

# ENTRENATORIA



# ¡Hola!

---

**Bienvenida a una nueva aventura.**

**Soy tu cuaderno de trabajo, me puedes rayar, marcar o dibujar.**

**He sido creado para que puedas pasar a papel todo aquello que piensas.**

**El hecho de que estés leyendo esto significa que quieres potenciar tus habilidades sociales.**

**¡Somos Entrenatoria!**

**Una escuela nacida para impulsar a toda persona que quiera marcar historia en su vida y en la de los demás.**



"PATINO HACIA DONDE VA A ESTAR EL DISCO,  
NO HACIA DONDE HA ESTADO".  
—WAYNE GRETZKY

ENTRENATORIA

# Tabla de contenidos

04	Confianza
10	Tus pensamientos
12	Yo y mi otro yo
16	¿Por qué socializar nos hace bien?
17	Valores vs sociedad del consumo
22	Emociones
31	Vulnerable
34	Flexible
38	Vergüenza
42	Curiosidad
44	Prejuicios y estereotipos
50	Interlocutores
58	Intención
62	Venta
64	Conversaciones
76	Hilando pensamientos
80	El poder de las palabras
84	Pensamiento lateral
90	Mentalidad

# Confianza

“El ego es la identidad que construiste sobre ti mismo con tus pensamientos a lo largo de tu vida, está directamente relacionado con tu grado de autoconocimiento.

Cuanta menos conciencia tienes sobre quién eres, cómo funciona tu cerebro, como manejar tu voz, respiración, creencias, tu identidad, tus apegos, tu mirada hacia la edad, política, religión, trabajo, etc. Y aceptas lo que dice la gente sin investigar la verdad o la realidad de las cosas.

Tu ego más va a manejar tu vida, te vas a volver esclavo de él.

No es ni malo ni bueno el ego.

Pero las personas que se conocen bien y tienen conciencia de sí mismas, logran ver a través de su ego.

Dejan que el viento atravesase ese ego sin dolor, sin sufrimiento, sin juzgamientos.

Tu ego es una identidad egoísta a la que sólo le importa su supervivencia.”

Dice **Estanislao Bachrach, Doctor en Biología Molecular.**

Le gustan las cosas físicas.

Te hace creer que la felicidad consiste en tener auto, casa, dinero, ser siempre joven, tener muchos amigos con el ego bien alto para compararse, sentir que perteneces a tal equipo, colegio, club etc.

Si tienes conciencia que una bocanada de oxígeno, un poco de sol sobre tu cuerpo, abrir los ojos y ver en colores, levantarte y recordar quien eres, sentir sabores en tus pupilas gustativas, percibir un aroma familiar, escuchar sonidos de voces amadas, tener conciencia del bien y del mal, sostenerte en equilibrio ante la gravedad, aprender habilidades nuevas, acariciar una mascota, sonreír a carcajadas...

No se compra en el supermercado y te hace sentir feliz y vivo. Ahí mismo desaparece el ego y vives el presente.

Te das cuenta que él no permitirme experiencias, solo restó disfrute a tu crecimiento, y ves que todo pasa más rápido de lo que piensas.

¿Estás consciente de que \_\_\_\_\_ (aquí escribe tu nombre) viviendo con el ego en equilibrio es capaz de conectar mejor con las personas?

**Escribe las cosas con las que crees que te sientas más identificado.**

---

.....

.....

.....

.....

.....

(Por ejemplo: Tu cuerpo, creencias, tus relaciones, tu país, tu religión, tu auto, tu teléfono o algo con lo que te sientas identificado: material o espiritual)

**En una escala del 1 al 10 evalúa cuan ciertas son estas frases para ti y para tu ego:**

<b>Mi ego tiende a equiparar tener con ser</b>	<input type="text"/>
<b>Mi ego vive a través de la comparación</b>	<input type="text"/>
<b>Mi ego nunca está satisfecho</b>	<input type="text"/>
<b>Mi ego necesita la aprobación de los demás para sentirse valorado</b>	<input type="text"/>
<b>Aumenta mi valor cuando trato de asociarme con gente famosa e inteligente</b>	<input type="text"/>
<b>Me gusta el chisme</b>	<input type="text"/>
<b>Tengo un complejo de inferioridad</b>	<input type="text"/>
<b>Tengo un complejo de superioridad</b>	<input type="text"/>
<b>Busco ser famoso</b>	<input type="text"/>

Busco constantemente tener la razón	<input type="checkbox"/>
Suelo quejarme siempre o mucho	<input type="checkbox"/>
Busco reconocimiento, atención, que me admiren, me importó solo yo	<input type="checkbox"/>

**¿Cuál es la cualidad o característica que crees que más proyectas hacia los demás?**

.....

.....

.....

.....

**¿Ahora cuál es la cualidad o característica que te gustaría proyectar más hacia los demás?**

.....

.....

.....

.....



**Ejercicio de preocupación**

**¿Cuál es tu mayor preocupación en este momento?**

---

Imagínate que a tu mejor amigo o mejor amiga le preocupa lo mismo que a vos.

¿Qué le aconsejarías?

Escríbele un consejo a esa persona:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

“Los veloces no siempre ganan la carrera, ni los poderosos ganan siempre la batalla, ni los sabios tienen siempre alimento, ni los inteligentes tienen siempre riquezas, ni siempre les va bien a los que tienen conocimiento, ya que a todos les llega algún mal momento y algún suceso imprevisto.”

**Rey Salomón (1037-998 A.C)**

## Haz una lista de 10 cosas que te ponen ansioso

---

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Cuantificalas del 1 al 10.

Ordénalas de menor a mayor: primero las que menos ansioso te pone.

Comienza a trabajar una por una, con las herramientas que te vamos dando.

# Tus pensamientos

Una gran fuente de estrés proviene de culpar a otros de hacernos sentir de determinada manera lo cual nos deja sin ningún tipo de poder de acción, le damos todo el poder al otro.

¿Verdad que no queremos ser marionetas de nadie con semejante cerebro inteligente?

Pensamos erróneamente que el otro me hace sentir así y que yo no tengo poder.

Hasta las letras de algunas canciones nos hacen creer que eso es normal.

Si yo tengo mente, pensamientos, sentimientos y emociones, yo manejo mi vida.

**Escribe aquellas situaciones en las que piensas que los otros te hacen sentir mal y comienza a parafrasearlas, a cambiarlas.**

---

De este modo, por ejemplo:

- El me hace sentir mal / Me enoja cuando dice estas cosas.
- Ella me lastimó / Me lastima cuando me llama de esa manera.

**Vuelve a escribir y decir:**

Me enoja cuando dices estas cosas.....

En realidad, **tú eliges** sentirte bien o mal con lo que los demás hacen o dejen de hacer, y debes aprender a comunicar correctamente que **tus pensamientos y sentimientos los eliges tú.**



# Yo y mi otro yo

**Escribe alguna situación incómoda en tu trabajo, en el estudio o en tu vida en general que te hizo sentir mal, incómoda o molesta.**

**Cuerpo:** ¿Te envía alguna señal? Dolor, ansiedad física, sudor, contractura, rubor, hambre, etc.

**Pensamiento:** ¿Qué ideas se te cruzan por la cabeza? ¿Qué decidís sentir vos en ese momento?

**Emociones:** Identifica una o más emociones que te aparecen en esa situación.

**Ejemplo:** Hoy al medio día

**Situación:** Mi jefe pregunta por qué no hice las cosas

**Cuerpo:** Me empieza una contractura en el cuello, me duele la garganta.

**Pienso:** Le había dicho anteriormente que esa tarea no era mía, sino de mi compañero.

**Emociones:** Siento enojo, bronca y frustración

De este modo cambiar, por ejemplo:

- El me hace sentir mal / Me enoja cuando dice estas cosas.
- Ella me lastimó / Me lastima cuando me llama de esa manera.

**Rehacer el ejercicio cambiando la forma de comunicar:**

**Situación:** Mi jefe pregunta por qué no hice las cosas

**Cuerpo:** Me empieza una contractura en el cuello, me duele la garganta.

**Pienso:** Paciencia, no se debe acordar, tiene otras cosas en mente, no es personal.

**Emociones:** Trabajo la empatía y el humor, para salir adelante de la situación.

**EJERCICIO**

---

**Situación:** .....

.....

**Cuerpo:** .....

.....

**Pienso:** .....

.....

**Emociones:** .....

.....

## Entrenamiento para comunicar mejor las ideas en momentos de crisis o desborde emocional.

Cuando.....(comportamiento de la otra persona)

Yo siento (o me siento).....(la emoción)

Porque .....(la razón)

Necesito que (me gustaría qué) la próxima vez hicieras .....  
.....(solicitud o petición)

### EJEMPLO

Cuando (tú) me envían tarea y no me explican cómo hacerla (yo) me siento incómodo

Porque no sé cómo prefiere la empresa que lo realice.

Me gustaría, por favor, que la próxima vez me guiaran antes de delegarme la tarea.

### EJERCICIO

---

Cuando.....(comportamiento de la otra persona)

Yo siento (o me siento).....(la emoción)

Porque .....(la razón)

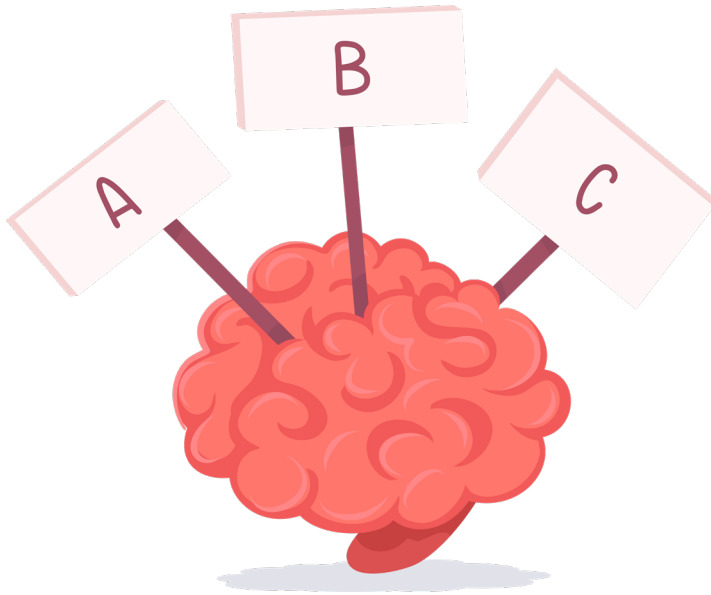
Necesito que (me gustaría qué) la próxima vez hicieras .....  
.....(solicitud o petición)

Cuando.....(comportamiento de la otra persona)

Yo siento (o me siento).....(la emoción)

Porque .....(la razón)

Necesito que (me gustaría qué) la próxima vez hicieras .....  
.....(solicitud o petición)





# ¿Por qué socializar nos hace bien?

Tanto si eres introvertido como extrovertido el socializar con las personas te puede abrir un mundo más interesante y desconocido del que vives, llevándote a mirar distintas perspectivas de la realidad que erróneamente creemos a veces es la única, disfrutando de vida de una manera plena y siendo feliz estando con amigos o con desconocidos y facilitando tu empatía con personas conocidas de saludo solamente o totalmente desconocidas al ver diferentes situaciones que valen la pena vivir.

