON IMPORTANTES Y QUIEREN SER RESPETADAS. PUEDEN ESTAR PENSANDO EN OTRAS COSAS CUANDO YO ME ACERQUE Y PUEDEN ESTAR EMOCIONALMENTE INDISPUESTAS Y NO QUIEREN SER MOLESTADAS.

Puedo neutralizar las emociones negativas que puedo causar cuando interrumpo el pensamiento de mi Oyente; o puedo calmar emociones negativas que, por otras razones, pueden estar en su pensamiento en ese momento o después, si utilizo los siguientes **Motivadores de Emoción**:

- ❖ Manera
- ❖ Apelo al Orgullo
- ❖ Pregunta Amigable
- ❖ Obsequio
- ❖ Contacto
- ❖ Seguridad
- ❖ Prestigio Personal

Mi **Manera** dependerá de varias cosas, tales como: mis pensamientos, mi apariencia, mis expresiones faciales, el tono de mi voz, mis acciones y reacciones, las cosas que me rodean, la forma como manejo los muestrarios, los gráficos, folletos, etc.

Mi uso de **Apelo al Orgullo** dependerá de mi capacidad para reconocer las realizaciones de mi Oyente y de otros en quien está profundamente interesado, y luego, ser suficientemente gentil para mencionarlas. Para evitar el abuso de adulación, buscaré la manera de documentar mis conocimientos sobre estas realizaciones.

Si voy a utilizar **Preguntas Amigables** eficientemente, debo conocer lo Suficiente referente a mi Oyente o de sus realizaciones, para poder personalizar en forma natural y sincera.

Puedo encontrar **Obsequios** para mi Oyente, si conozco sus Objetivos y si estudio mis contactos con él. **Contactos** con personas, se pueden establecer por medio de amigos, experiencias, asociaciones o intereses mutuos.

Puedo dar **Seguridad** a mi Oyente, por medio de afirmaciones honestas o alentadoras.

Puedo utilizar **Prestigio Personal**, mencionando breve y modestamente cualquier experiencia pasada, que indique a mi Oyente que puede confiar en mí.

II. LAS PERSONAS CON QUIENES ME ENCUENTRO VEN MIS IDEAS DESDE SU PUNTO DE VISTA.

Su punto de vista depende de lo que ellos esperan de su trabajo o de la vida en general. Sus metas, ambiciones y sus deseos son sus objetivos.

Estaré capacitado a Comprender la manera como mi Oyente entiende mi idea, si estudio sus acciones y conozco sus **Objetivos**. Si conozco sus objetivos, podré organizar mi forma de pensar para que pueda explicar cómo mi idea los ayudará a alcanzar esos **Objetivos**.

Para probar que estoy considerando el **Punto de Vista del Oyente**, al empezar la conversación, me parece que es útil Mencionar el **Objetivo**. Existen varios métodos para conseguir esto.

Cuando conozco las metas de mi Oyente, simplemente menciono el **Objetivo**. Esto se puede hacer con una Afirmación o Pregunta.

En circunstancias similares, puedo indicar el deseo de ayudarlo a alcanzar sus Objetivos con la **Manera Práctica de Expresarse**.

Cuando conozco el Objetivo, también puedo utilizar la secuencia **Buena Calidad Pasada Objetivo**. En ese caso, mencionó acciones pasadas específicas que mi Oyente tomó y mencionó en qué forma él/ellos ayudaron o podrán ayudar a alcanzar Objetivos. Si no estoy muy seguro en cuanto a sus Objetivos, puedo mencionar aquello que pienso puede ser su Objetivo y luego hacer una Pregunta de Comprobación. Estaré usando la secuencia **Objetivo-Pregunta Comprobación**.

Si no conozco los Objetivos de mi Oyente, muchas veces los puedo determinar con **Preguntas de Información**.

III. MIS OYENTES SOLAMENTE ESTARAN INTERESADOS EN MI IDEA, SI PRIMERO, PUEDEN APRECIAR COMO SE BENEFICIARAN DE ELLA.

Muchas personas harán gustosos aquello que yo quiero que hagan, si perciben cómo se beneficiarán, o sea, cómo mi idea los ayudará a mejorar su situación particular.

A veces, mis Oyentes pueden desconocer las Condiciones que enfrentan, las cuales, junto con sus acciones, causan o podrían causar Pérdidas. Con frecuencia, conocen estas Condiciones pero debido al hecho de transferir la culpa de sus Pérdidas a Condiciones que consideran estar fuera de su control, se vuelven complacientes.

Utilizando **Afirmaciones Condición—Pérdida**, o **Condiciones y Preguntas de Pérdida**, puedo hacer que mi Oyente aprecie como estas **Pérdidas**, actuales o futuras, le impiden alcanzar sus Objetivos. Cuando uso Pérdidas o Condiciones, debo usar Condiciones por las cuales mi Oyente no puede ser culpado. Las Pérdidas que menciono, tienen que estar lejos de sus Objetivos.

