



ESCUELA DE COMUNICACIÓN

Programas formativos presenciales | virtuales

efipsa
formación
y consultoría

La mayoría de los comportamientos en el ámbito laboral acontecen en escenarios y situaciones de naturaleza interpersonal. La habilidad para comunicarse adecuadamente con otras personas forma parte, pues, de una competencia crucial para el correcto desempeño de nuestro trabajo.

Saber organizar lo que queremos decir, escuchar con lo que nos quieren contar, establecer relaciones cordiales, decidir de forma acertada, qué, cómo, a quién, cuándo... informar de algo importante, defender las propias opiniones con firmeza sin herir la sensibilidad de nuestros interlocutores, así como desenvolverse con soltura en una reunión, en una entrevista personal o frente a un público en una presentación, configuran entre otros factores, el gran prisma de la **competencia comunicación**.

Esta es la razón por la que **efipsa** cuenta con una **Escuela de Comunicación**. Se trata de un conjunto de programas formativos que se pueden desarrollar de manera independiente o a través de itinerarios formativos en función de la posición y madurez de sus destinatarios y el nivel que se desea alcanzar en la competencia.

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

Efipsa, formación & consultoría



PROGRAMAS FORMATIVOS

Presenciales | Virtuales

Comunicación interpersonal eficaz

presencial | virtual

POR QUÉ ESTE TALLER

¿Sabías que el 70% del tiempo que pasamos en el trabajo lo pasamos comunicándonos con nuestros compañeros, colaboradores, jefes, clientes, proveedores, etc.? Es fácil entonces pensar que la forma en que lo hacemos condiciona cómo nos vamos a sentir a lo largo de una jornada laboral.

Desde nuestro nacimiento nos vamos desarrollando gracias al contacto con los demás. Ese contacto se lleva a cabo a través de todo tipo de procesos de comunicación y de intercambios de información.

En este taller podrás encontrar claves importantes para entender cómo se producen esos intercambios, que todos somos responsables del estilo de relación que establecemos a nuestro alrededor y del impacto que producimos en los demás.

CONTENIDOS DEL TALLER

1. La comunicación como base de las relaciones que establecemos en el día a día en el trabajo

- El proceso de comunicación en el ámbito de las relaciones interpersonales: elementos y características fundamentales.
- El comportamiento interpersonal versus el comportamiento individual: la influencia de las percepciones y emociones cuando nos relacionamos con los demás.
- Funciones y responsabilidades de quienes comparten el objetivo de relacionarse positivamente.

2. Nos comunicamos con los demás a través de nuestro comportamiento

- La comunicación no verbal: cómo enfatizar y apoyar lo que queremos decir a través de nuestra expresión facial, la mirada, los gestos, la postura, la proximidad espacial y nuestra apariencia personal.

- La imposibilidad de “no comunicar” a través de nuestro cuerpo y nuestro lenguaje: actuar o no actuar, hablar o permanecer en silencio, todo comunica algo a nuestros interlocutores.
- La comunicación a través de nuestra voz: la influencia y el impacto de la entonación de lo que decimos, del volumen y la fuerza con la que nos comunicamos, de la velocidad y la fluidez de nuestro discurso en los demás.
- La importancia de utilizar un lenguaje adaptado a nuestro interlocutor para hacernos entender: el uso adecuado de las palabras y la organización de nuestros mensajes. Requisitos para una comunicación clara y elocuente.

3. Habilidades y destrezas comunicativas

- Nuestra actitud como elemento facilitador de la comunicación: cómo mejorar nuestra comunicación a través de una actitud positiva y el control de nuestras emociones.
- Como utilizar las técnicas a nuestro alcance para comunicarnos mejor: la escucha atenta como forma de entender los intereses de los demás, la empatía como herramienta para ponernos en el lugar de los otros, las técnicas para preguntar como fórmulas para recoger información y el reconocimiento como vía para construir relaciones en positivo.

4. La comunicación como recurso indispensable en la operativa de trabajo

- El manejo de la información: sobre qué, cómo, cuándo, etc. informar a los demás para la buena marcha del trabajo.
- Cómo hacer de la comunicación un instrumento para fomentar el bienestar laboral.
- Cómo utilizar la comunicación para influir positivamente en los demás y trabajar en equipo.
- Claves para ganar en credibilidad y eficacia cuando se comunica algo. Prevención de la “rumorología” y del conflicto.

Objetivos

Desarrollar las destrezas y habilidades personales fundamentales en el marco de los procesos habituales de comunicación en el trabajo.

Metodología

- Ejercicios y casos prácticos basados en la realidad de cada organización.
- Trabajos y dinámicas grupales que ayudan a profundizar en la materia del curso y trasladar la teoría a la práctica.
- Vídeos ilustrativos que ilustran situaciones concretas de comunicación y dinamizan la formación.
- Role playing y grabación con cámara de vídeo para poner en práctica las habilidades trabajadas durante el curso. Análisis y feedback de cada una de las intervenciones.

Lenguaje positivo e influyente

presencial | virtual

POR QUÉ ESTE TALLER

Nuestro lenguaje nos define como personas, habla de nuestros valores, de nuestras actitudes y de cómo afrontamos las circunstancias de la vida y del trabajo.

El lenguaje que usamos también es un reflejo de nuestra visión del mundo y de nuestra propia identidad.

Por este mismo motivo, puede ser utilizado para mejorar nuestra vida y nuestras relaciones en el trabajo.

CONTENIDOS DEL TALLER

1. La importancia del lenguaje: diseñamos nuestra vida a través del lenguaje, a través de las conversaciones que mantenemos con nosotros mismos y con los demás. El poder positivo del lenguaje: la realidad es construida, mantenida y modificada lingüísticamente.

2. De los pensamientos a la configuración de nuestro destino. La secuencia descrita por Frank Outlaw: cuidado con los pensamientos, se convierten en palabras; cuidado con las palabras, se convierten en acciones; cuidado con las acciones, se convierten en hábitos; cuidado con los hábitos, se convierten en carácter; cuidado con el carácter, se convierte en destino...

3. El lenguaje asociado a distintas facetas de la vida: lenguaje y actitudes, lenguaje y prejuicios, lenguaje y discriminación, lenguaje y pensamiento positivo, lenguaje y credibilidad, lenguaje y emociones, lenguaje y felicidad, ... Análisis de cada binomio y su impacto en la relación que mantenemos con nuestro entorno.

4. El poder negativo del lenguaje: culpar, disfrazar, encasillar, ridiculizar, agredir a través del lenguaje... Tipos de expresiones negativas: que dan miedo, de negligencia, que llevan al "no", expresiones agresivas, vacilantes, condicionales, exageradas, anticuadas en la comunicación escrita

5. La conversión del lenguaje negativo en positivo: el lenguaje puede conducir hacia la mejora, el crecimiento, la asunción de responsabilidades y la necesidad de cambiar. Por eso acaba siendo influyente. Cómo darle la vuelta al lenguaje negativo para convertirlo en positivo. Entrenamiento práctico.

6. La importancia del lenguaje no verbal: la influencia en los otros de nuestra expresión facial, mirada, los gestos con las manos, la postura, la proximidad espacial y el contacto físico, el paralenguaje (volumen, entonación, fluidez, ...), la apariencia personal, la coherencia entre lo que se dice y cómo se hace.

