

CÓMO CONOCER A LAS PERSONAS Y SER MÁS PERSUASIVOS



La persuasión es una característica que nos permite influir sobre otros. Para ello, es necesario saber escuchar, tener carisma y credibilidad. A su vez, persuadir es inducir, mover, obligar a alguien con razones a creer o hacer algo, la persuasión es un don que tienen algunas personas para convencer a otras de hacer algo que les beneficia.

La capacidad persuasiva, como todas las habilidades sociales, puede que algunas personas la tengan especialmente desarrollada, pero en general todo el mundo puede entrenarla y mejorar con el paso del tiempo.

“La persuasión no consiste en que los demás hagan lo que yo quiero, sino en que quieran hacer lo que yo quiero que hagan”

Es una habilidad vinculada al liderazgo pero que muchos confunden con la manipulación. Dedicado al marketing y las ventas, invirtiendo cientos de horas en pensar estrategias para encender el deseo de los clientes.

Poca gente considera que la persuasión debe formar parte de su trabajo y la atribuyen a políticos o vendedores de ética dudosa. Si es positiva, responsable y busca el beneficio común, forma parte de la comunicación y el liderazgo y cualquier profesional debe desarrollarla.

Vuelvo a decir cualquiera puede ser persuasivo. No todas las personas influyentes lo son de manera instintiva, aunque existen líderes natos. Los secretos de la comunicación persuasiva se aprenden y pueden aplicarse fácilmente y con éxito en un entorno profesional, independientemente del cargo que tengamos.

Pero la persuasión no es sólo vender también es ser capaz de convencer a alguien, ya sean amigos, familiares o completos desconocidos, es una de las habilidades sociales más poderosas que se puede tener.

Por ejemplo: en lugar de venderme un sofá haz que me imagine relajándome en él después de un duro día de trabajo. En lugar de proponerme ir a la playa recuérdame que moreno estoy más guapo.

En muchas ocasiones la decisión de una persona respecto a su persona puede darse en cuestión de segundos y para poder convencerla se ha de optimizar al máximo tiempo, ya que, además, es posible que tenga objeciones sobre todo aquello que escuche.

Por ello se le otorga algunos consejos que te puedan ayudar a ser más persuasivo:

- **Preséntate**

Las personas quieren saber con quién habla y, además, conseguir que vean que es una persona honesta y de confianza.

Conseguir algo así en un instante por supuesto que es complicado, por ello es preferible tener ya un método ensayado. La mejor opción es mantener una postura erguida y sonriente, mantenerse encorvado no solo es perjudicial para la salud (causando molestias musculares e incluso dolores de cabeza) sino que además provocará a tu interlocutor una mayor sensación de desconfianza e inseguridad.

- **Evita los tics**

Es complicado no caer en estas respuestas ante los nervios pero es importante no repetir siempre las mismas palabras o decir los famosos “eeeeeeeeeh” “mmmmmmmm” y demás sonidos que lo único que van a provocar es una peor imagen. Antes de hablar esperes uno o dos segundos que sirvan para asimilar todo lo que ha dicho la otra persona y pensar lo que vas a decir, mientras que si te precipitas probablemente caigas en este tipo de tics porque o no sabrás qué responder o no habrás escuchado bien lo que te dice en tu afán por tener ya preparada una respuesta.

- **Las 6 U**

Urgencia: propón un problema y muestra que es urgente solucionarlo.

Único: afirma tener una solución única y que sirva para dejar en evidencia a otras.

Utilidad: explicar por qué, realmente esta solución es útil y va a mejorar las ya existentes.

Ultra específica: explica directamente lo que quieres que se sepa y sé específico en ello. No te andes por las ramas porque el tiempo es oro.

Facilidad de uso (userfriendly): haz que todo sea tan sencillo como para decir simplemente sí, explica lo necesario al máximo para que las dudas sean disipadas.

Pruebas indiscutibles (unquestionable proofs): si hay estadísticas, buenas referencias o datos positivos siempre será más sencillo. Rellenar tu discurso con valores que le den empaque siempre es una buena idea.

