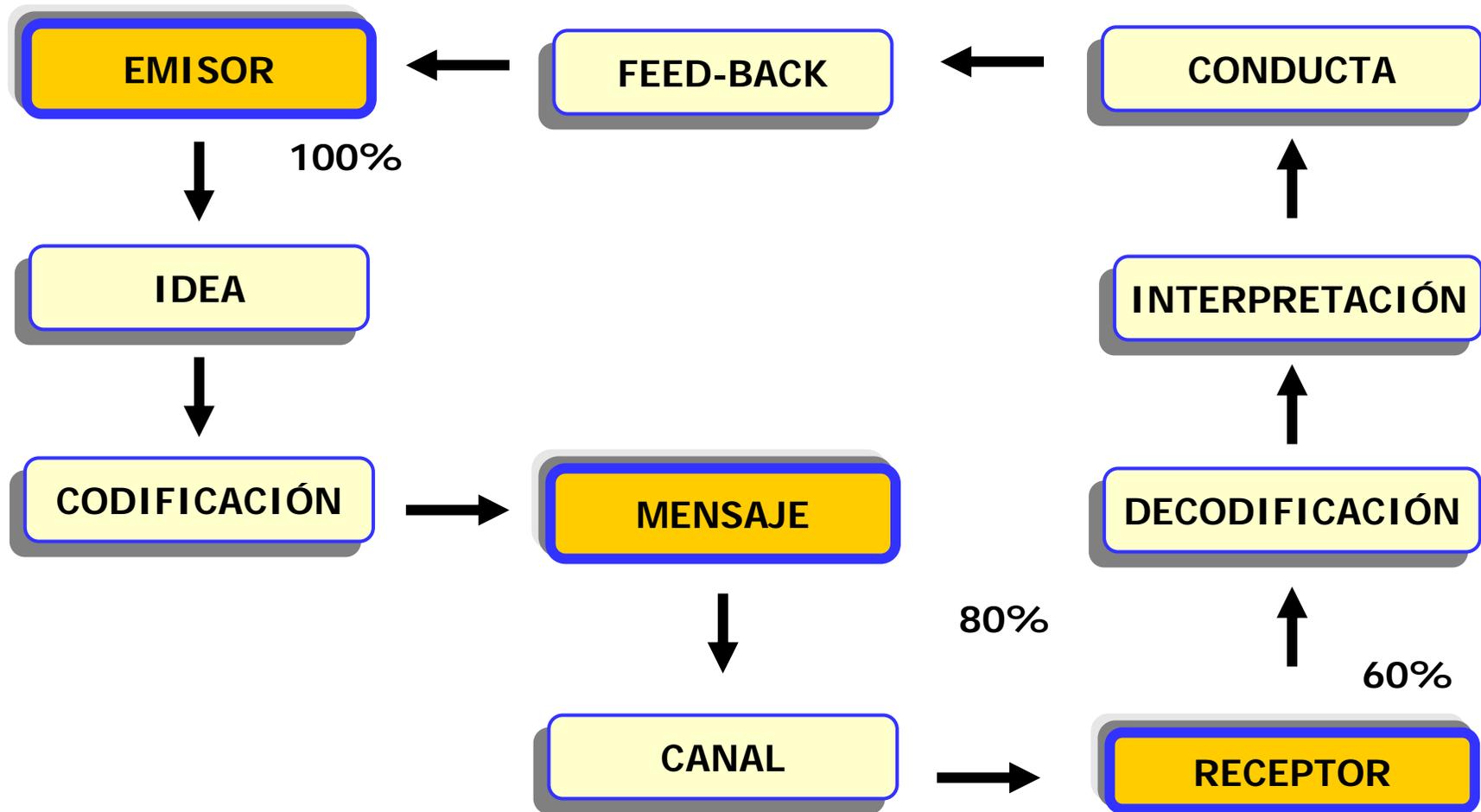


COMUNICACIÓN INTERPERSONAL





NUESTRO OBJETIVO DEBE SER TRANSMITIR O COMUNICAR ALGO A ALGUIEN, LA INTENCIÓN QUE UNO TENGA ES DIFERENTE.



DEGRADACIÓN DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN

Lo que se quiere decir.

Lo que se dice.

