

Ponencia:
COMUNICACIÓN PERSUASIVA
Y
PRESENTACIONES EFICACES



LARA & ANTOLÍ
c o m u n i c a c i ó n

www.larayantoli.com



GENERALITAT
VALENCIANA

iVACE
INSTITUT VALENCIÀ DE
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL



UNIÓ EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

CEEI
VALENCIA
CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS

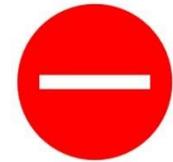
LA IMPORTANCIA DE DOMINAR LA PALABRA EN UNA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL EFECTIVA

LLEGA EL MENSAJE



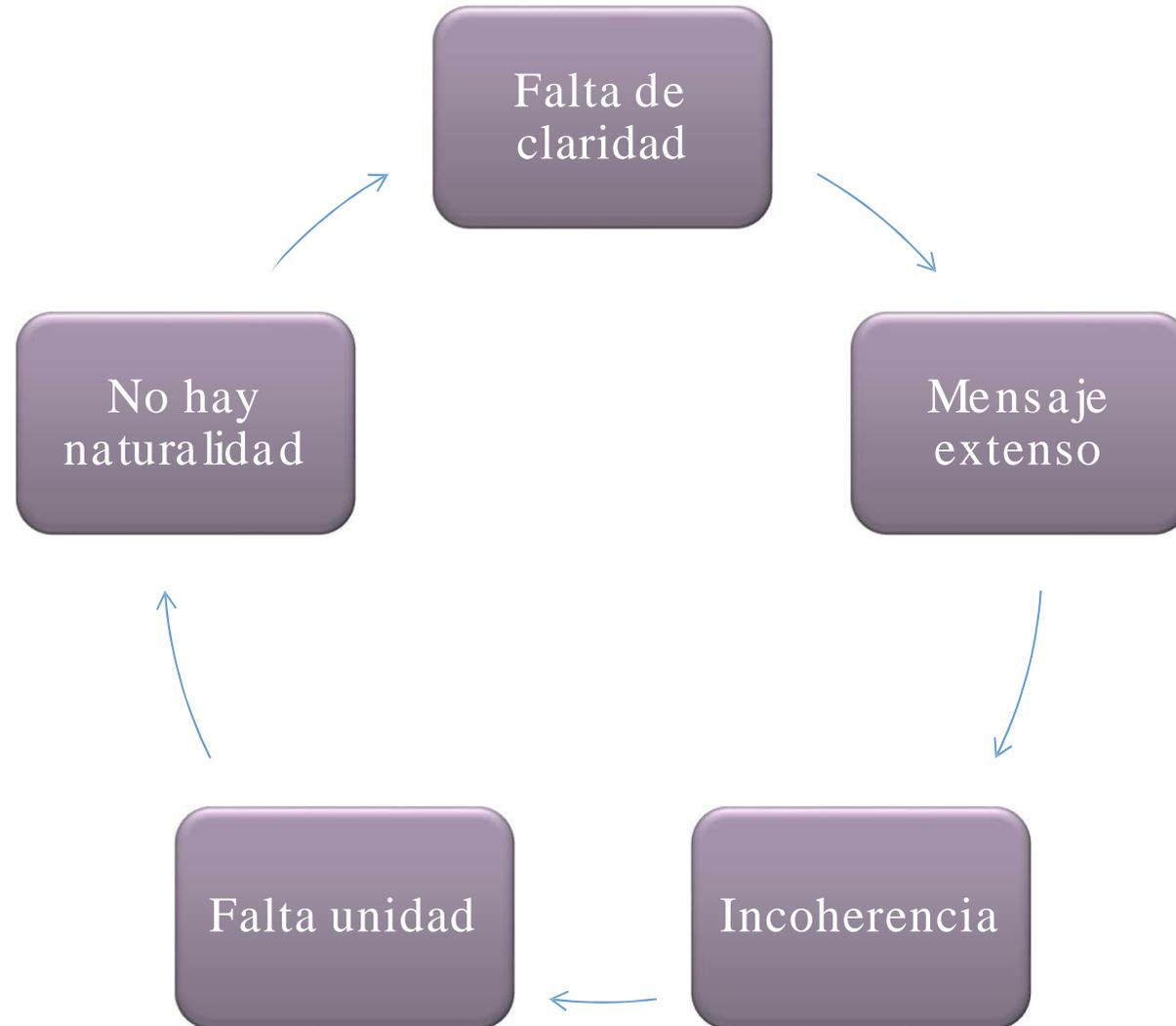
- Palabras adecuadas
- Buena estructura
- Claridad
- Argumento
- Buen tono y vocalización
- Escucha activa

