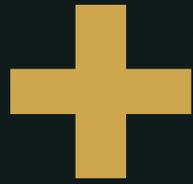




MÓDULO 2
BIENVENIDO

Speaker
COACH®

Programa de certificación Como Orador profesional con herramientas de Coaching de grupos avanzadas - Lenguaje corporal y neuro comunicación



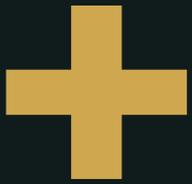
Nuevos Tiempos, Requieren Nuevas Habilidades

PERSUASIÓN VS MANIPULACIÓN

LOCUTIVO

HIPNÓTICO

PRODUCIR movimiento



LA DICCIÓN

Speaker
COACH

Es la pronunciación de los sonidos de las palabras,

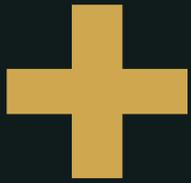
notamos que su deficiencia casi siempre es causada por problemas de **negligencia**

■ ¿A qué llamamos “buena articulación”? A la pronunciación clara de las palabras. Que los demás puedan oír y distinguir bien todo lo que decimos.

■ Por costumbre o pereza, algunas personas hablan con la boca muy cerrada, casi sin mover los labios. Otros, por timidez, adoptan un tono muy bajo y apenas se entiende lo que dicen.

■ Levanta la cara, limpia tu garganta, abre bien la boca. Igual que el músico, el locutor o la locutora afinan su instrumento antes de tocarlo, para que el público no pierda una sola nota de su sinfonía.

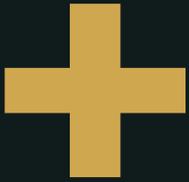
■



VOCABULARIO IDEAL

El vocabulario ideal es aquel que se adapta a cualquier auditorio. Aunque simple, traduce las ideas claramente, sin divagaciones.

Recordemos siempre, sin embargo, que las palabras simples no son palabras sin consistencia. El concepto de simple se limita a la claridad de las ideas y la comprensión de los oyentes.



Tengo una gallina pinta, piperipinta, piperialegre y gorda, que tiene tres pollitos pintos, piperipintos, piperialegres y gordos. Si la gallina no hubiera sido pinta piperipinta, piperialegre y gorda; los pollitos no hubieran sido pintos, piperipintos, piperialegres y gordos.

Pablito clavó un clavito en la calva de un calvito. Un clavito clavó Pablito en la calva de un calvito. ¿Qué clavito clavó Pablito?

Cuando cuentes cuentos, cuenta cuántos cuentos cuentas, porque si no cuentas cuántos cuentos cuentas, nunca sabrás cuántos cuentos cuentas tú.

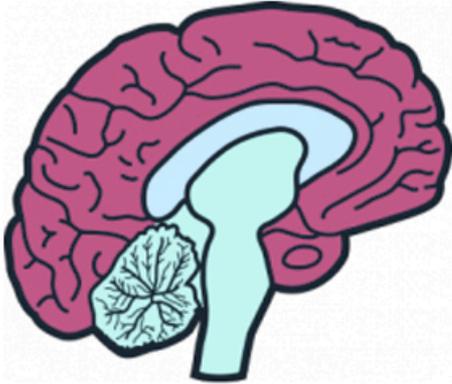
Pedro Pablo Pérez Pereira, pobre pintor portugués, pinta preciosos paisajes por poca plata, para poder pasar por París.

¿Cómo quieres que te quiera si el que quiero no me quiere como quiero que me quiera?



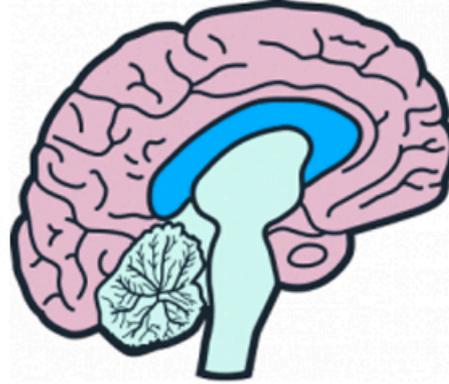
LOS TRE CEREBROS

Speaker
COACH



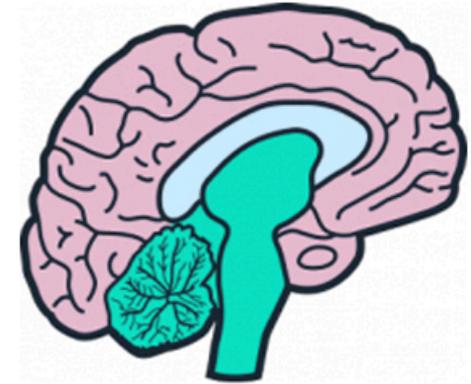
El Neocórtex

El cerebro que piensa. Se encarga de las funciones racionales como el aprendizaje, el lenguaje y los movimientos voluntarios.