Haciendo Preguntas de Condición, puedo hacer que mi Oyente empiece a pensar y hablar acerca de las Condiciones que él enfrenta.

Haciendo Preguntas de Pérdida, puedo hacer que admitas las Pérdidas, estableciendo en sus mentes la necesidad de Beneficios.

Frecuentemente encontraré **Explicación Demostración** útil para esclarecer el entendimiento de los Motivadores por parte de mi Oyente.

Utilizaré **Explicación Demostración**, cuando describo alguna idea que mi Oyente ignora debido al conocimiento que tiene de otras ideas; o utilizaré fotografías, gráficos u otros medios que estén a mi alcance.

IV. MIS OYENTES QUIEREN SABER LOS DETALLES DE MI IDEA, POCAS VECES SE IMPRESIONAN CON DISCUSIONES O EXAGERACIONES.

Mis Oyentes quieren mejorar su situación particular — si tuve éxito al despertar su complacencia - ellos estarán dispuestos a oír mi razón. La información que les doy, debe basarse en detalles reales.

En general, cuando apelo a la razón, debo primero mostrarles que mi idea los Beneficiará y luego, debo probar cómo se beneficiarán con mi idea.

RAZON PORQUE = Beneficio — Buena Calidad

COMPARACION = Beneficio — Buena Calidad — Pérdida - Calidad Pobre

CONCLUSION = Beneficio - Buena Calidad — Pérdida — Calidad Pobre - Buena Calidad - Beneficio

EVIDENCIA = Beneficio - Buena Calidad — Prestigio — Historia

En general, pienso de los **Motivadores de Razón** de la siguiente manera:

Beneficio	Los resultados positivos que mis Oyentes obtienen con mi idea.
Buena Calidad	Lo que es mi idea — sus características - cómo funciona.
Calidad Pobre	Una idea — sus características — que es inferior a mi idea de Buena Calidad, por ser menos efectiva a la solución del problema en discusión. —
Pérdida	Los resultados negativos que mis Oyentes podrían recibir utilizando la idea de Calidad Pobre.
Prestigio	Afirmaciones que indican que otras personas aprobaron mi idea, producto o mi compañía.
Historia	Hacer referencia de otras personas que se beneficiaron con mi idea, o sufrieron Pérdidas por utilizar otra idea.

V. OTRAS PERSONAS TIENEN DERECHO A SUS OPINIONES, YA SEAN CORRECTAS O EQUIVOCADAS Y ESTAS DEBEN SER RESPETADAS.

Muchas veces las opiniones de mis Oyentes serán diferentes a las mías. Muchas veces ellos encontrarán Objeciones en mí idea o a ciertas partes de ella.

Generalmente, indicarán su Objeción por intermedio de una señal. Sin embargo, nunca debo presumir que mi idea haya sido aceptada, porque ninguna objeción ha sido manifestada. Si mis Oyentes no expresan su reacción, debo utilizar una Pregunta de Comprobación con respecto a mi idea, para determinar si mis Oyentes entienden y aceptan aquello que estoy tratando de transmitir.

Cuando mis Oyentes encuentran una objeción a mi idea, ya sea automáticamente o como respuesta a mi Pregunta de Comprobación, debo acordarme que ellos defenderán su opinión emocionalmente.

Por eso, antes de probar superar los Obstáculos de mis Oyentes, debo calmar sus Emociones, esto es, utilizar el **Spar**.

Este Será mi **Spar**:

1. Mostrar por medio de mi **Manera** que *considero* a mi Oyente importante y que lo respeto.
2. Repitiendo alguna frase importante, o utilizando **Seguridad**, mostrar a mi Oyente que entiendo su punto de vista y trataré ser razonable en la discusión del mismo.
3. Si es necesario, explicaré a mi Oyente cómo porqué entiendo su punto de vista

LA RESISTENCIA QUE ENCUENTRO CUANDO PRESENTO MIS IDEAS, GENERALMENTE SE PUEDE CLASIFICAR COMO UNA O UNA COMBINACION DE CATORCE OBSTACULOS.

Si utilizo el **Spar** con estos Obstáculo, tendré una buena oportunidad de solucionarlos con los siguientes Motivadores, dentro de una fórmula bien flexible.