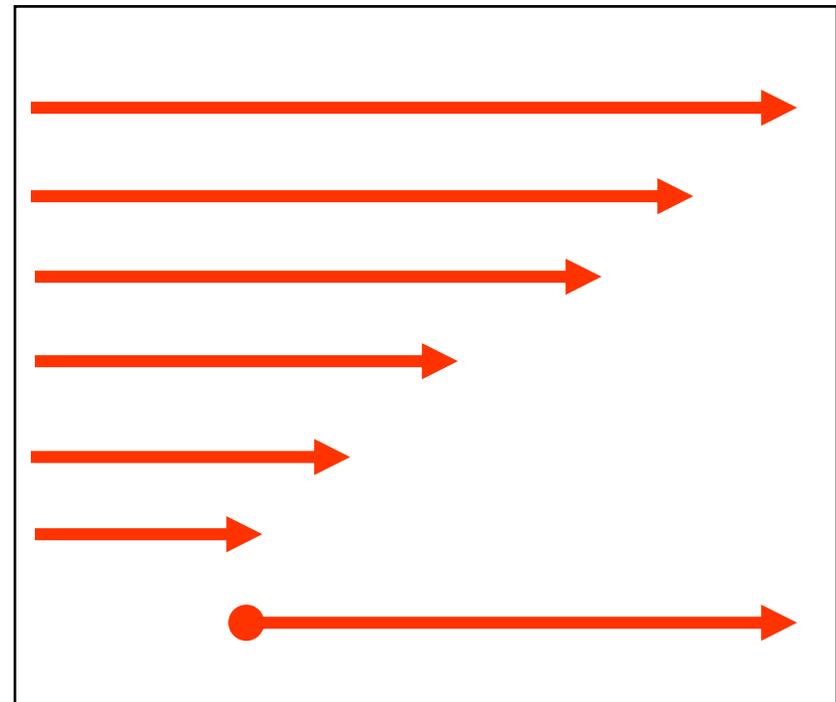
Lo que el otro oye.

Lo que comprende.

Lo que retiene.

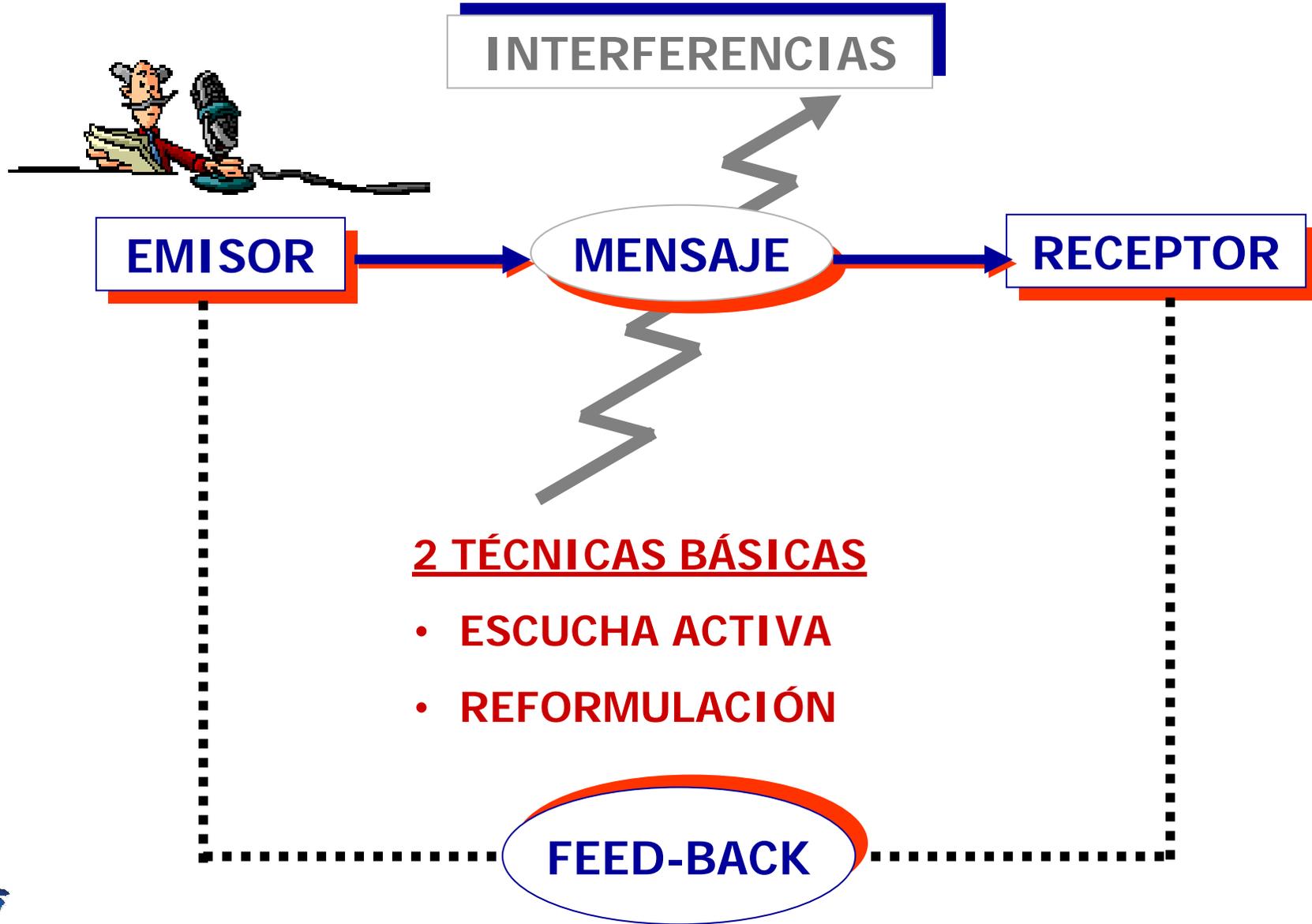
Lo que contesta.