El Límbico

El cerebro que siente. Se encarga de las funciones emocionales como los sentimientos, la relaciones y la expresión.



El Reptiliano

El cerebro que decide. Se encarga de las funciones primarias como la respiración, la digestión y la reproducción.

**PAUL
MCLEAN**

**LÍMBICO. CEREBRO
MAMIFERO**



PENSAMIENTO





LAS 4 CLAVES PRINCIPALES DE LA INFLUENCIA

- 1 - Tu Estado
- 2 - Tu Objetivo.
- 3 - Frame Control.
- 4 - Rapport.



OBJETIVO DE LA HIPNÓSIS CONVERSACIONAL

Speaker
COACH.™

- Cambiar su estado a uno más positivo
- Ayudar a superar una limitación o miedo.
- Cambiar creencias de manera permanente
- Cambiar las asociaciones mentales que les mantienen atados a su pasado.
- Motivarle a una de las opciones que se plantean.
- Y reprogramar los caminos neuronales para que el cambio sea permanente.



LOS OBJETIVOS

Speaker
COACH[®]

¿Alguna vez te has sentido...?

¿Te acuerdas de aquel día...?

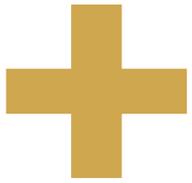
En ese momento, la persona se pondrá a buscar en sus recuerdos y probablemente encuentre un momento así, y al recordarlo, automáticamente generará un estado de oportunidad que antes no existía.

Para que esta técnica tenga un excelente resultado, recuerda darle una razón para preguntarle algo así. Aunque sólo sea por curiosidad.

A un amigo mío le paso....

Aquí utilizamos el recurso de la historia, para evocar un estado que no sabemos si la persona ha sentido antes. Es tan sencillo como contarle una historia, que sutilmente puede tener que ver con el problema que tiene la persona.

Si le añadimos detalles a la historia, parecerá más real. Incluso le podemos preguntar si le ha pasado alguna vez algo así.



EL OBJETIVO

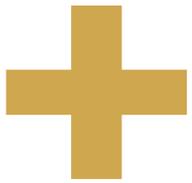
En una conversación, puede haber varios objetivos.

En primer lugar, tendremos un objetivo general que sería ayudar a la persona. Después según el caso, un objetivo particular que podría ser por ejemplo hacerla sentir más segura, que tome una decisión importante, que se de cuenta de algo...

Estos serían los grandes objetivos, y además existen unos más pequeños pero no por ello menos importantes, que son los que se van cumpliendo a medida que avanza la conversación.

Y una vez que logramos esto, el objetivo cambia. Cada caso es particular pero por ejemplo, el siguiente objetivo puede ser que se abra al cambio y luego que se sienta con recursos.

Finalmente, el objetivo podría ser que decida qué día va a empezar con el cambio para terminar haciéndole ver cómo sería el futuro con ese cambio ya realizado.



EL MARCO

Speaker
COACH[®]

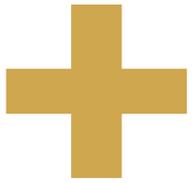
De manera natural, todos tenemos nuestro marco, nuestro punto de vista y esto está enraizado con nuestro instinto de supervivencia de tal forma que podemos decir que su misión es mantener una posición dominante.

Por eso, cuando nos relacionamos con otras personas, esos marcos no se mezclan ni interactúan de una forma agradable, sino que colisionan. Cuando chocan, el marco más fuerte absorbe al más débil.

Sólo puede quedar uno, como en la más extremada lucha de dos machos dominantes cuando se enfrentan por el control de la manada

LAS 4 REGLAS BÁSICAS DEL CONTROL DEL MARCO SON:

1. Todo el mundo tiene un marco
2. Cada encuentro genera una colisión de marco.
3. El más fuerte absorbe al más débil.
4. El marco que domina se le llama Frame Control



DIFERENTES TIPOS



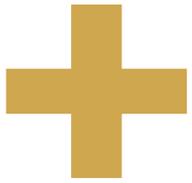
El Marco de Poder o Power Frame.