¿Verdad que es mejor ser protagonista de tu vida en vez de leer o ver sobre la vida de los demás?

Las conversaciones con personas desconocidas también te prepararán para tus auto diálogos porque enriquecerán tu vida externa y lo bueno que encuentres lo replicarás en tu vida interna.

Según estudios científicos son 65.000 pensamientos diarios con los que estamos hablando constantemente. Un auto diálogo interior constante ¿Hay que vivir con nosotros mismos durante un día, un año? Quizás sea hora de ir renovando, actualizando, reinventarnos.

¿Te parece?

# Valores vs Sociedad del consumo

Lo mejor que puede aspirar un ser humano es tener esa sensación de paz interna que nos hace felices en cualquier momento y estado emocional. Está comprobado que las riquezas materiales te acompañan durante un tiempo, pero mal utilizadas o poniendo solo el foco en buscarlas, el tesoro final es desasosiego y vacío.

El mundo tiene un discurso de marketing vertiginoso y desbordante que se aceleró a raíz de las guerras mundiales en el siglo pasado.

Las mujeres tuvieron que salir a trabajar mientras sus esposos estaban defendiendo sus países, la clase media se empezó a comprar casas cercanas a la ciudad que es dónde estaba el trabajo, amueblarlas comenzaba la necesidad básica de tener la electricidad, el gas, el automóvil, las lavadoras y tostadoras y el resto de la historia creo que ya la conoces.

Hoy día de 45 elementos básicos de consumo pasaron a ser más de 70, hasta hacernos sentir que, si no tenemos un hogar tecnológico, inteligente, teléfonos de última generación, Wi-Fi, computadoras, un auto último modelo y viajes no seremos felices.

Lo más inteligente, cada vez que veamos una publicidad de la bendita sociedad de consumo, sería trabajar nuestros diálogos internos para congelar el mensaje, analizarlo, compararlo con las necesidades básicas y pensar:

- \* En si hay doble discurso
- \* Qué se está diciendo en el subtexto
- \* En compararlos con las necesidades básicas principales. Las necesidades básicas verdaderas.

Eso es poder ver y leer el contexto actual de la mejor manera. Neutral. Con fundamentos.

Las necesidades básicas de las personas son:

1. Respirar
2. Alimentarse e hidratarse
3. Descansar
4. Cuidar y mantener la lucidez mental y salud corporal
5. Trabajar
6. Silencio

Bajo esas premisas comenzar a mirar el contexto actual.

- “El consumismo se transformó en una seña de identidad de una época en la que todos perdieron la cabeza”

Si te pregunto: ¿Qué valores guían tu vida?

¿Qué me dirías?

¿Cuál es tu escala de valores?

Todos somos seres humanos pensantes que vivimos bajo leyes universales ejemplo la gravedad si no la respetamos vemos inmediatamente la respuesta. Todo lo que sube baja.

Punto.

Con los valores sucede lo mismo.

Todos tenemos conciencia independientemente de si somos religiosos, creyentes, practicantes, nominales como si somos ateos o agnósticos.

Sabemos reconocer las cualidades y principios que se consideran como correctos o positivos en la conducta de una persona que vive en sociedad porque son transversales a toda cultura o país.

Si nos guiamos por esos valores universales tendremos una convivencia armoniosa, edificante, productiva, tranquila, respetuosa, tolerante, integradora, solidaria, trabajadora, con una libertad y justicia equilibradas donde se genera pertenencia, camaradería, amistad y compromiso.

Los valores universales:

Ejemplos

**El respeto, la libertad, la bondad, la justicia, la igualdad, el amor, la responsabilidad, la honradez, la solidaridad, la verdad, la valentía, la amistad, empatía, paciencia, gratitud, perdón, humildad, honestidad, lealtad, tolerancia, generosidad, el honor y la paz.**

**“La comunicación, aunque no lo creas, está cimentada en tus valores.”**

**“Eres lo que comes, eres lo que piensas, eres tus impulsos, emociones, eres lo que hablas.”**

Por ello es importantísimo que trabajes en ellos si quieres crecer en tu integridad comunicacional.

Si no lo haces comenzarán tus dudas, titubeos, actos fallidos y finalmente descubrirán que eres una persona dividida. Lo que te hará socialmente ver como una persona poco confiable e internamente te sentirás inevitablemente vacío, aunque tengas todo lo que un ser humano aspira tener materialmente.

### **Vacío.**

¿Qué te parece?

¿Quieres seguir creciendo en tu comunicación?

Comencemos



# Emociones

El ser humano ha buscado siempre dar respuesta a sus emociones, sin preguntarse ¿Puedo controlar las emociones o ellas manejan mi vida?

Hace años atrás que te dijeran “ Ve a la psicóloga” era un insulto. ¿Acaso estabas loco para ir?

Felizmente las épocas cambiaron y ahora es trabajar en tu salud mental con profesionales que estudiaron muchos años en la universidad y que siguen buscando nuevos estudios para ayudar a sus pacientes estresados, con burnout o con necesidad de dar respuesta a tantos estímulos de la vida actual que obligan a vivir a 200km por hora en un día de sólo 24 horas.

En el siglo XX aparecieron los libros de autoayuda que por varias décadas ayudaron a las generaciones que no podían acceder económicamente a los consultorios.

No estuvieron solos los libros de autoayuda surgieron Los libros de PNL programación neurolingüística, se sumaron las neurociencias que hicieron su aparición junto a otros movimientos como la inteligencia múltiple, inteligencia emocional y se sumó el coaching para ayudar a entender al ser humano y permitirse revisar, cuestionar sus creencias, transformar optimizando sus pensamientos, acciones para tener una conducta consistente y que nos lleve a la felicidad.

Si viviste en el siglo anterior debes saber de qué te estoy hablando.

# ¿Qué viene primero el sentimiento, el pensamiento o la emoción?

Volvemos a la física ¿Has escuchado sobre Newton?

La ley de acción y reacción de Newton dice que a toda acción le sigue una reacción.

“Todo cuerpo A que ejerce una fuerza sobre un cuerpo B experimenta una fuerza de igual intensidad en la misma dirección, pero en sentido opuesto”

Ejemplo: Remar, saltar, caminar, tirarnos en paracaídas, etc.

Entonces hay que saber que el ser humano reacciona a estímulos.

**Estímulos externos:**

Frío, calor, oscuridad, luz, calor, sonidos, medicamentos, olores, sabores, etc.

**Estímulos internos:**

Sensación de hambre, de sed, irritación, dolor muscular, sensación de sueño, calambres, sudoración, somnolencia, escalofríos, etc.

**Acción** (estímulo) – **Pensamiento** (Identificación que nos está pasando según nuestra experiencia vivida) – **Sentimiento** (elijo, decido etiquetar o nombrar lo que estoy pensando de ese estímulo) y decido o no soltar la emoción según me convenga la situación



Ejemplos:

**Estímulo externo:** Frío polar (acción)

**Estímulo interno:** Mi cuerpo temblando, escalofríos (reacción)

**Pensamiento:** Evaluación de huir o quedarse según su experiencia vivida.

**Sentimiento:** Siente que su vida está en peligro y corre urgente a abrigarse y retomar su temperatura corporal para sentir que está a salvo de una hipotermia.

**Emoción:** Alegría por estar a resguardo del frío polar calentándose frente a una estufa y orgullo propio y confianza por tomar una decisión sabia y rápida cuando fue preciso.

¿Qué viene primero el pensamiento, el sentimiento o la emoción?

**Depende.**

Generalmente primero es el pensamiento que se transforma en sentimiento y se vuelca en emoción demostrable en el cuerpo. Todo está interrelacionado, aunque no siempre se dan de manera consecutiva porque siempre hay una excepción a la regla. Siempre.

Excepto las emociones de la sorpresa y el miedo.

# ¿Cuántas emociones hay?

Tenemos más de unas treinta emociones.

Las básicas son 6, no obstante, hay 2 emociones que vienen sin pensamiento previo y se deben a 2 factores: el tiempo y el espacio.

Sorpresa y miedo.

Sorpresa es la emoción más breve. A veces dura solamente microsegundos. Después de evaluar la situación mediante nuestros sentidos se suele convertir rápidamente en otra emoción, congruente con la realidad que la ha desencadenado (Ejemplo: Un regalo inesperado causa alegría, tristeza, ira, etc.).



## Miedo

Felizmente esta emoción existe para protegernos, para avisarnos que estamos en peligro y que tenemos que accionar instantaneamente un mecanismo de supervivencia.

El calor de la hornalla y nuestra mano, el vehículo que viene de frente contra nosotros, ahogarnos con una miga de pan o una gota de agua, un niño que está por caer al suelo, etc.

### Miedo por supervivencia

Es una emoción breve pero que viene a avisarnos que nuestro instinto de supervivencia debe primar. No pensamos: directamente sacamos la mano instintivamente para no quemarnos, corremos en dirección contraria para evitar que nos golpee el vehículo.

Toser o golpearnos el pecho para evitar ahogarnos con la miga de pan, alzar instintivamente al menor para evitar se rompa la cara o golpee su cabeza.

