

TDS SYSTEM

TRAINING & DEVELOPMENT

Interpersonal Skills





Los equipos están formados por personas que interactúan entre sí. Por tanto, las personas que los componen deben aprender a relacionarse para colaborar, cooperar, negociar y resolver los conflictos que puedan surgir entre las personas. De ahí la importancia de las habilidades interpersonales en el trabajo.

Formatos



Su duración permite desarrollar una o varias competencias y elaborar un PAI (Plan de Acción Individual) que permita extrapolar lo trabajado durante el workshop al ámbito de trabajo del participante.



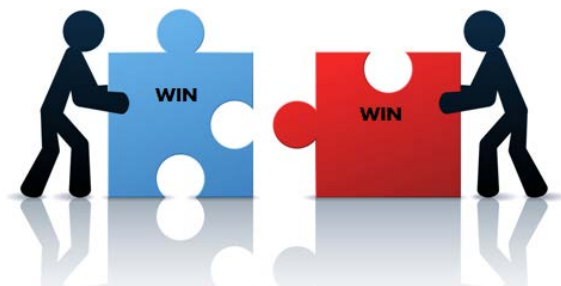
Su duración exige concentrarse en una competencia o habilidad y su abordaje se hace desde las simulaciones, juegos, role playing, etc. con el objetivo de lograr un alto impacto en el participante de tal modo que pueda aplicarlo lo más rápidamente posible a su "performance"

Negociación: del vencer al ganar-ganar

Impacto

Los profesionales que han de negociar precisan mejorar aquellas competencias personales que permiten identificar en qué situaciones hemos de negociar, así como la estrategia más adecuada para cada tipo de negociación.

Un aspecto clave pasa por definir el estilo de negociador más eficiente para cada una de las fases del proceso negociador.



Beneficios:

- Identificar las situaciones en las que se ha de negociar
- Definir los factores clave para una negociación efectiva
- Desarrollar los enfoques más eficaces para negociar e influenciar
- Utilizar estrategias y técnicas que garanticen un buen clima de negociación
- Aplicación de las neurociencias al proceso negociador

Contenidos:

Fundamentos de la negociación	Las fases en la negociación
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Las situaciones en las que se ha de negociar <ul style="list-style-type: none"> - Las condiciones idóneas para la negociación. - Los requisitos idóneos para negociar. ▪ Las estrategias para una negociación eficaz <ul style="list-style-type: none"> - De competición y de colaboración - Las poses en la negociación ▪ La creatividad en la negociación: <ul style="list-style-type: none"> - El cuadro semiótico en la negociación 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La preparación: <ul style="list-style-type: none"> - Punto más favorable y punto de ruptura ▪ El desarrollo: <ul style="list-style-type: none"> - La presentación de la propuesta - Las cesiones y concesiones ▪ El cierre y el acuerdo: <ul style="list-style-type: none"> - La elección del modo, momento y técnica - Los detalles menores (flecós) en el acuerdo
Las habilidades para la negociación	La neurociencia aplicada a la negociación
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El proceso de empatía en la negociación ▪ La Comunicación No Verbal en la negociación ▪ El uso del espacio en la negociación ▪ El perfil negociador: estilos tácticos y estilos estratégicos ▪ La asertividad en situaciones de cierres parciales y cierre final 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El circuito de la recompensa (presentación de los beneficios de nuestra propuesta) ▪ El circuito del castigo (el precio) ▪ Los señuelos que ayudan a racionalizar las decisiones ▪ El peso de la razón y la emoción en el proceso de negociación.

El “Mapa” del conflicto y su gestión emocional

Impacto

Su propósito es desarrollar un conjunto de estrategias que permitan identificar las situaciones conflictivas, diagnosticar las causas que las originan y gestionar positivamente sus consecuencias.

El “mapeo” del conflicto permite identificar las causas que lo provocan, el grado en el que es sentido por los afectados y los aspectos emocionales implicados en la situación.



Beneficios:

- Diferenciar problemas (objetivos) de conflictos (subjetivos)
- Cartografiar el impacto de los conflictos en el ámbito profesional.
- Identificar las causas que originan los conflictos
- Proponer soluciones al conflicto que mejoren la situación de partida
- Aprovechar el conflicto como fuente de renovación y cambio.