TRAMPAS EN LA PERSUASIÓN

Según Abraham Maslow lo creo en jerarquías que tratan sobre las necesidades que ocultan o no las personas, de una forma más resumida son:

- Seguridad
- Identidad
- Aprecio
- Libertad
- Comprensión
- Diversión

Todos tenemos estas necesidades. La única diferencia es que a unas les damos más importancia que a otras según nuestra situación y personalidad. Quizás un ejecutivo agresivo desee más que nada en el mundo satisfacer su necesidad de aprecio y reconocimiento, mientras que un adolescente problemático luche por sentirse libre y comprendido.

Pero lo que todos tenemos en común es que peharemos por protegerlas si las sentimos amenazadas. Y ahí llega el problema.

A menudo en nuestra comunicación atacamos a las necesidades de los demás sin querer. De forma inconsciente, hacemos que sientan que una o varias de sus necesidades están amenazadas.

Estas estrategias te van ayudar a ser más persuasivos: (colocarlos en líneas abajo del texto)

- **Felicite.** Las felicitaciones afectan positivamente a todo el mundo, y la gente que da buenas sensaciones tiene más posibilidades de que confíen en él. Felicitar con sinceridad a la gente, incluso por cosas sencillas, es una buena forma de convencer a los demás.
- **Establecer expectativas.** Gran parte de la persuasión pasa por la capacidad para gestionar las expectativas del otro.

- **Apoyarse en imágenes.** Lo que vemos es más potente que lo que oímos. Hay que perfeccionar la primera impresión que se da.
- **Decir la verdad.** A veces, la manera más efectiva de persuadir a alguien es diciéndole cosas que nadie más estás dispuesto a decirle. Las verdades duras son penetrantes.
- **Construir una buena relación.** Hay que ser abierto, y llevar las relaciones hacia un terreno en el que el interlocutor se sienta cómodo.
- **Transferir energía.** Hay personas que drenan energía a los demás. En cambio, los persuasivos saben cómo transferir su energía a los demás, para motivarlas. Hay muchas formas: el contacto visual, el físico, la risa... o simplemente sabiendo escuchar.
- **Comunicar con claridad.** Si un preadolescente no es capaz de entender lo que queremos explicar, es que es demasiado complicado. Hay que simplificar las cosas, hasta destacar solo lo realmente importante.
- **Estar preparado.** Hay que saber más sobre la otra persona que lo que la otra persona sabe de usted. Es la mejor forma de ganar ventaja y poder llevar a cabo una persuasión más efectiva.
- **Mantener la calma.** Nadie es eficaz cuando está 'encendido'. En las situaciones más tensas, lo mejor es mantener la calma, y no mostrar emociones. En situaciones de conflicto, la gente acude a la persona que controla sus emociones.
- **Define tus metas.** Piensa exactamente qué quieres lograr y márcate unos objetivos prioritarios. Hacia ellos debes encaminar tu capacidad de influencia, sin desperdiciar esfuerzos en llevarte el gato al agua cuando no merece la pena.
- **Piensa en positivo.** Nadie consigue persuadir a otro utilizando frases o conceptos negativos. No culpes a los demás, critiques su trabajo o muestres desprecio. Destierra de tu vocabulario palabras como imposible o fracaso.
- **Toma el mando.** Si quieres ser influyente, mantén siempre la compostura. Debes permanecer sereno ante los desafíos y las dificultades y demostrar tu seguridad. Así los demás confiarán en ti cuando tengan que tomar decisiones.