### Miedo que aparece por parálisis, huida o lucha de negación

También es cierto que la mayoría de personas, al hablar en público que es el tema que nos convoca, sufren con esta emoción una parálisis, una huida o luchas de negación.

Por ello escribí “todo depende” de la persona y de la emoción.



Si viene la parálisis por el miedo es bueno plantearnos

- ¿Qué estamos diciéndonos en nuestros pensamientos?
- ¿Por qué permitimos que la emoción nos secuestre como un animal cuando tengo las herramientas y los recursos para pensar de la manera correcta para hacer frente a esta emoción cada vez que aparece?
- ¿Por qué huyo si mi supervivencia no está en peligro?
- ¿Por qué decido deliberadamente perjudicarme con miedos psicológicos como miedo al rechazo, al fracaso, a la soledad, al que dirán a personas que hoy pasan por mi vida y mañana no sé si estarán?
- ¿Te has planteado ser tu mejor amigo? ¿O decides pensar yo no puedo, es que no sé, no lo voy a lograr, soy malo en esto, permitiendo que el miedo decida por ti, convirtiéndote en tu peor enemigo?
- ¿Decidirás vivir siempre en tu mente y no en tu vida?

El miedo no es una emoción mala. *Es una emoción amiga.* Protectora. Tu compañero de por vida porque te quiere proteger.

Es como la conciencia, nos ayudan a tener una vida plena, feliz y en paz si la tenemos equilibrada.

El miedo será tu consejero, tu asesor cada vez que estés en peligro real de integridad física. Estará siempre presente. Tu presente para cuidarte.

# Miedo irreal

Es fruto de un pensamiento distorsionado de la realidad, basado en experiencias pasadas traumáticas, demandas sociales autoexigentes, catastrofistas, futuristas, neuróticas, infundadas.

El miedo te avisa de peligros tú decides que hacer con el aviso como con el frío o el calor. Lógica pura. Tengo sed tomo agua porque me voy a deshidratar si no lo hago.

Dato para que sepas

¿Sabes cuál es la emoción que más dura?

La tristeza

¿Verdad que sería triste paralizarnos por un miedo infundado?

La emoción de la que más nos cuesta deshacernos.

Existe una emoción que dura muchísimo más que la alegría, la vergüenza, la irritación o incluso el aburrimiento.

Se trata de la tristeza. Esta fue la conclusión a la que llegaron los psicólogos belgas después de analizar las emociones de 233 personas, teniendo en cuenta tanto los eventos que las originaron como su duración y las estrategias que usaban para lidiar con esos estados.

De las 27 emociones analizadas, la tristeza fue la más duradera. De hecho, a su lado, el resto de las emociones eran casi rápidos destellos; incluso esos aparentemente interminables episodios de aburrimiento eran cortos.

La duración media de las emociones que solemos experimentar es:

- Tristeza ----- 120 horas
- Odio ----- 60 horas
- Alegría ----- 35 horas
- Desesperación, esperanza, ansiedad, decepción y contentamiento ----- 24 horas
- Celos ----- 15 horas
- Alivio ----- 8 horas
- Entusiasmo ----- 6 horas
- Admiración y gratitud ----- 5 horas
- Relajación ----- 4,3 horas
- Culpabilidad ----- 3,5 horas
- Estrés ----- 3 horas
- Orgullo ----- 2,6 horas
- Cólera, aburrimiento y sorpresa ----- 2 horas
- Irritación y compasión ----- 1,3 horas
- Humillación ----- 0,8 horas
- Miedo ----- 0,7 horas
- Vergüenza y asco ----- 0,5 horas

Tú eliges qué pensar y cómo trabajar cuando venga la emoción.



# Vulnerable

Ser vulnerable significa según el diccionario de la real academia española

“Que puede ser herido o recibir lesión, física o moralmente.”

En comunicación nadie tiene como ideal ser vulnerable, ya que ser robusto, con fortalezas bien acentuadas, es una de las cualidades que debería tener una persona que sabe comunicar.

Si de conectar hablamos te deberías concentrar en un tema esencial.

Ahora te pregunto:

¿Con qué persona sientes es más cercana?

1. Una persona que se muestra tal cual es y se acepta con errores y aciertos.
2. Una persona que se muestra imperturbable, todopoderosa que tiene todo el conocimiento.

¿Verdad que nos sentimos más cercanos a quien se muestra espontáneo y con errores?

Eso es porque nosotros también nos equivocamos y empatizamos con alguien genuino.

Por ello es importantísimo que trabajes en ellos si quieres crecer en tu integridad comunicacional.



Es que en esta vida todos sufriremos el paso del tiempo y de sucesos imprevistos y nos tenemos que mentalizar.

Pensar que lo que mas conecta es una persona que sabe todo y que nunca le pasa nada malo es ser demasiado ingenuo.

*La verdadera libertad es cuando empezamos a aceptar que somos seres vulnerables, imperfectos, con equivocaciones y con aciertos y que tenemos muchas experiencias para compartir con el resto del mundo.*

Piensa en esto:

Tanto en la ficción como en la realidad ¿Quiénes son más admirados por las personas?

Las personas auténticas, las vulnerables, quienes no temen equivocarse.

Esto no significa que tengas que ser incompetente, NO.

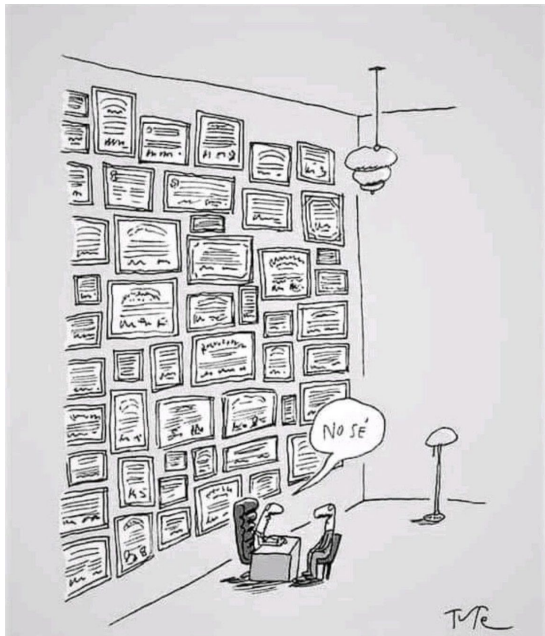
Pero te ayuda a entender que no debes tener temor en equivocarte o decir que no sabes en tu trabajo.

Como todo: EQUILIBRIO

Decir "No sé" es válido pero depende del contexto.

Es una muestra de humildad y de que no siempre tienes la respuesta. Pero OJO. No abuses del "No sé"

Si hay cosas que deberías saber y no las sabes estarías demostrando incompetencia, y eso afecta la comunicación y cómo te ven los demás.



# Flexible

¿Cómo es una persona flexible?

Alguien flexible se adapta con facilidad a la opinión, voluntad o actitud de otro u otros. Carácter, persona flexible.

Se logra de manera gradual y observando el contexto siendo contemplativo en la vida.

Quizás entiendas los antónimos que es lo contrario a ser una persona flexible.

¿Cómo es una persona rígida?

Las personas que son muy rígidas, es decir, poco flexibles, generalmente buscan tener todo bajo control, al no lograrlo surge la frustración, la ansiedad y la depresión, afirma la psicóloga clínica Andrea Umbach.

Para poder conectar comenzamos por autoconocernos que ya vimos cuales son nuestros valores. Cómo decido confiar en mis decisiones y en qué me baso. Ser determinante al enfocarse en un objetivo.

Respetar tus pausas. No atropellarse por responder inmediatamente un sí o un no.

Es enriquecedor evaluar, analizar, pensar lo que uno puede aportar al otro.

Escucha asertiva: Debes entrenar tu oído para escuchar lo que otra persona te brinde, sentir, visualizar lo que pudieran sentir. Abre tu corazón sin juzgar.

Prejuicios

¿Qué es un prejuicio?

El prejuicio es un juicio o valoración sin experiencia directa o real, generalmente negativo.

Comienza en una acción que desconocemos o que no nos simpatiza por diversos motivos y se traduce en una emoción de carácter negativo sobre un grupo de personas o individuos y se manifiesta de manera hostil.

**El prejuicio es uno de los peores enemigos de la comunicación.**

**Ejemplos:**

Prejuicios sociales, religiosos, de nacionalidad o étnico, de género, de edad, de orientación sexual, basados en discapacidades, lingüísticos.

Etiquetar a una persona de posible delincuente porque su apariencia física.

Etiquetar a una persona religiosa rechazándola porque se asume que tiene ideas fundamentalistas o radicales.

Etiquetar a una persona de anticuada porque sus ideas u comentarios.

**NUNCA UNA  
PALABRA  
ANTES  
DE UN  
PENSAMIENTO**

## PELÍCULAS RECOMENDADAS

### ESCRITORES DE LA LIBERTAD (2007)

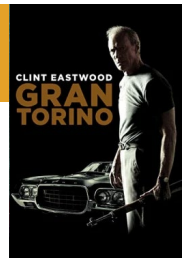


Una profesora recién licenciada empieza a dar clases de lengua a los alumnos de una de las zonas más marginales y violentas de Long Beach, California.

#### ¿Por qué verla?

Te ayudará a entender la importancia del contexto, cómo comunicar entendiendo seriamente cuál es la situación de tu interlocutor y la importancia de ser flexible.

### GRAN TORINO (2008)



Walt Kowalski es un veterano de guerra duro e inflexible apasionado por su auto, un Gran Torino del 72. La llegada de unos inmigrantes asiáticos al barrio ablanda su carácter, pero unos pandilleros generan problemas y Walt se ve envuelto en ellos.

#### ¿Por qué verla?

Nuevamente el contexto, conocer situaciones y ser flexibles son el eje de esta película.

# Vergüenza

¿Te consideras introvertida o vergonzosa?

Hay libros de personas introvertidas que lograron conectar y llegar al lugar que deseaban.

