

“Cuando expresar bien una idea, es tan importante como la idea misma”

por Jorge Pees Labory *



Crisis, turbulencias, inestabilidad, incertidumbre, austeridad, falta de crecimiento, desinversión, etc. son palabras - que si bien son poco amigables - se han instalado desde hace tiempo en el vocabulario cotidiano, no sólo en la Argentina sino también en otros países, aunque en este artículo vamos a hacer foco en nuestro país. Por ello, y con el fin de amortiguar los impactos negativos de estas situaciones, se hace imprescindible comunicar clara y persuasivamente ideas, hechos, información, y políticas no sólo a los distintos niveles de la Organización sino también a los públicos externos con los cuales se interactúa. Los líderes, figuras claves.

¿Por qué es tan importante saber comunicarse persuasivamente en distintos escenarios y con diferentes públicos?

Decir que estamos viviendo y continuaremos viviendo épocas difíciles, de mucha incertidumbre y sobre todo de un gran reacomodamiento social, político y económico, es una obviedad que puede o no sorprendernos. Desde ya que el ciudadano común está y estará inmerso en este contexto. Las empresas obviamente también. De un modo u otro y sin importar a qué industria o servicio pertenezcan, enfrentarán épocas de más cambios y adaptaciones a los nuevos tiempos. Actualmente, muchos budgets se están monitoreando de manera continua, con poco margen de maniobrabilidad y priorizando los gastos y las inversiones (cuando las hay). Cada área o departamento debe justificar y argumentar con creces, de manera sólida y convincente, las necesidades de su presupuesto. Cada líder de área debe “vender” su idea, defender con palabras, números y hechos, las propuestas, los objetivos a alcanzar y alcanzados y por supuesto resaltar los esfuerzos realizados por cada equipo. Liderar, delegar, motivar, escuchar, negociar, reducir las hipótesis de conflicto que perjudiquen el alcance de los objetivos, son algunas de las habilidades o herramientas que quienes hoy conducen equipos de trabajo deben manejar muy bien. Entonces, surgen las preguntas: ¿Que rol juega en todo esto ser un buen comunicador? ¿Cómo lograr que a pesar de estos contextos tan complicados y negativos que mencionamos al comienzo, se llegue con el mensaje de manera certera, logrando cambios de actitudes en quienes lo reciben?

Muchos de los resultados de la función gerencial dependen de la performance de otras personas y de la comunicación generada.



Saber hablar en público y comunicar asertivamente, otorgan una ventaja competitiva.

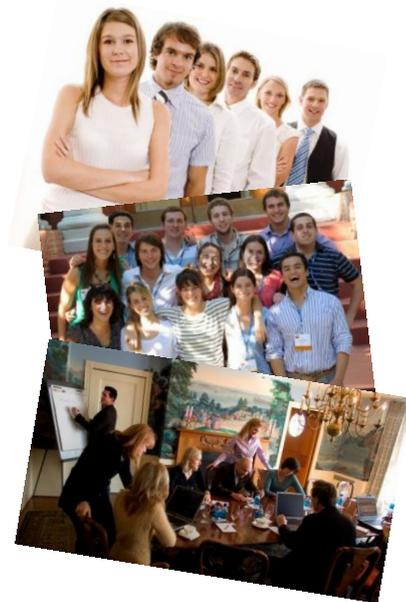
Según *American Management Association (AMA)* muchos de los resultados de la función gerencial dependen de la performance de otras personas y de la comunicación generada. Esto significa que para que se alcancen los objetivos - entre otros componentes -, se debe ganar el apoyo, la confianza y el respeto no sólo del equipo, sino también de los pares y líneas superiores, aunque esto puede complicarse si no se posee la habilidad suficiente para comunicar clara y persuasivamente. En consecuencia las presentaciones diarias, semanales y mensuales, las reuniones maratónicas, las breves reuniones en donde es necesario ser conciso y concreto, son algunas de las formas de comunicación e interacción a las que se está prestando especial atención a partir de las épocas que se viven y que se vienen, con agendas que no perdonan y con esquemas de presentación cada vez más exigentes. Sorprende escuchar de boca de muchas personas en las Organizaciones, que los "cestos de basura" (o en términos cibernéticos "papelera de reciclaje") estén llenos de ideas brillantes, de proyectos innovadores, de posibles soluciones, y de cientos de planificaciones y estrategias de todo tipo, porque sus presentadores no han sido lo suficientemente persuasivos o convincentes para producir cambios sustanciales de actitudes en quienes deben tomar decisiones a partir la información recibida.