NO LLEGA EL MENSAJE

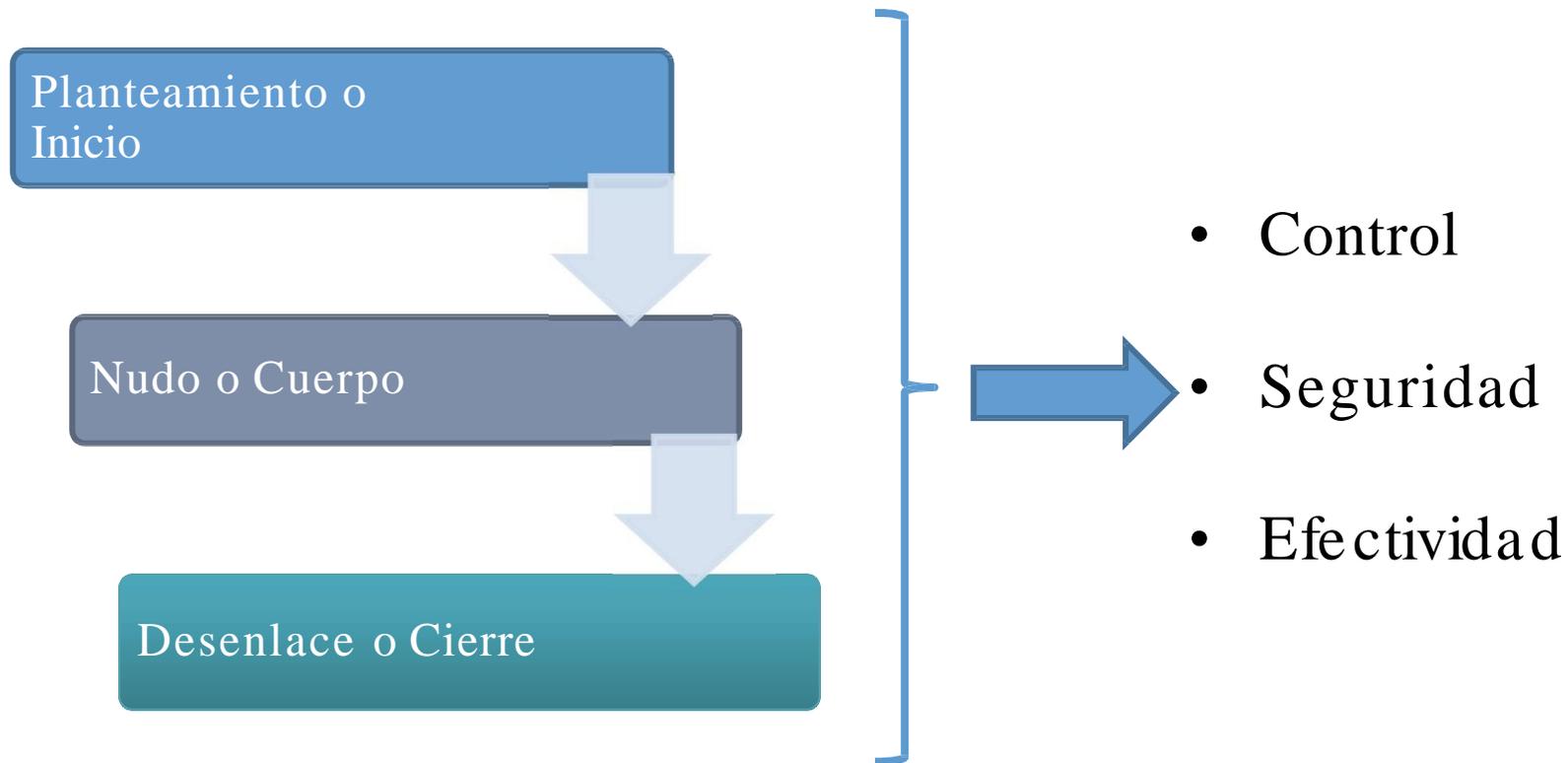


- Palabras inadecuadas
- Mala estructura
- Argumento insostenible
- Lenguaje no adecuado
- Factores externos