Los términos introversión y extroversión fueron difundidos por *Carl Gustav Jung* en su obra *Tipos psicológicos* y definen tipos psicológicos básicos en el marco de su teoría de la personalidad:

La introversión es una actitud típica que se caracteriza por la concentración del interés en los procesos internos del sujeto. Los introvertidos se interesan principalmente por sus pensamientos y sentimientos, por su mundo interior. Tienden a ser profundamente introspectivos.

La extroversión, por el contrario, es una actitud típica que se caracteriza por la concentración del interés en un objeto externo. Los extrovertidos se interesan por el mundo exterior de la gente y de las cosas, tratan de ser más sociables y de estar más al tanto de lo que pasa en su entorno.

Nadie es completamente introvertido, ni absolutamente extrovertido.

Sin embargo, cada individuo trata de favorecer una u otra actitud. En ocasiones es más apropiada la introversión, otras veces lo es la extroversión.

Las dos son mutuamente excluyentes. No se puede mantener en forma concurrente una actitud introvertida y otra extrovertida.

Como verás siempre es bueno saber que somos un ser sociable.

Que siempre hay excepciones, hay experiencias que nos marcan y decisiones de continuar comunicándonos de una u otra forma.

Para conectar con los demás es necesario tener en cuenta 2 cosas.

¿Cómo tratas a las personas?

¿Lo haces de manera arrogante por ser introvertido y te deben entender?

¿Te escudas en bajar la cabeza y decirte soy vergonzoso y no saludas o decides no hablar?

Acá viene la adaptabilidad y la flexibilidad.

No implica que cedamos ante los demás siempre, y que cambiemos nuestros valores. Se trata de saber que hay personas con diferentes puntos de vista, personalidades, enfoques, sentimientos y emociones y que se las debe escuchar, respetar, aunque no se compartan ideales.

La clave es ser un buen observador.

Esto nos da puntos de vistas para elevar nuestra perspectiva del mundo, de las relaciones sociales, de conectar con los demás, de vivir nuevas experiencias, de sostener y valorar lo que somos en este espacio de tiempo y de compartir nuestro aporte edificando a los demás.



Escuchar para compartir y no para debatir.

Escuchar para preguntar, aprender no para contestar.

Jenny Moix, profesora de psicología en la Universidad Autónoma de Barcelona, sostiene que la flexibilidad es la capacidad de ponerte en los ojos de nuestro interlocutor, de tener apertura.

Todo está en cambio.

Hasta nosotros no somos los mismos después de un día de vida.

¿Por qué pretender que los demás lo sean?

Comunicar correctamente depende de tu actitud, no de tu aptitud. Hoy las grandes empresas valoran la actitud, el trabajo en equipo y la buena comunicación antes que la aptitud.

Si quieres llegar alto medita en todo esto.

**TU ACTITUD  
Y NO TU  
APTITUD  
DEFINEN TU  
ALTITUD**



# Curiosidad

¿Te consideras una persona curiosa? ¿O das todo por sentado?

Hemos hablado mucho de la curiosidad en Entrenatoria, es la vía más rápida para descubrir elementos maravillosos de la naturaleza, conectar con nuevas socializaciones y crecer en conocimiento.

Si eres un ser curioso te habrás vuelto una persona invencible.

Tendrás motor propio, ganas de aprender más cada día y nunca te faltará el poder de unir diferentes mundos armando un puzle único y maravilloso.

Saber conjugar la imaginación y la fantasía con el sentido de la realidad.

Vuela alto, no te pongas techos para ser curioso. Preguntar vuelve a ser niño. Nunca te canses de los porqués.

Ten en cuenta todos los factores aunque no tengas tiempo.

Busca lo que encuentres positivo, negativo, interesante, consecuencias y secuelas de un hecho.

Nunca te quedes con lo que deduces. Busca otros puntos de vista, conversaciones con los demás.

¿Qué otras alternativas, oportunidades, opciones podrías ver?

Cambia la conducta mediante tus pensamientos.

Así como reseteamos nuestras máquinas tecnológicas, computadora, smartphones, tablets, así debemos hacerlo con nuestros pensamientos y diálogos internos.

¿Eres de las personas que de los 65.000 pensamientos diarios está rumiando la mitad de ellos cada día? (Basta de rumiar, pon pensamientos de acción)

Hay muchas personas que son así

Piensen, repasan una y mil veces una acción, un pensamiento y son muy autoexigentes.

El resultado es que a largo plazo no tienen buenos resultados.

Por eso es importantes cambiar el chip.

Cada vez que aparezcan esos pensamientos identificalos.

Toma una hoja en blanco y escribe esa frase que deseas repetirte para cortar con los pensamientos de rumiación.

No es fácil, pero es maravilloso decirse “Basta”

Y respetarlo en el tiempo. Aprende a que tus Sí sean un sí y tus no sean un no.

**Busca tu cuaderno y escribe** cada vez que te asalten estos pensamientos repetitivos del no puedo, no sé, o para qué habré hablado, y si hubiera y cámbialos por voces en positivo.

# Prejuicios y estereotipos

¿Está usted contagiado por el prejuicio? Lo primero que podría pensar es que no.

El sociólogo David Williams dice que, cuando alguien piensa mal de cierto grupo y se encuentra con una persona de ese grupo, “tratará a esa persona de forma diferente sin siquiera darse cuenta”.

El prejuicio es como un virus: hace daño a quienes lo tienen y puede que ni siquiera noten que están contagiados.

La gente puede tener prejuicio hacia personas de diferente nacionalidad, raza, tribu o idioma, o incluso de diferente religión, sexo o clase social. Algunos juzgan mal a los demás por su edad, educación, discapacidades o apariencia. Sin embargo, creen que están libres de prejuicios.

Por ejemplo en su libro *Conflict and Cooperation Among Nations* (Conflicto y colaboración entre naciones), Ivo Duchacek, profesor de Ciencias Políticas, indicó: “El nacionalismo divide a la humanidad en unidades mutuamente intolerantes. En consecuencia, el hombre piensa primero como norteamericano, ruso, chino, egipcio o peruano, y, en segundo lugar, si acaso, como ser humano”.

## **Prejuicios sociales**

Ejemplo: la creencia de que alguien próspero seguramente hizo fortuna de forma ilícita o ser hostil con una persona en condición de pobreza porque se asume que tiene intenciones delictivas.

## **Prejuicios lingüísticos**

Ejemplo: creer que una persona de nacionalidad argentina habla mal porque dice “remera” en vez de camiseta. Esa persona no está haciendo un mal uso de la lengua, está hablando de acuerdo a la variación lingüística del idioma español que existe en su país.

## **¿Cómo se soluciona este problema?**

El mejor remedio contra el prejuicio es la educación ya que un niño desde los 3 años puede desarrollarlos por palabras actitudes o gestos que observe.

## **Informándose.**

¿Qué significa? Si no sabemos toda la verdad, nos equivocaremos. Si nos dejamos llevar por lo que nos cuenten y no por los hechos, juzgaremos mal a los demás.

¿Falso o verdadero?

- Todos los que tienen una discapacidad llevan vidas tristes y amargadas.
- Las mujeres no son capaces de hacer trabajos técnicos o científicos.
- Los famosos son millonarios y felices.

Algunos de estos prejuicios han llegado hasta hoy.

## **Lo que puede hacer**

No generalice. Aunque una persona de cierto grupo tenga una característica negativa, eso no significa que todas la tengan.

Admita que usted no lo sabe todo sobre los demás.  
Use fuentes confiables para informarse.

**Ahora intente ponerse en su lugar. Pregúntese:**

¿Qué haría si alguien me hace sentir que no valgo nada?

¿Cómo me sentiría si otros me juzgaran sin siquiera conocerme?

Si yo fuera parte de su grupo, ¿cómo me gustaría que me trataran?

Trate de ver más allá de las diferencias y busque qué cosas tiene en común con algún grupo que tal vez no le caiga tan bien.

### **¿Cómo se soluciona este problema?**

El mejor remedio contra el prejuicio es la educación ya que un niño desde los 3 años puede desarrollarlos por palabras actitudes o gestos que observe.

### **Informándose.**

¿Qué significa? Si no sabemos toda la verdad, nos equivocaremos. Si nos dejamos llevar por lo que nos cuenten y no por los hechos, juzgaremos mal a los demás.

¿Falso o verdadero?

- Todos los que tienen una discapacidad llevan vidas tristes y amargadas.
- Las mujeres no son capaces de hacer trabajos técnicos o científicos.
- Los famosos son millonarios y felices.

Algunos de estos prejuicios han llegado hasta hoy.

## **Empatía**

La empatía nos ayuda a ver que todos somos parte de una misma familia.

Trate de ver más allá de las diferencias y busque qué cosas tiene en común con algún grupo que tal vez no le caiga tan bien.

Cuando comen en familia.

Cuando terminan un largo día de trabajo.

Cuando pasan tiempo con sus amigos.

Cuando escuchan su música favorita.

**Ahora intente ponerse en su lugar.**

Si evitamos a las personas de las que tenemos un punto de vista negativo, nuestros prejuicios podrían crecer. Y, si nuestros amigos solo son personas como nosotros, podríamos creer que nuestra forma de pensar, sentir y actuar es la única correcta.

Piense en formas concretas de mostrar amor por la gente que pertenece a un grupo que a usted no le gusta. No es necesario hacer cosas muy complicadas.



## Podría intentar lo siguiente:

- Con cada pequeño paso que demos para demostrarles amor a otros, más nos alejaremos de los prejuicios.
- Muéstreles buenos modales, por ejemplo, sosteniéndoles la puerta o cediéndoles el asiento en el transporte público.
- Entable conversaciones sencillas con ellos, aunque no hablen bien su idioma.
- Sea paciente cuando hagan cosas que usted no entienda.
- Escúchelos con atención y trate de entender sus problemas.

## Estereotipos

Según la definición que se recoge en la RAE, un estereotipo consiste en una imagen estructurada y aceptada por la mayoría de las personas como representativa de un determinado colectivo. Esta imagen se forma a partir de una concepción estática sobre las características generalizadas de los miembros de esa comunidad.

