



E-LEARNING

Nivel 3



Cofinanciado por
la Unión Europea

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.

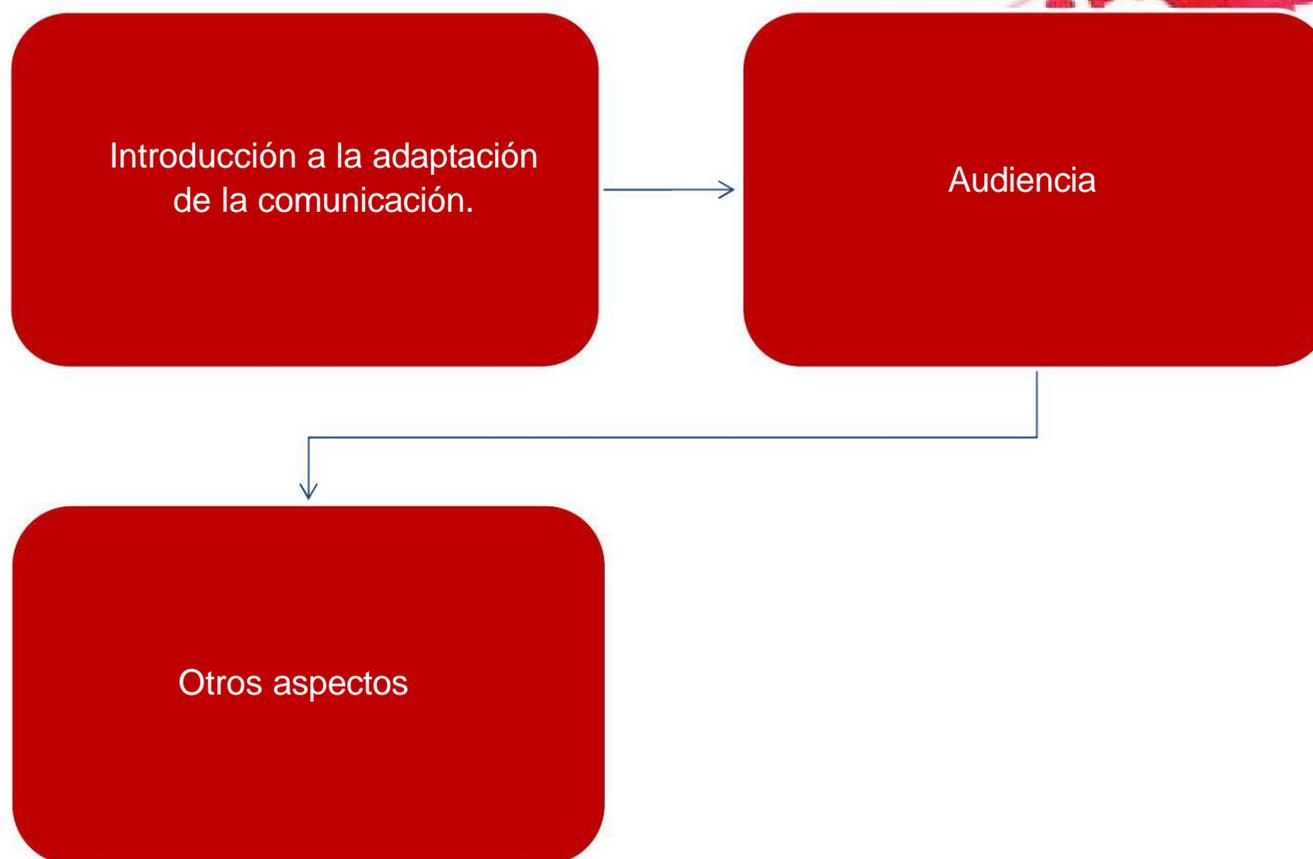
WA2: Comunicación y Marketing

3.1 Uso de habilidades de comunicación empresarial apropiadas para audiencias seleccionadas y resultados previstos: Parte A

LO3.1: Demostrar capacidad para explicar los beneficios de una comunicación eficaz en el lugar de trabajo y resolver problemas a través de la comunicación, así como para seleccionar los métodos más apropiados para audiencias seleccionadas y los resultados previstos.



