

KOMUN KATE

DE LA IDEA A LA ACCIÓN

CURSOS PARA LAS EMPRESAS
(Técnicas teatrales para el día a día)

INDICE Y CONTENIDOS DE NUESTROS CURSOS PARA EMPRESAS

INTRODUCCIÓN	4
Premisa básica.....	4
Cursos genéricos y particularizados.....	4
Nuestro objetivo	5
Antes y después de los cursos.....	5
Precios.....	5
Despedida	5
1. Cursos para departamentos de marketing	6
Introducción de los principales conceptos de la interpretación	7
La técnica priorizando los objetivos y las intenciones	8
Motivación	8
Empatía	8
Imaginación.....	9
2. Curso Teatro de ventas Para los departamentos comerciales	9
El acto de la venta (el día entero)	10
Parámetros de evaluación	10
Informe general y particularizado de cada participante (pasadas 2 semanas)	12
3. Curso de Venta emocional	14
Introducción de los principales conceptos de la interpretación	15
La técnica priorizando los objetivos y las intenciones	15
Impacto Emocional	16
Expresión corporal	16
Voz y dicción.....	16

4. Cursos para los departamentos de RRHH	17
Introducción de los principales conceptos de la interpretación	18
La técnica priorizando los objetivos y las intenciones	18
Liderazgo	19
La imaginación	19
Observación	19
5. Cursos para los entrevistadores de consultoras.....	21
Introducción de los principales conceptos de la interpretación	22
La técnica priorizando los objetivos y las intenciones	22
Empatía	23
Escucha.....	23
Habilidades comunicativas.....	24
6. Curso para mejorar la manera de presentar Power Points	26
Introducción de los principales conceptos de la interpretación	27
La técnica priorizando los objetivos y las intenciones	27
Imaginación	28
Motivación	28
La Intención (El “como”)	29
Estructura de la presentación	29
7. Curso para mejorar la manera de hablar en público	31
Introducción de los principales conceptos de la interpretación	32
La técnica priorizando los objetivos y las intenciones	32
Empatía	33
La seguridad	33
La Expresión Corporal	34
La Intención (El “como”)	34

Estructura de la presentación	34
8. Cursos para mejorar la comunicación en las pymes	36
Introducción de los principales conceptos de la interpretación	37
La técnica priorizando los objetivos y las intenciones	37
Comunicación.....	38
Motivación	38
Selección del Personal.....	39
9. Curso para las sucursales bancarias	40
Introducción de los principales conceptos de la interpretación	42
La técnica priorizando los objetivos y las intenciones	42
Escucha.....	42
Empatía	43
Venta emocional	43

INTRODUCCIÓN

Komunikate y Acción es una iniciativa de Komunikate junto con el teatro Sala Ars que pretende darle un toque de creatividad al mundo empresarial. Es un formato de cursos divertidos y diferentes, para aquellas empresas que quieran explorar distintos niveles de comunicación.

Utilizamos una metodología propia y novedosa que, partiendo de la observación intuitiva, utiliza técnicas teatrales como medio para potenciar habilidades, detectar necesidades, para ofrecer nuevas soluciones. Creemos que no hay mejor teoría que la práctica, y que la mejor manera de aprender es equivocándose.

Después de 10 años de ver como se apuntaban alumnos, por motivos varios, pero siempre son los mismos: Timideces, pánico a hablar en público, coger soltura, pasárselo bien, aprender a comunicarse mejor, miedo a equivocarse, ganar empatía, seguridad, motivación, y un largo etc....hemos decidido extrapolarlo al mundo laboral, elaborando cursos específicos para las empresas y sus diferentes departamentos.

PREMISA BÁSICA

La premisa básica en todos nuestros cursos es recuperar la esencia de cuando éramos niños, donde lo único que queríamos era “jugar” Este es nuestro ultra objetivo de todos los cursos: Que la herramienta más importantes en todas las empresas , es decir: **las personas**, trabajen más **motivados**. Consiguiendo esto, la motivación personal crecerá, el rendimiento aumentará, la comunicación fluirá mucho mejor, aumentará la empatía entre las personas y las personas se centraran en sus objetivos de una manera más eficiente.

CURSOS GENÉRICOS Y PARTICULARIZADOS

En **Komunikate** tenemos cursos genéricos, y cursos particularizados. Estos últimos son las más interesantes para nosotros. Es decir, a partir del curso genérico, y reuniéndonos con la empresa para entender sus objetivos, confeccionamos el “traje” a medida. De esta manera, el resultado es mejor, ya que cada empresa funciona de una manera diferente.

NUESTRO OBJETIVO

Nuestro **objetivo** es incrementar el rendimiento general de las empresas utilizando la interpretación como una herramienta para ampliar las habilidades personales del equipo, como por ejemplo, una de las que consideramos básicas: La Motivación.

ANTES Y DESPUÉS DE LOS CURSOS

Antes de empezar cualquiera de los cursos, necesitaremos que nos enviéis una foto y el nombre que de cada participante, y que vaya elaborando un texto, ya sea una presentación, una situación concreta, un diálogo, y para que el resultado se vea más claro. Es mejor escoger situaciones reales de vuestro día a día en el trabajo.

Una vez haya finalizado el curso, pasada una semana, enviaremos un informe general y personalizado de cada participante a la persona indicada por la empresa.

PRECIOS

En cuanto al precio de los cursos, no son precios fijos. Tampoco los valoramos en función de las horas del curso. Nuestro principal objetivo es que los participantes aprendan. El precio del curso lo estableceremos en función de las necesidades y limitaciones económicas de la empresa, así como también nuestro trabajo invertido, además de la buena comunicación que podamos establecer con la empresa. Lo que más nos interesa es llegar a lograr nuestro objetivo.

DESPEDIDA

Nada más. Solo decir que esperamos que si realizáis alguno de estos cursos os sea muy útil para el trabajo que desarrolláis en la empresa.

Trabajar bien y motivado en la empresa es o muy fácil o imposible.

En las siguientes páginas tenéis el temario con la descripción completa de cada uno de los cursos que hemos elaborado para las empresas.

1. CURSOS PARA DEPARTAMENTOS DE MARKETING

INTRODUCCIÓN

Cada director de departamento de marketing tiene su visión de lo que para él significa el marketing. Esto de entrada plantea y evidencia el motivo por el cual hacemos cursos a medida, ya que nuestra intención no es cambiar la manera de pensar del director de marketing, sino que ayudarlo a que su departamento funcione mejor, con su idea de lo que significa marketing.

En la actualidad el marketing es una herramienta que todo empresario debe conocer. Sin duda, todas las compañías de una u otra forma utilizan diferentes técnicas de marketing.

Los nuevos enfoques se encaminan más hacia Empresas Orientadas al Cliente (**EOC**), encuentran el deseo del cliente, que es lo que ayudará al departamento de marketing a trabajar en la correcta dirección.

En general, la venta se concentra en las necesidades del vendedor, y el marketing se concentra en las necesidades del comprador. Para nosotros, marketing y venta son hermanos gemelos, y ambos tienen que trabajar en paralelo, sincronizados a la perfección, y donde su foco principal deber ser:

La venta emocional

Partir de un buen plan de marketing definitivo es un buen punto de partida, pero vivimos en una realidad donde por norma "*mandan los clientes*", y no hay más remedio que saber estar muy preparados para la improvisación. Para mí, la clave de un buen director de marketing es que sea flexible, que tenga capacidad de improvisación, rapidez en la toma de cambios de decisión y una suma más de cualidades, que a base de implantarlas, modificará el plan de marketing definitivo.

OBJETIVOS Y DINÁMICA DEL CURSO

El principal objetivo del curso es que las personas que forman el departamento de marketing mejoren sus habilidades de hablar en público y establezcan una mejor conexión con el cliente potenciando la venta emocional. Esto lo lograremos mediante unas herramientas y técnicas de interpretación. Según nuestro criterio, los 3 elementos clave que se deben potenciar son: **La Motivación, La Empatía, y la Imaginación.**

El segundo objetivo del curso es que los participantes realicen una perfecta demostración de cómo se habla delante de un público, y de cómo se establece una mejor conexión con el cliente. Para ello, los participantes deberán traer memorizado un texto de una duración máxima de 3 minutos.

PRIMER DIA: LA MOTIVACIÓN, LA EMPATÍA, LA IMAGINACIÓN., Y LA TÉCNICA

La **comunicación** no debe ser entendida como un intercambio de palabras, es mucho más: debe ser entendida como un intercambio de energía, dirigida de una forma correcta.

Generalmente, uno de los principales problemas en las empresas es la falta de comunicación. Todas las personas somos diferentes, con lo cual la manera de percibir/interpretar un mensaje, procesarlo, para luego transmitir algo, puede ser diferente a la de las demás personas.

Con lo cual, el punto de partida de todos nuestros cursos para las empresas será ponernos de acuerdo con el significado de la comunicación, identificar sus aliados y enemigos más usuales, para rápidamente ponernos de acuerdo con el significado de los 3 elementos clave, y pasar a la acción.

INTRODUCCIÓN DE LOS PRINCIPALES CONCEPTOS DE LA INTERPRETACIÓN

- Emisor – Receptor - Escucha – Equipo – Comunicación –Creatividad – Imaginación -
Confianza – Motivación - Ritmo - Improvisación – Personaje - **Objetivos – Intención -**

Realizaremos el primer ejercicio para poner los conceptos mencionados en acción. Le hemos puesto el nombre de **Circuito de comunicación**. Nos equivocaremos varias veces, y lo repetiremos hasta que lo consigamos. Este será el objetivo grupal del ejercicio.