OBSTÁCULOS Y LOS MOTIVADORES

1.	HÁBITO	Beneficio
2.	MIEDO	Buena Calidad
3.	PRECIO	Beneficio
4.	RECLAMACIÓN	Acción de Buena Calidad, Beneficio y Explicación Demostración.
5.	FALTA DE INFORMACIÓN	Condición—Pérdida, Explicación Demostración, Beneficio
6.	DETALLE	Acción de Buena Calidad
7.	COMPETENCIA	Preguntas y Afirmaciones Comparativas
8.	COMPETENCIA AMISTOSA	Motivadores de Emoción fuertes y Afirmaciones Comparativas
9.	PERSONALIDAD DIFÍCIL	Motivadores de Emoción fuertes
(Deberé acordarme que solamente porque una persona es difícil de convencer, necesariamente no tiene que ser una persona difícil. Para personas difíciles de convencer: Objetivo)		
10.	TIEMPO	Acciones de Buena Calidad
11.	LIBERACIÓN	Motivadores de Emoción y solucionando el Obstáculo que causa Liberación
12.	EVASIÓN	Motivadores de Emoción fuertes
13.	ATMÓSFERA NEGATIVA	Manera
14.	FALTA DE BUEN JUCIO	Buen Juicio, considerando el Punto de Vista del Oyente y planeando y actuando de acuerdo con él.

VI. A VECES MIS OYENTES NECESITAN AYUDA PARA TOMAR UNA DECISION REFERENTE A MI IDEA.

Algunas veces, las personas tienen duda al tomar una decisión referente a mi idea, aunque no hayan ofrecido objeciones durante nuestra conversación.

1. Puedo utilizar una Pregunta para saber si quieren los **Beneficios** que mencioné.
2. Con algunas personas puedo utilizar **Mandato**, como manera cortés de sugerir que acepten mi idea.
3. Algunas personas podrán tomar la decisión final y aceptar mi idea, si utilizo **Seguridad**, esto es, si les garantizo que recibirán **Beneficios**.
4. Permitiendo que mis Oyentes hagan la selección final entre una cosa y otra podré también obtener la aceptación final de mi idea. En este caso, ofrezco dos Alternativas y una de ellas implica la aceptación de mi idea.
5. Frecuentemente, puedo conseguir la decisión final, haciendo el Resumen de los Beneficios que mi idea traerá a los Oyentes.
6. En los casos en que el Oyente conoce a otros que se han beneficiado con mi idea, puedo mencionarlos y de esta manera, obtener la decisión final respecto a mi idea. Este es el tipo de **Decisión de Evidencia**.

VII. CUANDO UTILIZO EL PLAN ARRIBA DESCRITO, ESTOY UTILIZANDO BUEN JUICIO.

Cuando mi Oyente dice: "Yo apruebo," recibo Beneficios adicionales más allá del hecho de haber aceptado mi idea.

A medida que mi Oyente se Beneficia utilizando mi idea o producto de **Buena Calidad**, su experiencia me da valiosas Historias de Prestigio del usuario, que me ayudarán a transmitir los Beneficios que mi Buena Calidad tiene para otros.

Mi Oyente probablemente será más receptivo a otras ideas o productos que ofrezco, pues ya está recibiendo Beneficios ofrecidos por mí.

Debo acordarme que no existe solución mágica para relaciones humanas y comunicaciones. Debo utilizar todo el Buen Criterio que puedo encontrar para investigar y analizar las situaciones que mis Oyentes y yo enfrentamos antes de tomar acción y empezar a hablar.