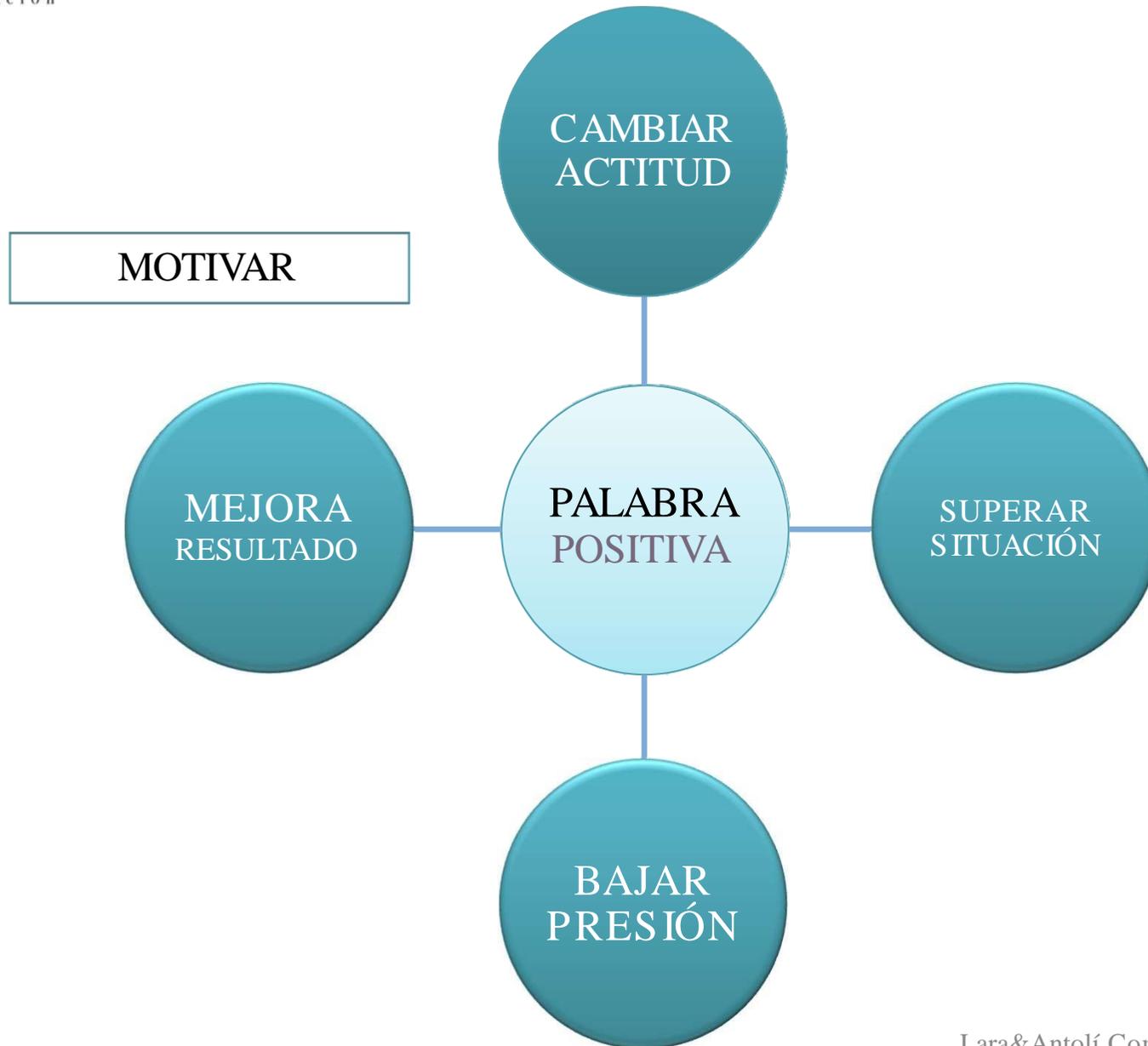
MALA ESTRUCTURA



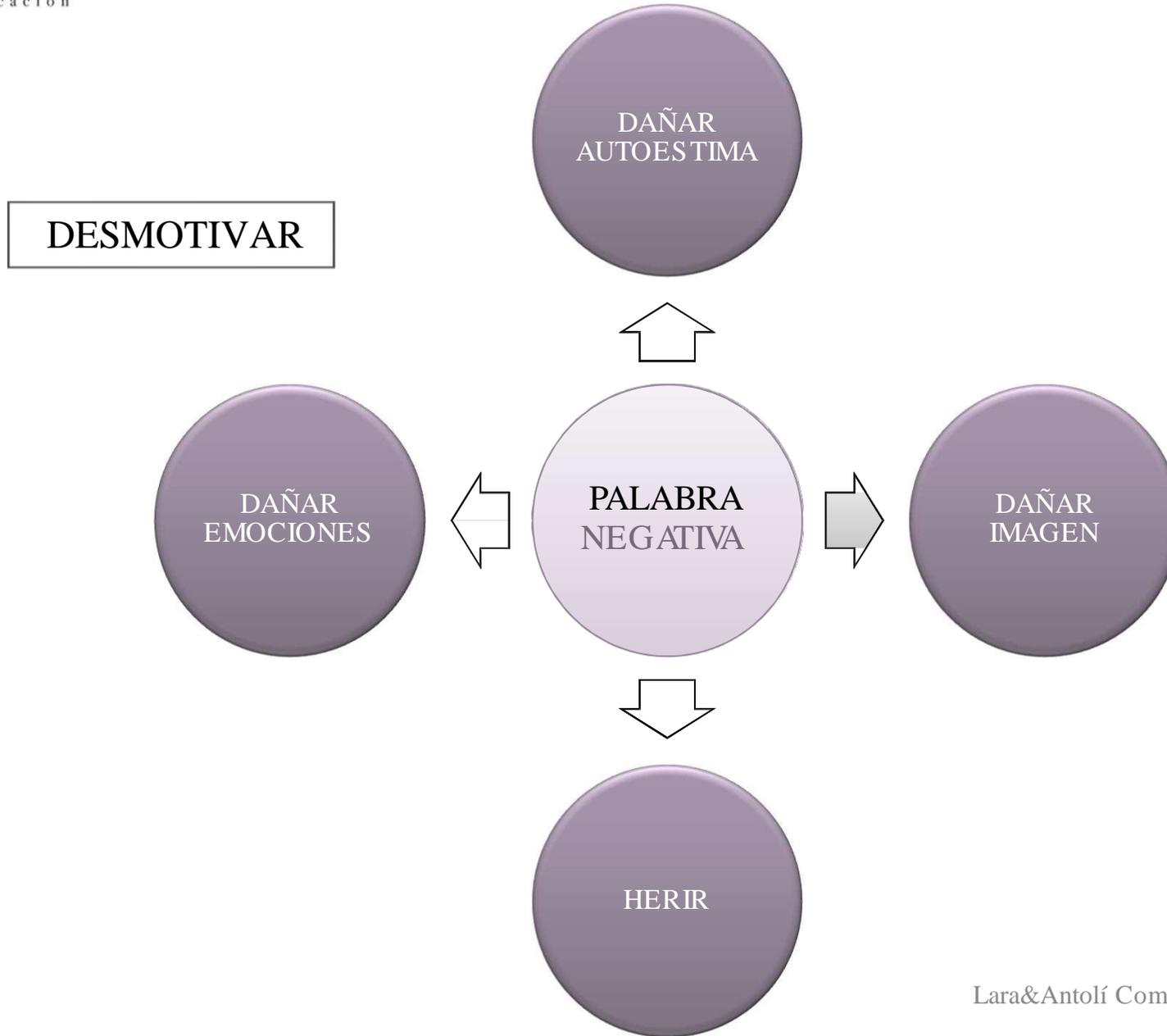
LA COMUNICACIÓN EFECTIVA ESTRUCTURA Y CLARIDAD DEL MENSAJE