LA TÉCNICA PRIORIZANDO LOS OBJETIVOS Y LAS INTENCIONES

Para mejorar los **elementos clave** tienes que olvidarte de ti y centrarte en la otra persona, y sobre todo en la manera de decirlo. Este último punto es la **intención** que le quieras poner a lo que dices.

Pasaremos a la explicación de la técnica. Para hacerlo más divertido, utilizaremos a los participantes a modo de ejemplo y aplicación. Los puntos de la técnica son: 1. Quien soy 2. Dónde estoy? 3. Que quiero? 4. Como consigo lo que quiero?

Los 3 primeros puntos se deben *pensar con la cabeza*, antes del acto de comunicación. El cuarto punto es cuando empieza la acción, y se debe realizar *sin pensar*, desde el corazón.

Realizaremos distintos ejercicios para aplicar la técnica en torno a la temática principal.

MOTIVACIÓN

La motivación es la gasolina principal de la persona, y la que marca nuestro rumbo. La motivación implica directamente traducir un sueño en realidad. La gran parte de las personas carecen de motivación, convirtiéndose en público de su película, en vez de protagonista

Si elegimos vivir motivados, nuestra vida será un éxito. Para potenciar tu motivación:

- Identifica tus objetivos - Visualiza tus metas - Porque trabajas? - Plan y acción - Piensa en positivo - entonces ya has triunfado! - Concéntrate en tareas sencillas y rápidas - Elige algo y empieza - Observa la situación desde mayor altura - Comprueba tu progreso - Visualiza el objetivo cumplido - Busca un cómplice - Hazlo divertido y público - No te enfoques en el **“que”** sino en el **“como”**.

EMPATÍA

La empatía es básica para crear un ambiente de confianza y de bien estar. Como definición podríamos decir que es la capacidad cognitiva de percibir, lo que otro individuo puede sentir. La empatía te permite ser más tú, y te sientes menos juzgado. De esta manera, creas una conexión más directa con el cliente, o en el momento de hablar en público. La velocidad al hablar y el tono de voz son muy importantes. Si coinciden, la empatía aumenta mucho. Algunos consejos para aumentar la empatía son:

-Tener buena memoria - Mantener el contacto visual. Escuchar en lugar de oír - Cambiar las preguntas cerradas por las preguntas abiertas - Activar la comprensión - Ser positivos - Flexibilidad máxima - imitar los gestos o tics de la persona que tienes delante - ten en cuenta su respiración - repetir alguna de las muletillas que ha usado para recapitular -

IMAGINACIÓN

La imaginación es una herramienta muy poderosa para las personas. Nos atreveríamos a afirmar que es la base del progreso. Cuando imaginas, proyectas, desarrollas tu cerebro, y descubres cosas que nunca se te podrían haber ocurrido. Como definición standard se podría decir que la imaginación es la facultad de representarse los objetos en el pensamiento. La Visualización creativa se realiza en el cerebro. El cerebro es el lugar donde generamos las imágenes. La imaginación es posiblemente la capacidad más útil del ser humano. Gracias a ella enriquecemos nuestra mente, que nos permite generar soluciones innovadoras. Siendo la imaginación la habilidad más útil del ser humano, cuanto más desarrollada esté dentro del departamento de marketing, por lógica aplastante, mejorará la manera de hablar en público.

SEGUNDO DIA: EXPOSICIONES Y OBSERVACIONES

Antes de empezar con las exposiciones, realizaremos 1 último ejercicio. A continuación, pasaremos a la exposición que se hayan preparado los participantes, donde se tiene que ver reflejados una mejora de los 3 puntos clave. Al finalizar todas las simulaciones, haremos una ronda general de observaciones.

Pasada una semana, enviaremos un informe general y personalizado a la persona que nos indique la empresa.

Nada más, gracias por vuestra implicación, y esperamos que el curso os haya ayudado.

2. CURSO TEATRO DE VENTAS PARA LOS DEPARTAMENTOS COMERCIALES

INTRODUCCIÓN

Detrás de la acción simple de la compra de cualquier producto, se esconden las necesidades, ilusiones, esperanzas, de nuestro cliente. Es común en las redes de ventas, la mecanización por parte del vendedor del proceso de atención al cliente viéndolo más como “otro que viene a mirar” o simplemente “un cliente más”.

La feroz competencia en cualquier sector, obliga a las empresas con ambición de liderazgo, a un proceso de mejora continua en todos sus ámbitos, y el vendedor es la tarjeta de presentación de cualquier empresa, el eslabón que la une a su cliente, y el cliente a su vez, es el valor máspreciado que tiene la empresa.

Tenemos 2 tipos de cursos diferentes, según el perfil de la empresa y el número de alumnos. Al primer curso lo denominamos “ **Teatro de Ventas** ” y al segundo curso lo denominamos “ **Venta Emocional**”

OBJETIVOS Y DINÁMICA DEL CURSO TEATRO DE VENTAS

Este curso normalmente lo realizamos todo seguido, en un día.

El principal objetivo de este curso es detectar los dotes comerciales que a nuestro entender debe poseer un buen comercial, tales como la empatía, la escucha, la motivación, la conexión, y para nosotros, el más importante: el grado de venta emocional que el comercial utiliza. Este objetivo lo conseguiremos mediante herramientas y técnicas de interpretar.

EL ACTO DE LA VENTA (EL DÍA ENTERO)

Analizamos “in situ” a los vendedores sujetos a hipotética situaciones de venta, registrando dichos procesos en video, comprobando y analizando en profundidad todos los casos, para posteriormente (pasadas 2 semanas) proceder a emitir nuestra visión sobre los vendedores. Normalmente lo realizamos en las instalaciones de la empresa.

PARÁMETROS DE EVALUACIÓN

Los 12 parámetros de evaluación están contenidos dentro de los 5 principales bloques que analizamos, y que son: **Fase de Contacto**, **Fase de Investigación**, **Fase de demostración**, **Fase de cierre**, y por último, **la Valoración actoral**.

En una tabla adjunta se reflejará una valoración individual y personalizada de cada uno de ellos, en la que hemos abierto cuatro grandes bloques, a su vez, subdivididos al detalle, y un bloque final. Pasamos a describir los parámetros con los que trabajamos la evaluación.

Primer bloque: Fase a la que llamamos *CONTACTAR*, se puede apreciar que está subdividida en tres partes, *IMAGEN*, *ACTITUD* y *ARRANQUE*. Valoramos aquí la imagen del vendedor, ropa, pelo, uñas, sensación de pulcritud en cuanto a *IMAGEN*. El estado anímico que denota, su expresión al acercarse, sus primeros movimientos, su estado anímico y su talante en general lo consideraremos *ACTITUD*, y sus primeras palabras, sus primeras preguntas, su forma de romper el hielo con el cliente, forman parte del apartado *ARRANQUE*.

Segundo bloque: Fase a la que llamamos *INVESTIGAR*, este es el momento en el que el vendedor debe recabar toda la información posible de su cliente, la hemos segmentado en dos partes, la *TANGIBLE* y la *EMOCIONAL*. Consideramos investigación *TANGIBLE* a todos aquellos datos que, en forma de preguntas directas o indirectas, pueda reunir el vendedor para hacerse una imagen clara del tipo de producto que debe ofrecer a su cliente. Llamamos *EMOCIONAL* a todas aquellas razones, a menudo no conscientes o no verbalizadas, que el cliente pueda tener para adquirir nuestro producto, estas razones a menudo no son claras o verbalmente expresadas y constituyen por lo general, una poderosa herramienta de trabajo en caso de que el vendedor detecte alguna de estas motivaciones.

Tercer bloque: *DEMOSTRAR*, el momento de explicar características del producto, hacer que el cliente entre en contacto físico con él, adaptar el “traje a medida” para que nuestro cliente sienta que “quiere” comprar nuestro producto. Esta fase está subdividida en *RACIONAL*, que atiende a todas las características palpables del producto, e *IRRACIONAL*, que apela a motivaciones más allá de las necesidades expresadas verbalmente y que a menudo son el motivo o razón por la cual el cliente desea o necesita el producto.

Cuarto bloque: El cuarto bloque engloba el proceso de cierre de la venta y toma de compromisos, aquí denominamos *WRAP-UP*, a un útil procedimiento al que también podemos denominar *RECAPITULACION*, se trata de analizar si el vendedor hace, verbalmente, un resumen de los puntos que el cliente ha expresado como importantes para él, y se persigue con ello, poner en la mente del cliente las razones que le han llevado allí y las soluciones que nuestro producto confiere a

todas ellas. El otro apartado es el de CIERRE, y en él buscamos si el vendedor tiene el instinto y la mecánica de buscar la venta y realizar las preguntas de compromiso necesarias para conseguir la venta.

Quinto bloque: El quinto bloque consta de tres apartados de valoración actoral, esto es, *VERBAL, CORPORAL Y EMOCIONAL*, partiendo de la premisa de que el lenguaje verbal es importante, pero valorando el lenguaje corporal, que obtiene efectos óptimos a la hora de convencer al cliente y abriendo también una tercera vía que es la emocional, la capacidad que tiene el vendedor de conseguir que el cliente deje aflorar sus pensamientos y opiniones producto de la familiaridad con la que es tratado y que nos conducirá inequívocamente al éxito en el proceso de venta.