En el ser humano, esa ventaja tiene que más que ver con la autoridad, los conocimientos, los recursos, el lenguaje, su posición social, su estructura mental, su actitud, su diálogo o su forma de expresarse entre otras cosas.

El Marco Analista o Analyst Frame.

Suelen tener este tipo de marco las personas que buscan la analítica de todo, la comprobación, los números, la razón y la lógica. En este caso, si tratas de persuadirle de una idea, el marco analista te responderá con preguntas, con análisis y estadísticas con las que será imposible rebatirle.

Mientras continúe con su marco de analista, no le vas a convencer de nada, porque mientras te estás justificando y respondiendo a sus preguntas, le estarás alimentando su posición de control.



TÉCNICA



Power Busting Frame o dar comandos:

El primer recurso que podemos usar para recuperar el Frame Control es cambiar de conversación. Para ello debemos ser sutiles y no cambiar de tema a lo loco. Esto generaría desconfianza en la otra persona y romperíamos el rapport. Sin

embargo, podemos hacer interrupciones de patrón, o cambiar ligeramente el tema, o simplemente dar comandos con tonos amigables y con seguridad

Otra forma sería haciendo pequeñas negaciones o directamente desobedeciendo. Si llegas a casa de tu cliente y te dice que te sientes en la mesa del comedor, puedes decirle que en el sofá estaréis más cómodos para la terapia.



TÉCNICA



Marco temporal

Una de las cualidades de un buen comunicador es que no precisa mucho tiempo para expresar una información o una idea. Hablar mucho y más rápido no te servirá de ayuda para que la persona retenga tu mensaje.

Imagina que un día llama un posible cliente y te dice que sólo tiene 10 minutos. Esto es un claro ejemplo que hace que el cliente tenga el Frame Control. ¿Cómo podemos recuperarlo? Podríamos decirle que no importa, que nos adaptamos a su agenda. Y aunque sea una respuesta muy educada y diplomática, no vamos a recuperar el Frame Control así.

En cambio, si le respondes que tú también tienes prisa porque en 8 minutos empiezas una consulta, estarás recuperando el control y estableciendo que tu tiempo también es importante.



TÉCNICA

Speaker
COACH[®]

Intriga

La mejor manera de causar intriga en una persona es contarle una historia. Más adelante hablaremos largo y tendido sobre la práctica del story telling, o el arte de contar historias. Mientras tanto te contaré lo que debe tener una buena historia de intriga:

- a) Tiene que ser una historia breve, ya que el tiempo es valioso
- b) El tema debe ser relevante para la persona a la que nos dirigimos.
- c) Si tú eres el protagonista de la historia, te prestarán más atención.
- d) Debe ser una historia con algo de riesgo o peligro.
- e) Debe haber presión, por ejemplo, que existe un tiempo límite y si se sobrepasa hay consecuencias terribles.
- f) Tiene que haber tensión, por ejemplo cuando tratas de hacer algo y alguien te lo impide.
- g) Puede tener también el ingrediente de las graves consecuencias.



TÉCNICA

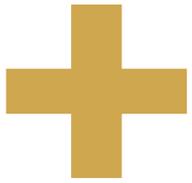
Speaker
COACH[®]

El premio

En ocasiones, muchos Oradores o coaches se comportan como si el cliente fuera el premio a conseguir

Vamos a cambiar el enfoque, porque en el momento el que te comportas como si tú fueras el premio a conseguir por tu cliente, estás recuperando el control del marco.

- Para trabajar conmigo yo pido un compromiso por tu parte y soy bastante exigente en ese sentido. Si no vas a comprometerte, prefiero que no trabajemos juntos.
- Es posible que podamos trabajar juntos, pero antes necesito hacerte unas preguntas.
- Todavía tengo que averiguar si podemos trabajar bien juntos.
- Tengo la agenda completa, pero puedo hacerte un hueco dentro de un mes (Puedes llamarle luego y decirle que ha tenido suerte porque un cliente te ha anulado la citade mañana) .



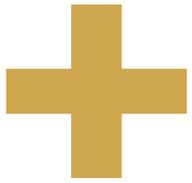
TÉCNICA



Autoridad Moral

Este marco, lo tienen por ejemplo los médicos. Cuando vas a la consulta, tu médico tiene el control del marco y ya puede decirte que hagas lo que dice para examinarte, que tratarásde hacerlo lo mejor que puedas.