Mapa de ruta



Adaptando la comunicación

¡La situación en la que nos comunicamos es de gran importancia!

Tenga siempre en cuenta:

- Hora
- Lugar
- Diferencias culturales
- Etiqueta/nivel de formalidad
- Edad
- Género
- Capacidad
- Estatus social
- Etc.



Meta y resultado deseado

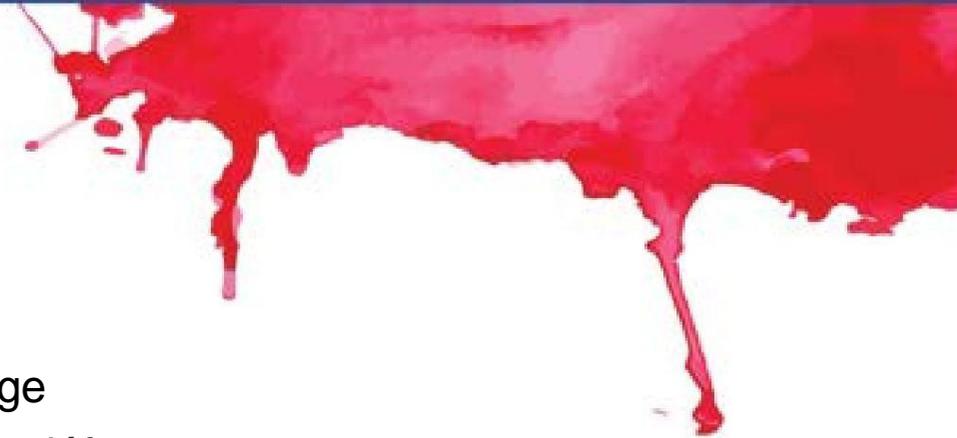
- En el contexto empresarial, la comunicación es un medio, no un objetivo en sí mismo.
- Ser capaz de definir claramente nuestro resultado deseado es esencial para eventualmente lograrlo.

Audiencia

- ¿Quién debe participar para lograr el resultado deseado?
- ¿Qué acción debe tomar ese individuo o grupo, o toda la organización?

Deberíamos poder ajustar nuestros estilos y medios de comunicación según nuestra audiencia.

- Considere hablar con su jefe en lugar de con su cónyuge
- Considere dar una conferencia a 50 personas sobre el teléfono. técnicas en comparación con explicar las mismas técnicas a un nuevo colega



- Conozca a su audiencia.
- Para adaptar su comunicación de manera efectiva, necesita comprender con quién está hablando.
 - Ver las cosas desde su punto de vista y adapte su comunicación a ellos tanto como sea posible.
 - Reconocer su relación con la audiencia.



Adaptación de la comunicación: Audiencia II

- Reconocer las diferencias de personalidad.
 - Extrovertidos versus introvertidos
 - Visual, cinestésico, auditivo.
- Realizar un análisis de audiencia.
 - Mire el rango de edad, el sexo, nivel educativo, valores, culturas, estructuras familiares y antecedentes experiencias de aquellos en su audiencia.



Adaptación de la comunicación: tipos de audiencia

Con el AggressorAsserter,
usted debe:

- Sea breve, directo y conciso.
- Proporcionar opciones.
- Utilice un ritmo rápido y rápido.
- Centrarse en los resultados y el retorno sobre inversión.
- Evite proporcionar muchos detalles.
- Proporcione respuestas breves.
- Mírelos directamente a los ojos.
- Sea sincero.