7. Ámbitos de aplicación del lenguaje positivo e influyente: las consecuencias de nuestras palabras en los otros. El lenguaje con el cliente, con los colaboradores, el uso del lenguaje al dar "malas noticias"...

Objetivo

Favorecer un uso sistemático de un lenguaje positivo, lo que permitirá contrastar unos resultados sorprendentes en nuestra relación con los demás, sean estos compañeros, colaboradores, clientes, proveedores...

Metodología

Este taller alterna su contenido teórico con la realización de ejercicios prácticos. Para fomentar un aprendizaje basado en la propia experiencia, se adapta a las necesidades y realidades de cada participante.

Se utilizan técnicas participativas que permiten la reflexión individual y colectiva y el entrenamiento práctico a través de dinámicas y herramientas tales como:

- Material audiovisual: vídeos, imágenes y textos que permitan debatir sobre la vinculación entre conceptos teóricos y los prácticos
- Ejercicios y casos prácticos relacionados con la temática del taller
- Entrenamiento personalizado con la técnica de role-playing

Lo que podemos decir sin hablar

presencial | virtual

POR QUÉ ESTE TALLER

A través de los procesos de comunicación interpersonal intercambiamos información con un objetivo concreto: causar una reacción o impacto en la otra persona.

La transmisión de toda esa información se realiza a través de múltiples comportamientos que interactúan a la vez y que en un contexto determinado adquieren significado para las personas implicadas. Ahora bien, la transmisión de información adquiere un carácter más o menos voluntario dependiendo del canal a través del cual nos comunicamos. Nos resulta más fácil ejercer un control sobre “lo que decimos” que sobre “cómo lo decimos”, de ahí la relevancia de saber captar, interpretar y manejar aquellas señales que nos transmiten información valiosa sobre nuestros interlocutores sin que puedan ser conscientes de ello.

Cuando hablamos de comunicación es habitual pensar que nos estamos refiriendo al lenguaje, pero las palabras no son el único medio con el que contamos para transmitir información. Además de la “comunicación verbal”, hay otros aspectos que nos sirven para comunicarnos y que forman parte de la “comunicación no verbal”. Ambos están presentes a la vez por eso es importante saber que podemos entender muchas cosas si, además de escuchar, prestamos atención y sabemos observar lo que “nos dicen y decimos” más allá de las palabras.

CONTENIDOS DEL TALLER

1. Aspectos más importantes de la comunicación no verbal

- La expresión facial: en ella se condensan y reflejan los estados emocionales y los sentimientos que provoca la otra persona y la propia conversación/situación de interacción. Estudio de las micro expresiones faciales.
- La mirada y el contacto visual: juegan un papel fundamental sobre todo en la escucha. La mirada expresa casi todas las emociones y sirve para regular el flujo de la conversación y los procesos de atención.
- Los gestos con las manos: enfatizan los mensajes, complementan las palabras y dan mayor fuerza a las conversaciones, pero también pueden ser señales de impaciencia, nerviosismo, inseguridad, ansiedad, etc.
- La postura refleja la actitud hacia la otra persona, hacia la conversación y también habla de nuestra disponibilidad. Aspectos como la inclinación y orientación del cuerpo, la forma de estar sentados etc. son indicadores de cercanía, interés y de nuestra actitud.
- La proximidad espacial y el contacto físico: matizan la calidad y el tipo de relación. Pueden expresar cercanía, cordialidad, simpatía, agresividad, miedo, interés... Por ello conviene conocer cómo ajustar los aspectos proxémicos con las personas con las que nos relacionamos.
- La apariencia personal habla de gustos y preferencias que también aportan una información útil sobre los demás y sobre nosotros mismos.

2. Aspectos del paralenguaje que también aportan información cuando nos comunicamos

- El volumen con el que hablamos: análisis del continuo seguridad-agresividad a través de la “fuerza” con la que se habla.
- La velocidad y fluidez con la que se dicen las cosas y su relación con los estados emocionales y los estilos de personalidad.
- La entonación y la expresión de intereses y posiciones.
- Como captar y mantener la atención de nuestro interlocutor a través del manejo de nuestra voz y de todo lo que hacemos.

Objetivos

Dotar de claves para observar, captar e interpretar correctamente las señales de comunicación no verbal en los distintos momentos de interacción con compañeros/as, clientes, colaboradores, etc.

Favorecer una mayor influencia en los demás mediante un manejo eficaz de la comunicación no verbal.

Metodología

Sesión fundamentalmente práctica demostrativa y de sensibilización. Para ello se hará uso de ejemplos, casos prácticos, proyección de imágenes y breves vídeos. Así mismo en algún caso se llevarán a cabo rápidas simulaciones que pongan de manifiesto lo tratado en la sesión.

Cómo dialogar de forma constructiva en los conflictos

presencial | virtual

POR QUÉ ESTE TALLER

Cuando dos o más personas hacen algo juntas, es posible que sus deseos, intereses, objetivos, etc. entren en conflicto. La cuestión importante no es si finalmente nos encontramos o no con situaciones de conflicto en las relaciones interpersonales, sino cuál es la mejor forma de abordarlas.

Cuando surge un conflicto disponemos de varias opciones: eludir la cuestión y esperar que se disipe por sí sola, enfrentarnos mutuamente con todo el vigor, discutir la cuestión de un modo tal que solo se enturbie y olvidemos realmente el motivo de la discusión o situarnos al mismo nivel y tratar de llegar a un acuerdo.

El vehículo a través del cual ponemos en común nuestros deseos es el diálogo. A medida que nos vamos haciendo personas adultas vamos adquiriendo el hábito de dialogar pero, mayoritariamente, sin ningún tipo de sistematización. Gracias a la identificación de los diferentes tipos de mensajes que transmitimos y el análisis del impacto que producen en los demás, podemos llegar a ser capaces de elegir los mensajes precisos de acuerdo a los efectos que deseamos producir o evitar.

Este taller versa justamente sobre aquellos mensajes que facilitan la comunicación y el entendimiento y sobre aquellos que los dificultan sobre todo en situaciones de conflicto.

CONTENIDOS DEL TALLER

- 1. La fuerza de los hábitos en la creación de nuestra forma de dialogar:** cómo perder el miedo a cambiar un hábito.
- 2. El equilibrio emocional en el intercambio de mensajes:** la necesidad de no tener que adivinar lo que la otra persona desea porque me lo dice.
- 3. Mensajes que facilitan el diálogo y el entendimiento:** declaraciones de deseo, declaraciones de sentimiento, declaraciones de agrado y desagrado, impresiones, preguntas, acuerdo parcial con una crítica o argumento, petición de aclaración, confidencia, mención de conductas y observaciones específicas, petición de parecer, declaraciones de intenciones, aplazamiento de la conversación, etc.
- 4. Mensajes que obstaculizan el diálogo:** cortes de la conversación, declaraciones extensas, preguntas de reproche, generalizaciones sobre maneras de ser, declaraciones del tipo "has hecho algo mal", declaraciones del tipo "deberías...", defensa propia, sarcasmo, incongruencia entre el mensaje verbal y no verbal, amenazas, generalización excesiva, cambios intencionados de conversación, ignorar mensajes importantes, discutir sobre el pasado, suponer en lugar de comprobar, resentimiento oculto, actos de ira, consejo prematuro, etc.
- 5. Estrategias prácticas para dialogar acertadamente:**
 - Cómo evitar atacar y defendernos
 - Cómo decir lo que solemos callar

Objetivo

Producir a través de nuestro lenguaje el efecto deseado en las personas con las que nos relacionamos y con las que podemos tener conflicto de intereses.