EL LENGUAJE VERBAL

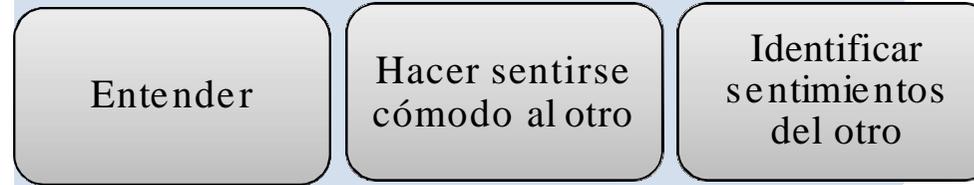


EL LENGUAJE VERBAL



La escucha activa

Objetivos



Componentes

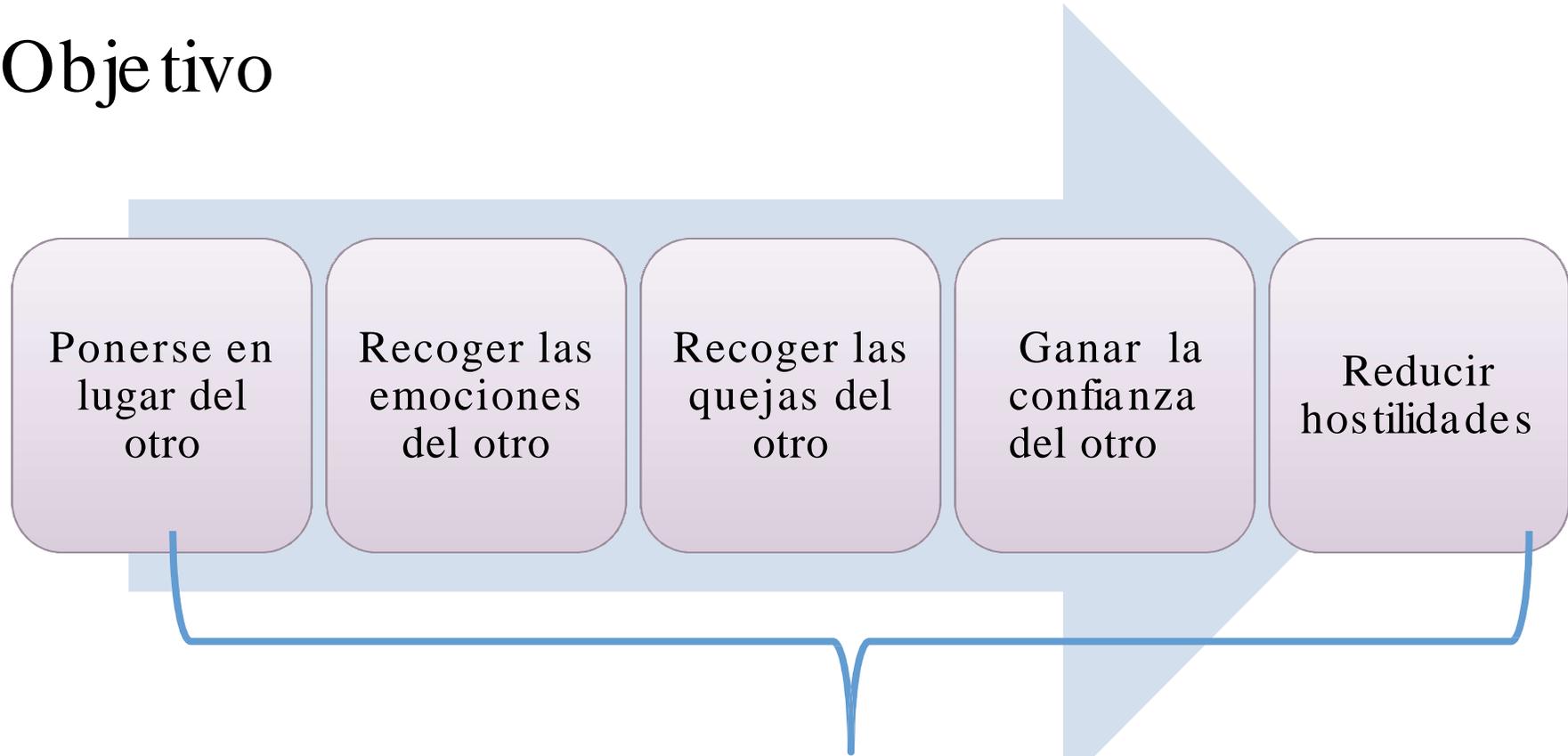


Técnicas



La empatía

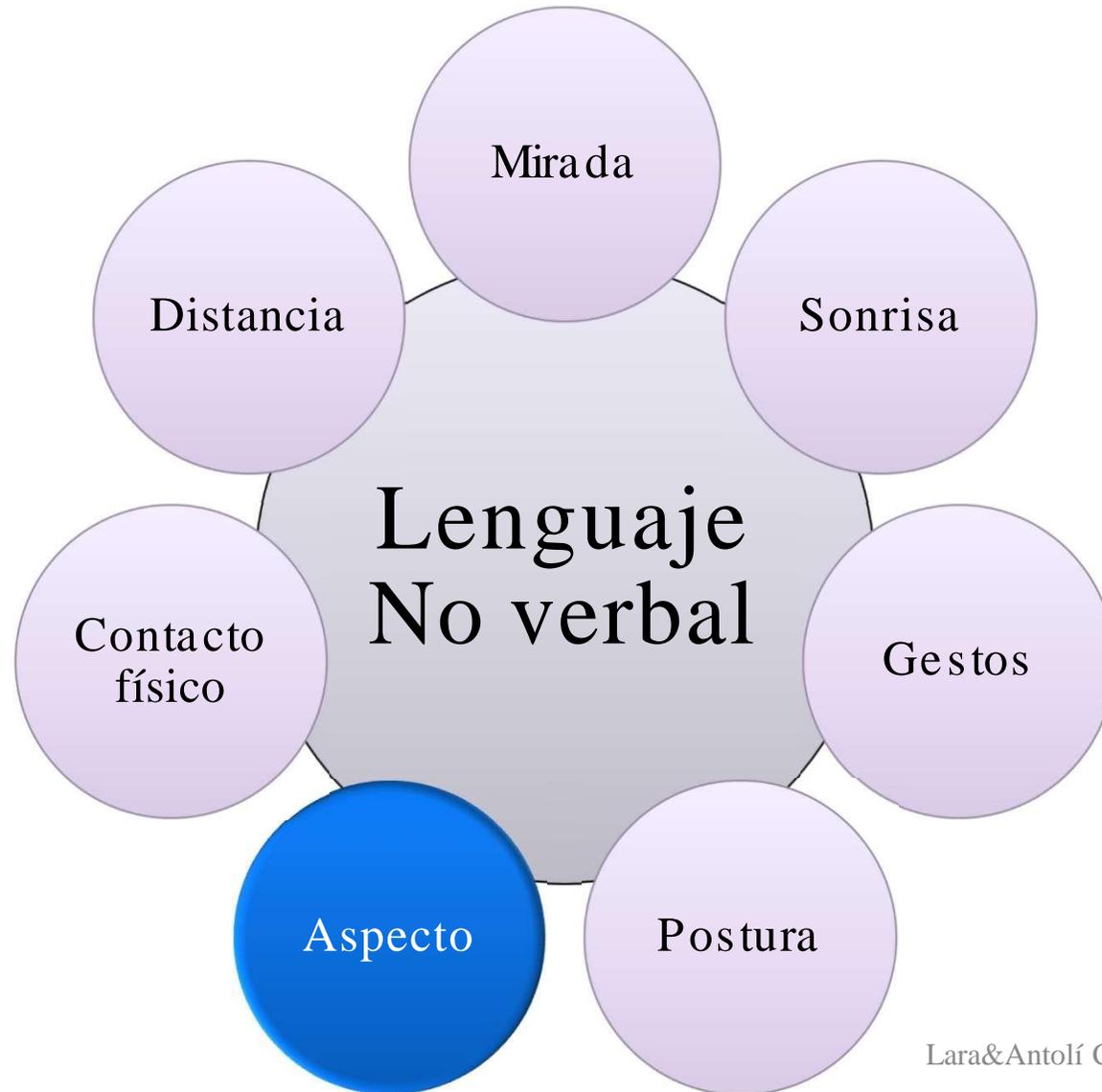
Objetivo



“...entiendo...comprendo...lo siento...”