2. APLICACIONES

3	6	5	2	1	4
OBJ Lo que el Oyente desea	CON-P Lo que encara el Oyente	B Lo que puede ganar el Oyente	BC Acción específica que Ud. quiere que se tome	CP Acción específica que Ud. quiere cambiar	P Lo que puede perder el Oyente
<p><u>ANÁLISIS</u></p> <p><u>DESCRIBA LOS RESULTADOS FINALES QUE EL OYENTE DESEA...EN SU TRABAJO Y EN SU VIDA PARTICULAR</u></p> <p>Haga una lista de varios.</p> <p>Seleccione el Objetivo al cual pueda asociar más fácilmente su idea, como parte inicial de su presentación.</p> <p>Este Objetivo se convierte en el OBJ-POS</p> <p>MENCIONAR EL OBJETIVO</p> <p>Considere:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mencionar el Objetivo ➤ OBJ – PGT ➤ Manera Práctica de expresarse (MPE) ➤ BC – PAS - OBJ 	<p><u>Describa aquellas circunstancias o situaciones</u> sobre las cuales nuestro Oyente no tiene control y tampoco puede ser hecho responsable.</p> <p>Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personas • Cosas • Naturaleza • Situaciones <p>Estas condiciones deben ser una causa lógica de las pérdidas de la columna Pérdidas.</p> <p>Transfiera Pérdidas a esta columna en secuencia lógica al OBJ-NEG.</p> <p>Evite mencionar la acción de Calidad Pobre.</p> <p>Las pérdidas pueden incluir “Usted” o “Su”</p> <p>NOTA: Esta columna solamente es necesaria cuando existe falta de información esencial para sus Oyentes, ellos están complacientes, o se espera resistencia a su idea o producto.</p>	<p><u>Describa los resultados deseables que el Oyente recibirá</u> de la acción de BC...eso es...utilizando su idea, producto o servicio.</p> <p>Únalos de manera lógica desde el primer beneficio hasta el OBJ-POS o sea, al último beneficio.</p> <p>Personalice usando “Usted” o “Su”.</p> <p>Afirme positivamente.</p> <p>Evite mencionar su acción de BC o características.</p>	<p>Describa <u>la acción específica</u> que Ud. desea que el Oyente tome o una característica de la acción que está recomendando.</p> <p>Incluya cómo Ud. quiere que sea hecho, y las habilidades de las personas involucradas cuando es deseable.</p> <p>Personalice usando “Si Ud.” o “Si nosotros”.</p> <p>Afirme positivamente.</p> <p>Evite opiniones y juicios de valor.</p> <p>Incluya y discuta solamente una acción y una característica cada vez.</p>	<p>Describa la acción específica que el Oyente está realizando o considerando, que Ud. quiere cambiar.</p> <p>Incluya el Cómo, característica y habilidades de las personas involucradas, cuando sea deseable.</p> <p>Impersonalice - evite usar “Ud.” o “Su”.</p> <p>Afirme positivamente.</p> <p>Evite opiniones y juicios de valor.</p> <p>Pregunte “por qué” para tener la certeza de que aquello es la causa (CP) y no un resultado (P).</p>	<p>Describa los resultados indeseables que resultan o podrían resultar a cualquier persona tomando la decisión de CP.</p> <p>Únalos de manera lógica usando la expresión “lo que quiere decir”.</p> <p>Debe fluir de manera lógica desde la primera pérdida al OBJ-NEG (la última pérdida)</p> <p>Impersonalice – evite “Ud.” o “Su”</p> <p>Afirme positivamente.</p> <p>Afirme condicionalmente: “podría encontrar” en vez de “encontrarás”.</p>

HOJA ANALÍTICA PREPARADA PREVIA A LA PRESENTACIÓN DE UNA IDEA

A: _____

	3	6	5	2	1	4
OBTENCIÓN ATENCIÓN FAVORABLE	OBJ Lo que el Oyente desea	CON-P Lo que encara el Oyente	B Lo que puede ganar el Oyente	BC Acción específica que Ud. quiere que se tome	CP Acción específica que Ud. quiere cambiar	P Lo que puede perder el Oyente
Empiece su conversación	ANÁLISIS					
	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">MENCIONANDO EL OBJETIVO</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">OBJ POS</div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">OBJ NEG</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">MPF</div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">OBJ POS</div>			<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">OBJ NEG</div>

Prepárese para presentar **afirmaciones de razón por qué** adicionales y otros datos a medida que discuta su idea.

PREPARÁNDOSE PARA UTILIZAR EL MÉTODO DE PREGUNTAS INDIRECTAS			CUÁLES SON LOS DATOS (CONT.)	QUÉ ES MEJOR HACER
<p>PG CONDICIONES (PGC)</p> <p>Para que él empiece a pensar y hablar de COND.</p>	<p>PG PÉRDIDA (PGP)</p> <p>Para animarlo a admitir las pérdidas</p>	<p>PG SOLUCIÓN (PGS)</p> <p>Para sugerir nuestra solución de BC a las pérdidas.</p>	<p>PRESTIGIO (PR) 7</p> <p>¿Quién está utilizando la idea?</p>	<p>BUSQUE LA DECISIÓN Y COMPROMISO</p>
<p>Que sea una pregunta abierta y neutra</p> <p>Comience con Qué, Por Qué, Dónde, Cuándo, Quién, Cómo.</p> <p>Ningún: B, BC, CP, o P</p>	<p>Tenga la Certeza de que la pérdida está relacionada con condiciones fuera de su control</p> <p>La respuesta debe ser “Sí” o “No”</p> <p>Podrá contener “Ud.”</p>	<p>Generalmente una Afirmación de Razón por qué en forma de pregunta. Use la secuencia B – BC.</p> <p>Use “¿A Ud. le parece?”</p> <p>En vez de “¿A Ud. no le parece?”</p>	<p>Mencione un usuario específico de una acción BC o de una acción CP</p> <p>Mencione los resultados obtenidos por el usuario.</p> <p>8</p>	<p>Incluya Beneficios y un factor de tiempo</p> <p>Use la secuencia B - BC</p>
PG1	PG1	PG1	<p>HISTORIA (H)</p> <p>Lo que ellos dicen con respecto de la idea.</p> <p>Relate lo que el usuario ha dicho referente al uso de la BC o CP</p>	
PG2	PG2	PG2		YO APRUEBO