- **Se conciso.** Utiliza siempre argumentos sencillos, claros y precisos. Acostúmbrate a no divagar ni abusar de conceptos abstractos. Si los demás creen que no ocultas nada y tienes las ideas claras, se rendirán a tu influencia.
- **Escucha activamente.** Para influir en alguien, es necesario ver el mundo con sus ojos. Y esto sólo se logra escuchando. Sólo cuando sepas lo que tu jefe, tu cliente o tu equipo desea y necesita, estarás en la posición ideal para ejercer tu influencia. La escucha debe ser activa. Si no obtienes suficiente información, pregunta. Hay que realizar preguntas abiertas que no se puedan responder con un sí o con un no. Esto te permitirá, al mismo tiempo, obtener información y dirigir la comunicación al punto que te interesa.
- **Gestiona los sentimientos.** La mayoría de las personas toman las decisiones movidas por sus emociones y después las justifican racionalmente. Por esta razón, el meollo de la influencia es que realmente llegue al corazón. El entusiasmo, la empatía, la sinceridad y la honestidad son más convincentes que el mejor de los argumentos racionales. Si quieres persuadir a alguien, apela a sus emociones utilizando tus propios sentimientos.
- **Selecciona la información.** Debes ser sincero y honesto, pero eso no quiere decir que digas todo lo que sabes. Un buen líder debe valorar qué información proporciona a los demás, cómo manejarla e interpretarla. Unas veces tendrás que omitir datos y otras ofrecer información irrelevante que distraiga a la otra persona o le influya de manera inconsciente.

DINÁMICAS PARA UTILIZAR LA PERSUASIÓN

Existen técnicas infalibles para influir en los demás, aunque hay que usarlos con cuidado y delicadeza.

Dalo por hecho. Compórtate como si los demás fueran a actuar conforme a tus deseos. Muchos vendedores comienzan a rellenar la hoja de pedido antes de que su cliente se haya decidido. Aunque es un poco agresivo, funciona, porque a la mayoría nos cuesta defraudar a los demás o llevarles la contraria abiertamente.

La alternativa. Consiste en colocar a la otra persona en situación de elegir entre dos soluciones, ambas favorables a tus intereses (¿Cuándo llevamos a cabo el proyecto, el mes que viene o dentro de dos meses?). La otra persona creerá que la elección ha sido suya y no se sentirá tan presionada.

La balanza. Si sabes que tu idea tiene inconvenientes visibles, admite los aspectos negativos, pero quítales importancia y resúmelos en uno. Después, exagera los

aspectos positivos y desglosa cada argumento en varios. Influirás en los demás, transmitiendo a la vez honradez y objetividad.

As en la manga. Si el otro opone resistencia, ofrécele un extra inesperado que le haga sentir que te ha sacado algo. (Si acortamos los plazos de entrega, habría presupuesto para poner en marcha tu proyecto, en realidad, el proyecto ya ha sido aprobado).

El reto. Pon sutilmente en duda su capacidad para hacer lo que tú quieres que haga: “Quizá esta tarea sea demasiado complicada para ti”. Hazlo sólo con personas retadoras, competitivas y orgullosas.

Anclaje. Provoca una respuesta inconsciente en la otra persona utilizando un estímulo. Si quieres convencer a tu jefe de algo, crea en él un estado de ánimo favorable (pregúntale por su deporte favorito), ancla ese estado mediante un gesto preciso (tócale el brazo, ofrécele un café). Después, cuando le propongas tu idea, repite ese gesto. Él se sentirá bien de manera inconsciente y se mostrará favorable a tus sugerencias.

Orden encubierta. La frase parece una sugerencia pero esconde una orden y da mejor resultado. Si dices “Voy a presentar mi informe, si queréis podéis tomar notas”, todos tomarán notas.

Estructuras hipnóticas. Se trata de una serie de frases que ejercen en el oyente un efecto casi hipnótico. La primera es una verdad objetiva (“A todos nos preocupa la bajada de las ventas”), la siguiente puede ser verdad (“Las ventas han bajado un 10%”) y va seguida de otra que ya no es una verdad objetiva, pero sirve a tus intereses (“Un nuevo diseño estimularía el consumo”). En la última frase expresarás tu sugerencia (“para mejorar el diseño hay que invertir 100 millones”). Por inercia, tu interlocutor otorgará la misma credibilidad a todas las frases y asentirá.