El lenguaje no verbal



LA IMPROVISACIÓN

BENEFICIOS PERSONALES

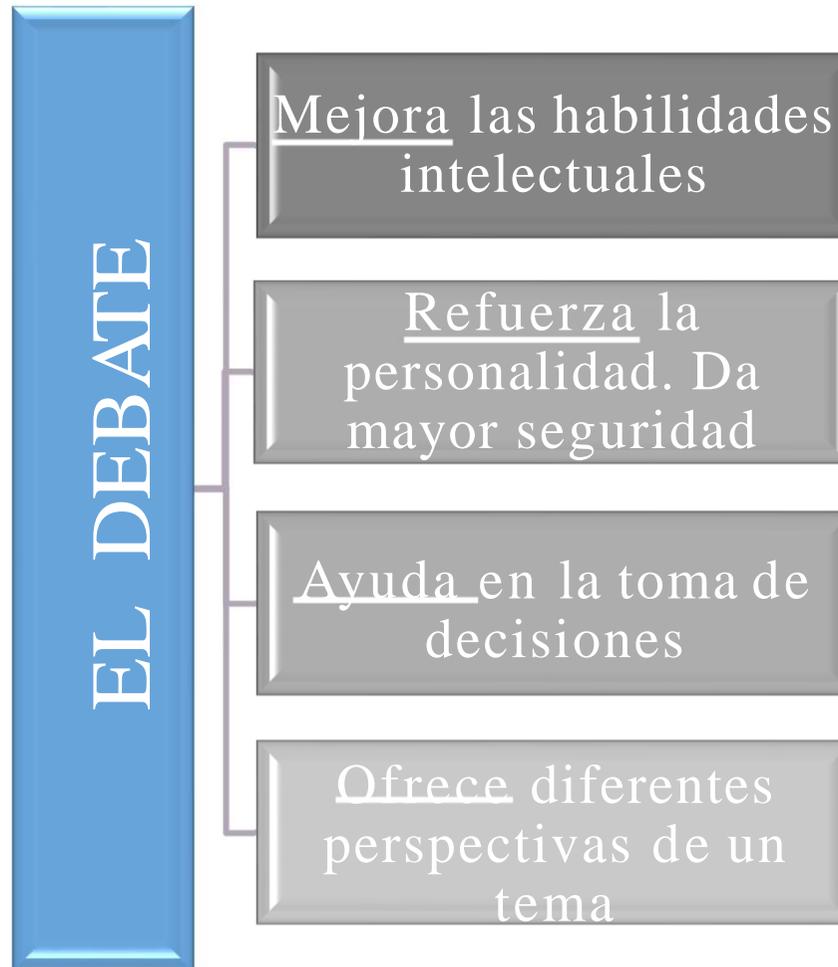


- **Aumenta la seguridad** en uno mismo.
- Ayuda a construir a partir de una idea
- Aumenta la espontaneidad
- Hace **más flexible a las personas**
- **Mejora la adaptación** a situaciones inesperadas
- Ayuda a **desarrollar el humor**

BENEFICIOS PARA LA EMPRESA



- Ayuda a **cohesionar equipos**
- Ayuda a **desarrollar la escucha activa** y a trabajar sobre lo diferente
- Ayuda en los **procesos de cambio.**





Herramientas para persuadir

Principios de la PNL

- Respetar a todos los públicos
- Observar para mantener una comunicación continua con el otro
- Sentirse responsable de que te entiendan o no
- Huir de las palabras con carga emocional negativa

COMUNICACIÓN PERSUASIVA

- o Herramientas aprendidas basada en la PNL para conectar mejor



1. Sistema Back
2. La Calibración
3. Rapport

- o Argumentos
- o Estrategia

LA ESTRATEGIA PARA PERSUADIR



Pregúntate previamente:
¿ Es el mejor momento?
¿ Realmente lo necesita?
¿ Domino su lenguaje?
¿ Aporto valor?.....
Si no lo tienes todo controlado, dá tiempo

Además
Usa todo lo que enseña la PNL
Diferénciate



LA IMPORTANCIA DEL ARGUMENTO PARA PERSUADIR

TIPOS DE ARGUMENTOS
Y ORDEN DENTRO DEL
MENSAJE PARA PERSUADIR

- Racional** audiencia más preparada (datos y hechos)
- Emocional**: audiencia menos preparadas (emociones)
- Con consecuencias positivas**
- Con Causa - Efecto**
- Con credibilidad**
- Con mensajes bilaterales**

A close-up photograph of two hands holding a blue torch. The hands are positioned as if about to light the torch, with the fingers of both hands gripping the handle. The background is a soft, out-of-focus green, suggesting an outdoor setting. The lighting is warm, highlighting the texture of the skin and the metallic sheen of the torch's handle.

HERRAMIENTAS PARA UN BUEN LIDERAZGO EN LA
ERA DIGITAL

CONFIAR Y SABER DELEGAR MEJORA LA
COMUNICACIÓN

LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN EN LA ERA DIGITAL

EMPRESAS EN LA ERA DIGITAL



- Organizaciones más ágiles, abiertas
- Organizaciones más democráticas
- Mayor interacción



LA TRANSFORMACIÓN DEL LIDER Y DEL DIRECTIVO

- Desarrollar sus habilidades relacionales efectivas y persuasivas
- Fomentar el uso de una comunicación saludable y efectiva internamente en las organizaciones



RETOS DEL LIDERAZGO

- Visión amplia de oportunidades y amenazas, frente al detalle
- Motivador de equipos
- Apuesta por la formación continua
- Contacto directo con el equipo
- Propone retos y ayuda a superar dificultades
- Potencia la **COMUNICACIÓN** como hábito en las empresas

Delegar para liderar: fundamentos y generalidades



Qué es

- Confiar
- Dotar de medios
- Libertad ejecución
- Asumir que la responsabilidad final es del directivo