Metodología

La metodología de este taller se basa en la práctica a través de ejercicios de situaciones de la vida cotidiana. Para ello, se hace uso de distintas técnicas: el entrenamiento en imaginación, la representación de papeles y la práctica en situaciones estructuradas.

Comunicación en momentos de cambio

presencial | virtual

POR QUÉ ESTE TALLER

La comunicación es un activo intangible generador de la credibilidad y la confianza necesarias para conseguir la implicación y la colaboración de toda la Organización sobre todo en contextos de cambio.

Los momentos de cambio e incluso las crisis pueden ser una oportunidad si son bien tratados. Es aquí donde directivos y mandos juegan un papel fundamental ya que, desde el punto de vista de la comunicación Interna, "todo comunica". Por lo tanto, definir y llevar a cabo una buena estrategia de comunicación puede ser el mejor aliado estratégico de una Organización en momentos como los que se están viviendo en la actualidad.

CONTENIDOS DEL TALLER

1. Aportación de valor de la comunicación a la estrategia de una organización en momentos de cambio y/o crisis

- El papel de la comunicación para liderar, rebajar resistencias, implicar, motivar, generar confianza... La comunicación como elemento facilitador en los procesos de cambio.
- Claves para ganar en credibilidad y eficacia cuando se comunica algo.
- Cómo gestionar la información que nos llega cada día: la gestión del conocimiento interno.
- Qué comunicar y no comunicar en momentos de cambio: veracidad y confidencialidad de la información, formatos y tonos de las comunicaciones, prevención de la "rumorologías".
- La comunicación como asunto de todos.

2. La comunicación influyente en la tarea de liderar

- El proceso de influencia y persuasión. Legitimación de nuestro interlocutor y auto-afirmación del líder. El lenguaje y las conversaciones influyentes.
- La comunicación en las "distancias cortas" o la comunicación "bis a bis". Habilidades y actitudes comunicativas en distintos contextos de trabajo (entrevistas, reuniones...): escucha atenta y empatía, saber preguntar para ayudar a reflexionar, cómo captar y mantener la atención, cómo dar "malas noticias", cómo dar y encajar un "no", ...

3. Plan de acción personal en materia de comunicación

- Qué, cómo, cuándo, dónde, con qué... voy a comunicar en mi organización en relación a los cambios previstos o existentes.

Objetivos

Esta acción formativa pretende que sus participantes:

- Entiendan el papel que juega la comunicación en momentos de cambio y su aportación de valor a la estrategia de su Organización y la consecución de sus objetivos.
- Adquieran las habilidades y destrezas comunicativas que les pueden resultar de utilidad en el ejercicio de su tarea directiva para ganar en credibilidad y liderazgo en momentos de cambio.

Metodología

Se trata de un curso con un enfoque eminentemente práctico y participativo en el que, a partir de los conceptos y temas que se proponen, los participantes serán entrenados en el manejo y aplicación de las técnicas que permitan el desarrollo de sus competencias comunicativas.

Algunas de las actividades pedagógicas que se llevarán a cabo son: ejercicios sistémicos, casos prácticos, actividades y ejercicios de reflexión individual, proyección de vídeos, trabajos en pequeño grupo, role-playing y grabación de situaciones relevantes, etc.

Cómo dar feedback

presencial | virtual

POR QUÉ ESTE TALLER

A menudo se nos dan situaciones en las que hemos de trasladar a otras personas información sobre distintos aspectos de su comportamiento que inciden, en último caso, en el resultado de su trabajo. Hay quien vive esta responsabilidad con naturalidad pero existen otros casos en los que el sentimiento de incomodidad aflora. Saber dar se ha convertido en un "potente regulador" del comportamiento de otras personas en el ámbito laboral, sobre todo cuando de él se espera un comienzo de cambio.

El recurso de feedback es especialmente útil para quienes tienen responsabilidad sobre otras personas y lideran equipos. Este taller está especialmente concebido para contribuir a la mejora de la calidad de los procesos de feedback.

CONTENIDOS DEL TALLER

1. Recordando qué es y para qué sirve el feedback . El feedback como regalo.

- El papel del feedback en los procesos de evaluación: la evaluación basada en datos y hechos versus la evaluación basada en opiniones e impresiones.
- Las características del feedback para ser eficaz: objetividad y concreción de la información.
- Qué ocurre cuando el feedback no está presente: la ausencia de regulación del progreso, la mejora y del aprendizaje.

2. El proceso de feedback asociado a la evaluación de los colaboradores

- El punto de partida: análisis de los logros y puntos fuertes de los/as colaboradores.
- Cómo detectar necesidades y áreas de mejora: la observación y el análisis de los datos y de la información objetiva.
- La definición de objetivos de progreso del/la colaborador/a.
- El plan de desarrollo individual (PDI): fases e hitos.

3. Habilidades y técnicas implicadas en los procesos de feedback y de mejora continua

- La disposición para ayudar como primera premisa: de "instigar" hacia el cambio a "facilitar" el cambio. El feedback como recurso para "dar criterio" en lugar de criticar.
- El control de las emociones en los procesos de feedback.
- La escucha activa y la empatía para comprender la situación y el contexto de la otra persona.
- La capacidad de comunicación clara, constructiva y gratificante.
- La capacidad de positivizar, de motivar y de "retar".
- La asertividad como herramienta comunicativa para dar feedback de mejora.
- La persistencia como recurso para fomentar el cambio.

Objetivo

Entrenar a los participantes para que sean capaces de aportar una orientación constructiva a los componentes de su equipo para que estos puedan avanzar en su desarrollo personal y profesional.

Metodología

Práctica y participativa. Basada en la implicación de los participantes en su propio aprendizaje mediante: trabajos y reflexiones individuales y en pequeño grupo, utilización de casos prácticos, simulaciones de situaciones reales y grabaciones con cámara de vídeo para su posterior visionado y feedback, proyección de secuencias breves de películas que ejemplifican algunos contenidos teóricos, exposiciones participativas por parte del formador, etc.

Cómo recibir feedback

presencial | virtual

POR QUÉ ESTE TALLER

El feedback es un poderoso mecanismo de regulación de nuestro comportamiento. El feedback nos permite sacar provecho de nuestros aciertos y también de nuestros errores, es la información que hace posible nuestra adaptación al entorno de trabajo y a los cambios. Sin feedback difícilmente podemos aprender y progresar.

El feedback puede proceder de distintas fuentes: de nuestros responsables, colaboradores, compañeros de nuestro o de otros departamentos, de nuestros clientes y proveedores... Y puede consistir en una amplia recopilación de información sobre nuestra actuación a lo largo de un periodo de trabajo (como la que se hace a través de los sistemas de evaluación del rendimiento), una charla más o menos informal en el marco de las múltiples relaciones que se establecen en el día a día, el resultado de una encuesta de satisfacción, una mirada o gesto en una reunión de trabajo, ...

En tanto que lleva implícita una carga evaluativa por parte de quien lo expresa, a veces no es fácil "encajar" la información y aprovechar la oportunidad que ésta nos brinda de mejorar. Por otro lado, no siempre la persona que proporciona feedback lo hace tan adecuadamente como nos gustaría. De ahí la pertinencia de este taller.