Adaptación de la comunicación: tipos de audiencia II

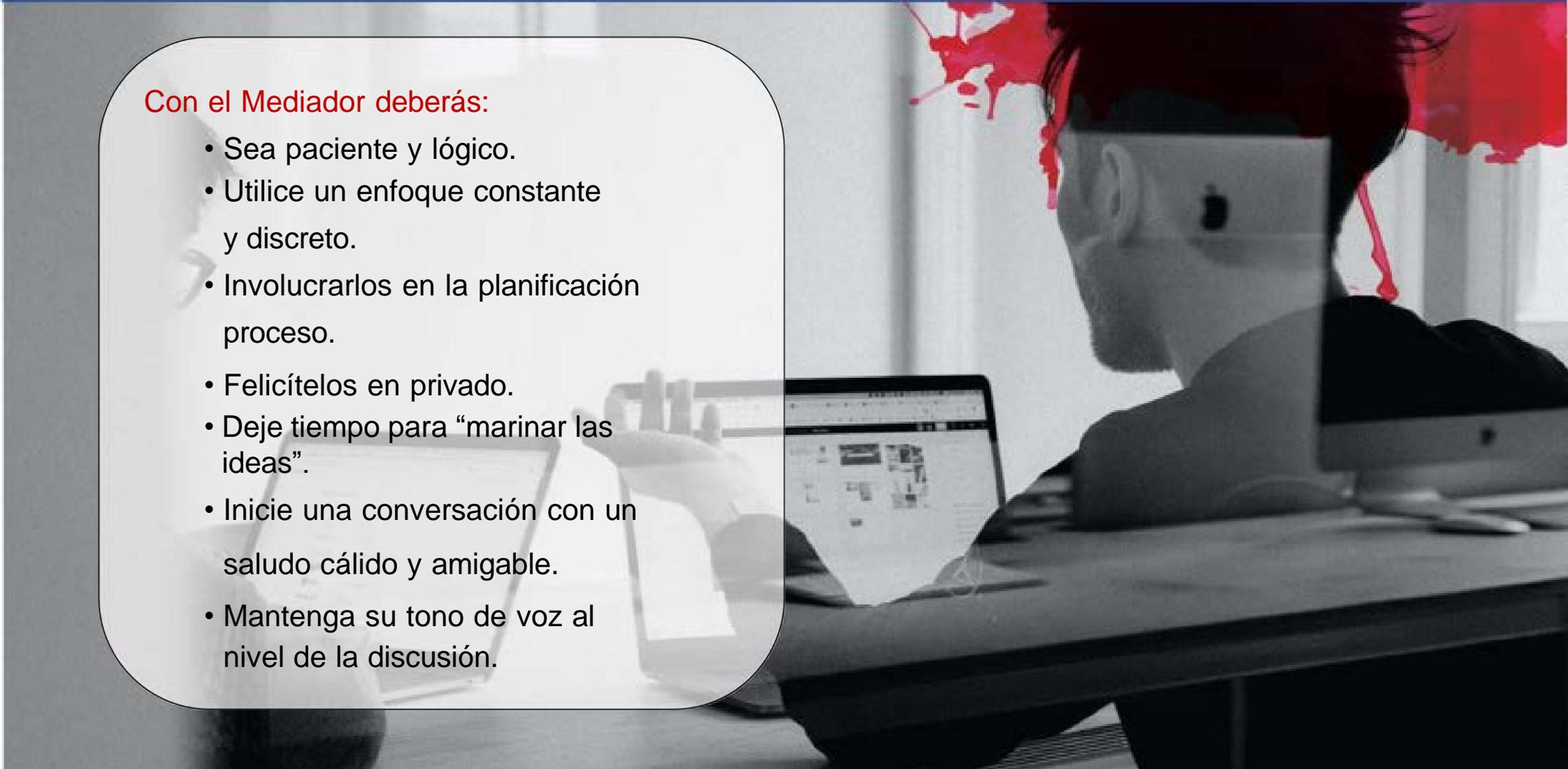
Con el 'Socializador', debes:

- Dé tiempo para la interacción social.
- Ponga los detalles por escrito o por correo electrónico.
- Tenga un ritmo rápido y un enfoque positivo.
- Utilice una pizarra en sus discusiones (los socializadores son bastante visuales).
- Utilice frases como “Imagínate esto” o “Lo ves”.
- Evite un tono duro y agresivo.