Quién delega

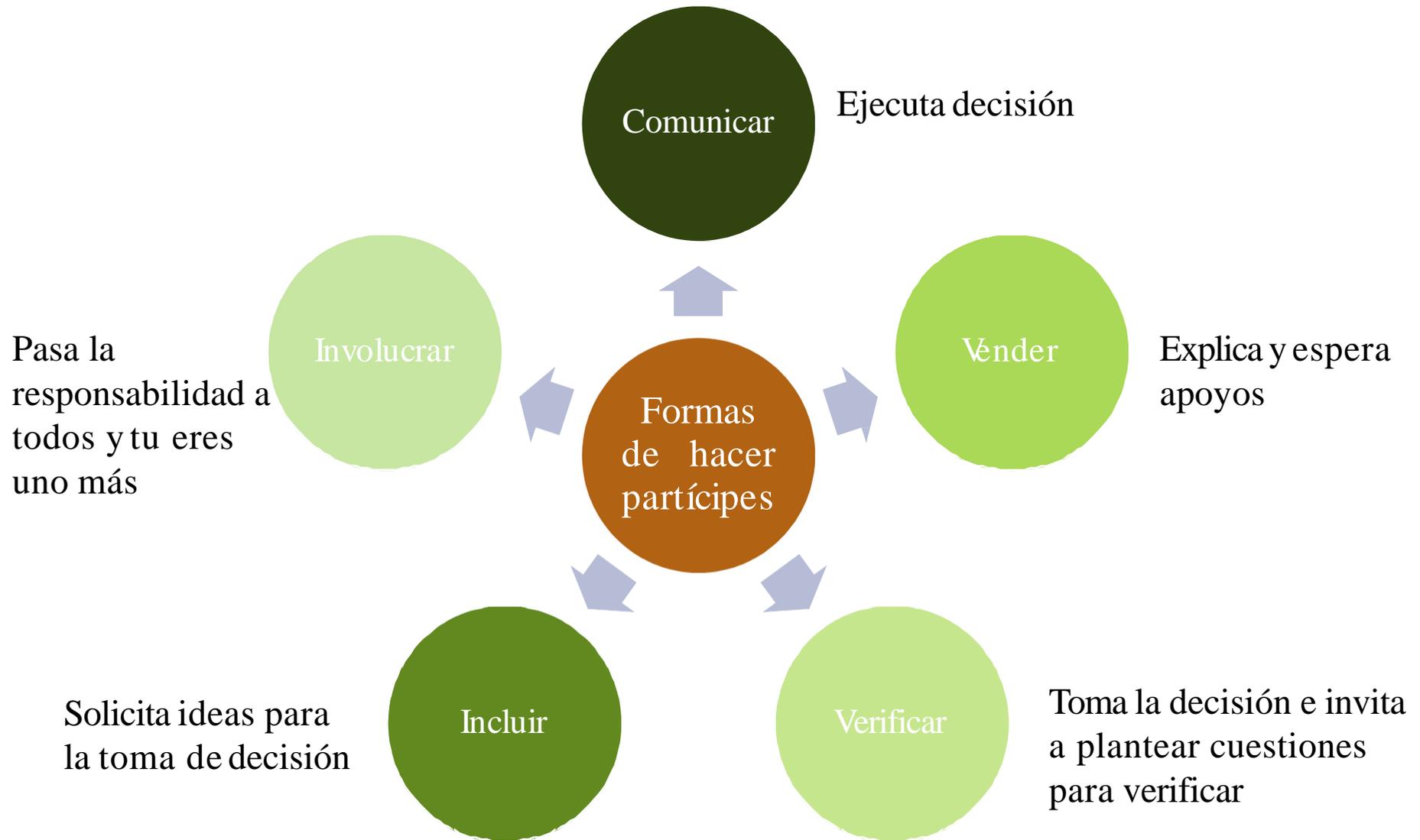
- Quien confía
- Quien apuesta por el trabajador
- El directivo tolerante con los errores



Cómo delegar

- Comunicar con claridad:
- Qué se delega
- Los objetivos
- Tiempo de ejecución

Formas directivas de hacer partícipes a los trabajadores



Presentaciones Eficaces



Técnicas para comunicar de forma persuasiva
y hablar en público con eficacia



Tengo ganas de
hacerla porque...

...es una oportunidad para...

...presentarme como experto
...persuadir y que acepten
mis ideas, recomendaciones o
propuestas

...resaltar mis cualidades como
líder

...demostrar iniciativa,
creatividad, confianza, y
organización

...demostrar que domino esta
forma de comunicar



En España tenemos mucho miedo al ridículo
(Javier Bernard. IEBusiness School)

Método de la
objetivación

Método de
afrontamiento
sistemático

Método de la
personificación



Terapias contra el miedo escénico

7-38-55

Desmitificando la Regla de Mehrabian

LARA & ANTOLÍ Comunicación

¿A quién?