Lo que se pierde.



LA INFORMACIÓN SE DEGRADA DE MANERA NATURAL

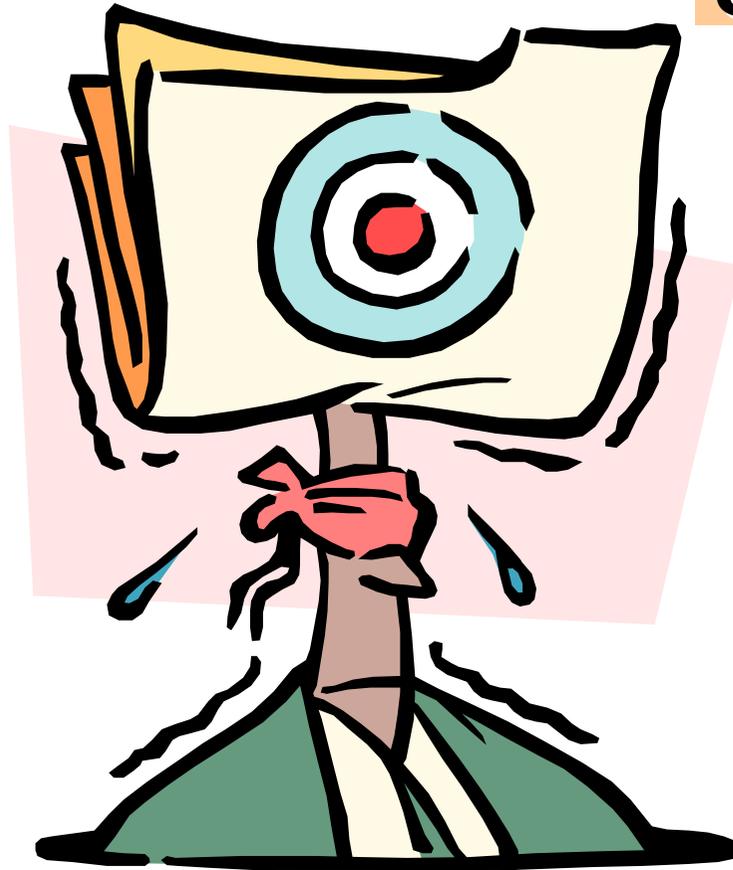




HABLEMOS

¿QUÉ?

¿CÓMO?



PROGRAMACIÓN NEURO LINGÜÍSTICA (P.N.L.)

“Cambiando tú reacción podrás cambiar las reacciones de los demás
e influir sobre los acontecimientos”.



P.N.L.

DEFINICIÓN



La programación neuro lingüística o P.N.L. surge a partir de la idea de considerar que el comportamiento del ser humano se produce a partir de unos PROGRAMAS MENTALES (programación) que tienen y que se asientan en el SISTEMA NERVIOSO (neuro) y que pueden ser modelados (copiados y modificados) a través del LENGUAJE (lingüística).



LA P.N.L.