Con el Mediador deberás:

- Sea paciente y lógico.
- Utilice un enfoque constante y discreto.
- Involucrarlos en la planificación proceso.
- Felicítelos en privado.
- Deje tiempo para “marinar las ideas”.
- Inicie una conversación con un saludo cálido y amigable.
- Mantenga su tono de voz al nivel de la discusión.



Adaptación de la comunicación: Tipos de audiencia IV

Con el Analizador, usted debe:

- Sea organizado y lógico.
- Apoye su posición utilizando hechos.
- Asegúrese de que se comprenda cada punto antes de pasar al siguiente.
- No utilizar la frase: “Déjame darte un consejo constructivo”.
- Utilice palabras como proceso, datos y procedimiento.
- Darse cuenta de que los analizadores son motivados por la calidad y los datos.

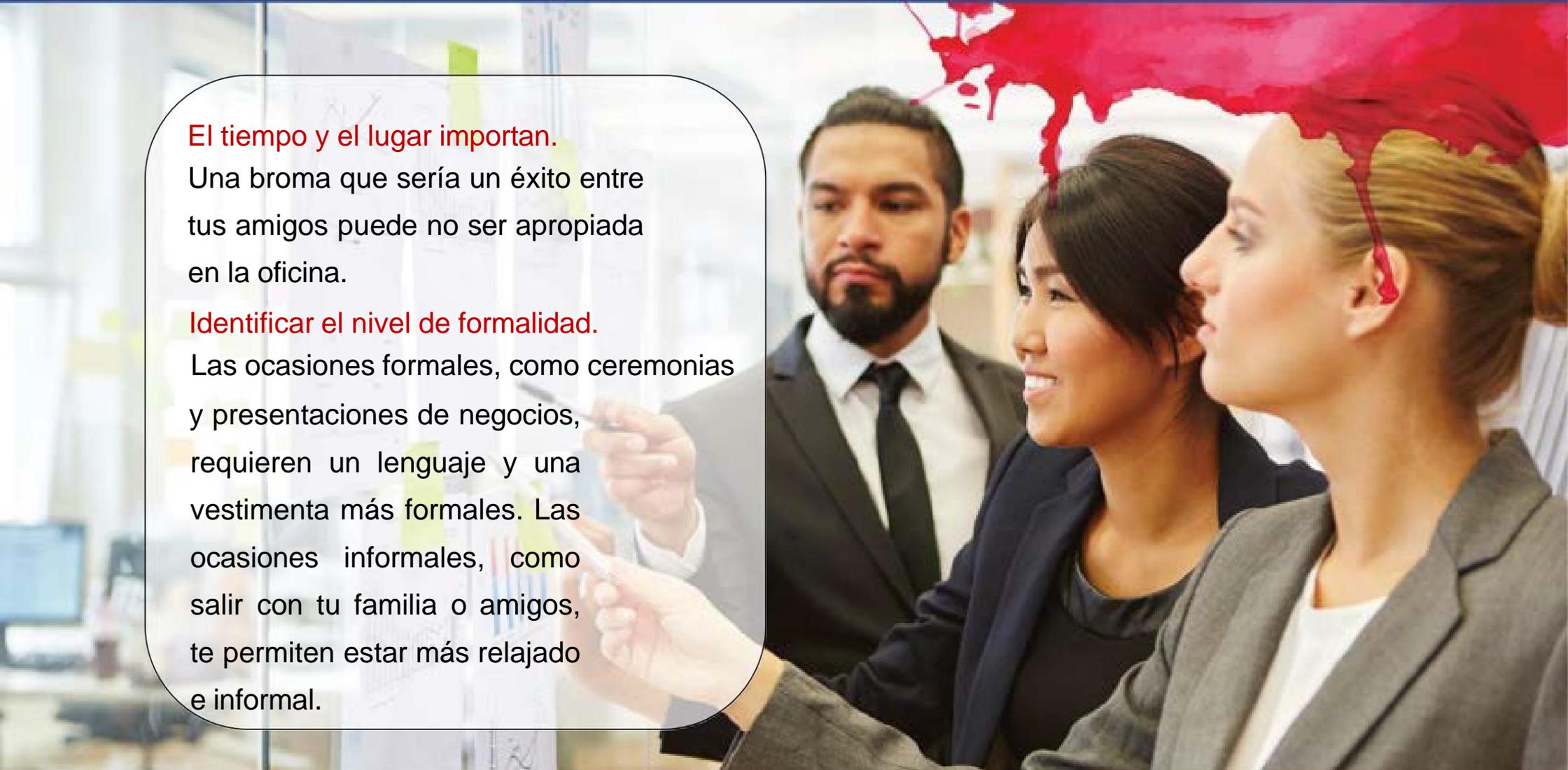
Adaptación de la comunicación: situación