Contenidos:

Diagnóstico y cartografía del conflicto	Gestión positiva de los conflictos
<ul style="list-style-type: none">▪ Situaciones conflictivas:<ul style="list-style-type: none">- Discrepancias objetivas- Conflictos subjetivos▪ El nivel del conflicto:<ul style="list-style-type: none">- Entre la discrepancia y el consenso- Entre el miedo y la confianza▪ Las causas habituales de los conflictos:<ul style="list-style-type: none">- Comunicación, procesos y personalidad	<ul style="list-style-type: none">▪ Los cuatro cuadrantes del mapa del conflicto:<ul style="list-style-type: none">- Rojo (agresión), Gris (prevención)- Verde (innovación), Lila (inercia)▪ Estrategias para abordar el conflicto<ul style="list-style-type: none">- Evitar la acomodación- Crear confianza- Gestionar las emociones- Incentivar la innovación

Estilos de gestión emocional del conflicto según el cuadrante en el que se sitúe

- ¿Mapa o Atlas?
 - Cómo se vincula tu conflicto con el resto de conflictos.
- La comunicación orientada a la acción en las situaciones conflictivas:
 - Formas de Pedir, Ofrecer y Acordar
- La mejora de la relación en las situaciones de discrepancia o conflicto:
 - Formas de Empatizar, Escuchar y Reconocer

Persuade: No vengas, ilusiona y convence

Impacto

Su propósito es desarrollar las habilidades que nos ayuden a persuadir e ilusionar a nuestros interlocutores del tal modo que se sientan cómodos y satisfechos con los mensajes que les enviamos o las propuestas que les hacemos.

Identificar el “guion” con el que nuestro interlocutor procesa la información nos proporcionará las claves para conectar con él y crear feeling a través de mensaje elaborados con tal propósito.



Beneficios:

- Establecer feeling con nuestros interlocutores, aunque sean muy diferentes a nosotros
- Identificar el “guion” que nuestro interlocutor utiliza para procesar la información
- Elaborar nuestras propuestas y mensajes con el “guion” que conecte con nuestro interlocutor
- Adecuar los contenidos de la propuesta para reforzar el feeling con el interlocutor
- Eliminar en anti-feeling que pueda aparecer por diferencias de personalidad

Contenidos:

El FEELING con el cliente	La elaboración del mensaje
<ul style="list-style-type: none">▪ Observa a tu interlocutor:<ul style="list-style-type: none">- A qué presta atención- De qué habla- Cómo se mueve▪ En qué pone énfasis:<ul style="list-style-type: none">- En la acción- En la organización- En la relación- En la novedad	<ul style="list-style-type: none">▪ El descubrimiento del “guion” de nuestro interlocutor<ul style="list-style-type: none">- Personas tipo A: énfasis en la acción- Personas tipo B: énfasis en la organización y detalle- Personas tipo C: énfasis en los efectos sobre las personas- Personas tipo D: énfasis en el potencial y la novedad

Puesta en marcha del proceso de feeling con el interlocutor

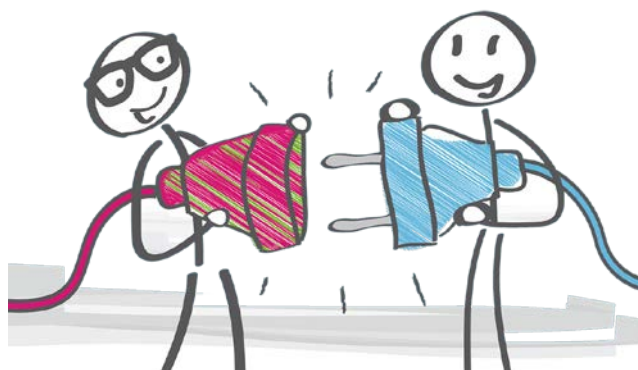
- Secuenciación o asociación de nuestra comunicación:
 - Selección o síntesis de la información transmitida
 - Análisis y organización de la información
 - Vinculación de la información con sus efectos en el interlocutor

Elaborar el “mapa” de empatía del interlocutor

Impacto

Su propósito es desarrollar las habilidades para crear un proceso de empatía con los demás que nos permitan entender su estado emocional y comprender sus conductas.

La elaboración del “mapa de empatía” nos permitirá elaborar mensajes asertivos que transmitan lo que queremos decir a la vez que cuiden y mejoren la relación con los colegas colaboradores y clientes.



Beneficios:

- Entender los porqués del comportamiento de los demás:
 - Inferir lo que va más allá de lo manifestado explícitamente.
 - Entender las emociones del interlocutor en una situación determinada
- Comprender el comportamiento de nuestros interlocutores:
 - Inferir los comportamientos del interlocutor como consecuencia de su estado emocional
 - Mostrar comprensión hacia una manera determinada de actuar.