CONTENIDOS DEL TALLER

1. Algunas notas recordando qué es y qué utilidad tiene el feedback. Feedback y mejora continua, feedback y auto-regulación, feedback y aprendizaje, feedback y autoestima...
2. Por qué y para qué comunicar y recibir bien feedback: el papel de los distintos actores en un proceso de feedback.
3. Con cuántos tipos de feedback nos podemos encontrar en el día a día en el trabajo: en función de quien lo da, en función de la información que contiene, en función del objetivo que persigue, en función de la forma en que es transmitido...
4. Por qué a veces nos cuesta aceptar y sacar partido al feedback que nos proporcionan. Factores que influyen:
 - La habilidad de quien lo proporciona.
 - El contexto en el que se produce.
 - Su contenido e impacto en nosotros.
 - Nuestra actitud ante su carga evaluativa.
5. Quiénes pueden darnos un feedback útil y cómo solicitarlo.
6. Cómo ayudar a quienes todavía no han aprendido a darnos feedback adecuadamente.
7. Qué hacer con la información que otros nos aportan y cómo integrarla en un proceso de mejora continua.

Objetivos

Al finalizar el taller sus participantes serán capaces de:

- Entender y compartir la gran utilidad del feedback.
- Saber solicitarlo, escucharlo e integrarlo para fomentar el auto-aprendizaje y el desarrollo personal y profesional.

Metodología

Este taller se desarrolla "in company" y tiene un carácter eminentemente práctico a través de casos que se resuelven en escenarios de role play, trabajos en equipo, proyección de vídeos de buenas o malas prácticas, etc.

Comunicación y persuasión

presencial | virtual

POR QUÉ ESTE TALLER

En el ámbito laboral, necesitamos influir o persuadir a alguien de las ventajas de “la información” que le presentamos o del planteamiento que le hacemos, para llegar a producir un cambio en su manera de opinar o de actuar.

La persuasión consiste en la utilización de la comunicación como vehículo para cambiar, formar o reforzar las actitudes y opiniones de una persona. Pero persuadir no es una tarea fácil ya que, en la mayoría de los casos, las personas tendemos a resistirnos al cambio.

Hasta hace relativamente poco tiempo en el entorno laboral, cuando queríamos un cambio, en gran parte de los casos y sobre todo en función de nuestra situación de poder, la estrategia más utilizada era la imposición. Sin embargo hoy en día, la mayor parte de las decisiones, son debatidas y consensuadas. Se busca que la persona acepte, una idea, un cambio, un proyecto o una decisión por la vía del convencimiento y no de la aceptación impositiva.

Cuando alguien intenta influir en nosotros, lo hace proporcionándonos razones o argumentos que deben incorporarse a nuestro sistema de creencias o valores ampliándolo o modificándolo. Por tanto, tan importantes son los argumentos como las personas que los presentan, es decir la visión que tenemos de ella, de sus competencias y de sus valores.

CONTENIDOS DEL TALLER

1. Influencia y cambio de actitudes

- Aproximación los conceptos de influencia y persuasión (impacto en los demás): convencer, inclinar, conducir, inducir, mover, arrastrar...
- Qué son las actitudes y cómo se forman. La actitud como motor del comportamiento humano.

- Cómo favorecer el cambio de actitudes y reducir resistencias.
- El modelo ACC del comportamiento humano: una explicación de los aspectos que guían nuestro comportamiento.

2. La persona que impacta e influye en las demás

- Características y competencias asociadas: auto-confianza, comunicación, negociación, visión...
- Valores que comparten las personas influyentes.
- Estilo de liderazgo influyente: la gestión de voluntades.

3. El proceso de influencia

- Dimensiones a tener en cuenta en el proceso: historia de la relación, actitudes previas, estilo de comunicación, patrón de lenguaje, nivel de auto-afirmación...
- El “acto persuasivo”: qué pedimos, a qué nos comprometemos, y cuál es el argumento.
- Recursos para la persuasión: emocionales, materiales, interpersonales, de poder, ético-morales o conceptuales
- Estrategias de persuasión: comparación, atractivo, autoridad, compromiso, reciprocidad, escasez,...

4. El lenguaje que impacta. Claves para una influencia eficaz a través de la comunicación

- Autoafirmación y persuasión. La asertividad frente a la imposición de criterios.
- La empatía: el paso previo para persuadir.
- Estilos argumentativos: el cuadrante emoción-razón y abstracción-concreción

5. Cuándo utilizar la persuasión: ámbitos de aplicación. Entrenamiento práctico.

- La venta de una idea o proyecto
- Conflictos interpersonales
- Creación de opinión
- Cambio de comportamiento
- Afrontamiento de críticas

Objetivo

Desarrollar las competencias profesionales necesarias para generar una influencia positiva en los equipos en los diferentes momentos de interacción que se establecen de manera cotidiana.

Metodología

Práctica y participativa. Basada en la implicación de los participantes en su propio aprendizaje mediante: trabajos y reflexiones individuales y en pequeño grupo, utilización de casos prácticos, simulaciones de situaciones reales y grabaciones con cámara de vídeo para su posterior visionado y feedback, proyección de secuencias breves de películas que ejemplifican algunos contenidos teóricos, exposiciones participativas por parte del formador, etc.

El poder de la voz

presencial | virtual

POR QUÉ ESTE TALLER

¿Te has sentido reconfortado al oír una voz amable?, ¿te has asustado alguna vez ante un tono autoritario?, ¿te has emocionado con una voz entrañable?, ¿has sentido seguridad cuando una voz firme te ha dado un consejo? En otras palabras: ¿has pensado en la influencia que tiene la voz?

¿Diriges personas, eres formador, trabajas en equipo o tienes un contacto directo con clientes? En suma, ¿utilizas la comunicación como un instrumento importante en tu trabajo?

Si es así y quieres ganar en credibilidad, firmeza, seguridad, persuasión y transmitir empatía, entusiasmo, aprecio..., te proponemos un taller donde trabajar tu voz para sacarle el máximo partido.

CONTENIDOS DEL TALLER

1. El paralenguaje: el “envoltorio” de las palabras

Presentaremos el paralenguaje como el nivel de la comunicación que hace énfasis en el componente vocal de un discurso, más allá de su contenido. En este taller daremos importancia al cómo se dice, más que al qué se dice.

Mecanismos de la fonación: órganos involucrados.

Descripción y su influencia en la comunicación.

Componentes de la voz: volumen, entonación, pausas, elocución, etc. Descripción de cada uno de los componentes. Presentación de ejemplos que ilustren los distintos elementos. Ejercicios prácticos de vocalización y dicción

El uso de la voz: qué emociones y mensajes transmitimos a partir de nuestra voz. Relación de los componentes de la voz con las emociones que podemos provocar en ellos. Presentación de ejemplos que ilustren la transmisión de emociones por la voz. Ejercicios prácticos de modulación.

Respiración: control de la respiración como herramienta para dominar la voz y las propias emociones.

2. Entrenamiento de la voz

A través del tratamiento de distintas situaciones se trabajará la combinación del mensaje y el paralenguaje de acuerdo a distintos objetivos. Cada participante recibirá feedback sobre el uso de su voz y cómo desarrollarla adecuadamente. Estas son algunas de las situaciones que solemos trabajar al margen de las que puedan sugerir los propios participantes:

- Cómo transmitir y generar agrado
- Cómo conquistar a una audiencia
- Cómo dar información de forma segura y convincente
- Cómo trasladar una idea con entusiasmo
- Cómo transmitir empatía en una situación delicada
- Cómo tranquilizar a alguien en un momento de tensión emocional

Objetivos

Desarrollar las cualidades de la voz para ganar en impacto e influencia en procesos de comunicación persona a persona o en grupo.