### ¿Qué son los estereotipos?

Los estereotipos son imágenes mentales que los individuos construimos acerca de los otros, representaciones esquemáticas y simplificadas de un grupo de personas al

que se define a partir de ciertas características representativas. ejemplos Los estereotipos se basan en prejuicios y clichés: por ejemplo, todos los alemanes beben cerveza y comen salchichas.

### **Estereotipos basados en la edad**

Ejemplo: las representaciones que muestran a las personas de la tercera edad en un rol pasivo, olvidadizas, débiles y en soledad.

### **Estereotipos religiosos**

Ejemplos: las representaciones de musulmanes como terroristas y de judíos como codiciosos o usureros.

### **Estereotipos lingüísticos**

Ejemplo: las asociaciones que se hacen entre el idioma alemán y el carácter seco o poco afectivo de sus hablantes. Los sonidos que componen la lengua alemana pueden sonar complicados o "rudos" para quien no está familiarizado con ellos, y de allí surge la asociación.

### **Estereotipos sociales**

Ejemplo: la caricaturización de las personas en condición de pobreza, a las que se suele representar con la ropa rota o sucia, despeinados o sin dientes. Mientras que los estereotipos de los estratos más altos frecuentemente muestran personas jóvenes y atractivas.

# Interlocutores

Un interlocutor es aquella persona con la que entablas una conversación.

Puede ser 1 a 1 o a un público amplio.

Descubre cuales son y cómo responder a ellos.



# Social

Conversador.

- Positivo.
- Acepta soluciones y propuestas.
- Tendencia a irse del tema.
- Le gusta trato exclusivo

¿Qué hacer?

- Reconduce la conversación.
- Mantén la iniciativa para preguntar.
- Trata de obtener una respuesta rápida.
- Utiliza preguntas cerradas.
- Ten paciencia, habla mucho.
- Tiene predisposición de llegar a acuerdos..



# Grosero

- Levanta la voz para imponerse.
- Exige.
- Marca sólo los problemas.
- Grosero y quejoso.
- Violento verbal y físicamente.
- Exige atención única.
- Suelen disculparse luego.
- Son propensos a acuerdos.

¿Qué hacer?

- Nunca dejes de ser asertivo/a.
- Deja que se desahogue.
- Cierra oídos / Busca disparadores intertanto, sin que lo note.
- Cara de nada.
- No justifiques su actitud.
- Nunca bajas a su nivel.
- Ten aplomo, sostén la calma.



# Tímido

- Comunica poco.
- Desea ser invisible.
- Tono de voz bajo, casi imperceptible.
- Observa todo.
- Es callado.
- No es tonto.
- No es sordo.
- Reservado en sus asuntos.

¿Qué hacer?

- Haz preguntas abiertas.
- Verbaliza cosas concretas.
- Transmítele seguridad y confianza.
- Toma siempre la iniciativa.
- No juzgues, supongas o interpretes.
- Habla como siempre lo haces.
- Disfruta de sus silencios.



# Objetivo

- Sabe lo que quiere.
- Comunica con datos precisos.
- Es de pocas palabras.
- Sabe dialogar.
- Da turnos al hablar.
- Sabe escuchar.

¿Qué hacer?

- Ir al foco del asunto.
- No hacerle perder tiempo.
- Formular buenas preguntas.
- Escucha problemas y resuelve.



# Pretencioso

- Sabelotodo.
- No cede la palabra.
- Impone su criterio.
- Rey del monólogo.
- Vanidoso de sus conocimientos.
- Disfruta escucharse.
- Tiene aires de superioridad.
- No acepta explicaciones.

¿Qué hacer?

- Elogiarlo
- Decir su nombre, demostrar interés
- Pedir su opinión, darle la razón
- Manipular su respuesta para que crea que salió de él la respuesta o solución.
- Hablar solo con él.





# ¿Cuál eres tú?

- Utiliza el poder de las preguntas abiertas y cerradas, reflexivas, suma lo cromático y lenguaje a incorporar.
- Aporta información personal.
- Autorrevelación.
- Trabaja tus diálogos internos y voces interiores.
- Voces limitantes.
- Peticiónes directas / Peticiónes indirectas.
- Comentarios reforzantes o cumplidos personales.
- Sostén conversaciones.
- Despójate de prejuicios.
- Identifica tus herramientas.
- Potencia tus fortalezas.
- Haz relaciones públicas. Eso desarrollará habilidades interpersonales.
- Entrena qué tipo de interlocutor quisieras ser.
- Entrena tus habilidades de negociación.
- Sé interdisciplinaria.
- Haz preguntas: Cerradas, abiertas, de reflexión, múltiple choice, retóricas, corporales.
- Ventajas y desventajas.
- Usa ejemplos.

## ¿Qué interlocutor ven las personas en ti?

---

.....

.....

.....

# Ejercicios

## 1. Piensa en quienes son tus interlocutores diarios.

Por ejemplo, un amigo, un familiar, un cliente, un proveedor, etc.

Interlocutor 1

Interlocutor 2

Interlocutor 3

Interlocutor 4

Interlocutor 5

## 2. Según la descripción de cada interlocutor: ¿Con cuál identificarías a cada uno?

Social

Grosero

Tímido

Objetivo

Pretencioso

# Intención

La mejor forma de llegar al corazón es siendo sencillo.

Piensa en grandes personalidades ¿Qué palabras suelen usar? ¿Cómo se suelen expresar?

La persona con más éxito es la que todo aquel que la escuche pueda entenderla.

Por eso, lo que debes hacer siempre es tratar de entender al que te está escuchando.

Es muy importante que tengas al menos una mínima noción de lo que sabe la otra persona, qué no, qué sería bueno que supiera y sobre todo: cómo entiende el mundo.

Si, puede parecer complicado, pero no lo es.

Un ejercicio muy bueno es escribir lo que quieres decir, y luego intentar explicárselo a un niño de 6 años y lograr que lo entienda.

## **Por ejemplo: ¿Qué es una cámara?**

**Opción A:** Las cámaras constan de una cámara oscura cerrada, con una abertura en uno de los extremos para que pueda entrar la luz, y una superficie plana de formación de la imagen o de visualización para capturar la luz en el otro extremo.

**Opción B:** Es un objeto que sirve para poder guardar lo que estás observando con tus ojos, para luego verlo nuevamente.

¿Cuál sería la correcta? ¿Cuál es incorrecta?

### **Depende... todo depende**

Si se está hablando en un curso de fotografía la opción A es correcta.

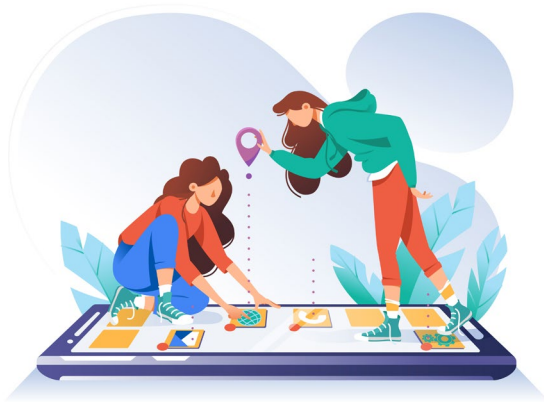
Si un niño de 5 años preguntó entonces será mejor la opción B

La comunicación viene en muchas formas.

No es lo mismo la comunicación que maneja un gran empresa, mediana, un emprendedor.

A nivel individual, también hay que tener en cuenta muchas cosas, si es horizontal, vertical. Si eres un gerente, supervisor. Un empleado o un freelancer.

Por eso es importante que tengas en cuenta qué rol tienes.



# ¿Qué quiero lograr?

Es muy importante que definas el motivo, así adaptas el mensaje para que llegue de la forma correcta.

## TIPOS DE INTENCIONES

---

### MOTIVAR

El discurso motivacional está dirigido para animar a que quien lo escuche tome acción.

Reconoce la importancia del trabajo en equipo, con el fin de alcanzar las metas de su organización o comunidad.

### INFORMAR

Noticias, datos, estadísticas. Pero siempre adaptando.

**Debes ubicarte y diferenciar:** Un médico que debe dar la noticia que murió un paciente, no es lo mismo que, una empresa que está haciendo reducción de personal.

## CAPACITAR

Transmitir conocimientos, herramientas, habilidades.  
No debe ser meramente técnico.  
Siempre incluye ejemplos en todo lo que expliques.

## VENDER

Intentar entender las necesidades de las personas para ofrecerles un producto que solucione un problema en específico.  
**¡Cuidado con el speech de venta!**

## EXPONER

Dar a conocer información ordenada y de alto valor a quienes está dirigido.  
Utiliza datos, estadísticas, estudios científicos.  
Cuidado con la sobre información o las presentaciones muy cargadas.

## PERSUADIR

Persuadir a cambiar de opinión mediante argumentos y ejemplos.  
**¡No manipular!** Es intentar llegar a un punto en concreto.

# Venta

Habrás escuchado muchas veces que vender es ayudar. Bueno, esto está muy bien, pero existe un problema cuando muchos emprendedores y vendedores se “empeñan en ayudar” con sus productos o servicios.

A ver.

Ayudar según el diccionario es “prestar cooperación” / “auxiliar, socorrer”

Para prestar cooperación o auxiliar a alguien, ese alguien tiene que querer o necesitar esa cooperación o auxilio.

Por eso antes de ayudar, tienes que pensar en convertirte en un CONECTOR.

Si quieres tener éxito con un negocio propio o vendiendo para otros, tienes que empezar a conectar puntos:

- Conectar cada beneficio de tu producto o servicio con las necesidades de tu cliente.
- Conectar cada problema que tiene con una solución que tú ofreces.
- Conectar tu historia de marca con la historia de tu potencial cliente.

Y esto está muy alejado de convencer y “ayudar” forzando y manipulando como hacían los vendedores del siglo pasado.

Porque eso no es ayudar. Eso es ir detrás del dinero a toda costa.

Solo cuando aprendes a conectar, puedes ayudar de verdad a cualquier persona que tengas delante.

- 1** Infórmate bien sobre lo que las persona necesitan.
- 2** Haz preguntas para profundizar el conocimiento, sé perspicaz.
- 3** Escribe todo lo que te digan, analiza y relaciona.
- 4** Usa palabras clave para conectar con la persona.
- 5** Cambia tu mentalidad, si a la persona no le sirve no presiones, recomiendale una alternativa.
- 6** Transforma a tus clientes en tus amigos. Haz que se sientan como invitados especiales.