IMÁGENES (V)
SONIDOS (A)
SENSACIONES (K)



PROGRAMAS PREVIOS A LA ACCIÓN

NEUROLOGÍA:
EFECTOS DE LOS PROGRAMAS

LENGUAJE: MODELADOR DE PROGRAMAS



LOS PREDICADOS O SUBMODALIDADES

VISUALES	AUDITIVAS	KINESTÉSICAS
Brillo, tamaño, color, saturación, tono, forma, ubicación, distancia, contraste, claridad, foco, duración, movimiento, velocidad, dirección, horizontalidad, verticalidad, intermitencia, perspectiva o punto de vista, asociación, figura / fondo, marco, orientación, densidad, textura, dirección de la iluminación, simetría, impresión,...	Tono, volumen, ritmo, continuidad, distancia, contraste, cantidad, timbre, palabras, asociación, duración, ubicación, . simetría, resonancia, fuente interna o externa, estéreo, ...	Presión, ubicación, extensión, textura, temperatura, número, movimiento, duración, intensidad, forma, frecuencia, También si se tratan de sensaciones táctiles, olfativas o gustativas y donde se localizan del cuerpo.



LA SINCRONIZACIÓN Y LA SINTONÍA NO VERBAL

La comunicación en PNL es entrar en sintonía, estableciendo una relación de confianza mutua.

MANTENER LA RELACIÓN Y
REFORZAR SU CALIDAD



ES CONSTRUIR EL RAPPORT

El Rapport define el vínculo emocional y profesional establecido por ambas partes (proceso por el cual se establece una relación de confianza mutua y comprensión entre dos o más personas).



SINTONÍA

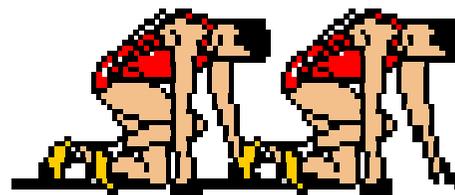
ACOMPañAR

- Reconocer a la otra persona, entender su realidad, en lugar de exigir que lo haga con la nuestra.
- Otorgar al otro el reconocimiento que todos necesitamos, construyendo un puente hacia la comprensión mutua.
- Es conocer lo que es importante para los demás y para uno mismo.
- Puedes acompañar con tus gestos, acciones, palabras.



DIRIGIR

- Es la capacidad para influir, es decir señalar el objetivo hacia el que se desea orientar la acción.
- Ayudar a las personas a cambiar su punto de vista o a superar obstáculos que inhiba su capacidad para lograr el objetivo común.

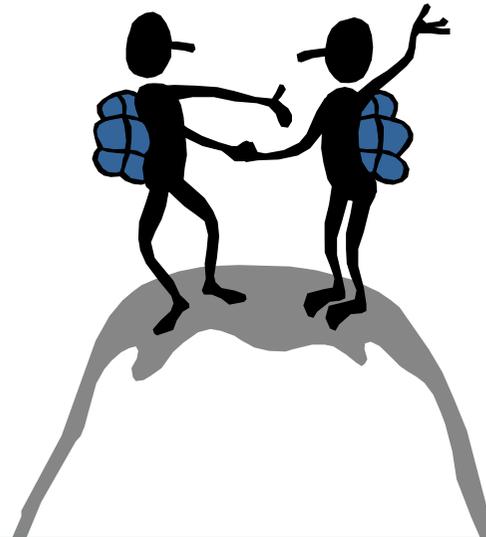


¿POR DÓNDE EMPEZAR?

ACOMPAÑÁNDONOS A NOSOTROS MISMOS



PARA SEGUIR CON LOS DEMÁS



ES EL MEDIO IDEAL PARA OBTENER ÉXITO EN LA RELACIÓN CON EL CLIENTE



LA SINTONÍA

- ❖ ADOPTAR SU POSTURA.
- ❖ ADOPTAR SUS GESTOS.
- ❖ ADOPTAR SU EXPRESIÓN FACIAL.
- ❖ ADOPTAR SU RITMO, VOLUMEN, TONO DE VOZ, PAUSAS Y SILENCIOS.
- ❖ ADOPTAR SU RITMO DE RESPIRACIÓN.



SINTONIZACIÓN VERBAL Y NO VERBAL

SINTONIZACIÓN VERBAL

SINTONIZACIÓN NO VERBAL



Sus palabras, sus modos de recepción, sus modos de emisión



El lenguaje corporal (gestos, actitudes)

Utilizarla permite conducir al cliente hacia otras posiciones que nos convengan más, practicando una sincronización directa, cruzada, simultanea o diferida.



La sintonía se establece no tanto por lo que se dice sino por como se hace por el lenguaje corporal.

Las palabras transmiten la información, el lenguaje corporal y el tono de voz transportan la relación.