INFORME GENERAL Y PARTICULARIZADO DE CADA PARTICIPANTE (PASADAS 2 SEMANAS)

Después de efectuar el **teatro de ventas** , analizar “in situ” a los vendedores sujetos a hipotéticas situaciones de venta y registrar dichos procesos en vídeo para comprobar y analizar en profundidad todos los casos, procedemos a emitir nuestra visión sobre los vendedores encuestados, así como entregar un video donde se reflejará un resumen de teatro de ventas.

Vaya por delante que consideramos difícil y en numerosas ocasiones injusto, dar una opinión en base a una sola situación de venta, en la que además se produce para el vendedor el “hándicap” de estar siendo grabado, lo que intuimos que condiciona a menudo el proceso natural de una venta.

Teniendo en cuenta los mecanismos que utiliza la marca en su publicidad corporativa, siempre destinados a despertar en la mente del público el placer, la seguridad y el estatus que significa tener un producto como el que se anuncia, creemos que esa filosofía debería ser caballo de batalla en todas las diferentes “**sucursales**” de la empresa . El cliente se acerca atraído por un impacto en los medios que despierta unos sentimientos determinados y hace que se dirija a la empresa a satisfacer esa curiosidad o necesidad que se le ha despertado a través de un impacto publicitario, pero que luego no se ha reflejado en el proceso de la venta. Esta política de posicionamiento de marca que tan hábilmente se despierta en los medios, basada totalmente en el impacto emocional, es la que debe utilizar un buen comercial.

Queremos remarcar que el curso **teatro de ventas**, más que un curso, es un análisis de los dotes de buen vendedor que tiene cada "*participante*". Después de dicho curso, el departamento comercial recibe un informe y un video con las conclusiones a las que hemos llegado sobre cada uno de los vendedores. A partir de allí, la toma de decisiones de aplicar los consejos en nuestro informe, es del director comercial.

El curso de venta emocional nace de una de las decisiones del director comercial, y que es precisamente, hacer el curso de **venta emocional**.

Nada más, gracias por vuestra implicación, y esperamos que el curso os haya ayudado.

3. CURSO DE VENTA EMOCIONAL

INTRODUCCIÓN

Nadie compra nada hoy en día basándose en las razones tangibles que se argumenten en la demostración, la venta conlleva ilusión, deseo, impaciencia, y el impulso de comprar se activa mediante razones que van más allá de la lógica y lo evidenciable, y en este aspecto, estamos absolutamente convencidos de poder impartir un curso que aumente de forma notoria las habilidades relacionadas con la **VENTA EMOCIONAL** que es, en la mayoría de los casos, la razón por la que el ser humano toma las decisiones.

En resumen: Vendamos ilusiones y soluciones, no solo producto.

OBJETIVO Y DINÁMICA DEL CURSO

El principal objetivo del curso es que el comercial venda a través del impacto emocional. Para ello, expandiremos nuestra imaginación, creatividad, seguridad, confianza, expresión corporal, empatía y motivación, además de mejorar la voz, mediante ejercicios teatrales y una técnica de interpretación.

Proponemos un plan de formación orientado a recordar al vendedor, que ha de hacer sentir al cliente que nos preocupamos realmente por él, que compartimos sus emociones y sus dudas, y eso nos hará también más efectivos a la hora de decantar la balanza a nuestro favor. Esto lo lograremos mediante unas herramientas y técnicas de interpretación. Según nuestro criterio, los 3 elementos clave que se deben potenciar son: **Impacto Emocional, Expresión Corporal, y Verbalización/Dicción.**

El segundo objetivo del curso es que los participantes realicen una perfecta exposición de cómo se habla delante de un público, y de cómo se establece una mejor conexión con el cliente. Para ello, los participantes deberán traer memorizado un texto de una duración máxima de 3 minutos.

PRIMER DÍA: IMPACTO EMOCIONAL, EXPRESIÓN CORPORAL, Y TÉCNICA DE INTERPRETACIÓN

Generalmente, uno de los principales problemas en las empresas es la mala o falta de comunicación, ya sea entre departamentos, o entre las personas del mismo departamento. Las personas somos diferentes, con lo cual, la manera de percibir un mensaje, procesarlo, para luego transmitir algo, puede ser diferente a la de las demás personas.

Con lo cual, el punto de partida de todos nuestros cursos para las empresas será ponernos de acuerdo con el significado de la comunicación, identificar sus aliados y enemigos más usuales, para rápidamente ponernos de acuerdo con el significado de los 3 elementos clave

INTRODUCCIÓN DE LOS PRINCIPALES CONCEPTOS DE LA INTERPRETACIÓN

- Emisor – Receptor - Escucha – Equipo – Comunicación –Creatividad – Imaginación -
Confianza – Motivación - Ritmo - Improvisación – Personaje - **Objetivos – Intención -**

Realizaremos el primer ejercicio para poner los conceptos mencionados en acción. Le hemos puesto el nombre de **Circuito de comunicación**. Nos equivocaremos varias veces, y lo repetiremos hasta que lo consigamos. Este será el objetivo grupal del ejercicio.

LA TÉCNICA PRIORIZANDO LOS OBJETIVOS Y LAS INTENCIONES

Para mejorar **los elementos clave** tienes que olvidarte de ti y centrarte en la otra persona, y sobre todo en la manera de decirlo. Este último punto es la **intención** que le quieras poner a lo que dices.

Pasaremos a la explicación de la técnica. Para hacerlo más divertido, utilizaremos a los participantes a modo de ejemplo y aplicación. Los puntos de la técnica son: 1. Quien soy 2. Dónde estoy? 3. Que quiero? 4. Como consigo lo que quiero?

Los 3 primeros puntos se deben *pensar con la cabeza*, antes del acto de comunicación. El cuarto punto es cuando empieza la acción, y se debe realizar *sin pensar*, desde el corazón.

Realizaremos distintos ejercicios para aplicar la técnica en torno a la temática principal.

IMPACTO EMOCIONAL

Más allá de la importancia de conocer bien nuestro producto y de transmitirlo correctamente, veamos la importancia de conocer qué pasa por la mente de nuestro cliente, cual es la **razón emocional** que le lleva a nosotros. La venta tiene una parte racional, pero una inmensa parte irracional, ser capaces de averiguar los motivos reales de compra nos hará mucho más capaces a la hora de influir en la toma de decisiones de nuestro cliente.

EXPRESIÓN CORPORAL

La venta se puede convertir en un acto divertido y emocionante. Mediante juegos teatrales, exploramos distintos campos y rangos de la interpretación (creatividad, imaginación, expresión corporal, improvisación, ritmo en la comunicación), que nos harán sentir más naturales y simpáticos a la hora de vender. Todos los vendedores sabemos que lo importante no sólo es el **QUE**, sino el **COMO**.

VOZ Y DICCIÓN

Conseguir una oratoria eficaz que denote seguridad y **CONVENZA**. Por muy preparados que estemos en cualquier materia, volvemos a encontrarnos con la importancia del cómo lo decimos. Los contenidos para conseguirlo serán:

- Respiración diafragmática - Control del tono, - el acento -la velocidad - el volumen - la inflexión. Un buen comercial, vende. Y vende porque **convence**. La voz es su principal instrumento. Aprendiendo una adecuada técnica vocal, la convertirá en la mejor de sus herramientas, pero necesita las otras 2, para convertirse en un auténtico vendedor.

SEGUNDO DÍA: EXPOSICIONES Y OBSERVACIONES

Antes de empezar con las exposiciones, realizaremos 1 último ejercicio. A continuación, pasaremos a la exposición que se hayan preparado los participantes, donde se tiene que ver reflejados una mejora de los 3 puntos clave. Al finalizar todas las simulaciones, haremos una ronda general de observaciones. Pasada una semana, enviaremos un informe general y personalizado a la persona que nos indique la empresa.

Nada más, gracias por vuestra implicación, y esperamos que el curso os haya ayudado.

4. CURSOS PARA LOS DEPARTAMENTOS DE RRHH

INTRODUCCIÓN

El equipo humano que forma una empresa constituye el elemento clave sobre el cual se asienta el éxito o el fracaso de la organización, con lo cual, el director de recursos humanos de una empresa debe saber de todo, pero no ser un especialista. Que quiere decir esto? Pues muy fácil: que el director de recursos humanos debe tener conocimientos sobre todos sus departamentos, tales como, Marketing, Comercial Publicidad/Creatividad, Planificación, Producto/Servicio Administración, etc..., sin llegar a ser un experto en cada materia

Un buen director de recursos humano debe saber observar, ser un buen líder, y tener mucha imaginación, además de muchas otras cualidades tales como proyectar confianza, automotivación, disciplina, tener don de mando, capacidad para organizar y trabajar en equipo, habilidad para ejecutar, persuadir y dirigir, capacidad analítica y dominio de idiomas.

Todos los grandes líderes empresariales concuerdan en una cosa: su recurso más importante es el humano. Saber decir no lo sé también lo recomendamos y ayuda quitarse presiones de que tiene que saberlo todo!.