La importancia del Qué y del Cómo

Se agregan - en otros ámbitos - las duras negociaciones por subas de salarios y mayores beneficios en un contexto local y global complicado, la presentación de los futuros proyectos a inversores potenciales, o la explicación a la opinión pública de algún incidente o accidente que podría dañar muy seriamente la imagen de la Organización - como ocurriera hace ya algún tiempo con la tragedia del crucero Costa Concordia en Italia, o en nuestro país con los desastres ferroviarios, o con medicamentos sospechados se estar dañando a sus consumidores, sólo por mencionar algunos casos. Es indudable que en cualquiera de las situaciones descritas, y en otras tantas, los argumentos esgrimidos pueden impactar de 3 formas: se los acepta, se los desestima o se los rechaza, sin que éstas dos últimas impliquen necesariamente que lo que se presenta o expone no sea real, factible, o bien, esté mal concebido. Inexorablemente el foco de atención no está sólo en el QUÉ sino también en el CÓMO, y aquí la preparación y el entrenamiento sobre cómo transmitir la información comienzan a jugar un papel fundamental. Oratoria, Presentaciones Efectivas, Presentaciones de Negocios, Public Speaking, y otros tantos nombres con los que se denomina esta habilidad o arte (cada una con su programa y sus diferencias), están acentuando su presencia en los planes anuales de capacitación y desarrollo; y no es casual. En buena hora, mucha gente ha comenzado a darse cuenta no sólo de las ventajas que se obtienen cuando se está bien entrenado, sino también de los riesgos que se corren por no estarlo - en todo sentido - ante una presentación o exposición. Indudablemente saber hablar en público, exponer estratégicamente las ideas, y comunicarlas asertivamente, otorgan una ventaja competitiva que ayuda - y a veces define - el crecimiento dentro la Organización, y de la Organización.

Los cambios positivos

Tampoco es casual que hasta hace varios años el desarrollo de esta habilidad estaba reservada sólo a pocas personas dentro de las Empresas y con una metodología de enseñanza muy simple (demasiado, tal vez) Hoy, no solo la metodología es más sofisticada y eficaz sino que también más áreas dentro de la Organizaciones han sido incluidas para desarrollar esta herramienta. Hoy, ser un buen comunicador, presentador (u orador), saber manejar auditorios difíciles y participantes complicados, responder con inteligencia las preguntas incómodas, manejar asertivamente las objeciones, no aburrir, saber utilizar estratégicamente muchos recursos para lograr más impacto, poder hablar a diferentes públicos, y sobre todo lograr el objetivo propuesto de la presentación, constituyen algunas de la prioridades de muchos directivos en sus respectivos planes de carrera y desarrollo. Pero lo más sorprendente de esta realidad, es que la apertura se ha producido no sólo transversal sino también longitudinalmente. Tarde o temprano tenía que ocurrir. Muchas empresas vienen incorporando a los programas de Jóvenes Profesionales el desarrollo de ésta capacidad. Es una buena noticia que quienes serán los futuros líderes en las Organizaciones comiencen a ser entrenados y concientizados de lo importante que es comunicarse adecuadamente en público y en cualquier circunstancia.



El impacto en la Alta Dirección

Hacia arriba, muchos CEO'S, Country Managers, Directores, Gerentes, líderes de área, comenzaron a darse cuenta (y a reconocer) "fisuras" - algunas muy evidentes - en sus presentaciones o exposiciones. Tal vez muchos de ellos siempre las tuvieron pero a medida que este tema se fué instalando en el mundo de los negocios y las empresas, los feedbacks de sus respectivos colaboradores y/o colegas comenzaron a ser más precisos y más agudos. En muchos casos las críticas constructivas del medio se convirtieron en mordaces, y las acciones para evitar que esto ocurriera no tardaron en llegar; y la toma de conciencia tampoco. Sencillamente, se dieron cuenta que podían ser mejores, que querían ser mejores. Cuanto más responsabilidades asumen, más exposición pública generan. Cuanto más exposición pública generan más pendientes se está sobre ellos y obviamente mas entrenados deben estar. Hoy muchas personas que integran la Alta Dirección están en las tapas de las revistas de negocios, en las radios, en los diarios y en los programas de televisión. Son invitados a disertar en conferencias, congresos, foros de discusión, mesas redondas en Cámaras, Asociaciones y Universidades, en donde deben hablar sobre sus visiones, vivencias, experiencias y proyectos. Se los escucha, observa, estudia y analiza especialmente desde su retórica y su capacidad para brindar información en forma clara y dinámica.



Y no olvidemos que en muchas oportunidades las presentaciones no sólo deben realizarse en castellano sino también en otras lenguas: Francés, Portugués, Alemán, y por supuesto la más común, Inglés son algunos de los idiomas en los que frecuentemente se presenta. Desde luego - salvo excepciones - esto agrega una presión más ya que - según confiesan quienes frecuentemente exponen en otro idioma - se juntan dos habilidades que se deben poner en práctica simultáneamente y tratando de no cometer errores en ninguna de ellas. Ambas habilidades deben estar perfectamente sincronizadas. La imagen de quien presenta y la de la Organización a la que pertenece están continuamente en juego.

Por eso, un entrenamiento continuo en comunicación oral, es y será indispensable para su rol y su crecimiento en las épocas actuales y las futuras. No hay que olvidarse, que no sólo somos seres pensantes sino también parlantes. Justamente estas 2 características nos diferencian de los otros seres vivos y poseemos la posibilidad y la capacidad de desarrollarlas y mejorarlas para nuestro beneficio y el de quienes nos rodean. Los buenos líderes, los líderes y los que todavía no lo son, lo saben. © 2013



* *Fundador de EXCLAMATIO Oratoria Persuasiva.*