Si le dices al cliente que te has propuesto ayudar a 1000 personas este año con charlas, o coaching, tu autoridad moral se elevará. En cambio si le dices que te has propuesto ganar x dinero con tus terapias, tu autoridad moral se desvanecerá.



TÉCNICA

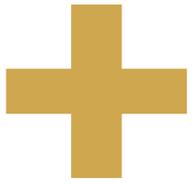
Speaker
COACH[®]

Situación

Hay situaciones en las que por naturaleza uno tiene el control del marco. Por ejemplo, no es lo mismo que un cliente acuda a tu consulta, que seas tú quien va a su casa.

Cuando estás en una situación que dominas perfectamente, con otra persona que no controla la situación, tú tendrás el control del marco con mucha facilidad y la otra persona sólo generará conexión contigo.

Si por ejemplo eres un jugador de fútbol y quedas de jugar con un amigo que no ha jugado nunca, tú tendrás el frame control. Tu amigo te lo da en bandeja para poder aprender de ti, ya que él no tendrá ni idea de jugar



APILAMIENTO



El apilamiento de marcos consiste, como su propio nombre indica, en utilizar varios marcos seguidos. Suele utilizarse en momentos en los que se enfría la conversación o al final de una sesión de terapia.

Recordemos los marcos que puedes utilizar:

- **1.-- Marco de poder**
- **2.-- Marco temporal**
- **3.-- Intriga, historias**
- **4.-- El premio**
- **5.-- Autoridad Moral**
- **6.-- Situación**



RAPPORT

Speaker
COACH[®]

Visual (V)

Las personas que tienen este sistema representacional tienen la capacidad de recordar imágenes, crear imágenes nuevas y transformar las ya vistas.

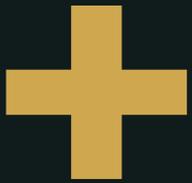
Los visuales suelen hablar bastante rápido, gesticulan mucho y utilizan predicados como por ejemplo:

Ver, Imaginar, Mirar, Observar, Ver con claridad, Enfocar, Esclarecer, Mostrar, Ilustrar, Perspectiva, Visiblemente, ver la vida color de rosa, Mira lo que te digo, Eso lo veo, A primeravista...

La estructura de la información en las personas visuales es circular. Es como si al hablar, tuvieran un círculo de imágenes y van saltando de una a otra para explicarte algo.



Susana Bloch, psicóloga especializada en psicofisiología y creadora del método Alba Emoting, estuvo en Aire Fresco con Polo Ramírez para explicar su trabajo en torno a las seis emociones básicas: alegría, tristeza, rabia, miedo, sexualidad y ternura.