OBJETIVO Y DINÁMICA DEL CURSO

El principal objetivo del curso es mejorar la selección del personal que en definitiva formará cada departamento, y que constituirá el sello propio de la identidad de la empresa.

Esto lo lograremos mediante unas herramientas y técnicas de interpretación. Según nuestro criterio, los 3 elementos clave que se deben potenciar son: **Liderazgo, Imaginación y Observación.**

PRIMER DÍA: LIDERAZGO, IMAGINACIÓN, OBSERVACIÓN Y TÉCNICA DE INTERPRETACIÓN

Generalmente, uno de los principales problemas en las empresas es la falta de comunicación. Todas las personas somos diferentes, con lo cual la manera de percibir/interpretar un mensaje, procesarlo, para luego transmitir algo, puede ser diferente a la de las demás personas.

Con lo cual, el punto de partida de todos nuestros cursos para las empresas será ponernos de acuerdo con el significado de la comunicación, identificar sus aliados y enemigos más usuales, para rápidamente ponernos de acuerdo con el significado de los 3 elementos clave, y pasar a la acción.

INTRODUCCIÓN DE LOS PRINCIPALES CONCEPTOS DE LA INTERPRETACIÓN

- Emisor – Receptor - Escucha – Equipo – Comunicación –Creatividad – Imaginación -
Confianza – Motivación - Ritmo - Improvisación – Personaje - **Objetivos – Intención -**

Realizaremos el primer ejercicio para poner los conceptos mencionados en acción. Le hemos puesto el nombre de **Circuito de comunicación**. Nos equivocaremos varias veces, y lo repetiremos hasta que lo consigamos. Este será el objetivo grupal del ejercicio.

LA TÉCNICA PRIORIZANDO LOS OBJETIVOS Y LAS INTENCIONES

Para mejorar **los elementos clave** tienes que olvidarte de ti y centrarte en la otra persona, y sobre todo en la manera de decirlo. Este último punto es la **intención** que le quieras poner a lo que dices.

Pasaremos a la explicación de la técnica. Para hacerlo más divertido, utilizaremos a los participantes a modo de ejemplo y aplicación. Los puntos de la técnica son: 1. Quien soy 2. Dónde estoy? 3. Que quiero? 4. Como consigo lo que quiero?

Los 3 primeros puntos se deben *pensar con la cabeza*, antes del acto de comunicación. El cuarto punto es cuando empieza la acción, y se debe realizar *sin pensar*, desde el corazón.

Realizaremos distintos ejercicios para aplicar la técnica en torno a la temática principal.

LIDERAZGO

El departamento de recursos humanos es metafóricamente quien “lidera la empresa” ya que son los responsables de la selección del personal que forma la empresa. Con lo cual, el departamento, y sobre todo el director del departamento de recursos humanos debe poseer la cualidad de líder, y ser el mejor en saber escoger como, cuando, para que, y porque.

LA IMAGINACIÓN

La imaginación es una herramienta muy poderosa para las personas. Nos atreveríamos a afirmar que es la base del progreso. Cuando imaginas, proyectas, desarrollas tu cerebro, y descubres cosas que nunca se te podrían haber ocurrido. Como definición standard se podría decir que la imaginación es la facultad de representarse los objetos en el pensamiento. La Visualización creativa se realiza en el cerebro. El cerebro es el lugar donde generamos las imágenes. La imaginación es posiblemente la capacidad más útil del ser humano. Gracias a ella enriquecemos nuestra mente, que nos permite generar soluciones innovadoras. Siendo la imaginación la habilidad más útil del ser humano, cuanto más desarrollada esté dentro del departamento de recursos humanos, por lógica aplastante, mejorará la capacidad de selección del personal.

OBSERVACIÓN

La observación es clave para ver en vez de mirar, y poder proyectar lo que ves en una situación cualquiera. Requiere también mucha imaginación. Una definición standard podría ser: La adquisición activa de información a partir de los sentidos. Se trata de una actividad que detecta y asimila los rasgos de un elemento utilizando los sentidos como instrumentos principales. Es usar tus sentidos en su máxima capacidad, poner atención a los detalles, enfocarte, analizar, razonar y recordar, comparar, es decir: La observación te puede dar mucha información.

SEGUNDO DÍA: EXPOSICIONES Y OBSERVACIONES

Antes de empezar con las exposiciones, realizaremos 1 último ejercicio. A continuación, pasaremos a la exposición que se hayan preparado los participantes, donde se tiene que ver reflejados una mejora de los 3 puntos clave. Al finalizar todas las simulaciones, haremos una ronda general de observaciones.

Pasada una semana, enviaremos un informe general y personalizado a la persona que nos indique la empresa.

Nada más, gracias por vuestra implicación, y esperamos que el curso os haya ayudado.

5. CURSOS PARA LOS ENTREVISTADORES DE CONSULTORAS

INTRODUCCIÓN

Un buen entrevistador de una consultora debe saber escuchar, tener empatía, y unas buenas habilidades comunicativas, además de varios elementos más, pero que no corresponden al caso que nos ocupa, ya que este curso no va dirigido a la consultoría, sino a las personas que entrevistan a los posibles candidatos.

Para simplificar al máximo, nosotros entendemos a un entrevistador de una Consultora como al **“departamento de recursos humanos de diferentes empresas”**.

El equipo humano que forma una empresa constituye el elemento clave sobre el cual se asienta el éxito o el fracaso de la organización, con lo cual, el director de recursos humanos de una empresa debe saber de todo, pero no ser un especialista. Que quiere decir esto? Pues muy fácil: Que todo el grupo de entrevistadores de la consultora deben tener conocimientos sobre todos los puestos de trabajo solicitados, ya que el candidato que ocupe el cargo solicitado, formará parte del equipo humano de la empresa a la que pertenecerá, y que constituye una parte del elemento clave sobre el cual se asienta el éxito o el fracaso de su empresa! Con lo cual, deduzco que la consultora tendrá entrevistadores especializados en diferentes perfiles de empresas, y que tendrán un director, que será el director del **“departamento de recursos humanos de diferentes empresas”**.

Con esto, llegamos a la conclusión de que este director tiene que ser un *crack*, y una de las piezas principales sobre las que se sostiene una consultora, y su buena imagen y credibilidad.

OBJETIVO Y DINÁMICA DEL CURSO

El principal objetivo del curso es ampliar la visión de los entrevistadores para que tengan más herramientas que les puedan ayudar en el momento de la entrevista.

Esto lo lograremos mediante unas herramientas y técnicas de interpretación. Según nuestro criterio, los 3 elementos clave que se deben potenciar son: **Empatía, Escucha y habilidades comunicativas**.

El segundo objetivo del curso es que los participantes realicen una perfecta exposición de simulación de entrevista. Para ello, los participantes deberán traer memorizado un texto de una duración máxima de 3 minutos.

PRIMER DÍA: EMPATÍA, ESCUCHA, HABILIDADES COMUNICATIVAS, Y TÉCNICA

Generalmente, uno de los principales problemas en las empresas es la falta de comunicación. Todas las personas somos diferentes, con lo cual la manera de percibir/interpretar un mensaje, procesarlo, para luego transmitir algo, puede ser diferente a la de las demás personas.

Con lo cual, el punto de partida de todos nuestros cursos para las empresas será ponernos de acuerdo con el significado de la comunicación, identificar sus aliados y enemigos más usuales, para rápidamente ponernos de acuerdo con el significado de los 3 elementos clave, y pasar a la acción.

INTRODUCCIÓN DE LOS PRINCIPALES CONCEPTOS DE LA INTERPRETACIÓN

- Emisor – Receptor - Escucha – Equipo – Comunicación – Creatividad – Imaginación -
Confianza – Motivación - Ritmo - Improvisación – Personaje - **Objetivos – Intención -**

Realizaremos el primer ejercicio para poner los conceptos mencionados en acción. Le hemos puesto el nombre de **Circuito de comunicación**. Nos equivocaremos varias veces, y lo repetiremos hasta que lo consigamos. Este será el objetivo grupal del ejercicio.

LA TÉCNICA PRIORIZANDO LOS OBJETIVOS Y LAS INTENCIONES

Para mejorar **los elementos clave** tienes que olvidarte de ti y centrarte en la otra persona, y sobre todo en la manera de decirlo. Este último punto es la **intención** que le quieras poner a lo que dices.

Pasaremos a la explicación de la técnica. Para hacerlo más divertido, utilizaremos a los participantes a modo de ejemplo y aplicación. Los puntos de la técnica son: 1. Quien soy 2. Dónde estoy? 3. Que quiero? 4. Como consigo lo que quiero?

Los 3 primeros puntos se deben *pensar con la cabeza*, antes del acto de comunicación. El cuarto punto es cuando empieza la acción, y se debe realizar *sin pensar*, desde el corazón.

Realizaremos distintos ejercicios para aplicar la técnica en torno a la temática principal.

EMPATÍA

La empatía es básica para crear un ambiente de confianza y de bien estar. Como definición podríamos decir que es la capacidad cognitiva de percibir, lo que otro individuo puede sentir. La empatía te permite ser más tú, y te sientes menos juzgado. De esta manera, en la entrevista, creando este ambiente de bien estar, el entrevistador podrá percibir más fácilmente las habilidades del candidato. La velocidad al hablar y el tono de voz son muy importantes. Si coinciden, la empatía aumenta mucho. Algunos consejos para aumentar la empatía son:

Tener buena memoria - Mantener el contacto visual. Escuchar en lugar de oír - Cambiar las preguntas cerradas por las preguntas abiertas - Activar la comprensión - Ser positivos - Flexibilidad máxima - imitar los gestos o tics de la persona que tienes delante - ten en cuenta su respiración - repetir alguna de las muletillas que ha usado para recapitular -

ESCUCHA

Si no escuchamos, no nos enteramos de lo que nos están diciendo. Esto es lógica aplastante.

