



LA COMUNICACIÓN
¿Manipulación
o Persuasión?

La comunicación no es un fenómeno espontáneo sin más, es por esto que para que nuestro discurso sea persuasivo depende no solamente de nuestro potencial de comunicación. La comunicación persuasiva debe basarse en un paradigma ganar-ganar y no en un paradigma manipulador en donde solo se obtienen ganancias si hay pérdidas en uno de los interlocutores.

Cuando la comunicación se centra en el paradigma ganar-ganar, se convierte en una comunicación sostenible, la cual es acordada y transparente y termina por construir confianza entre los interlocutores. Por el contrario, si utilizamos un enfoque manipulador la comunicación se vuelve violenta, destruye la confianza y no es sostenible en el tiempo.

Existen diferentes modelos de comunicación persuasiva, en **idÖ** hemos desarrollado el modelo **CoDiChi**, este modelo te permitirá realizar un proceso de tres etapas: **Comprender la Situación, Diseñar en Mensaje y Contar la Historia.**

CO

Comprender

Comprender el mensaje significa identificar lo que quiero comunicar y lo que conozco del mensaje o la situación, es por esto que debemos tomar en cuenta la información con la que contamos, lo que entendemos de esta información y lo que queremos comunicar.

Todo esto debemos hacerlo desde diferentes niveles: procesos, integrantes, clientes o proveedores. Una vez comprendiendo el mensaje es necesario saber que deseamos comunicar, esto se refiere al proceso de tener claridad en los mensajes que queremos que nuestro interlocutor reciba. **en Mensaje y Contar la Historia.**



DI

Diseñar el mensaje

En la siguiente etapa del proceso de comunicación persuasiva debemos entender como diseñar nuestro mensaje; existen herramientas que nos ayudarán al momento de diseñarlo y te recomendamos utilizar el método GUNS, el cual te ayudara a identificar los elementos claves en el diseño de los mensajes.

Esto te ayudaran a identificar al público objetivo (usuarios), sus necesidades, la solución a estas necesidades, y, por último, pero no menos importante, el gancho que utilizarás para comunicar de forma persuasiva.

IDENTIFICAR AL PÚBLICO:

Antes de intentar persuadir a alguien, es esencial comprender a quién nos dirigimos. Cada audiencia es única y tiene diferentes necesidades, intereses y valores. Al conocer a nuestro público objetivo, podemos adaptar nuestro mensaje de manera más efectiva

NECESIDADES:

Uno de los principales problemas al momento de identificar la necesidad es asumirla en lugar de validarla con el usuario. Es de vital importancia, ya que la solución que planteemos en nuestra comunicación puede no estar ligada a la necesidad real del usuario sino que más bien está ligada a lo que se asume y esto hace que la solución no esté articulada de forma correcta.

SOLUCIÓN:

Lo más importante cuando pensemos en la solución será contestarnos a la pregunta: ¿Qué beneficios obtendrán los usuarios al conocer la información? Esto hará que la respuesta esté alineada con la real necesidad de los usuarios.

GANCHO

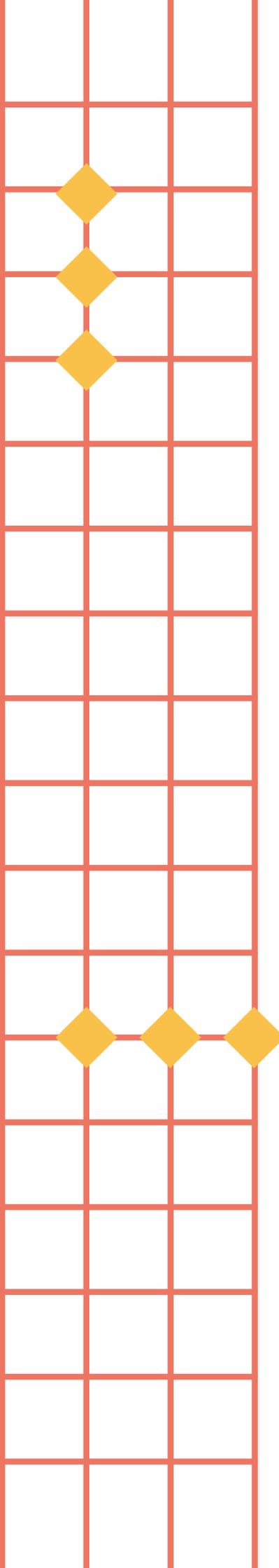
Esto es un hecho o frase que captura la atención de las personas. Cuando logramos identificar de forma correcta a nuestro público objetivo, las necesidades reales que tienen y la solución que ofrece un beneficio el "gancho" se articulará naturalmente con estas tres variables anteriores.

The background of the slide is a dark blue color with a faint, semi-transparent image of several business professionals in a meeting. A woman with glasses is visible in the upper right, and other people are partially visible in the lower left and center. The overall tone is professional and collaborative.

CHI

Crear la historia

Después de comprender el mensaje y diseñarlo, es momento de contar la historia. Las historias tienen un poder único para capturar la atención y generar empatía. Al contar historias relevantes y conmovedoras, podemos conectar emocionalmente con la audiencia y hacer que nuestros mensajes sean más memorables.



Para esto hay ciertas recomendaciones:

1. Asegurarse de estar convencido de lo que vas a decir.
2. Adaptar la historia al público y conocer sus características.
3. Usar el humor como parte de la historia, esto genera una conexión profunda con el interlocutor.
4. Definir muy bien cual es la esencia de la historia, que es lo que quieres dejar claro.
5. Asegurate de que no sea demasiado larga e involucra elementos de apoyo.

Es importante conocer que existen momentos clave dentro de cualquier historia:

1. **Inicio:** Se refiere a todo el análisis de la información con la que cuento para poder emitir mi mensaje.
2. **Nudo:** ¿Qué quiero resolver con mi comunicación? ¿Qué hacían o decían los demás? ¿A qué reto me enfrenté?
3. **Desenlace:** Es el estado al que quiero llegar una vez emitido mensaje, como quiero que piensen mis interlocutores. Que quiero que digan, sientan o hagan.
4. **Conexión:** Esto será lo que quiero que la persona vea como beneficio final.

La comunicación persuasiva es un arte que nos permite conectar con los demás, influir en sus creencias y comportamientos de manera efectiva. Conociendo a nuestra audiencia, estableciendo credibilidad, apelando a la lógica y la emoción, y presentando argumentos sólidos, podemos potenciar nuestra capacidad para persuadir de manera positiva. Recordemos siempre utilizar esta habilidad con integridad y respeto, buscando el bien común y promoviendo un diálogo constructivo.