- Sensibilizar y demostrar a los participantes la importancia que nuestra voz tiene como instrumento de comunicación e influencia.
- Tomar conciencia del uso que podemos hacer de nuestra voz y de sus distintos registros o parámetros (proyección, entonación, volumen, sonoridad, cadencia, timbre, silencios...) en beneficio de lo que queremos lograr en nuestra interacción con los demás.
- Entrenar y practicar el manejo de nuestra voz en distintos contextos y situaciones de cara a transmitir credibilidad, firmeza, confianza, seguridad, persuasión, entusiasmo, empatía,...

Metodología

Práctica y basada en el entrenamiento de los participantes. Para ellos se utilizarán casos prácticos extraídos de la realidad laboral, proyección de audios y vídeos que ofrecen modelos adecuados e inadecuados de modulación de la voz.

Educación y cuidado de la voz

presencial | virtual

POR QUÉ ESTE TALLER

El uso excesivo de la voz en algunas profesiones, así como hablar con demasiada intensidad, usar entonaciones forzadas, respirar de manera inadecuada, ingerir productos irritantes o secantes de la mucosa laríngea... y la falta de entrenamiento para un buen uso de nuestra voz, pueden producir afonías, ronqueras, laringitis crónicas, nódulos en las cuerdas vocales, etc.

El cuidado de la voz incorpora tres elementos fundamentales: una eficaz técnica vocal (una correcta forma de respirar, una buena tensión muscular, un adecuado manejo de la intensidad, el tono y el timbre de la voz, una adecuada pronunciación y articulación de los sonidos...); una buena higiene vocal (técnicas para evitar la irritación y el desgaste de las cuerdas vocales) y también la incorporación de hábitos de vida que favorecen su buen estado (evitar cambios bruscos de temperatura, cuidar la ingesta de algunos alimentos y bebidas, reducir el consumo de determinadas sustancias, incorporar hábitos de descanso, de control del estrés, etc.)

En este taller te ayudamos a descubrir todo lo que se puede llegar a hacer para auto cuidar la voz, lo que será especialmente útil para todas aquellas personas que la utilicen como principal herramienta de trabajo.

CONTENIDOS DEL TALLER

1. Anatomía y funcionalidad de a voz

- Mecanismos de la fonación: órganos involucrados y proceso de emisión de la voz.
- Características y cualidades de la voz: intensidad, timbre, tono...
- Pronunciación y articulación de sonidos.

2. Patologías de la voz

- Señales de que algo no va bien en nuestra voz
- Afonías
- Disfonías por abuso vocal y/o por un mal uso vocal.
- Otras patologías importantes: nódulos, pólipos, edemas, úlceras, quistes, laringitis crónica, ...

3. El cuidado de nuestra voz

- Relajación y respiración mientras hablamos
- Emisión, fonación y articulación correctas
- Posición corporal a la hora de hablar
- Higiene vocal adecuada

4. Consejos y recomendaciones para mejorar nuestra voz

- Ejercicios prácticos para el buen uso de la voz en el entorno laboral
- Hábitos de vida que afectan a la higiene y calidad de nuestra voz: alimentación, hidratación, consumo de tabaco y alcohol, bebidas estimulantes, descanso, etc.

Objetivo

Fomentar el desarrollo de técnicas, procedimientos y hábitos que ayudan al autocuidado de la voz para evitar la irritación y el desgaste de las cuerdas vocales y prevenir dolencias y patologías asociadas a su inadecuado uso.

Metodología

Más que trabajar sobre conceptos, este taller se desarrolla con una metodología práctica y de entrenamiento del aparato fonoarticulador. Especialmente se trabajarán todos los aspectos preventivos para la menor afectación de las cuerdas vocales.

Hablar en público

presencial | virtual

POR QUÉ ESTE TALLER

Muchos de los éxitos de la actividad laboral se ven determinados precisamente por la competencia "hablar en público" reflejada en la capacidad para informar, ilustrar, discutir, decidir y, además, entusiasmar, persuadir, cuestionar y motivar a una determinada audiencia.

Por tratarse de una habilidad más compleja que otras, requiere de un entrenamiento guiado que permita tratar todos los componentes que ésta incluye: una buena ejecución de nuestra presentación desde la perspectiva verbal y no verbal que permita generar confianza en nuestra audiencia, un correcto control del nerviosismo que estas situaciones suelen conllevar, un manejo adecuado de las intervenciones de nuestra audiencia...

Y todo ello se puede aprender o desarrollar según el caso; no en vano "todos los grandes oradores empezaron no siéndolo". Para ello hay que intentar hablar, si es posible, de lo que se sabe, tener claro el objetivo que se persigue y el impacto que se pretende generar en el público, preparar a fondo lo que se quiere decir y cómo se quiere decir, estudiar bien a la audiencia con antelación y ¡practicar y practicar! y todo esto es justo lo que pretende esta acción de entrenamiento.

CONTENIDOS DEL TALLER

1. Hablar en público: retos y oportunidades

- Competencias personales de un/a buen/a orador/a. La importancia de saber comunicar.
- Los tres "momentos clave" de una presentación: el inicio, el desarrollo y el cierre.

2. La Fase de preparación de una presentación en público

- Cómo definir y formular los objetivos de una presentación.
- Análisis previo de las características e intereses de la audiencia: qué debemos saber de quienes nos van a escuchar.
- Preparación del entorno en el que se llevará a cabo la presentación: tipos de distribuciones espaciales.
- Preparación de los medios con los que contamos: documentación, medios técnicos, etc.
- Definición de la estructura de contenidos de una presentación.
- Definición y distribución del tiempo del que disponemos: cómo ponderar el tiempo según los temas.
- Elección del título de la presentación: como predisponer positivamente desde el principio.

3. Fase de ejecución de nuestra presentación en público

- Cómo controlar el nerviosismo que nos produce la presentación:
- El control de nuestro "diálogo interno": técnica de auto instrucciones positivas.
- La importancia de respirar correctamente: la técnica de la respiración diafragmática.
- Habilidades de comunicación verbal y no verbal: cómo expresar lo que queremos decir (el manejo de nuestro lenguaje) y cómo apoyarnos en la forma de hacerlo (el manejo de nuestra voz y el control de nuestro cuerpo y de nuestros gestos).
- El adecuado manejo de las intervenciones del auditorio: cómo invitar a participar y cómo dar respuesta a las preguntas y comentarios de nuestra audiencia.
- El control del tiempo: cómo ir ajustando nuestro discurso al tiempo de la presentación.
- El apoyo en recursos audiovisuales que aportan mayor riqueza a nuestro discurso.

4. Fase de evaluación

- Cómo detectar que se han logrado los objetivos previstos con nuestra presentación. Checklist de control.
- Cómo evaluar el proceso de nuestra presentación: qué podemos mejorar en nuestra próxima presentación a partir de la valoración de la que acabamos de hacer.

Objetivo

Dotar de los conocimientos, habilidades y actitudes que les permitan adoptar un enfoque adecuado en cada una de sus presentaciones, utilizar las técnicas de comunicación verbal y no verbal que ayuden a conseguir los objetivos previstos y dirigir con acierto las intervenciones de su audiencia.