Como definición podríamos decir que es la habilidad de escuchar no sólo lo que la persona está expresando directamente, sino también los sentimientos, ideas o pensamientos que subyacen a lo que se está diciendo. Para llegar a entender a una persona se precisa cierta empatía, es decir, saber ponerse en el lugar de la otra persona. La escucha es tan “sencillo” como escuchar bien, con atención y cuidado, tratando de comprender lo que nos dice la otra persona. Para lograrlo debemos estar presentes no sólo físicamente si no también psicológicamente. Algunos consejos para mejorar la escucha son:

- Busca el mensaje
- Fuera prejuicios
- Se consciente de tu estado emocional
- Controla emociones negativas
- Demuestra interés en los puntos de vista
- No interrumpas
- Pon atención al propio lenguaje corporal.
- Actitud positiva, involucrada en la situación, y céntrate en el otro
- Concentración.

HABILIDADES COMUNICATIVAS

Se le llama comunicación al proceso por el cual se transmite información entre un **emisor** y un **receptor**. Para mí, el modelo básico de comunicación consiste en **ocho** elementos de la comunicación: el emisor, el receptor, el mensaje, el código, el canal, la decodificación y la retroalimentación. Creo que las palabras mencionadas se entienden por sí solas, sin yo tener que comunicárlas en forma/**canal** escrito. Algunos consejos para mejorar la escucha son:

- Mensaje claro
- Empezar con buen pie
- Puntos clave
- Una buena retroalimentación
- Esperamos a que la persona que habla, termine.
- Hacer saber que estás escuchando
- No distraerse (y si lo haces, que no se note)
- No brindes tu ayuda inmediatamente o comuniqués posibles soluciones
- No critiques a la persona, sino lo que hace.
- No cambiamos de tema
- En vez de hablar de errores, mencionarlos para sacar lo bueno de ellos.
- Transformar las palabras “ siempre” y “nunca”, en “ocasiones” y “ a veces “.

SEGUNDO DÍA: EXPOSICIONES Y OBSERVACIONES

Antes de empezar con las exposiciones, realizaremos 1 último ejercicio. A continuación, pasaremos a la exposición que se hayan preparado los participantes, donde se tiene que ver reflejados una mejora de los 3 puntos clave. Al finalizar todas las simulaciones, haremos una ronda general de observaciones.

Pasada una semana, enviaremos un informe general y personalizado a la persona que nos indique la empresa.

Nada más, gracias por vuestra implicación, y esperamos que el curso os haya ayudado.

6. CURSO PARA MEJORAR LAS MANERA DE PRESENTAR POWER POINTS

INTRODUCCIÓN

Un buen directivo, tiene que ser un buen líder. Tiene que ser una persona auto motivada, positiva, disciplinada, comprometida y competente. Además, debe saber trabajar en equipo, motivar y estimular a sus compañeros. Saber decir *no lo se* también lo recomendamos y ayuda quitarse presiones de que *tiene que saberlo todo!*. De la misma manera, es importante que sepa llamar la atención de aquellos integrantes que no muestran interés en mejorar ni en aportar soluciones. Y lo más importante: No se trata de él , sino de ellos. En definitiva: lograr un ambiente de trabajo estimulante. Para el caso que nos ocupa, en este caso, una presentación de Power Point, un buen líder debe saber enseñar. En general, simplificarse va muy bien, y creemos que en las presentaciones Power Point, aún más. Pero no es nuestro objetivo cambiar las presentaciones, así que no entraremos en este detalle.

OBJETIVO Y DINÁMICA DEL CURSO

El principal objetivo del curso es mejorar la manera de presentar Power Points. Texto opcional

Esto lo lograremos mediante unas herramientas y técnicas de interpretación. Según nuestro criterio, los 3 elementos clave que se deben potenciar son: **Imaginación, Motivación y la Intención**

El segundo objetivo del curso es que los participantes realicen una perfecta exposición de Power Point. Para ello, los participantes deberán traer memorizado un texto de una duración máxima de 3 minutos.

PRIMER DÍA: IMAGINACIÓN, MOTIVACIÓN, INTENCIÓN Y TÉCNICA DE INTERPRETACIÓN

La **comunicación** no debe ser entendida como un intercambio de palabras, es mucho más: debe ser entendida como un intercambio de energía, dirigida de una forma correcta.

Generalmente, uno de los principales problemas en las empresas es la falta de comunicación. Todas las personas somos diferentes, con lo cual la manera de percibir/interpretar un mensaje, procesarlo, para luego transmitir algo, puede ser diferente a la de las demás personas.

Con lo cual, el punto de partida de todos nuestros cursos para las empresas será ponernos de acuerdo con el significado de la comunicación, identificar sus aliados y enemigos más usuales, para rápidamente ponernos de acuerdo con el significado de los 3 elementos clave, y pasar a la acción.

INTRODUCCIÓN DE LOS PRINCIPALES CONCEPTOS DE LA INTERPRETACIÓN

- Emisor – Receptor - Escucha – Equipo – Comunicación –Creatividad – Imaginación -
Confianza – Motivación - Ritmo - Improvisación – Personaje - **Objetivos – Intención -**

Realizaremos el primer ejercicio para poner los conceptos mencionados en acción. Le hemos puesto el nombre de **Circuito de comunicación**. Nos equivocaremos varias veces, y lo repetiremos hasta que lo consigamos. Este será el objetivo grupal del ejercicio.

LA TÉCNICA PRIORIZANDO LOS OBJETIVOS Y LAS INTENCIONES

Para mejorar **los elementos clave** tienes que olvidarte de ti y centrarte en la otra persona, y sobre todo en la manera de decirlo. Este último punto es la **intención** que le quieras poner a lo que dices.

Pasaremos a la explicación de la técnica. Para hacerlo más divertido, utilizaremos a los participantes a modo de ejemplo y aplicación. Los puntos de la técnica son: 1. Quien soy 2. Dónde estoy? 3. Que quiero? 4. Como consigo lo que quiero?

Los 3 primeros puntos se deben *pensar con la cabeza*, antes del acto de comunicación. El cuarto punto es cuando empieza la acción, y se debe realizar *sin pensar*, desde el corazón.

Realizaremos distintos ejercicios para aplicar la técnica en torno a la temática principal.

IMAGINACIÓN

La imaginación es una herramienta muy poderosa para las personas. Nos atreveríamos a afirmar que es la base del progreso. Cuando imaginas, proyectas, desarrollas tu cerebro, y descubres cosas que nunca se te podrían haber ocurrido. Como definición standard se podría decir que la imaginación es la facultad de representarse los objetos en el pensamiento. La Visualización creativa se realiza en el cerebro. El cerebro es el lugar donde generamos las imágenes. La imaginación es posiblemente la capacidad más útil del ser humano. Gracias a ella enriquecemos nuestra mente, que nos permite generar soluciones innovadoras. Siendo la imaginación la habilidad más útil del ser humano, cuanto más desarrollada esté dentro del directivo que tiene que exponer una Presentación de Power Point, mejor le saldrá.

En una presentación de Power Point el reto está en conseguir la atracción de los integrantes, sin que el Power Point se convierta en un obstáculo. Con lo cual, para empezar, debe existir una comunicación muy palpable y creíble entre el presentador y la propia diapositiva que se está mostrando. Es decir, que para obtener un resultado óptimo, tenemos que ver las diapositivas como distintos “compañeros”, con los cuales nos comunicamos para dar como resultado un mensaje muy creíble al grupo. Llevado a un extremo, es como si el Propio Power Point se convierte en nuestro compañero, para que entre los dos, realicéis la presentación, consiguiendo atraer la atención de **todos**, no despistarlos, y que tengan clarísimo cuando tienen que mirar al director, y cuando al Power Point. al Power Point. Llevado al extremo máximo, se le podría incluso poner un nombre al Power Point. . De esta manera se establece una empatía con los integrantes del grupo, se refleja un trabajo en equipo, se crea un entorno más agradable, una comunicación más eficaz, en el cual el directivo se olvida de si, y se comunica con el grupo y el Power Point, centrándose más en el “como” en vez de el “que”, dando como resultado una excelente presentación.

El siguiente ejercicio reflejará parte de lo que acabamos de describir. (Impro 2)

MOTIVACIÓN

La motivación es la gasolina principal de la persona, y la que marca nuestro rumbo. La motivación implica directamente traducir un sueño en realidad. La gran parte de las personas carecen de motivación, convirtiéndose en público de su película, en vez de protagonista

Si elegimos vivir motivados, nuestra vida profesional un éxito. Para potenciar tu motivación:

- Identifica tus objetivos - Cierra los ojos. Como lo ves? - Porque trabajas? - Plan y Acción - Piensa en positivo - Concéntrate en tareas sencillas y rápidas - Elige algo y empieza - Observa la situación desde mayor altura - Comprueba tu progreso - Visualiza el objetivo cumplido - Busca un cómplice - Hazlo divertido y público - No te enfoques en el “que” sino en el “como”

LA INTENCIÓN (EL “COMO”)

El ritmo en una presentación es uno de los elementos más importantes para conseguir una buena comunicación y que el mensaje llegue lo más claramente posible, y que la conversación no se convierta en “aburrida”. Por eso, nos gustaría transmitir ya desde el principio que la técnica que utilizamos se base en el impacto emocional, que en sí, se consiguen mediante las intenciones.