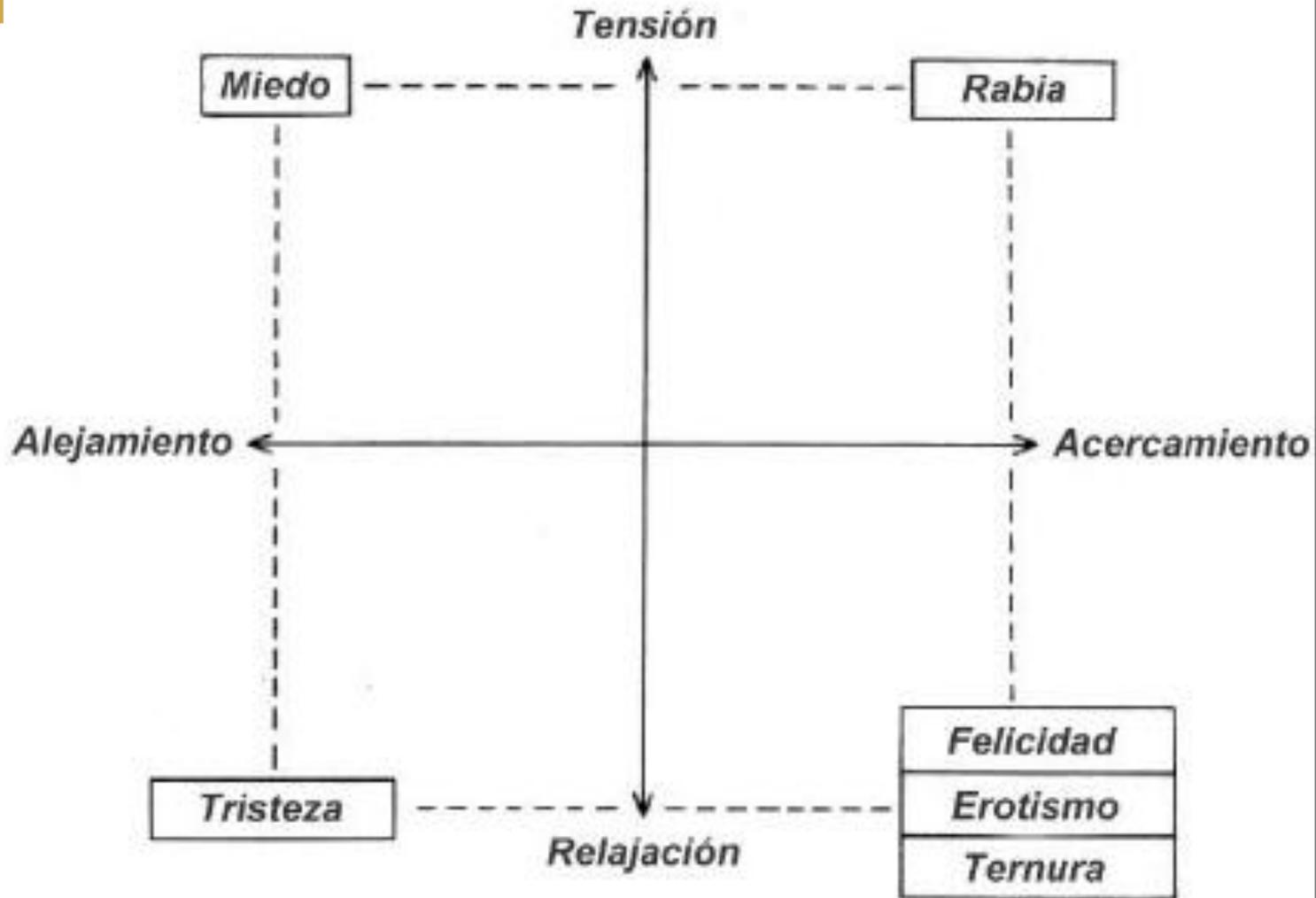


DISPOSICIONES DEL CUERPO

DISPOSICIONES CORPORALES CON VOZ Y EMOCION

	BIEN APLICADAS	EXCESO EN EL USO
FLEXIBILIDAD	Creatividad Soñar Adaptarnos Soy desprendido de las cosas	Inestabilidad Pensar solo en el futuro Nos impide poner límites
ESTABILIDAD	Seguridad Nos permite poner límites En comunidad nos ayuda a seguir normas Crea rutinas	Nada cambia No estoy dispuesto a nuevas cosas Aburrimiento Me cuesta trabajo tomar decisiones que impliquen cambio
RESOLUCIÓN	Me permite alcanzar metas Hago que las cosas pasen Toma de decisiones Tengo claro para donde voy	A veces paso por encima de los demás Salgo corriendo muy fácil Puedo ser muy fuerte ante los demás
APERTURA	Recibo las cosas Tengo a la mano la gratitud Me permite ser tierno y seguro para los demás, confían en mi. Nada me afecta	Puedo dejar que pasen por encima de mi Como nada me afecta tampoco afecto a nadie Me cuesta trabajo pedir ayuda







Las 6 expresiones básicas de Paul Ekman

- 1. miedo
 - 2. ira
 - 3. alegría
 - 4. tristeza
 - 5. sorpresa
 - 6. asco
-
- Repárese, *expresiones* humanas de emociones ¿sólo humanas o también animales?



CARACTERISTICAS



RASGOS FACIALES

APERTURA DE LOS OJOS

abiertos amplios

abiertos naturales

semi-cerrados

PARPADOS

superior levantado, inferior tenso

ambos relajados

ambos tensos

inferior tenso

ambos relajados

FRENTE

arrugas horizontales

relajada

arrugas verticales

arrugas verticales y horizontales

relajada

CEJAS

levantadas, tensas

relajadas

ceño fruncido

esquinas internas levantadas

levemente bajadas

relajadas

MIRADA

desenfocada, móvil

dirigida al objeto

enfocada tensa

desenfocada, hacia abajo

enfocada, luego variada

desenfocada variada

BOCA

abierta vertical, tensa

semi-abierta, comisuras estiradas

labios y mandíbulas apretados

semi-cerrada comisuras abajo

abierta lateral comisuras arriba

abierta, comisuras arriba

EXPRESIÓN



EMOCIÓN

MIEDO

TERNURA

RABIA

LLANTO

RISA

EROTISMO