Metodología

Práctica y participativa. Basada en la implicación de los participantes en su propio aprendizaje mediante: trabajos y reflexiones individuales y en pequeño grupo, utilización de casos prácticos, simulaciones de situaciones reales y grabaciones con cámara de vídeo para su posterior visionado y feedback, proyección de secuencias breves de películas que ejemplifican algunos contenidos teóricos, exposiciones participativas por parte del formador, etc.

Nuevas fórmulas para impactar con tus presentaciones

presencial | virtual

POR QUÉ ESTE TALLER

A lo largo de los últimos años son muchas las personas que han asistido a cursos de "Presentaciones en público", una asignatura aún pendiente a pesar de los avances que se han producido en esta materia.

Sin embargo, las necesidades también evolucionan y, lo que en un principio era preocupación por contrarlar nuestro nerviosismo, crear una buena presentación de ppt, mejorar nuestra oratoria, etc. se tornan en la actualidad en interés por diferenciarnos con nuestras presentaciones.

En definitiva, queremos captar el interés, sorprender positivamente y disfrutar con lo que contamos, dicho de otro modo: ser el verdadero/a protagonista de nuestros mensajes.

En este taller intentamos aportar nuevas técnicas y modos de hacer para conseguir este propósito.

CONTENIDOS DEL TALLER

1. La antesala: el autoconocimiento

1. Toma conciencia de la imagen que proyectas a los demás cuando comunicas en público.

- La matriz de autoconocimiento:
 - Cómo mostrar adecuadamente nuestra área oculta.
 - Cómo investigar el área ciega a través de lo que los demás observan en nosotros.
 - Cómo descubrir nuestra área desconocida a través de pruebas de personalidad: aplicación e interpretación cuestionario.

2. Identifica tus fortalezas y define tu "Personal Branding" antes de hacer tu presentación.

- Cómo trabajar la coherencia entre comunicación verbal y no verbal.
- Cómo marcar nuestra seña de identidad personal partiendo de nuestras fortalezas.
- Cómo potenciar que nos recuerden.

3. Supera tus miedos

- Entrenamiento en técnicas de Reestructuración cognitiva:
 - El simulador del cerebro humano: cómo se generan las creencias limitantes (juegos demostrativos).
 - Técnicas y trucos para dirigir nuestra atención hacia el éxito de nuestra presentación (juegos de entrenamiento).

2. El desarrollo de la presentación bajo claves de impacto y síntesis

1. Conecta con tu audiencia a través del lenguaje.

- Entrenamiento en Programación neurolingüística:
 - Prácticas para el uso estratégico del VAK con el fin de conseguir conectar con todos los/as receptores/as.
 - Aplicación de la "Técnica del espejo" para establecer cambios en el lenguaje visual, auditivo y kinestésico.

2. Desarrolla la capacidad de síntesis

- Prácticas de "Elevator Pitch".
- Prácticas de "Pecha Kucha".

3. Dirige la atención de tu audiencia

- Prácticas de "Storytelling".
- Prácticas de "Zig-zag conceptual".
- Prácticas de "Disonancia cognitiva".

4. Despierta emociones en tu audiencia

- Juegos para despertar y contagiar emociones.
- Recursos de acompañamiento emocionales.
- Cómo proyectar tu "yo emocional".

5. Convince a tu audiencia

- Cómo crear imágenes mentales a través del lenguaje.
- Cómo poner en boca de otro lo que tú quieres defender.
- Cómo reformular las palabras de un participante.

Objetivo

Dar un paso más en presentaciones en público presentando y entrenando en nuevas técnicas y herramientas de presentación.

Metodología

Prework:

Autograbación de un speech de 2 minutos.

Envío al/ a la tutor/a para su análisis y emisión de informe C – S – I pre-taller (claridad, síntesis e impacto).

Impartición:

Entrenamiento participativo

Poswork:

Elaboración y envío de autograbación al/a la tutor/a de un speech de 2 minutos que inicie con "Storytelling" y se desarrolle a través de "Pecha Kucha".

La comunicación con tu manager

presencial | virtual

POR QUÉ ESTE TALLER

Nadie se libra del “jefe”, incluso la persona que se encuentra en lo más alto del ápice estratégico de una gran empresa, rinde cuentas, al menos a sus accionistas y además es “esclavo” de sus clientes: los “grandes jefes”.

En el mundo laboral, el/la jefe/a te toca como una lotería, solo que tú no has comprado el décimo premiado, lo han comprado por ti. Los hay abiertos y comunicativos, cerrados e inalcanzables, instigadores, facilitadores...

Como en el resto de las facetas de la vida, en el entorno laboral nos podemos encontrar con alguien a quien nos cueste acercarnos, con quien es difícil hablar o discutir, ante el cual incluso podamos sentir algo de intimidación o todo lo contrario... que puede ser peor. Si estas cosas nos ocurren con nuestro jefe, la cosa se agrava.

CONTENIDOS DEL TALLER

1. El marco de la relación jefe colaborador: la mutua dependencia y la necesidad de colaborar entre los dos.
2. Tipos de jefes/as: cómo actúan normalmente y qué esperan de nosotros (objetivos y expectativas).
3. Cómo ganar la confianza del jefe: los valores que ponemos a su disposición.
4. La comunicación con el jefe: qué, cómo, cuándo, dónde... decirle, consultarle, pedirle, sugerirle, ... al jefe.
5. Características de los jefes complicados y cómo tratarlos: las técnicas que mejor funcionan.
6. El control de las emociones cuando las cosas no van bien: cómo hacer frente a los asuntos cuando estamos enfadado/a.
7. Los límites que no se deben sobrepasar: el jefe difícilmente será un amigo.
8. “Don creí que, don pensé qué, son amigos de don tonteque”: nunca demos por supuestas las cosas con el jefe.
9. Decálogo para mejorar la relación con el jefe.
10. Cuando los demás llegamos a ser jefes: ahora nos toca a nosotros “aplicarnos el cuento”.

Objetivo

Encontrar claves útiles para mejorar la relación con nuestro jefe/a, ya que, como en una relación sentimental, estamos abocados a convivir y entendernos.

Metodología

Este taller es un espacio para la reflexión y el entrenamiento guiado por nuestros profesionales a través de:

- Cuestionarios de auto-diagnóstico
- Ejercicios y casos prácticos
- Proyección de vídeos alusivos a la temática del taller
- Simulaciones de situaciones reales

Habilidades de negociación

presencial | virtual

POR QUÉ ESTE TALLER

La capacidad para la negociación es una habilidad compleja compuesta de varios elementos, muchos de ellos pueden ser aprendidos de manera autodidacta. El mero paso del tiempo realizando negociaciones, la experiencia que vamos adquiriendo en la casuística más frecuente y el éxito y/o fracaso en estas situaciones, nos van dotando de la habilidad negociadora.

Sin embargo, como en toda habilidad, existen una serie de modelos y estrategias, fruto de las experiencias de otros, que principalmente van a permitir acelerar y mejorar ese proceso de aprendizaje y además nos van a dotar de una habilidad más depurada y eficiente que de manera autodidacta sería difícil aprender.

La negociación eficaz tiene mucho que ver con la toma de conciencia. Significa ser conscientes de las necesidades propias y ajenas de cara a una posible cooperación en la búsqueda de puntos de interés común. Por otra parte, implica también ser conscientes de las limitaciones y de las posibilidades inherentes a la situación en la que se está negociando. El ser conscientes de estos aspectos es lo que crea las posibles opciones para conseguir la satisfacción de los intereses mutuos.