ESTRUCTURA DE LA PRESENTACIÓN

Este punto es muy importante para que la presentación quede del todo perfecta. Pero lo ponemos al final, porque es el orden correcto de como se debe llevar a cabo el proceso total de cuando elaboras una presentación utilizando la técnica. Es decir, primero no nos ponemos barreras, y nos centramos en la construcción del personaje “**directivo**” que va a realizar la presentación de **power point**, siguiendo los puntos establecido: 1. Quién soy?, 2. Dónde Estoy?, 3. Que quiero?, y 4. Como consigo lo que quiero ?

Es a partir del 4 punto, y cuando ya tienes identificadas las intenciones, cuando le damos la estructura a la presentación: Es decir, el orden secuencial cronológico que llevará la presentación. Es muy importante remarcar este orden, ya que los primeros 3 puntos se deben pensar sin “obstáculos” que impidan pensar de una forma más emocional.

SEGUNDO DÍA: EXPOSICIONES Y OBSERVACIONES

Antes de empezar con las exposiciones, realizaremos 1 último ejercicio. A continuación, pasaremos a la exposición que se hayan preparado los participantes, donde se tiene que ver

reflejados una mejora de los 3 puntos clave. Al finalizar todas las simulaciones, haremos una ronda general de observaciones.

Pasada una semana, enviaremos un informe general y personalizado a la persona que nos indique la empresa.

Nada más, gracias por vuestra implicación, y esperamos que el curso os haya ayudado.

CAMBIO DE ENFOQUE SI EL CURSO DURA UN DIA

Esté curso está elaborado con la intención de que el segundo día realicen las exposiciones que se hayan preparado durante la semana anterior, y utilizando la técnica explicada el primer día.

Si el curso se realiza en 1 solo día, entonces debemos reajustar el enfoque. Es decir, toda la primera parte de introducción a la interpretación se convertirá en más teórica, sin la realización de los ejercicios, y nos centraremos más en la explicación más detallada de la técnica. Para hacerlo más ameno, realizaremos la explicación utilizando a los propios participantes a modo de ejemplo. Es decir, convertiremos las primeras 4 horas en una en una presentación de la técnica, que además, ya puestos, la realizaremos en Power Point. Es decir, que realmente lo que estaremos haciendo una **demonstración en si del objetivo del curso**. Es perfecto.

La segunda parte del día la dedicaremos a la exposición de las presentaciones que se habrán tenido que preparar previamente, antes de asistir al curso. Quizás en este caso no será tan importante que se la hayan memorizado o estructurado perfectamente.

La diferencia estará en que no habrán tenido la semana para reflexionar e incorporar los conceptos de la interpretación así como haber trabajado en profundidad los puntos de la técnica.

Por último, si cabe la opción de que el curso se realice en dos días consecutivos, pensamos que también sería una buena alternativa.

7. CURSO PARA MEJORAR LA MANERA DE HABLAR EN PÚBLICO

INTRODUCCIÓN

Hablar delante de un público no es difícil. Tampoco queremos decir que sea facilísimo. Simplemente requiere poseer o adquirir unas habilidades concretas que te ayudaran muchísimo a la hora de realizar la exposición delante del público. Para empezar es importante distinguir entre si utilizas micrófono o no, ya que el micrófono se convierte en un segundo elemento que precisa una técnica de voz, además de que le da al presentador un factor de “distracción” extra que normalmente se refleja en la forma de moverse, en concreto, sus manos. Pero de momento hablaremos en términos generales.

Lo primero que nos gustaría transmitir es que la temática sobre la cual gire el discurso se ha de considerar menos importante que la manera en que se realiza. Y en especial, si el discurso está relacionado con vender algún producto.

En términos generales, todos los temas de los que se pueda hablar son fáciles de entender, y más aun, presuponiendo que las personas que asisten al discurso, ya saben a lo que van, y tienen conocimientos.

Lo que realmente capta la atención del público es la “actitud” con la que el presentador realiza el discurso. El presentador se tiene que ganar al público, y sobre todo, desde el principio, creando una empatía directamente, demostrando una seguridad total en lo que dice, y acompañada de una comunicación no verbal que es lo que le acabará dando la credibilidad total.

OBJETIVO Y DINÁMICA DEL CURSO

El principal objetivo del curso es mejorar la manera de realizar presentaciones en público.

Esto lo lograremos mediante unas herramientas y técnicas de interpretación. Según nuestro criterio, los 3 elementos clave que se deben potenciar son: [La empatía](#), [La seguridad](#), y [la Expresión corporal](#)

El segundo objetivo del curso es que los participantes realicen una perfecta exposición de una presentación. Para ello, los participantes deberán traer memorizado un texto de una duración máxima de 3 minutos.

PRIMER DÍA: EMPATÍA, SEGURIDAD, EXPRESIÓN CORPORAL Y TÉCNICA DE INTERPRETACIÓN

La **comunicación** no debe ser entendida como un intercambio de palabras, es mucho más: debe ser entendida como un intercambio de energía, dirigida de una forma correcta.

Generalmente, uno de los principales problemas en las empresas es la falta de comunicación. Todas las personas somos diferentes, con lo cual la manera de percibir/interpretar un mensaje, procesarlo, para luego transmitir algo, puede ser diferente a la de las demás personas.

Con lo cual, el punto de partida de todos nuestros cursos para las empresas será ponernos de acuerdo con el significado de la comunicación, identificar sus aliados y enemigos más usuales, para rápidamente ponernos de acuerdo con el significado de los 3 elementos clave, y pasar a la acción.

INTRODUCCIÓN DE LOS PRINCIPALES CONCEPTOS DE LA INTERPRETACIÓN

- Emisor – Receptor - Escucha – Equipo – Comunicación –Creatividad – Imaginación -
Confianza – Motivación - Ritmo - Improvisación – Personaje - **Objetivos – Intención** -

Realizaremos el primer ejercicio para poner los conceptos mencionados en acción. Le hemos puesto el nombre de **Circuito de comunicación**. Nos equivocaremos varias veces, y lo repetiremos hasta que lo consigamos. Este será el objetivo grupal del ejercicio.

LA TÉCNICA PRIORIZANDO LOS OBJETIVOS Y LAS INTENCIONES

Para mejorar **los elementos clave** tienes que olvidarte de ti y centrarte en la otra persona, y sobre todo en la manera de decirlo. Este último punto es la **intención** que le quieras poner a lo que dices.

Pasaremos a la explicación de la técnica. Para hacerlo más divertido, utilizaremos a los participantes a modo de ejemplo y aplicación. Los puntos de la técnica son: 1. Quien soy 2. Dónde estoy? 3. Que quiero? 4. Como consigo lo que quiero?

Los 3 primeros puntos se deben *pensar con la cabeza*, antes del acto de comunicación. El cuarto punto es cuando empieza la acción, y se debe realizar *sin pensar*, desde el corazón.

Realizaremos distintos ejercicios para aplicar la técnica en torno a la temática principal.

EMPATÍA

La empatía es la capacidad cognitiva de percibir, en un contexto común, lo que otro individuo puede sentir. También es descrita como un sentimiento de participación afectiva de una persona en la realidad que afecta a otra. La empatía entre 2 personas da mucha tranquilidad a sentirte a gusto, casi como si estuvieras en tu casa solo. Es decir, te permite ser más tú, y te sientes menos juzgado. Algunos consejos para mejorar la empatía son:

Tener buena memoria - Mantener el contacto visual - Escuchar en lugar de oír - Cambiar las preguntas cerradas por las preguntas abiertas - Activar la comprensión - Ser positivos - Flexibilidad máxima - Ten en cuenta su respiración - Repite alguna de las muletillas que ha usado para recapitularlo - La velocidad al hablar y el tono de voz son muy importantes.

En el caso de una presentación delante de un público, lo único que se tiene que tener presente es que hay más de una persona escuchando. Pero precisamente esto es un factor que juega a favor del presentador, siempre y cuando no le coman los nervios.

LA SEGURIDAD

La seguridad es la habilidad de alguien que está seguro.

La seguridad es la confianza en uno mismo, y es una manera sana de comunicarse. Es la capacidad de defenderse de forma honesta y respetuosa. Todos los días, nos enfrentamos a situaciones en las que tener confianza y seguridad en nosotros puede ser de gran ayuda

La seguridad se hace o se nace?

La respuesta está muy clara, ya que no existe ninguna persona en este planeta que haya nacido seguro ! Y si existe esta persona, es un crack, y que nos la presenten.

Para mejorar la seguridad tienes que olvidarte de ti y centrarte en él, y sobre todo en cómo lo quieres decir. Este último punto es la **intención** que le quieras poner a lo que dices. Para poner un ejemplo práctico y se entienda mejor: imaginarnos que estamos caminando por la calle y de repente vemos un niño de 3 años solo, llorando. ¿Cuál será nuestra reacción natural? Obviamente coger al niño para consolarlo. Ese será nuestro objetivo. ¿Cómo lo haremos? Mediante las intenciones, pero siempre focalizados en él: Hacerlo sentir *protegido, seguro*, o cualquier otra intención.