# Conversaciones

## ¿Cómo comenzar una conversación?

Depende de las circunstancias, del lugar, del contexto, de lo que deseas lograr con la conversación y de cómo está el mundo interno de esa persona.

Hay conversaciones formales e informales, con familiares, con el equipo, con clientes, vía mail, redes sociales, orales.

Ninguna debe encararse de la misma forma.

Te voy a compartir las que a mi me han dado resultado.  
Debes ser observador. Ese es el secreto.

Perspicacia.



## CONVERSACIONES EFECTIVAS

- Haz un paneo rápido del lugar ¿Qué hay visualmente que puedas conectar? Una mascota, un cuadro, un color, viento, sol, lluvia, mucha o poca gente.
- Observa si hay celulares, sonidos, murmullos, música, etc.
- Analiza los aromas del ambiente, observa si hay alguien vendiendo café, comida. Si alguien limpió y ha dejado un exquisito perfume. Algo positivo que conecte.
- Evita ser quejoso, mordaz, irónico, burlesco o crítico. Pues pueden hacerse una imagen equivocada de ti. En vez de conectar haces que la gente se aleje de ti.
- Está atento para ver si hay posibilidad de socializar observando si la persona está aburrída, en espera, apurada, malhumorada, hablando por teléfono, etc.
- Sé tu quien comienza la charla, anímate a romper el hielo todas las oportunidades que tengas. Siempre con respeto, el usted es lo más acertado para poner distancia y evidenciar que se busca una relación de amistad y armonía.

Comienza por buscar una cara amigable dentro del universo de personas, ya sea en una jornada de capacitación, un ascensor, un compañero de trabajo, un familiar, un cliente, etc.

Alguien que esté abierto a hablar.

Sería un interlocutor social u objetivo. De esta manera entrenarás con alguien que está dispuesto a escuchar o que tiene ganas de socializar.

Tu cara también debe mostrar micro expresiones amigables y el cuerpo acompañando con un lenguaje distendido, relajado.

Utiliza el rapport (técnica de crear una conexión de empatía con otra persona para que se comunique con menor resistencia) o neuronas espejo.

Tanto si estás en una reunión familiar o de trabajo ten presente de hablar en el ritmo de tu interlocutor.

Aprende a escuchar y realiza preguntas para aprender no para contestar.

Si te ceden la palabra haz pausas. Sigue el ritmo como los jugadores de tenis. Nunca te quedes conversando de tus anécdotas mucho tiempo porque los demás también quieren interactuar y tienen mucho para contar.

En caso de que se queden callados deja esas pausas para saber si quieren saber más de ti o si ya fue suficiente. Indagar qué nos dicen los silencios nos hace avanzar en conversaciones con el equipo, con el cliente y familia.

## EJEMPLOS

### **En la calle**

-Que brillante amaneció hoy creí que no paraba de llover...

### **En un edificio**

-Uff como demora este ascensor. Me vine desabrigada, está bastante fresco...

### **En una oficina**

-Buen día ¿Cómo amaneció el equipo hoy?...

-¿Cómo viene el día?...

### **En un bus**

-Buen día me puedo sentar o permiso (con lenguaje sonreído) Casi pierdo el bus. Llegué justo al parador...

### **En una conferencia (Si eres el conferenciante)**

-Hola que tal mi nombre es... soy la conferenciante ¡Que bueno que has venido! ¿Cuál de los temas anunciados te atrajo para hacer énfasis y profundizar en ello?...

-Hola (leer el nombre en el solapero de acreditación) mi nombre es... gracias por venir...(decir el nombre de la persona), por llegar temprano...(dejar que hable y escuchar)

### **En un evento donde no conoces a nadie**

-Hola, estoy tan alegre de estar en este evento ¿Cómo estás? soy ... ¿Cómo es tu nombre?... ¿Ya has venido antes? ¿Qué lugar me recomiendas para sentarme?

### **Para tus llamadas telefónicas con desconocidos**

-Hola ¿Cómo está?(en tono conversacional como si la conociera a la persona de hace tiempo) Mi nombre es y el motivo de mi llamada es porque ...¿Tendrá un minuto para escucharme?

Formal:

-Tenga usted un buen día.Mi nombre es...Me gustaría comentarle que está ocurriendo tal tal cosa en este momento ¿Usted querría saber más información al respecto?

### **Con personas conocidas**

-¿Cómo fue tu día? Acá un sol a pleno, hicimos (relate alguna actividad) o tuvimos...(relate una experiencia graciosa). Escuche lo que tienen para contarle.

### **Para continuar la conversación**

-¿Cómo está el resto de la familia o amigos? Hay un lugar que quiero conozcan, está muy bueno, es mi lugar favorito para ir a tomar el té...

-¿Te gustaría planear una juntada? ¿Cómo andas de tiempo o de agenda?

-Están dando una serie sin escenas subidas de tono, o de infidelidad como a ti te gustan, es muy real y respetable... (Relate el lugar por dónde lo puedan ver y un avance de porque le gusta esa serie o le puede gustar a su interlocutor)

### **Con familiares**

-¿Te acuerdas cuando hacíamos planes para el futuro cuando fuéramos grandes?

-Se que te encantan las buenas recetas de cocina ¿Tienes alguna nueva?

-Me encanta saber de ti ¿En que sueños, metas estás trabajando ahora?

### **Por chat**

-Hola(emotición que sea una flor o un emoji sonriente y saludando) Este artículo de neurociencias te puede interesar.

-¿Cómo amaneciste de salud? (acompañe con un emoji de resfrío o enfermo si lo está)

-¿Cómo va tu preparación?(Coloque un emoji de un ciclista por ejemplo) Estoy leyendo el libro...

-Que parece ¿Te llevas el mundo puesto hoy? (Emoji de fuerzas o sonrisa, pensante, etc) Vi un artículo interesante en....

## CÓMO CERRAR CONVERSACIONES

### **Con clientes:**

-Muy bien, me gustaría consultarle si puedo ayudarlo en algo más.

(Escuchar qué está hablando y si se olvida de algún detalle, mientras anota lo que solicitan, sepa fidelizar)

### **Re pregunta**

-Estamos recibiendo mercadería nueva/ tenemos planes de promoción algunos días del mes/ la liquidación comenzaría en 10 días más o menos ¿Le interesaría que le envíe un recordatorio/ brochure/ dossier / folleto?

### **Cierre y nuevo encuentro**

-Que placer trabajar juntos ¿Cuándo le parece que agendamos la próxima reunión, puerder el día 12...?

-Ha sido una gran conversación. ¿Cuál es nuestro siguiente paso? Me gustaría agendar en el calendario.

### **Con empresas,corporativas**

-“Sólo para poder comprenderte mejor, lo que trabajamos hoy es el punto 1...”

-“Entonces, sobre este punto, estamos de acuerdo en... ¿verdad?”.

-¿Dime que te pareció esta propuesta, si falta algo ahora es el momento de arreglarla, quizás el día o el lugar puede superponerse con...?

-¿Quizás lo que podemos hacer para optimizar la venta/ capacitación es...?

-¿De qué forma se puede mejorar esto que estamos hablando, me gusta escuchar tu perspectiva?

- "Si me permites expresar algo que observé ...", "Creo haber visto desde mi percepción...", "Quizás sea bueno sumar esto que he visto en mis años de trabajo...", (Asesora, dale tu mirada de águila, comparte tu expertise para mejorarla idea y explícale porque es mejor, hablar 20% el resto escucha)

Esto te permitirá reformular las ideas de la otra persona si faltó anotar algo o comprender algún punto específico.

Siempre que estemos en conversaciones o negociaciones difíciles es bueno hacer pequeñas paradas dónde se encuentra un mini - acuerdo y destacar que es muy positivo, para seguir avanzando en la conversación.

### **Para cerrar conversaciones por mail**

Los correos electrónicos también son conversaciones que deben manejarse con un mensaje claro y llamada a la acción.

Supongamos que has escrito un correo electrónico en el que describes un proyecto: su alcance, cronogramas, costes y resultados proyectados. Tu mensaje es que este proyecto será de gran ayuda para el destinatario.

Recuerda: no obtendrás la aprobación a menos que la solicites clara y contundentemente.

Por lo tanto, crea una fuerte llamada a la acción en cada correo electrónico que envíes. Para lo que quieras.



# Conversaciones con clientes difíciles

## 1. Comenzar con el final en mente:

Pregúntale - ¿Cuál es el resultado más deseable que puede imaginar? ¿Qué otra solución puede haber?

Escucha, está presente y presta toda tu atención al cliente/  
Lee la consulta del cliente dos veces antes de responder.

Céntrate en las palabras que te comunica y no en la ira que hay detrás de sus palabras. Está enojado con la situación no contigo.

Piensa en tu mente y di **“No es nada personal”**

Debes demostrar al cliente que lo estás escuchando activamente y quieres buscar una solución que esté en tus manos.

Anota si puedes la queja puntual y trata de parafrasearla con sinónimos, no le cambies el sentido de la frase.

Pregunta y acompaña la conversación con interjecciones y onomatopeyas.

No lo interrumpas solo acompaña la charla.

## 2. Ponerse en los zapatos del cliente

Piensa en lo que tu cliente debe sentir al respecto. Solo de esa forma podrás ver el problema desde su perspectiva e idear posibles soluciones que puedan ser aceptables para él.

Verbal:

Dile: Siento que su pedido se haya retrasado/ el pago no salga hoy/ su reclamo no esté registrado en el sistema, esta no es la experiencia de cliente que pretendemos, y puedo entender que esto sea frustrante. He investigado el problema y esto es lo que ha ocurrido...

Se breve en la explicación y avanza

Escrita:

Piensa las respuestas, incluya palabras emocionales. Parafrasea. Revisa la respuesta para evitar cualquier lenguaje agresivo. Si el tiempo lo permite, aléjate unos minutos y vuelve a la respuesta redactada antes de enviársela al cliente. Un breve descanso y una nueva perspectiva pueden ayudar a filtrar las palabras ásperas.