CONTENIDOS DEL TALLER

1. Concepto, elementos y características del proceso negociador

- Qué es y qué no es negociar. El entorno de la negociación: la negociación desde la perspectiva de quien compra y de quien vende una idea.
- Análisis de los elementos fundamentales de un proceso de negociación en el ámbito empresarial: actores, posiciones, intereses, márgenes, etc.

2. Preparación de la negociación

- Primeros planteamientos: análisis de necesidades manifiestas y latentes del cliente interno: cómo detectar los detalles del estilo de relación que he de establecer en cada caso
- Cómo obtener la información necesaria antes de negociar
- La planificación de argumentos

3. El desarrollo de la negociación

- Desarrollo de habilidades de liderazgo para posicionarse en una negociación
- La capacidad de observación, de escucha y empatía con carácter previo a la argumentación
- Cómo manifestar criterios con solidez y convicción. Claves de persuasión.
- Cómo plantear requerimientos al cliente interno desde la asertividad: lo que necesito de ti para poder ofrecerte un servicio de calidad
- La “venta de un perfil de consultor/a” al cliente interno
- La “venta de un proyecto” a un consultor/a”

4. La negociación ante la adversidad

- La exposición de argumentos ante un cliente interno insatisfecho con la solución que hemos aportado. Desarrollo de la asertividad en situaciones delicadas
- La escucha, la empatía y la pregunta como técnicas para conocer los intereses de mi interlocutor
- Cómo interpretar los comportamientos no verbales: el análisis de señales “ocultas”. También cómo manejarlos por nuestra parte.

5. El final de la negociación:

- Cómo detectar señales de acuerdo
- Cómo llegar al acuerdo
- Cómo formalizar los acuerdos y sentar las bases de la continuidad en clave “yo gano – tú ganas”.

Objetivo

Dotar a los participantes de las habilidades y técnicas necesarias para dominar los procesos de negociación con el fin de conseguir acuerdos ventajosos para las partes implicadas.

Metodología

Taller con un enfoque eminentemente práctico, basado en la reflexión individual y grupal acerca de sus contenidos.

Para ello se acompañará de la realización de cuestionarios, casos prácticos, trabajos en grupo, simulaciones de situaciones y proyección de videos de carácter divulgativo con el objetivo de facilitar la interiorización de los conceptos desarrollados por el/la formador/a.

Comunicación telefónica con el cliente

presencial | virtual

POR QUÉ ESTE TALLER

El principal objetivo de un servicio de atención telefónica es dar respuesta de forma eficaz y con el trato adecuado a las necesidades de las personas que se ponen en contacto con él.

La imagen que se proyecta a través de la comunicación telefónica influye de manera determinante en la satisfacción de los clientes, pero además, es un fiel reflejo de la cultura y el valor que las empresas dan a este servicio.

La atención telefónica tiene características y aspectos diferenciadores frente a la atención personal, por ello que este programa formativo incide justamente en las habilidades y técnicas específicas de la comunicación telefónica, con el objetivo actualizar y mejorar la calidad y la atención prestada al cliente

CONTENIDOS DEL TALLER

1. El teléfono: medio de comunicación con los clientes

- El cliente: origen, medida y fin del trabajo realizado en un call center.
- La calidad de atención al cliente: principios de excelencia telefónica sobre los que se asienta. La relevancia de la interacción y de la comunicación en una conversación telefónica.
- Aspectos generales y diferenciadores de la comunicación telefónica. Barreras de la comunicación telefónica.
- Parámetros de la voz en la atención telefónica y su impacto en el cliente: entonación, volumen, ritmo, silencios,...
- Consejos prácticos sobre la utilización del teléfono y actuaciones a evitar.

2. Protocolo de atención telefónica

- La importancia y la repercusión de los primeros y últimos instantes en una conversación telefónica: los efectos de primacía y recencia. Fórmulas de cortesía asociadas a estas dos fases de la llamada.
- Situaciones de atención telefónica: recepción, emisión y transmisión de llamadas. Análisis de las fases de la atención telefónica y de los criterios adecuados de actuación en función de cada situación.
- Cómo transmitir profesionalidad y seguridad al teléfono: la importancia de lo que decimos y cómo lo decimos. Claves para dirigir y liderar la llamada en todo momento.

3. Habilidades de comunicación implicadas en la atención telefónica

- Escucha atenta y manejo de silencios para captar las necesidades, motivos, argumentos etc. del cliente.
- Empatía para ponernos en su lugar y generar confianza.
- Reformulación para cerciorarnos de que entendamos bien al cliente.
- Técnicas para preguntar y recabar información útil/relevante para poder ayudar al cliente.
- Organización del mensaje y tratamiento de la información para hacernos entender. El uso de un lenguaje adaptado a cada cliente y cada situación.
- Argumentación y técnicas para influir en el cliente. Claves de comunicación persuasiva: el lenguaje positivo e influyente.

4. Tratamiento de situaciones difíciles al teléfono

- Análisis de las llamadas difíciles más frecuentes: tipos de situaciones críticas, demandas, quejas y problemas más frecuentes. Cómo abordarlos desde una actitud positiva y con autocontrol emocional.
- Técnicas asertivas de comunicación para la resolución positiva de situaciones difíciles. El manejo del enfado y de la hostilidad de los clientes.

Objetivos

Dotar a los asistentes de habilidades de comunicación y atención adaptadas a la comunicación telefónica para mejorar la calidad del servicio prestado a sus clientes. Al finalizar el curso los participantes serán capaces de:

- Proyectar una imagen positiva de la empresa a través de una adecuada atención telefónica.
- Manejar los principios básicos del proceso de atención telefónica.
- Desarrollar las habilidades, destrezas y recursos necesarios para llevar a cabo un manejo eficaz de las conversaciones telefónicas con los clientes.
- Aplicar las técnicas de comunicación eficaz para la prevención y la resolución de situaciones difíciles al teléfono.

Metodología

Práctica y participativa. Basada en la implicación de los participantes en su propio aprendizaje mediante: trabajos y reflexiones individuales, proyección de secuencias breves de películas y vídeos que ejemplifican algunos contenidos teóricos, exposiciones participativas por parte del/a formador/a, etc.

Comunicación con el cliente en situaciones difíciles

presencial | virtual

POR QUÉ ESTE TALLER

Parece obvio que el servicio que se presta a los clientes ha sido importante desde siempre al menos en las empresas del ámbito privado. La buena relación, el servicio rápido, la atención comprensiva a las reclamaciones..., han supuesto desde siempre una ventaja a la hora de captar y mantener clientes, así como, las relaciones interpersonales conflictivas, los fallos y demoras en el servicio... han supuesto un riesgo para la consecución de esos mismos objetivos.

Sin embargo, hoy en día y desde hace ya algún tiempo, la calidad del servicio al cliente es considerada aun en mucha mayor medida. En el ámbito de la empresa privada no se considera ya una ventaja en un mercado en el que la competencia es enorme sino, el elemento principal para el éxito o fracaso de muchas empresas y, por otro lado, ha pasado aunque de manera mucho más tardía a ser un aspecto altamente considerado en la gestión de empresas e instituciones pertenecientes a la administración pública.

En el ámbito de las empresas e instituciones públicas algunos de estos aspectos son compartidos, al tener que hacer mínimamente rentables los servicios para su mantenimiento y, existir competencia con empresas del sector privado. Sin embargo, en este caso, son habitualmente otros los aspectos responsables de una orientación centrada en la atención y la satisfacción del cliente, antes que la competencia.