Cuando el lenguaje verbal y el corporal entran en conflicto, *tomamos el corporal como significativo*, aunque prestemos atención a las palabras.



¡¡QUÉ
FELIZ ME
SIENTO
HOY!!



SINTONIZACIÓN NO VERBAL (LENGUAJE CORPORAL)

La sintonía **se establece igualando el lenguaje corporal y el tono de voz de la otra persona.**

Nos enseña a "PRESTARLE ATENCIÓN" y a reconocerla, a ella y su modelo de mundo.

Se ha de igualar algún aspecto, como mínimo si la persona está sentada, siéntate, si está de pie levántate e iguala el contacto visual.

La imitación genera la pérdida de sintonía, se detecta rápido.



SINTONIZACIÓN VERBAL (VOZ, PALABRAS, REFORMULAR)



LA VOZ = personalidad

Una **desigualdad de voces**, denota una **relación de poder**, la voz fuerte domina al débil. **Nuestra voz es parte de nuestra personalidad.**



LAS PALABRAS = ventanas abiertas al mundo de los demás

Se ha de **escuchar atentamente lo que nos dicen** y **emplear palabras que sean importantes** para el que nos lo dice.

Al hablar marcamos las palabras más importantes, poniendo más énfasis en el tono.

Respetar lo que dicen, es tan obvio, que a veces asentimos y pasamos de largo rápidamente y no hemos comprendido.





REFORMULAR = una forma de entendernos

Al hacerlo **reflejamos las inquietudes de la otra persona**, empleando sus frases y palabras claves.

POSITIVO

- ❖ Si recapitulábamos y resumimos podrá comprobar que **le escuchamos y acompañamos sus deseos**.
- ❖ Cuando las personas se sienten escuchadas, se muestran **más dispuestas a escuchar lo que se les va a decir**.
- ❖ **Saca a la luz cualquier malentendido** y si **se establece sintonía** la persona, verá que alguien se molesta en escucharla, que se le toma en serio.

NEGATIVO

- ❖ Si se hace dando un significado diferente **perderemos la sintonía y demostraremos que no escuchábamos**.
- ❖ **Cuando alguien repita constantemente un punto**, es porque desde su perspectiva **no le estás escuchando**.