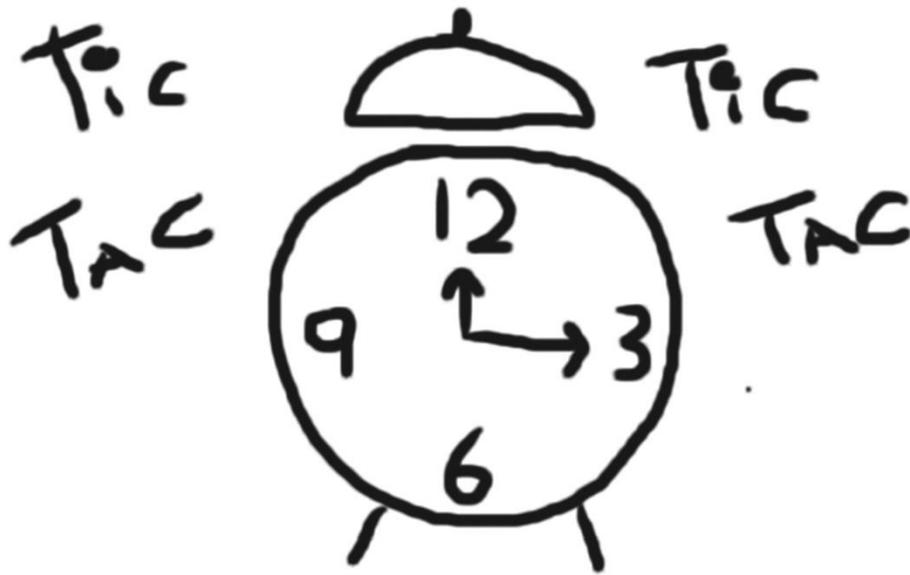
¿Qué?

Habla de lo que interesa a los que te escuchan

¿Dónde?

¿Cuánto tiempo?

Los primeros 2 segundos



son vitales

- Nuestra forma de estar en el escenario
- Nuestra manera de mirar al público
- Nuestro modo de gesticular
- Cómo vestimos
- Cómo hablamos
- Cómo sonreímos...

La voz

Insuflar poder a la voz y
proyectarla

1. No gritar
 2. Variar el volumen
 3. Utilizar el susurro como
impacto
 4. No reducir la voz al final de la
frase
 5. Evitar la monotonía
 6. Modificar: ritmo, volumen,
frecuencia
 7. Usar un tono cordial
 8. Evitar tonos autoritarios
 9. No sermonear
-

La locución

¿Cuándo se deben hacer las pausas?

1. Después de una interrupción
 2. En medio de una frase para dar énfasis
 3. Al pasar de un tema a otro
 4. Antes de decir las últimas palabras
 5. Para facilitar una reflexión
 6. Al escribir
 7. Antes de una frase importante para la exposición
 8. Para crear dramatismo, emoción
-

El vocabulario

Hay que huir de...

1. Tópicos
 2. Frases hechas
 3. Coletillas
 4. Muletillas
 5. Arrastre final de las frases
 6. La abstracción
 7. La pedantería
 8. Los anglicismos
-

La presencia

La seguridad en
uno mismo

La autoestima

Habilidades de persuasión

La comunicación no
verbal

La capacidad de escuchar y
comprender

La capacidad de
entretener

La estructura debe ser lineal y fácil de seguir

1. Un inicio impactante: Un video, una cita, un reto, una pregunta retórica...
2. Un desarrollo interesante: Involucrando a la audiencia
3. Un final memorable: Para tratar de permanecer en el recuerdo

Llamar la atención con...

...anécdotas, citas, contar una historia, estadísticas, dar una cita, hacer una pregunta, exponer una paradoja, mostrar algo, un ejemplo, hacer un elogio, contar un chiste, hacer un dibujo....



...entusiasmo y un estilo afirmativo

Recomendaciones previas para un desarrollo interesante

- ★ Nunca memorice una exposición
- ★ No escriba su exposición
- ★ Prepare un guión
- ★ Prepare material de apoyo
- ★ Use evidencias u objetos para facilitar la comprensión
- ★ Siempre más que menos. Material adicional
- ★ No utilizar lenguaje técnico ante no expertos
- ★ Entrene, prepárese, entrene, prepárese.....

Un final
memorable

The End

Trucos para enganchar al público



- ★ Mejor utilizar “nosotros” que “yo”
- ★ Tratar de identificarlo por su nombre
- ★ Hacer referencias directas
- ★ Hablar de modo positivo
- ★ No sermonear
- ★ Mostrarse asequible
- ★ Ser proactivo:
 - Hacer preguntas
 - Sugerir recuerdos
 - Describir escenarios
 - Forzar discusiones
 - Realizar tareas



El arte de contar una historia...

- ...genera mayor conexión
- ...crea confianza
- ...se recuerda fácilmente

Valores



Diferencia

Lenguaje que emociona



Escenas cotidianas

Claves para hablar bien en público

- ❖ Gestionar el tiempo
- ❖ Analizar el auditorio en dos sentidos: público y espacio
- ❖ Hablar con entusiasmo
- ❖ Usar material de apoyo
- ❖ Mensaje directo, al grano
- ❖ Naturalidad en los gestos y movimientos

Preparar y practicar, preparar y practicar...

Los medios
visuales
deberían...



WHARTON BUSINESS SCHOOL: el material audiovisual incrementa la retención de la audiencia en un 30%

Escuchar



Pensar



Afirmar



Contestar



Haga que le repitan las preguntas
Pida tiempo

Concentre su respuesta en los puntos más importantes
Es mejor “según mi experiencia...” que “opino...”