

COMUNICAR Y PERSUADIR

Cómo influir en los demás positivamente

La comunicación es una actividad humana esencial. Los que dominan sus reglas son capaces de lograr la confianza y el apoyo de los demás, convirtiéndose en grandes vendedores o líderes. Un buen comunicador tiene algunas habilidades innatas, pero necesita desarrollarlas y potenciarlas.



Muchos autores han estudiado la comunicación desde la antigüedad y nos han dejado importantes lecciones. En los últimos años, la psicología ha realizado avances espectaculares en la identificación de las claves de la comunicación efectiva y la persuasión.

En el programa “**Comunicar y persuadir**” nos apoyamos en las experiencias y estudios de los mejores expertos para proporcionar claves prácticas que permitan a los participantes mejorar sus habilidades.

Los **beneficios** que el programa proporciona son:

- Conocer cuáles son las principales palancas de persuasión: conformidad, autoridad, prueba social, etc.
- Reflexionar sobre cómo y cuándo es recomendable y legítimo utilizar las técnicas de persuasión.
- Aprender a presentar ideas, a argumentarlas y a debatir de forma efectiva en diferentes situaciones.
- Interiorizar las técnicas y poner las bases para desarrollar un estilo propio de comunicación.

Destinatarios:

- Directivos o profesionales que se enfrentan frecuentemente a situaciones de venta, negociación o comunicación pública.
- Líderes que quieren mejorar su forma de comunicar al equipo, dirigir reuniones, realizar presentaciones, etc.

CONTENIDO ORIENTATIVO Y METODOLOGÍA

La metodología del taller está basada en experiencias y ejercicios prácticos diseñados por los expertos en comunicación más reconocidos internacionalmente.

Se utilizará una metodología vivencial y participativa con ejercicios individuales y en grupo, vídeos y conceptualización teórica, en torno a los siguientes conceptos:

- No es posible no comunicar: axiomas de la comunicación.
- El “cuadrado” de la comunicación: mensaje y emoción.
- Vencer el miedo: presentaciones en público.
- Trampas y falacias: cómo detectarlas.
- Técnicas de negociación: el modelo Harvard.
- “Armas” de persuasión: conformidad, autoridad, prueba social, etc.

Duración: Un mínimo de 8 horas en una única sesión de trabajo. *Preferentemente 2 sesiones de 8 horas cada una.*