LA EXPRESIÓN CORPORAL

La expresión corporal es la mejor manera de comunicarse sin tener que hablar. Lo más importante es hacerlo sin pensar, que es uno de los principales obstáculos de las personas cuando nos comunicamos. Es primordial dejarse llevar, explorando distintos movimientos, expresiones, maneras de andar, y sobre todo cogiendo consciencia de nuestro cuerpo.

LA INTENCIÓN (EL “COMO”)

El ritmo en una presentación es uno de los elementos más importantes para conseguir una buena comunicación y que el mensaje llegue lo más claramente posible, y que la conversación no se convierta en “aburrida”. Por eso, nos gustaría transmitir ya desde el principio que la técnica que utilizamos se base en el impacto emocional, que en sí, se consiguen mediante las intenciones.

ESTRUCTURA DE LA PRESENTACIÓN

Este punto es muy importante para que la presentación quede del todo perfecta. Pero lo ponemos al final, porque es el orden correcto de como se debe llevar a cabo el proceso total de cuando elaboras un discurso. Es decir, primero no nos ponemos barreras, y nos centramos en la construcción del “ **personaje**” que va a realizar la presentación, siguiendo los puntos establecidos: 1. ¿Quién soy?, 2. ¿Dónde estoy?, 3. ¿Qué quiero?, y 4. ¿Cómo consigo lo que quiero ?

Es a partir del 4 punto, y cuando ya tienes identificadas las intenciones, cuando le damos la estructura a la presentación: Es decir, el orden secuencial cronológico que llevará la presentación.

Es muy importante remarcar este orden, ya que los primeros 3 puntos se deben pensar sin “obstáculos” que impidan pensar de una forma más emocional.

SEGUNDO DÍA: EXPOSICIONES Y OBSERVACIONES

Antes de empezar con las exposiciones, realizaremos 1 último ejercicio. A continuación, explicaremos las diferencias entre hablar con micrófono o sin. A continuación pasaremos a la exposición que se hayan preparado los participantes, donde se tiene que ver reflejados una mejora de los 3 puntos clave. Al finalizar todas las simulaciones, haremos una ronda general de observaciones.

Pasada una semana, enviaremos un informe general y personalizado a la persona que nos indique la empresa.

Nada más, gracias por vuestra implicación, y esperamos que el curso os haya ayudado.

8. CURSOS PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN EN LAS PYMES

INTRODUCCIÓN

La mayoría de pequeñas empresas familiares, que finalmente van creciendo, convirtiéndose en pymes, y siguen creciendo, caen en el olvido de que ese crecimiento debe irse actualizando con respecto al presente, e ir construyendo poco a poco, los departamentos “básicos” que requiere dicha empresa, que son :

Dep. Comercial, Dep. Marketing, Dep. Administración, Dep. Producto/servicio, Dep. Planificación, y el más importante, en este tipo de empresas: Departamento de Recursos Humanos.

Un buen director de recursos humanos de cualquier tipo de empresa debe saber observar, ser un buen líder, y tener mucha imaginación, además de muchas otras cualidades. El equipo humano que forma una empresa constituye el elemento clave sobre el cual se asienta el éxito o el fracaso de la organización, con lo cual, el director de recursos humanos de una empresa debe saber de todo, pero no ser un especialista. Que quiere decir esto para mí? Pues muy fácil: que de él dependerá la buena selección del personal que formará cada departamento, y que constituirá el sello propio de su identidad.

OBJETIVO Y DINÁMICA DEL CURSO

El principal objetivo del curso es mejorar la comunicación entre los distintos miembros de departamentos, y que el director de recursos humanos pueda obtener información que le pueda ser muy útil para posibles actualizaciones i/o cambios dentro de la empresa.

Esto lo lograremos mediante unas herramientas y técnicas de interpretación. Según nuestro criterio, los 3 elementos clave que se deben potenciar son: **Comunicación, Motivación, y Selección del personal**

El segundo objetivo del curso es que los participantes realicen una perfecta exposición del talento innato que llevan dentro. Para ello, los participantes deberán traer memorizado un texto de una duración máxima de 3 minutos.

PRIMER DÍA: COMUNICACIÓN, MOTIVACIÓN, SELECCIÓN DEL PERSONAL, Y TÉCNICA DE INTERPRETACIÓN

La **comunicación** no debe ser entendida como un intercambio de palabras, es mucho más: debe ser entendida como un intercambio de energía, dirigida de una forma correcta.

Generalmente, uno de los principales problemas en las empresas es la falta de comunicación. Todas las personas somos diferentes, con lo cual la manera de percibir/interpretar un mensaje, procesarlo, para luego transmitir algo, puede ser diferente a la de las demás personas.

Con lo cual, el punto de partida de todos nuestros cursos para las empresas será ponernos de acuerdo con el significado de la comunicación, identificar sus aliados y enemigos más usuales, para rápidamente ponernos de acuerdo con el significado de los 3 elementos clave, y pasar a la acción.

INTRODUCCIÓN DE LOS PRINCIPALES CONCEPTOS DE LA INTERPRETACIÓN

- Emisor – Receptor - Escucha – Equipo – Comunicación –Creatividad – Imaginación -
Confianza – Motivación - Ritmo - Improvisación – Personaje - **Objetivos – Intención -**

Realizaremos el primer ejercicio para poner los conceptos mencionados en acción. Le hemos puesto el nombre de **Circuito de comunicación**. Nos equivocaremos varias veces, y lo repetiremos hasta que lo consigamos. Este será el objetivo grupal del ejercicio.

LA TÉCNICA PRIORIZANDO LOS OBJETIVOS Y LAS INTENCIONES

Para mejorar **los elementos clave** tienes que olvidarte de ti y centrarte en la otra persona, y sobre todo en la manera de decirlo. Este último punto es la **intención** que le quieras poner a lo que dices.

Pasaremos a la explicación de la técnica. Para hacerlo más divertido, utilizaremos a los participantes a modo de ejemplo y aplicación. Los puntos de la técnica son: 1. Quien soy 2. Dónde estoy? 3. Que quiero? 4. Como consigo lo que quiero?

Los 3 primeros puntos se deben *pensar con la cabeza*, antes del acto de comunicación. El cuarto punto es cuando empieza la acción, y se debe realizar *sin pensar*, desde el corazón.

Realizaremos distintos ejercicios para aplicar la técnica en torno a la temática principal.

COMUNICACIÓN

Se le llama comunicación al proceso por el cual se transmite información entre un **emisor** y un **receptor**. Para mí, el modelo básico de comunicación consiste en **ocho** elementos de la comunicación: el emisor, el receptor, el mensaje, el código, el canal, la decodificación y la retroalimentación. Creo que las palabras mencionadas se entienden por sí solas, sin yo tener que comunicárlas en forma/**canal** escrito. Algunos consejos para mejorar la escucha son:

- Mensaje claro
- Empezar con buen pie
- Puntos clave
- Una buena retroalimentación
- Esperamos a que la persona que habla, termine.
- Hacer saber que estás escuchando
- No distraerse (y si lo haces, que no se note)
- No brindes tu ayuda inmediatamente o comuniques posibles soluciones
- No critiques a la persona, sino lo que hace.
- No cambiamos de tema
- En vez de hablar de errores, mencionarlos para sacar lo bueno de ellos.
- Transformar las palabras “siempre” y “nunca”, en “ocasiones” y “a veces” .

MOTIVACIÓN

La motivación es la gasolina principal de la persona, y la que marca nuestro rumbo. La motivación implica directamente traducir un sueño en realidad. La gran parte de las personas carecen de motivación, convirtiéndose en público de su película, en vez de protagonista

Si elegimos vivir motivados, nuestra vida será un éxito. Para potenciar tu motivación:

- Identifica tus objetivos
- Visualiza tus metas
- Porque trabajas?
- Plan y acción:

- Piensa en positivo.
- entonces ya has triunfado!
- Alimenta tu mente con materiales positivos.
- Concéntrate en tareas sencillas y rápidas
- Elige algo y empieza.
- Observa la situación desde mayor altura.
- Comprueba tu progreso
- Visualiza el objetivo cumplido.
- Busca un cómplice.
- Hazlo divertido y público
- No te enfoques en el “que” sino en el “como”, y si luego llegas al “porque del como”

SELECCIÓN DEL PERSONAL

Hoy en día, las personas estudian una carrera y suelen trabajar en puestos de trabajo relacionados con lo que han estudiado. Eso parece y es lógico. No obstante, las personas llevamos un talento innato que nos hace resaltar aquello para lo que realmente valemos.

Para poner un ejemplo, ser una persona divertida, con sentido de humor, y que tenga empatía, no es fácil de encontrar. Por este motivo el departamento de recursos humanos debe tener especial ojo en detectar este tipo de perfil, no solo en posibles candidatos, sino en el personal que ya tienen dentro.

Una persona puede tener las habilidades mencionadas, pero si la entrevistan para un puesto de trabajo de informático, para dar un ejemplo, el candidato se centrará en mostrar sus dotes informáticos, evidentemente. Esto es lógica más que aplastante.