CONTENIDOS DEL TALLER

1. Concepto de calidad en la atención y servicio al cliente

- La atención al cliente: una moda o necesidad para las empresas e instituciones...
- Qué es calidad de servicio al cliente
- Implicaciones del enfoque de la calidad de atención y orientación al cliente:
 - Repercusiones de la orientación al cliente
 - Requisitos básicos de la relación de atención al cliente
- La comunicación: el instrumento de relación y atención

2. El proceso de comunicación con el cliente

- Concepto de comunicación
- Funciones de la comunicación
- Análisis del proceso de comunicación:
 - Elementos de la comunicación
 - Características de la comunicación
- Funciones y responsabilidades en la comunicación
- Barreras y facilitadores
- Las habilidades

3. El proceso de atención al cliente

- Fase previa
 - Acogida: actitud positiva
 - Identificación de la demanda
 - Ocuparse de las necesidades
 - Indicadores
 - Influencia en la fase posterior
 - Resolver y canalizar la demanda
- ### 4. El manejo y la resolución de conflictos en marco de la atención al cliente

- Objetivos
- Consideraciones previas
- Instrumentos para hacer frente a las situaciones críticas
- Indicadores
- Influencia posterior

Objetivo

Dotar a los participantes de los conocimientos y habilidades necesarias para manejar eficazmente el proceso de comunicación en la atención al cliente y manejar situaciones difíciles con los usuarios.

Metodología

Este taller alterna el contenido teórico con la realización de ejercicios prácticos para fomentar un aprendizaje basado en la propia experiencia.

Se utilizan técnicas participativas que permiten la reflexión individual y colectiva y el entrenamiento práctico a través de dinámicas y herramientas tales como:

- Material audiovisual: vídeos, imágenes y textos que permitan debatir sobre la vinculación entre los conceptos teóricos y los prácticos en cada empresa
- Casos prácticos de relacionados con la temática del taller
- Role-playing

Comunicación no violenta

presencial | virtual

POR QUÉ ESTE TALLER

La **Comunicación No Violenta (CNV)** es un modelo de comunicación creado por el psicólogo estadounidense Marshall Rosenberg. Su objetivo es promover y desarrollar la capacidad de establecer una forma de comunicación más efectiva, respetuosa y empática entre las personas, con el fin de resolver conflictos de manera pacífica y satisfactoria.

Este concepto está relacionado con otros como la auto empatía, la responsabilidad emocional o la escucha empática, tan presentes en el ámbito de la psicología, los recursos humanos o las skills.

CONTENIDOS DEL TALLER

1. Introducción a la Comunicación No Violenta

- Presentación del programa y objetivos.
- Definición de la CNV y sus principios.
- Importancia de la CNV en el ámbito laboral.
- Dinámica de presentación para crear un ambiente inclusivo.

2. Los Cuatro Componentes de la CNV

- Observación sin Evaluación.
- Identificación y Expresión de Sentimientos.
- Identificación y Expresión de Necesidades.
- Petición Clara y Concreta.

3. Aplicación de la CNV en Situaciones Laborales

- Análisis de casos reales: Resolución utilizando la CNV.
- Talleres prácticos: Aplicación de la CNV en situaciones laborales específicas.
- Sesión de preguntas y respuestas.

4. Escucha Empática y Empatía en el Trabajo

- Importancia de la escucha activa en la CNV.
- Técnicas de escucha empática.
- Role-playing: Escenarios de práctica para desarrollar la empatía.

5. Integración de la CNV en la Cultura Organizativa

- Importancia de la integración de la CNV en la cultura organizativa.
- Grupos de discusión: ¿Cómo implementar la CNV en el día a día laboral?
- Desarrollo de un plan de acción individual y grupal.

6. Casos Prácticos y Simulaciones

- Simulaciones de situaciones laborales desafiantes.
- Análisis en grupos pequeños.
- Retroalimentación y sugerencias para mejorar la aplicación de la CNV.

7. Conclusiones y Compromisos

- Recapitulación de los principios de la CNV.
- Compromisos individuales y grupales para implementar la CNV en el trabajo.
- Evaluación del programa y recopilación de comentarios.

Objetivos

Capacitar a los participantes en el uso de la Comunicación No Violenta (CNV) como herramienta para mejorar la comunicación en el entorno laboral, promoviendo un enfoque colaborativo y constructivo.

Metodología

El taller es eminentemente práctico y requiere de la participación activa del/a alumno/a. Se partirá de los tipos de textos y documentos utilizados habitualmente en los departamentos de ATC para analizarlos, corregirlos y redactarlos de nuevo en caso necesario.

Comunicación en remoto

presencial | virtual

POR QUÉ ESTE TALLER

La comunicación a lo largo de la historia ha sido la principal herramienta para lograr el desarrollo del ser humano.

La capacidad de compartir conocimientos y de unirnos en proyectos en conjunto, ha permitido que tengamos avances tecnológicos nunca antes imaginados.

En la actualidad, podemos con un solo click conversar con personas que se encuentran en el otro lado del mundo de forma remota, pero ¿logramos transmitir lo que pensamos?, ¿podemos pasar a palabras las ideas de nuestra mente?

CONTENIDOS DEL TALLER

1. Trabajar en remoto: qué supone y qué requiere de los equipos

- Diagnóstico de equipo en comunicación en remoto:
 - Sistema de comunicación (herramientas, organización, encuentros y resultados)
- El origen del éxito: confianza, responsabilidad y método.

2. Sistemática de comunicación en remoto

- Qué, cómo, cuándo, a quién, por qué y con qué frecuencia comunicar. La importancia de informar y de estar informado.
- Habilidades fundamentales para influir en la distancia: escuchar, preguntar, empatizar e informar.
- El manejo de los distintos recursos de comunicación en la distancia: correo electrónico, teléfono, redes... Buenas prácticas comunicativas para obtener los mejores resultados en remoto.
- Reuniones en remoto adaptadas a su objetivo: compartir información, coordinarse, recoger necesidades, motivarse recíprocamente, etc.
- Cómo reforzar el trabajo colaborativo en remoto.

3. Habilidades de comunicación en remoto

- La importancia de la claridad y la transparencia.
- La técnica de feedback en la distancia
- La habilidad para preguntar y empatizar
- La proyección de la comunicación en reuniones virtuales

4. La resolución de conflictos en la distancia

- Por qué a veces fracasamos a la hora de resolver conflictos a distancia.
- El cuidado de la comunicación escrita ante conflictos en remoto.
- El manejo de la comunicación verbal en remoto.
- Estrategias y técnicas para resolver problemas por control remoto.

Objetivo

Orientar a los/as participantes en el uso de una sistemática y estilo de comunicación adecuados en los procesos de interacción en remoto.

Metodología

Práctica y participativa. Basada en la implicación de los participantes en su propio aprendizaje mediante: trabajos y reflexiones individuales y en pequeño grupo, utilización de casos prácticos, simulaciones de situaciones reales, proyección de secuencias breves de películas que ejemplifican algunos contenidos teóricos, exposiciones participativas por parte del formador, ejercicios y juegos pedagógicos, etc.



Más de 20 años ofreciendo soluciones innovadoras, sostenibles y adaptadas a cada organización para impulsar el talento, la igualdad y el bienestar de las personas.