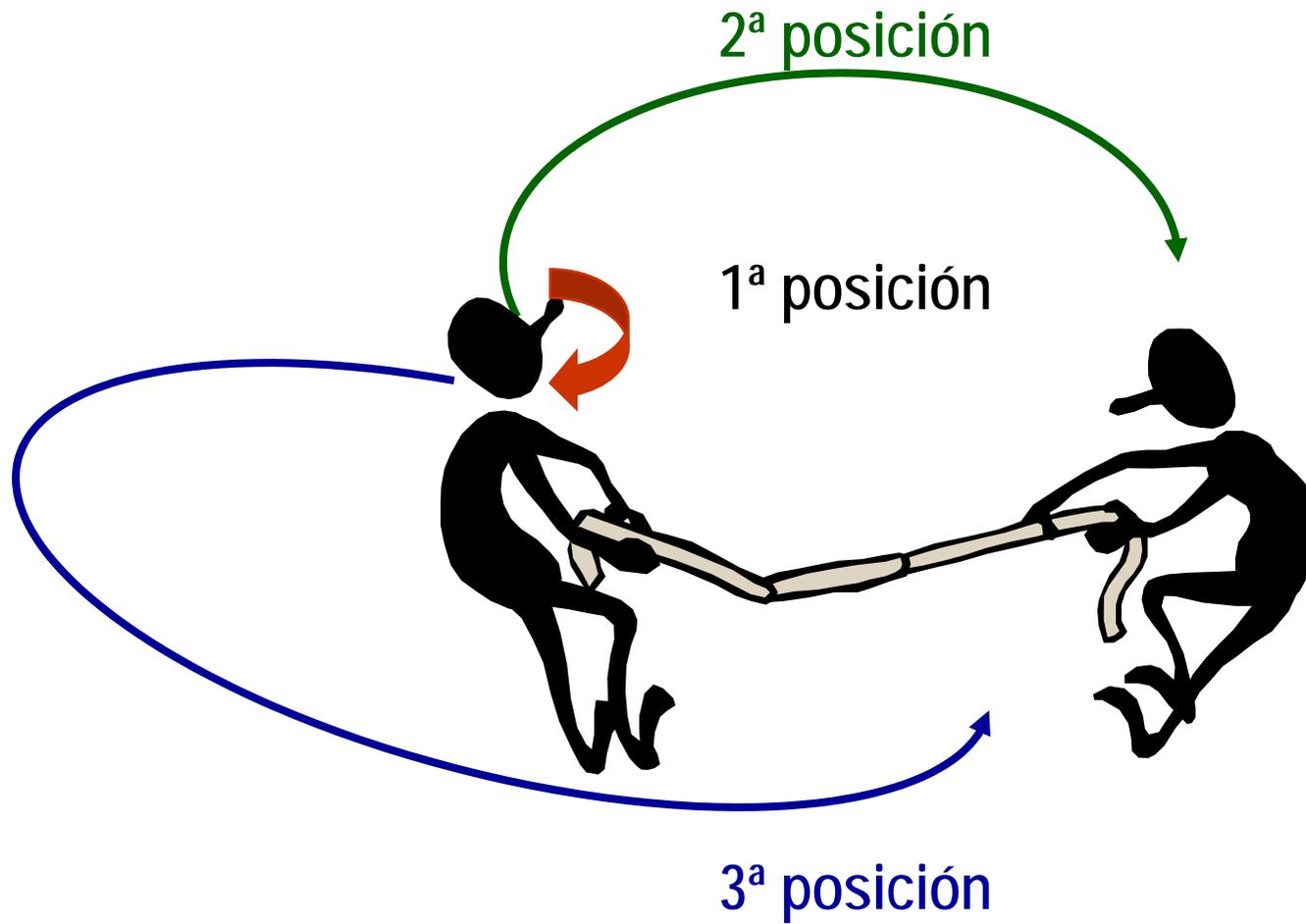


3 POSICIONES PERCEPTIVAS

- 1 Mirando el mundo desde nuestro punto de vista, cuando alguien dice "Bueno, en lo que a mi respecta,..." Está mostrando su punto de vista
- 2 Mirando el mundo desde el punto de vista de la otra persona, cuando alguien dice "Si estuviera en tu lugar,..." procuramos captar el modo de hacer de la otra persona.
- 3 Lo logramos viendo mi posición, la del otro, y las relaciones que las unen. Se empieza por la 1ª, partiendo de una impresión que se recibe, para pasar a la 2ª y ver cómo la otra persona lo puede percibir y pasar a contemplar la situación de forma desapegada para obtener una visión global y completa.



POSICIONES





A TENER EN CUENTA

Si nos situamos con facilidad en la 2ª posición (verlo todo desde el punto de vista de la otra persona) podemos perder el contacto con lo que nos interesa, nuestra posición y ser demasiado comprensivos, carecer de identidad propia y perder el punto de vista propio.

Cuando una situación se atasca, nos sentimos impotentes y pensamos que nuestra idea es la mejor y la de los demás errónea. Pero tenemos la posibilidad de cambiar una de las partes involucradas: **UNO MISMO.**



EL METAMODELO DEL LENGUAJE

Las palabras las leemos, las interpretamos y las transmitimos, mediante la escritura y la palabra, pero nos podemos encontrar que:

INTERPRETEMOS MAL LAS PALABRAS ORIGINALES Y LAS DIGAMOS DESDE NUESTRA INTERPRETACIÓN, PERDIENDO EL VERDADERO SIGNIFICADO.

LOS DEMÁS INTERPRETEN MAL NUESTRAS PALABRAS y emprendan una acción, DESDE SU INTERPRETACIÓN, en lugar de lo que queríamos expresar.

Las palabras significan lo que pensamos que significan, las interpretamos y actuamos según lo que hemos entendido, sin preguntar al emisor qué quería decir.

La claridad en el lenguaje es fundamental, el que escucha actúa en función de lo que entiende, y no ha de coincidir con lo que se intentaba transmitir, por eso se han de formular unas preguntas que dilucidan las ambigüedades.



CUANDO EXPRESAMOS UNA IDEA PUEDE PASAR QUE:



GENERALIZEMOS, como si esto fuera todas las posibilidades.

SUPRIMIMOS, o ignoramos hechos.

DISTORSIONAMOS, la situación dando a palabras un significado que no tiene.

El metamodelo consiste en una serie de preguntas diseñadas para descifrar el lenguaje y evitar malentendidos.

Ayuda a clarificar la comunicación, para el que habla y el que escucha, al que habla le "obliga" a completar la información que emite y ser específico.