Lo que ocurre en este tipo de empresas, es que probablemente hay personas trabajando en el puesto equivocado, como podría ser el caso anteriormente mencionado. Un informático, pero que su esencia es : “don de gentes, empatía, sentido de humor, y mucha imaginación “Evidentemente todos los trabajadores de una empresa, incluidos los directores de departamentos tales como recursos humanos, están por su labor, y probablemente van desbordados.

A donde voy a parar es que gran parte de la nueva selección del personal se puede encontrar dentro de la misma empresa. Esto no es una crítica, sino como un dato para reflejar que las

personas que trabajan en una empresa en crecimiento, sea el departamento que sea, deberían llevar la esencia mencionada.

Dicho esto, este curso estará dirigido a diferentes miembros de departamentos, donde no puede fallar el director de recursos humanos.

SEGUNDO DÍA: EXPOSICIONES Y OBSERVACIONES

Antes de empezar con las exposiciones, realizaremos 1 último ejercicio. A continuación, pasaremos a la exposición que se hayan preparado los participantes, donde se tiene que ver reflejados una mejora de los 3 puntos clave. Al finalizar todas las simulaciones, haremos una ronda general de observaciones.

Pasada una semana, enviaremos un informe general y personalizado a la persona que nos indique la empresa.

Nada más, gracias por vuestra implicación, y esperamos que el curso os haya ayudado.

9. CURSO PARA LAS SUCURSALES BANCARIAS

INTRODUCCIÓN

En general, en una conversación entre amigos, cuando aparece la palabra “ banco “, empieza la típica crítica contra los bancos. Esto es un hecho real. Y es curioso, porque si lo miras al revés, un banco te ofrece oportunidades de negocio, créditos, en definitiva: dinero, pero evidentemente su negocio está en los intereses. Y precisamente los intereses es el tema más criticado en las conversaciones mencionadas anteriormente: los intereses y las comisiones.

OBJETIVO Y DINÁMICA DEL CURSO

El principal objetivo del curso es incrementar la captación de clientes. Creemos que donde se deberían centrar más los bancos es en generar una empatía con el cliente, y lograr que cuando entran por el detector de metales, al menos pueda respirar un ambiente agradable donde se

sienta cómodo y atendido de una manera motivante. Un banco con este perfil, estaría lleno de clientes.

Esto lo lograremos mediante unas herramientas y técnicas de interpretación. Según nuestro criterio, los 3 elementos clave que se deben potenciar son: [La Escucha](#), [La Empatía](#), y [la venta emocional](#).

El segundo objetivo del curso es que los participantes realicen una perfecta exposición de una captación de un potencial cliente, o una conversación con un cliente habitual. Para ello, los participantes deberán traer memorizado un texto de una duración máxima de 3 minutos.

PRIMER DÍA: LA ESCUCHA, LA EMPATÍA, LA VENTA EMOCIONAL, Y LA TÉCNICA DE INTERPRETACIÓN

La **comunicación** no debe ser entendida como un intercambio de palabras, es mucho más: debe ser entendida como un intercambio de energía, dirigida de una forma correcta.

Generalmente, uno de los principales problemas en las empresas es la falta de comunicación. Todas las personas somos diferentes, con lo cual la manera de percibir/interpretar un mensaje, procesarlo, para luego transmitir algo, puede ser diferente a la de las demás personas.

Con lo cual, el punto de partida de todos nuestros cursos para las empresas será ponernos de acuerdo con el significado de la comunicación, identificar sus aliados y enemigos más usuales, para rápidamente ponernos de acuerdo con el significado de los 3 elementos clave, y pasar a la acción.

INTRODUCCIÓN DE LOS PRINCIPALES CONCEPTOS DE LA INTERPRETACIÓN

- Emisor – Receptor - Escucha – Equipo – Comunicación –Creatividad – Imaginación -
Confianza – Motivación - Ritmo - Improvisación – Personaje - **Objetivos – Intención -**

Realizaremos el primer ejercicio para poner los conceptos mencionados en acción. Le hemos puesto el nombre de **Circuito de comunicación**. Nos equivocaremos varias veces, y lo repetiremos hasta que lo consigamos. Este será el objetivo grupal del ejercicio.

LA TÉCNICA PRIORIZANDO LOS OBJETIVOS Y LAS INTENCIONES

Para mejorar **los elementos clave** tienes que olvidarte de ti y centrarte en la otra persona, y sobre todo en la manera de decirlo. Este último punto es la **intención** que le quieras poner a lo que dices.

Pasaremos a la explicación de la técnica. Para hacerlo más divertido, utilizaremos a los participantes a modo de ejemplo y aplicación. Los puntos de la técnica son: 1. Quien soy 2. Dónde estoy? 3. Que quiero? 4. Como consigo lo que quiero?

Los 3 primeros puntos se deben *pensar con la cabeza*, antes del acto de comunicación. El cuarto punto es cuando empieza la acción, y se debe realizar *sin pensar*, desde el corazón.

Realizaremos distintos ejercicios para aplicar la técnica en torno a la temática principal.

ESCUCHA

La escucha activa se refiere a la habilidad de escuchar no sólo lo que la persona está expresando directamente, sino también los sentimientos, ideas o pensamientos que subyacen a lo que se está diciendo. Para llegar a entender a una persona se precisa cierta empatía, es decir, saber ponerse en el lugar de la otra persona, la que nos está hablando, transmitiendo un mensaje que desea que entendamos y al que necesita que demos respuesta. La escucha activa es tan “sencillo” como escuchar bien, con atención y cuidado, tratando de comprender lo que nos dice la otra persona.

Para lograrlo debemos estar presentes no sólo físicamente si no también psicológicamente.

Consejos para mejorar la escucha:

- Ser consciente de tu estado emocional - Evitar distracciones - Fuera prejuicios - Busca el mensaje - Controla emociones negativas - Demuestra interés en los puntos de vista - No interrumpir - Poner atención al propio lenguaje corporal.

Generalmente en los bancos se escucha relativamente poco a los cliente, y un poco más a los clientes potenciales. Los motivos probablemente son porque piensan que la necesidad la tiene el cliente, con lo cual, ellos tienen el poder. Esta es una actitud totalmente equivocada, y personaje secundario en la creación de la imagen general de los bancos.

EMPATÍA

La empatía es la capacidad cognitiva de percibir, en un contexto común, lo que otro individuo puede sentir. También es descrita como un sentimiento de participación afectiva de una persona en la realidad que afecta a otra. La empatía entre 2 personas da mucha tranquilidad a sentirte a gusto, casi como si estuvieras en tu casa solo. Es decir, te permite ser más tú, y te sientes menos juzgado. Algunos consejos para mejorar la empatía son:

Tener buena memoria - Mantener el contacto visual - Escuchar en lugar de oír - Cambiar las preguntas cerradas por las preguntas abiertas - Activar la comprensión - Ser positivos - Flexibilidad máxima - Ten en cuenta su respiración - Repite alguna de las muletillas que ha usado para recapitularlo - La velocidad al hablar y el tono de voz son muy importantes. Si coinciden, aumenta la empatía

VENTA EMOCIONAL

Nadie compra nada hoy en día basándose en las razones tangibles que se argumenten en la demostración, la venta conlleva ilusión, deseo, impaciencia, y el impulso de comprar se activa mediante razones que van más allá de la lógica y lo evidenciable, y en este aspecto, estamos absolutamente convencidos de poder impartir un curso que aumente de forma notoria las habilidades relacionadas con la **VENTA EMOCIONAL** que es, en la mayoría de los casos, la razón por la que el ser humano toma las decisiones.

En resumen: Vendamos ilusiones y soluciones, no solo productos.

Estos 3 elementos clave no se perciben en ningún banco. Más bien al contrario, se percibe un ambiente de “robótica y desinterés” por parte del cajero, y un “desorden y stress” por parte de los subdirectores y las demás personas visibles.

En cuanto al director, hay 3 perfiles que hemos detectado:

1. **El director que tiene** exactamente el mismo perfil que los anteriores mencionados.
2. **El director que da la sensación** de que escucha, pero ya tiene preparado su discurso, y te trata muy amablemente tanto para decirte que si o que no. Si durante la conversación, el director detecta un “cliente potencial muy bueno”, el grado de escucha y empatía aumenta gradualmente y proporcional al potencial económico del posible cliente.
3. **El director seguro, empático y natural.** Este perfil de directores existe, pero no abunda. Una consecuencia directa de un banco con un director de este perfil, repercute directamente en:
 - Un aumento de clientela (dentro de sus posibilidades frente a las grandes entidades bancarias)
 - La excepción que confirma la regla (en las conversaciones mencionadas al principio)
 - Una percepción más positiva en cuanto a imagen trato, y confianza
 - **En resumen:** Se respira un ambiente más agradable dentro del banco.

SEGUNDO DÍA: EXPOSICIONES Y OBSERVACIONES

Antes de empezar con las exposiciones, realizaremos 1 último ejercicio. A continuación, pasaremos a la exposición que se hayan preparado los participantes, donde se tiene que ver reflejados una mejora de los 3 puntos clave. Al finalizar todas las simulaciones, haremos una ronda general de observaciones.

Pasada una semana, enviaremos un informe general y personalizado a la persona que nos indique la empresa.

Nada más, gracias por vuestra implicación, y esperamos que el curso os haya ayudado.

Komunikate con nosotros
y te asesoramos con el
curso adecuado.