## 3. Analizar tus puntos ciegos:

Es probable que tu cliente no comparta tu mismo estilo de comunicación. Así es que antes de reunirte, evalúa si es del tipo amistoso, hablador o si es más reservado.

Puede ser que necesite que le presentes todos los datos y le des también varias soluciones.

**Debes conocer a tu audiencia.**

#### **4. Practicar**

Practica en voz alta lo que vas a decir. Quizá hasta puedas practicarlo con algún colega que te diga qué opina sobre la forma en que piensas manejar la conversación. Ello te ayudará a estar más seguro al abordar el tema.

#### **5. El tiempo, la voz, el nombre y la ubicación son la clave**

El terreno neutro es mejor. No hagas perder el tiempo, el tono de voz debe ser calmo a pesar que el interlocutor sea elevado y nervioso. Nunca perder la calma. Conocer el nombre y decirlo 2 veces mínimo (no exagerar) da la ubicación que esa persona no es un N.N. sino que la empresa lo respeta.

#### **6. Honrar tu palabra**

Si las cosas están mal, dilo. No adornes la situación ni la hagas parecer mejor de lo que es. Tampoco señales a otros por lo que eres responsable ni mucho menos intentes manejar la situación con bromas o chistes.

#### **7. Escuchar con el corazón**

Presta atención genuinamente, haz contacto visual. Escucha lo que te dice tu cliente, lo que significa, pero no lo hagas necesariamente para refutar lo que le dice.

Evalúa también el sentimiento detrás de las palabras. Si tu cliente se enoja y se desahoga, deja que lo haga (dentro de lo razonable).

Aprovechando el momento, pregúntale si hay algo más que le haya molestado. El no permitir que la persona se comunique puede exacerbar el ambiente. Una vez el cliente se haya expresado, estará más dispuesto a escuchar lo que tienes que decirle.

## **8. Considerar lo que dirás y el momento en que lo dirás**

Si la conversación ha tomado un giro negativo y las cosas parecen estar escalando, detén la reunión y re programa. Comunícale a tu cliente que prefieres reunirse en un momento posterior, luego de que ambos puedan reflexionar sobre el asunto por su cuenta.

## **9. Nunca cedas poder a las palabras de extraños**

Si la conversación ha tomado un giro negativo y las cosas parecen estar escalando, detén la reunión y re programa. Comunícale a tu cliente que prefieres reunirse en un momento posterior, luego de que ambos puedan reflexionar sobre el asunto por su cuenta.

Sé que no es fácil trabajar con interlocutores agresivos pero si le conoces su estilo de comunicación podrás empatizar o ganar en resiliencia, estrategia o expertise para mejorar tu trabajo.

**Utiliza palabras positivas como:**

**"Sí", "Absolutamente", "Ciertamente", "Definitivamente".**

**Omitir palabras o frases como**

**"Dejeme ser claro" "Usted no me entiende" "Para su información"**

**"En realidad" "¿Me comprende?"**

**(Las personas pueden pensar que usted lo cree tonto o se sienta tonta por no entender, o lo tomen como una agresión o insulto a su inteligencia)**

# Hilando pensamientos

¿Se te ha quedado alguna vez la mente en blanco?  
Para poder salir de la situación puedes utilizar las 5 preguntas fundamentales.

## 5 PREGUNTAS BÁSICAS

---

¿QUÉ?

¿CÓMO?

¿DÓNDE?

¿CUÁNDO?

¿POR QUÉ?

En la mayoría de veces el por qué es lo más importante a responder de todas las preguntas.

**El por qué es un gran conector para comunicar y motivar.**

## ENTRENAMIENTO

**Una pregunta**

**Una frase**

**Una experiencia**

**Una noticia**

**Una estadística**

DEPENDE

DEPENDE

DEPENDE

DEPENDE

DEPENDE

DEPENDE

DEPENDE



# El poder de las palabras

La confianza es la emoción más fuerte en el ser humano, ya que a partir de la confianza se realiza cualquier acción. En los seres humanos este sentimiento está muy desarrollado y es la raíz de todas las relaciones humanas.

Por ejemplo usted solo le compra a alguien en quien confía. Un buen vendedor debería usar estas palabras:

« No dude, no espere, no lo pierda, Convéznase, Garantizado, Es sólido, Garantía de por vida, Vale la pena, Funciona, Novedoso, El más imitado, Resultados, Beneficios, Respaldo, Probado, Seguro, Fiel, Seguro, Compruébelo, Compromiso, Futuro, Flexible, evidente, Involucrado, Larga Duración, Realista, Valido, Validar, Cierto».

## **Palabras emocionales:**

- Felíz: alegre, plácido, desenfadado, divertido, contento
- Agradecido, apreciativo
- En paz: tranquilo, sereno, relajado
- Interesado : comprometido, atento
- Ilusionado, deseoso por algo
- Orgulloso, sonriente, satisfecho, seguro
- Divertido, gracioso, bromista, alegre

« No dude, no espere, no lo pierda, Convéznase, Garantizado, Es sólido, Garantía de por vida, Vale la pena, Funciona, Novedoso, El más imitado, Resultados, Beneficios, Respaldo, Probado, Seguro, Fiel,, Seguro, Compruébelo, Compromiso, Futuro, Flexible, evidente, Involucrado, Larga Duración, Realista, Valido, Validar, Cierto».

“No proceda de la boca de ustedes ningún dicho corrompido, sino todo dicho que sea bueno para edificación del prójimo”

La primera razón para controlarnos al hablar es el gran poder de las palabras. Pueden herir o pueden curar.

El poder de las palabras también se ilustra en quien “habla irreflexivamente” dicen que es como quien da “estocadas con una espada”.

Al soltar las cosas sin pensar, se pueden causar profundas heridas y perder buenas amistades.

En efecto, las palabras pueden dolernos más que si una espada nos atravesara el corazón.

Pero, como añade el proverbio, también pueden tener el efecto contrario: “La lengua de los sabios es una curación”.

Con sus comentarios bondadosos sana corazones heridos y restablece buenas relaciones. Sin duda, todos hemos constatado el poder curativo de las palabras.

Lo que sale de nuestros labios tiene mucha fuerza usémoslo, por tanto, no para lastimar al que nos escucha, sino para aliviarlo.

### **Palabras que derrumban:**

Lenguaje soez.

Chismes, sembrar discordias, difamar y calumniar.

Maltrato verbal. Palabras humillantes, los comentarios ásperos y las críticas despiadadas— atenta contra la dignidad y la autoestima de las personas. Y los niños, al ser más inocentes y tiernos, son especialmente vulnerables.

### **Palabras que edifican**

¿Qué tipo de lenguaje edifica a las personas? Las palabras constructivas que animen y fortalezcan, aplicársele estos tres adjetivos: sano, cierto y bondadoso. Tengamos presentes estas tres importantes características

#### **¿Es edificante mi forma de hablar?**

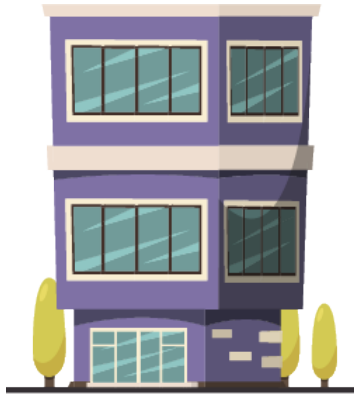
Elogios sinceros. Es muy necesario felicitar a los demás y reconocer sus méritos.

Consuelo y ánimo. Consolar otros y hablar confortadoramente.

Buenos consejos. Como todos somos imperfectos, de vez en cuando necesitaremos orientación.

Si como persona desde tu interior no eres edificante: ¿Cómo pretendes serlo cuando tengas que conversar con un cliente?

Es importante adquirir hábitos que generarán como consecuencia ser un buen vendedor. Y no siempre se trata de vender un producto, como ya hemos visto, vender va más allá.



Palabras que edifican



Palabras que derrumban

# Pensamiento lateral

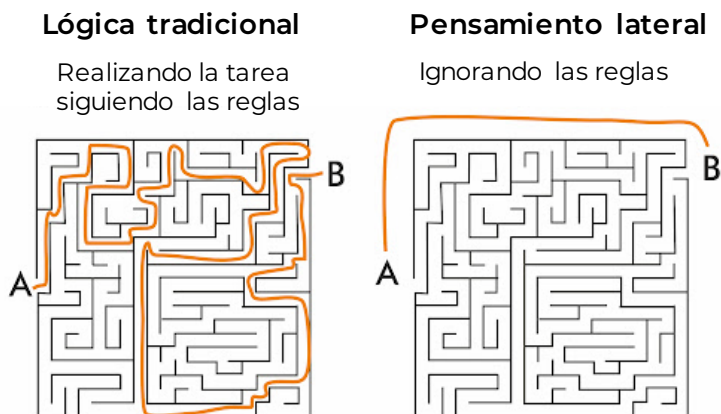
El pensamiento lateral cumple 2 funciones básicas: el uso de información como estímulo de nuevas ideas y la superación de las soluciones comúnmente aceptadas como absolutas o únicas. Este método es muy útil en la solución de problemas prácticos y en la concepción de nuevas ideas creativas.

## Elementos del pensamiento lateral

Hay que destacar los cuatro elementos clave en el proceso del “lateral thinking” para afrontar cada reto o desafío creativo:

- 1. Comprobación de suposiciones:** No siempre es posible enfocar un problema desde una perspectiva de pensamiento vertical y puede que la solución no sea tan directa como creíamos. Debemos revisar estos supuestos, ideas o conceptos convencionales preestablecidos cuya validez se acepta sin objeción ni examen. Necesitamos una “mente despejada y abierta” a todos los elementos para enfrentarnos a cada situación.
- 2. Hacer las preguntas correctas:** Lo más importante del pensamiento lateral es saber qué preguntas debemos formularnos. Si utilizamos este método para resolver problemas se debe comenzar haciendo preguntas sencillas y generales para enmarcar inicialmente el problema. A continuación, debemos examinar los datos conocidos con preguntas mucho más específicas sometiendo a examen las hipótesis más obvias, hasta alcanzar una visión alternativa cercana a la solución.