Practicar la sincronización y la sintonía de forma suave: *"Siento curiosidad por saber..." "Me pregunto si..."*



<u>FILTROS</u>	<u>QUÉ ES</u>	<u>EJEMPLO</u>	
		CLIENTE	VENDEDOR
OMISIONES SIMPLES	Eliminación de un aspecto clave de la frase.	<i>"Lo tengo que pensar", "No creo sus explicaciones".</i>	<i>"¿Qué ha de pensar", "¿Qué es exactamente lo que no cree?"</i>
OMISIONES COMPARATIVAS	Eliminación de una parte de la comparación.	<i>"Más", "Menos", "Tan", "Lo mejor", "...sino", "Comparado con lo que me proponen, no creo que funcione".</i>	<i>"¿Comparado con qué exactamente de lo que le proponen?"</i>
OPERADORES RODALES DE NECESIDADES Y POSIBILIDADES	Ocultan las limitaciones que tiene el cliente o las consecuencias que puedan tener sus actos.	<i>"Es preciso", "Hay que", "Es imposible", "No se puede", "No puedo comprarlo ahora".</i>	<i>"¿Qué se lo impide?", ¿Qué le pasaría en caso de que lo hiciera?"</i>
FALTA DE ÍNDICE REFERENCIAL	Indica la poca precisión de qué o quién en concreto está hablando.	<i>"La gente", "Alguien", "Nos parece poco seguro".</i>	<i>"¿A quiénes concretamente no les parece seguro?"</i>
CUANTIFICADORES UNIVERSALES	Desconocer la extensión de los términos de forma concreta.	<i>"Todo", "Siempre", "Cualquiera".</i>	<i>"¿Absolutamente todos?" "¿Ha habido alguna ocasión en que no haya sido así?"</i>
VERBOS INESPECÍFICOS	Los verbos inespecíficos son acciones que se nos muestran poco precisas.	<i>"Se me complicó el tema"</i>	<i>"¿Cómo?", "¿Específicamente cómo se complicó?"</i>



ANÁLISIS PRIMARIO

Las personas nos orientamos hacia las otras personas, las cosas, la acción o la información.

Se trata de conocer sus preferencias para centrar nuestros argumentos en sus temas de preferencia.

Unos ven las pérdidas, otros las ganancias.

En los casos de conflictos, los beneficios se pueden obtener con mayores ganancias o evitando pérdidas.



CERRAR EL CÍRCULO



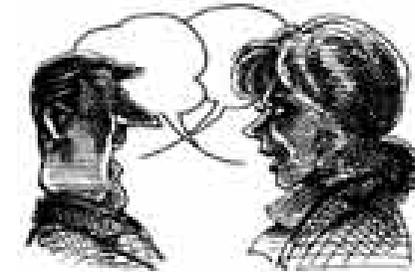
Comprender a las personas y conseguir lo mejor de ellas es algo que a veces se da por entendido y se cree que está reservado a las personas con “intuición” o “talento natural”.

Cuando nos comunicamos utilizamos el lenguaje corporal, las palabras y el tono de voz. *Te escuchan, interpretan mentalmente lo que dices, reflexionan y responden. A su vez, tu escuchas, interpretas, reflexionas y respondes.*



El círculo puede ser:

- ❖ **Vicioso o virtuoso.**
- ❖ **Aumente la falta de entendimiento y el conflicto.**
- ❖ **Favorecer el acuerdo y el entendimiento.**
- ❖ ...



LA SINTONÍA Y LA 2ª POSICIÓN PUEDE HACER QUE LOS CÍRCULOS QUE SE ESTABLECEN SEAN VIRTUOSOS.



**COMUNICACIÓN
NO VERBAL**



COMUNICACIÓN NO VERBAL

Algunos gestos y posturas nos pueden ayudar a comprender mejor a la persona que tenemos delante. No son estándares, son una guía que nos puede ayudar.

NARIZ



- ❖ Si cuando habláis, la otra persona, **se toca la nariz o presiona** sobre la misma, es que siente un **profundo interés sobre lo que decís**.
- ❖ Si se toca la nariz **frotando la base con un dedo o la mano horizontalmente**, demuestra que **está viviendo el momento con tensión negativa**.



FRENTE



- ❖ Tocarse el lado de la frente, indica que se está recibiendo **tensión no muy alta, pero significativa**, es decir estamos influyendo con lo que decimos.

OREJA



- ❖ El área de la oreja indica que la **tensión descende**.
- ❖ Si además de tocarse la oreja, introduce un dedo en la misma, es que **se ha impresionado** a la otra persona en la más hondo de su atención



NUCA



- ❖ Indica que la **tensión del momento es mínima**. Puede demostrar voluntad de reflexionar sobre lo que le acabamos de proponer y que de alguna manera le resulta interesante.

