

## **Créanme persuasión.**

Hoy en día el contar con la habilidad de comunicar y convencer es necesaria en todos los ámbitos.

Desde hace varios años las aptitudes interpersonales y de comunicación son las mas importantes, superando a otras como el trabajo en equipo, capacidad de análisis o la resolución de problemas.

Dependemos tanto de nuestra capacidad de interacción hoy en día que esta ha dejado de ser especifica de algunos sectores, si bien a veces no resulta fácil comunicarnos la realidad es que si no lo intentamos estamos perdidos.

Es normal que personas dentro de un mismo circulo piensen y se comuniquen de una manera diferente así como también suele ocurrir que las percepciones que tenemos de los acontecimientos y personas no suelen ser las mismas. Es por ello que la persuasión es el único medio para conseguir que los que nos rodean entiendan nuestro punto de vista.

En la persuasión ambas partes buscan algún beneficio aunque no necesariamente es proporcional. Según estudios y experiencia podemos decir que cuando respondemos a un acto de persuasión es porque este promete satisfacer algunas de nuestras necesidades o deseos.

El persuadir hace uso de la razón, su credibilidad y la atracción emocional para guiar a la persona persuadida a adoptar alguna creencia, valor, actitud o comportamiento por el que a veces ya muestra una preferencia de forma subconsciente.

De esta forma se dice que la persuasión se trata de un proceso bidireccional. Por un lado se promueven los objetivos del persuasor y por otro lado mejorar los propios intereses del persuadido, independientemente de los objetivos del persuasor.

La comunicación persuasiva se establece en primer lugar con la creación de comprensión para con los receptores y, después, con la utilización de alguna variación del modelo para persuadirles, no olvidando que el publico siempre debe tener la libertad de decidir.

Un receptor va responder de manera positiva si se esta satisfaciendo de cierto modo alguno de sus deseos, necesidades o carencias. Se tiene que tomar en cuenta que se tiene que encontrar un punto en común con la persona que se quiere persuadir y cuantos mas puntos en común existan, será aun mas fácil lograr la persuasión. Las personas que se quiere persuadir deben de darse cuenta de las ventajas que obtendrán sean materiales o inmateriales.

Para lograr una comunicación persuasiva existen distintos puntos a seguir; comunicar el nivel adecuado de credibilidad, crear el entorno emocional oportuno e idear la argumentación más pertinente.

Una de los cosas más importantes y también más difíciles es la credibilidad del comunicador. Es

difícil que un público acepte un mensaje de una persona que desconocen en cambio si consideran que es digno de confianza será más fácil que acepten su mensaje aunque no solo se trata de transmitir confianza, en realidad es más que eso. Lo más importante es transmitir la credibilidad del perfil y del grado de conocimiento sobre la materia. El éxito en última instancia depende de la credibilidad personal y profesional.

El segundo paso es la conexión entre el orador y el público lo cual implica la utilización eficaz de la psicología del público. Consiste en crear una conexión emocional con el público. Normalmente cuando se alcanza este estado con el público ellos se abrirán más fácil al mensaje que se les quiera trasladar. Es por esto que con mucha frecuencia los oradores utilizan técnicas que potencian la elocuencia por encima de la argumentación. Aunque también no se debe de llevar demasiado lejos porque a veces la elocuencia y otras técnicas persuasivas pasas a convertirse en el centro del discurso a expensas de unos argumentos claros e incluso de la honradez.

La tercera prueba se basa en un uso sensato de racionalidad, datos y hechos. Consiste en idear argumento con la finalidad de obtener el consentimiento del público y demostrar la idea que se presente. También se pueden utilizar estadísticas y otros datos basados en hechos para respaldar la tesis expuesta.

Aplicando estos puntos la persuasión consiste en identificar los aspectos a los que el público da importancia y cual es el contexto común. Después de esto construir una argumentación que parte de la base anterior teniendo cuidado de que el entorno emotivo sea el más adecuado. Todo esto también dependerá de nuestra capacidad de empatía y debemos mencionar que esta no siempre es fácil de conseguir.