3. **Creatividad:** Nuestra imaginación es una parte fundamental de nuestra creatividad, convirtiéndose en otra herramienta clave del pensamiento lateral o creativo. Al final, se trata de enfocar cada desafío creativamente desde otro punto de vista. La perspectiva lateral será más efectiva a la hora de resolver cuestiones aparentemente no convencionales, en donde la lógica directa no sería de gran utilidad.
4. **Pensamiento lógico:** Para lograr un pensamiento lateral efectivo es necesario refinar el análisis lógico, la deducción y la disciplina del razonamiento, ya que sin estos elementos el pensamiento lateral sería un pensamiento peregrino perdido, que sólo se limitaría a extraer ideas excéntricas. Es decir, una vez desarrolladas las respuestas debe existir una lógica en el pensamiento lateral que permita ser explicado y contado a los demás.



## Técnicas correspondientes al método del pensamiento lateral

**1. Las provocaciones:** Cuando evaluamos un problema o situación siempre tendemos a seguir un patrón natural o habitual de pensamiento que nos limita a ciertas ideas o concepciones (ej.: las sillas son para sentarse, el suelo para caminar, los vasos sirven para verter líquidos, etc.). Mediante provocaciones del pensamiento debemos salirnos del camino habitual ya conocido previamente.

- **Provocaciones de palabra aleatoria:** Consiste en crear algún punto de entrada hacia una nueva línea de pensamiento mediante alguna palabra elegida al azar, escogida del diccionario o de cualquier otro lado sin relación aparente con el objeto. Se realizan asociaciones aleatorias con este sustantivo generando una frase, verbo, adjetivo u otro sustantivo, y se verifica la conexión que tiene esta nueva asociación con el objeto. Con cada conexión se generan nuevas ideas. Luego se repite el proceso con la asociación generada como punto de entrada, y así sucesivamente de forma recurrente hasta que se considere suficiente. Generalmente se realizan cadenas de asociaciones muy largas, por lo que hay que tener cuidado en el tiempo consumido generando ideas en cada ciclo de asociación.
- **Provocaciones de escape:** Es una de las técnicas más poderosas para crear provocaciones. Muchos de nuestros supuestos son falsos, es decir, pensamos casi siempre con prejuicios. La negación de alguno de estos supuestos nos permite pensar más allá de la manera lógica habitual. Partiendo de una situación concreta, un escape consiste en observar qué enunciados damos por verdaderos. Y luego los negamos. A partir de este nuevo entorno, con las herramientas habituales se buscan nuevas soluciones.

- **Provocaciones de piedra en el camino:** Consiste en crear provocaciones revirtiendo, exagerando, distorsionando o modificando de cualquier forma el entorno del problema. En verdad, resulta muy útil el suponer que cierta marca o empresa sea como se pretende que sea y no como es en realidad. Por ejemplo, si buscamos formas de hacer que un barco pueda moverse por zonas muy poco profundas. Sabemos que un barco flota en el agua y posee cierta cantidad de espacio sumergido por su flotabilidad, pero mediante exageración diseñamos la provocación “un barco que no tenga espacio sumergido”. (Esta sería la piedra en el camino del pensamiento habitual).

**2.Analogías:** Es la relación de semejanza entre dos o más cosas, un proceso del pensamiento fundamentado en la existencia de casos paralelos. Las analogías constituyen un instrumento para conferir nuevos enfoques a un problema, en vez de confiar meramente en una inspiración espontánea. Permiten el desarrollo de funciones, procesos y relaciones que luego se trasladan al problema para intentar su reestructuración. Las analogías han de basarse en situaciones muy concretas y con las cuales se está familiarizado. Dichas situaciones no requieren poseer de un gran número de procesos, funciones o relaciones. Sin embargo, es preciso que haya una acción y acontecimientos que se presten a diferentes desenlaces, aunque no necesariamente ser reales.

**3.Método de inversión:** Consiste en tomar un principio considerado como verdadero e invertir los elementos que operan en ese principio, con lo que se provoca una reordenación forzada de la información. Se trata de ver el problema desde distintos ángulos para acercarse a otra solución, más o menos excéntrica.



Ejemplos: Las llantas tienen autos, la cuerda coge la mano, los cigarros se fuman a las personas.

**4. Fraccionamiento o división:** Cuando resulta difícil dividir algo en distintas fracciones, puede recurrirse a una técnica artificial que consiste en la escisión de un problema en dos fracciones y repetir luego sucesivamente la misma operación, hasta que se tiene el número deseado de partes. Esta técnica no trata de dividir una situación o un problema en sus componentes naturales, como en el caso del análisis lógico, sino de obtener material que permita una reestructuración de los modelos. Es decir, no intenta explicar nada, sino reordenar. No trata de efectuar las sucesivas divisiones de manera que las partes resultantes sean de importancia equivalente, sino que cualquier forma de división es correcta. Las fracciones pueden ser a la vez muy artificiales y de una importancia desigual, pero resultar útiles.

El objetivo del fraccionamiento es evitar los efectos de la inhibición implícita en los modelos fijos mediante su descomposición en varias partes, ya que ello ofrece mayores posibilidades de creación.

**5.Respuestas idóneas:** Existen tres maneras en que el pensamiento puede ser obstruido:

- Puede faltar parte de la información.
- Puede existir un bloqueo mental.
- Lo obvio obstruye la visión de una mejor opción.

El tercer caso tendría una solución con el pensamiento lateral. Una vez estructurada la información es ya difícil transformarla en otra cosa. De este modo parece obvio que la única salida sea aquella que ofrece la información ya estructurada, de modo que

si da respuesta al problema que se intenta resolver, pareciera que no hay necesidad de buscar otra.

El método lateral enriquece cada idea en cada una de sus técnicas aquí contadas, ya sea por medio de la propia experiencia diferenciada de la pauta de pensamiento o sea por los conocimientos adquiridos del individuo o del grupo.

# ¿Cómo obtener la mentalidad de vendedor del siglo XXI?

¿Qué cualidades debería tener un vendedor adaptado a las necesidades de hoy en día?

Joe Girad está considerado el mejor vendedor de la historia. Está incluido en el libro Guinness de los Récords porque vendió más de 13.000 coches en 14 años. Se considera el mejor vendedor de la historia porque fue la persona que más coches vendió.

Tenía 1 libreta de clientes y en un cajón postales para enviarles y mantener una relación dónde ellos sintieran tenidos en cuenta. Así logró estar en la cabeza de sus clientes cada vez que alguien quería comprar o cambiar un auto.

Ahora la tecnología logró achicar brechas, pero el mecanismo es el mismo. Hacer sentir especial a la persona.

## **3 TÉCNICAS INFALIBLES**

### **1-Capacidad de enseñar, asesorar y comunicar.**

Acercarnos para enseñarles cuales son las mejores prácticas que se están dando en su industria y poder despertar la curiosidad. Trabaja tus habilidades de comunicación que te permitirán entender al cliente.

Disfruta de tu rol siendo creativo y curioso.

Titula tu alocución. Tus primeras palabras son decisivas.

El cliente tiene que encontrar en tus palabras una promesa, una oportunidad o la esperanza de haber encontrado eso que tanto necesita y desea. Logra atraer su atención de forma implacable. Usa estadísticas, ejemplos, bondades.

Usa el mismo lenguaje que tus clientes. Amoldarse a un joven como a un adulto, técnico o científico. Es la base la fase de investigación una de las más importantes.

Si quieres conectar con tu cliente tienes que observar y conocer el subtexto.

¿Cómo se comunica y que intereses les mueve?

Utiliza palabras persuasivas y evita las de relleno. Nunca utilizar lenguaje soez por más que el cliente lo utilice. Nunca minimices sus riesgos. Se prudente.

## **2- Personalización**

Ahorra tiempo al cliente. Es una de las cosas más valoradas en el mundo. Por ejemplo, si está en tu poder, hazle saber que en vez de 3 horas solucionarás su angustia o requerimiento en 30 minutos.

Hazle una promesa del beneficio de manera honesta.

Customización de lo que le vamos a contar. Transmitir el valor de la diferenciación. No decir a todos lo mismo. Guiar. Leer las necesidades relevantes y puntos únicos a su favor lo potenciarán.

Integra la digitalización dentro de tus procesos de venta de tus procesos diarios, entiende cómo participar en social media blogs, eventos tanto digitales como no digitales forman parte de tu actividad diaria.

Anticípate mentalmente a las objeciones. Trabaja para eliminar la percepción de riesgo a toda costa.

Menciona algún testimonio favorable háblales de reseñas de usuarios contentos, encuesta de satisfacción del cliente, destacando la garantía como la rapidez de entrega, servicio post venta, certificación que demuestren tu calidad.

Evita la sobrecarga de opciones.

### **3- Toma de control dta:**

Integrate dentro de la cadena de valor de tu cliente, estudia perfectamente los mercados, aporta valor desde el primer momento, no solamente a través de tus productos y servicios sino a través de tu propia presencia.

- Vendedor: se lo ve como colaborador necesario.
- Contacta con la empresa y pide permiso para conocer necesidades.
- Tensión constructiva
- Construye una relación a largo plazo
- Precios y plazos.
- Recurre a la urgencia y escasez
- Añade contenido en formato vídeo, de producto de demostración, testimonio. Esto aumentará hasta un 80%.

Es la alternativa persuasiva al cara a cara.

Que contenga una gran idea, que aparezca un gancho potente los primeros 30 segundos, y que apele a un deseo producto del espectador o cliente.

Palabras: Reconfortante, inspirador, impulsar

Para transmitir seguridad: Garantía, rentable, oficial.

Utilizar el usted la segunda persona en singular.

Recuerda que en muchos casos las personas buscan asesoramiento, pero con internet muchas veces sucede que el cliente sabe mucho más que un vendedor respecto a un producto. Por eso es tan importante aplicar escucha asertiva.

En una conversación de venta

**80%** / **20%**  
Lo que escuchas      Lo que dices

Es fundamental que primero escuches, esto te dará mucha información sobre quién es tu interlocutor y lo que sabe.

Esto te dará la oportunidad de **generar una conversación y no un monólogo.**



ENTRENATORIA