LABIOS



- ❖ Tocarse los labios es **una señal muy positiva**, advierte fuerte tensión positiva, apertura y disponibilidad



MANOS



- ❖ La mano **apoyada en la barbilla**, denota que se está **valorando lo que se escucha**, cuando vemos este gesto es el momento de exponer los argumentos, ya que no nos ponen barreras.



- ❖ Apoyar la mano sobre la cabeza indica que **se están aburriendo o no tiene mucho interés**.



- ❖ Las manos juntas o con los dedos entrelazados, se usa cuando se escucha, aunque **puede demostrar cierre** por parte de la otra persona. Si se hace **mientras se habla**, es que se quiere **dar consejos**.



- ❖ Morderse las uñas o meterse el dedo en la boca, denota que **la persona que lo hace ha de recibir tranquilidad y ser comprendido**.



PUÑO



- ❖ Una mano que sujete el puño de la otra, **indica tensión, augura conflicto.**

BRAZOS



- ❖ Los brazos **cruzados** con las manos apretando los brazos, **demuestra tensión emocional, presagia discusión.**



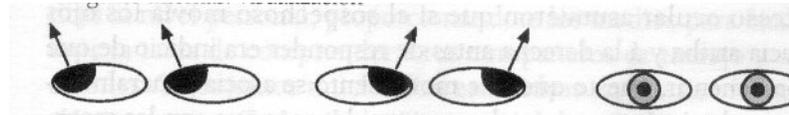
- ❖ Los brazos **cruzados** con las palmas de manos **debajo** de las axilas y los pulgares **hacia arriba**, es que se **siente fuerte y seguro**. Al igual que tener los brazos **detrás de la espalda**



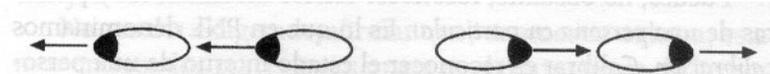
OJOS

Existe una estrecha relación entre los movimientos de nuestros ojos y la forma en la que pensamos.

- ❖ Tendemos a mirar hacia arriba y desenfocar la vista cuando visualizamos mentalmente.



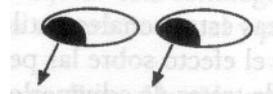
- ❖ Si son imágenes construidas solemos mirar arriba y a la derecha, a la izquierda cuando son imágenes recordadas.



- ❖ Movemos los ojos hacia los lados cuando escuchamos sonidos interiores y hacia abajo y a la derecha cuando pensamos en sensaciones.



- ❖ Cuando hablamos con nosotros mismos tendemos a mirar hacia abajo y a la izquierda.



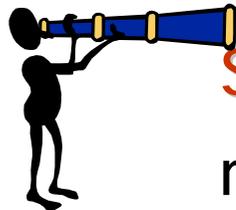
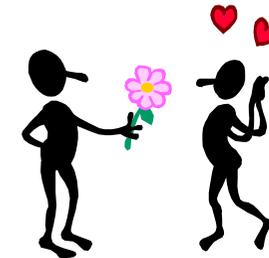
EL ANCLAJE

Nuestros estados cambian continuamente a medida que reaccionamos ante el entorno. Para elegir los estados, necesitamos saber qué los activa, como la visión o audición de ciertas cosas nos hace cambiar de estado. Como ver una fotografía, oír música, olor a café,...

Estos cambios de estado ante un estímulo es lo que se denomina anclajes.

2 REGLAS BÁSICAS

HA DE SER POSITIVO, ojo a los anclajes negativos.



SE PUEDE ROBAR, robando un anclaje, generaremos el mismo estado que genera.

EL ANCLAJE

El anclaje debe ser claramente diferenciado del entorno habitual, ha de ser reconocible como diferente, y se ha de aplicar en el momento cumbre.

ANCLAJE VISUAL:



Imagen producida por la visión de un objeto.

ANCLAJE AUDITIVO:



Sonido claramente diferenciado de las situaciones habituales del cliente (palabras, sonido,...).

ANCLAJE KINESTÉSICO:



Sensación (olor, gusto o contacto).



Los estados son contagiosos, cuando estás lleno de plenitud, tienes más posibilidades de ser un buen anclaje para los demás.

Todos preferimos estar con quien nos hace sentir bien, aunque no sepamos explicar por qué.