El tiempo y el lugar importan.

Una broma que sería un éxito entre tus amigos puede no ser apropiada en la oficina.

Identificar el nivel de formalidad.

Las ocasiones formales, como ceremonias y presentaciones de negocios, requieren un lenguaje y una vestimenta más formales. Las ocasiones informales, como salir con tu familia o amigos, te permiten estar más relajado e informal.



Cada método de comunicación tiene ventajas y desventajas. Si puede elegir, elija el método que sea más eficaz para su audiencia y objetivo.

Adaptación de la comunicación: métodos II

- o Durante las reuniones, participe compartiendo ideas, pero también tómese el tiempo para escuchar. No monopolice la discusión.
- o Al dar un discurso, tenga en cuenta que usted es el único que habla. Anticipe las preguntas que pueda tener su audiencia e intente abordarlas en su comunicación.
- o Al participar en las redes sociales, puede estar más relajado. La comunicación suele ocurrir en segmentos de una o dos oraciones. Sea informal, pero conciso.
- o El correo electrónico y los mensajes de texto requieren una atención consciente. selección de palabras. Sé directo. Expresa tono a través de tus palabras o el uso de emojis (en un ambiente informal).



Cuida tus palabras.

- Sea intencional con el lenguaje que utiliza.
- Las palabras pueden ayudarte a conectarte rápidamente con alguien, pero pueden también ofenderlos.
- Elija palabras según la edad, la educación y el nivel de alfabetización de la(s) persona(s) con la que está hablando.
- Utilice palabras que comprendan y con las que puedan conectarse.

Adaptación de la comunicación: lenguaje corporal

- 
- El lenguaje corporal se puede interpretar de manera diferente en diferentes situaciones.
 - El espacio personal varía según la cultura, el individuo y la relación.

Adaptación de la comunicación: retroalimentación

- Algunas personas pueden ofrecer comentarios verbales mediante preguntas.
- También puedes observar su comunicación no verbal.
- Si parecen confundidos, explíquelos nuevamente en diferentes palabras.
- Si parecen molestos, escúchelos y trate de comprenderlos.



Retroalimentación de
comunicación intercultural
E-EUPA_LO_3.1_M_002

Puntos clave del módulo

Punto clave I

Necesidades

- Comunidad de gran alcance
- Raíz o causal
- Informativa
- Física
- Personal

Puntos clave del módulo

Punto clave II

Al comunicarse, siempre tenga en
cuenta: Hora

Lugar

Diferencias culturales

Etiqueta/nivel de formalidad

Edad Género

Estatus/prestigio social

Etc.



¡BIEN HECHO!

Ha completado la Unidad 3.1 Parte B



Cofinanciado por
la Unión Europea

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.

