

Comunicación persuasiva

Guía de seguimiento: Aspectos clave aplicables

ASPECTO TRABAJADO	COMPORTAMIENTO ESPERADO
Los factores a tener en cuenta a la hora de comunicar.	Nuestro cerebro funciona en base a dos mecanismos muy básicos: El de la confirmación y el del foco de atención. Tan pronto alguien nos dice algo, ya sea por el tono, las palabras en sí, el orden en el que las dice... nos hacemos una primera impresión, y luego tendemos (consciente o subconscientemente) a buscar los detalles que la confirman. Y cuando el cerebro busca, tiende a encontrar. Además, una vez centramos la atención en un aspecto determinado dejamos de ver muchas cosas que tenemos al lado. Por eso es clave crear una buena primera impresión, y cuidar los detalles de la comunicación que lo van a facilitar.
Los 3 aspectos que necesitamos dominar, para ser capaces de persuadir a alguien para que haga lo que le pedimos.	Para que alguien haga lo que queremos que haga, hay 3 factores importantes: 1. Es más probable que lo haga si tenemos una buena relación, y si tiene una valoración positiva de nosotros. 2. A la hora de valorar si hacemos o no alguna cosa, muchas personas tenemos dudas. Para conseguir que alguien se decida a hacer lo que le pedimos hemos de ser capaces de reducir esa incertidumbre. 3. Aún y teniendo una buena relación, y resolviendo la incertidumbre, si lo que queremos es que alguien cambie algo en su forma de trabajar o comportarse, deberemos evitar su reacción defensiva natural ante el cambio, y facilitar que se sienta bien al hacer lo que le pedimos.
Los principios de la influencia que nos ayudan a comunicar de forma más persuasiva.	1. Para facilitar que alguien valore de forma más positiva lo que le decimos (y a nosotros). a. Podemos utilizar el principio de "El parecido". Al principio podemos destacar aquellas cosas en las que somos más parecidos, porque tendemos a valorar de forma más positiva a aquellos que son más parecidos a nosotros. b. Podemos utilizar la "Facilidad cognitiva": Usar frases cortas con palabras sencillas y familiares, porque se asocian a algo más seguro y positivo. c. Podemos utilizar "La imperfección": Empezar mencionando algo que no sea "perfecto" de nuestra idea o propuesta, para luego, inmediatamente, compensarlo con algo que sea relevante para la otra persona. 2. Para reducir la incertidumbre podemos usar "La aprobación social": Resaltar que ya hay otras personas que hacen lo que le pedimos que haga, o que es lo que hace la mayoría. 3. Para aumentar la probabilidad de que alguien cumpla sus compromisos, y reducir su reacción negativa al cambio podemos usar "La consistencia". a. Haciendo que muestre su compromiso de forma activa (escribiendo, hablando...) y de forma pública (delante de otras personas). b. Recordando que la persona ya ha hecho antes algo parecido a lo que le vamos a pedir (o se ha posicionado a su favor).