Contenidos:

La empatía en el ámbito profesional

- Las situaciones propicias para empatizar:
 - Discrepancias y conflictos
- Los principios del proceso de empatía:
 - Entender los estados emocionales
 - Comprender pautas de conducta
- El perfil de empatía personal:
 - La empatía natural con el interlocutor
 - La empatía “artificial” provocada

La empatía como herramienta

- Elaborar el “mapa” de empatía del interlocutor:
 - Qué valora, desea y teme
 - Qué ve y qué oye en su entorno
 - Qué obstáculos encuentra en su camino
 - Cómo mide su éxito
- Las técnicas que mejoran la empatía
 - Escucha activa
 - Respeto personal y profesional
 - Consideración del momento y lugar

La comunicación en el proceso de empatía

- El peso de los componentes en los mensajes con nuestros interlocutores:
 - El contexto donde se ha de producir el proceso empático
 - La gestualidad acorde con la situación y la situación emocional del interlocutor
 - El relieve elocutivo (volumen, tono y ritmo) acorde con lo anterior
 - El contenido verbal de comprensión y feed back

Entender y comprender a los demás

Impacto

Su propósito es desarrollar las habilidades para detectar las emociones de los demás y establecer relaciones empáticas favoreciendo la escucha activa y utilizando los canales adecuados que permitan fomentar una adecuada interrelación.

Las claves pasan por interpretar la información en función del contexto en el que se produce a la vez que priorizamos la información gestual sobre la verbal.



Beneficios:

- Captar las emociones a partir de la gestualidad de nuestro interlocutor.
- Reconocer las emociones a través del tono de voz de nuestro interlocutor.
- Comprender los comportamientos derivados de las emociones.
- Inferir lo que la otra persona quiere transmitir a partir de las emociones
- Reconociendo los intereses y motivaciones del interlocutor.

Contenidos:

La comunicación interpersonal	Reglas en la comunicación no verbal
<ul style="list-style-type: none"> ▪ La comunicación y su contextualización: <ul style="list-style-type: none"> - El contexto en el que se produce - El momento en el que se realiza - El contenido gestual - La comunicación y su formato: <ul style="list-style-type: none"> - Comunicación: verbal vs. no verbal - Elementos que distorsionan los contenidos verbales y no verbales 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La regla de cierre: <ul style="list-style-type: none"> - Rostro, manos y pies ▪ La regla de apertura: <ul style="list-style-type: none"> - Rostro, manos y pies ▪ La regla de la empatía: <ul style="list-style-type: none"> - Duplicidad de gestos ▪ La regla de los movimientos: <ul style="list-style-type: none"> - Ojos, boca, oídos
El relieve elocutivo en la comunicación	Las pautas de la comunicación empática
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El volumen: <ul style="list-style-type: none"> - Ato, medio, bajo ▪ El tono: <ul style="list-style-type: none"> - Grave, agudo ▪ El ritmo: <ul style="list-style-type: none"> - Rápido, lento 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entender la situación del interlocutor: <ul style="list-style-type: none"> - Las emociones de los demás - Comprender sus acciones: <ul style="list-style-type: none"> - Los comportamientos del interlocutor ▪ El diagnóstico personal: <ul style="list-style-type: none"> - Niveles óptimos de empatía

No digas SI cuando quieres decir NO

Impacto

Su propósito es desarrollar las habilidades para mejorar la calidad de tus mensajes sin que ello perjudique al contenido a transmitir y a la relación que mantengas o quieras mantener con tu interlocutor.

Si elaboras un guión para construir tus mensajes, mejorarás lo que quieres transmitir, elegirás la mejor manera de decirlo y cuidarás el lugar y el momento de decirlo.



Beneficios:

- Identificar las situaciones que exigen altos niveles de asertividad
- Identificar las barreras más frecuentes que nos impiden ser asertivos
- Establecer un guion que permita crear respuestas asertivas para cada situación
- Dominar las técnicas que refuercen nuestra asertividad en situaciones conflictivas
- Dominar la comunicación verbal y no verbal en la comunicación asertiva

Contenidos:

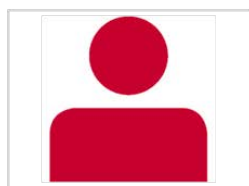
Circunstancias que demandan asertividad	La parte emocional de la asertividad
<ul style="list-style-type: none">▪ Las situaciones:<ul style="list-style-type: none">- Las que requieren rectificación- Las que presentan reiteración en comportamientos no deseables▪ Los efectos de la situación:<ul style="list-style-type: none">- Resultados disfuncionales de negocio- Emocionalidad negativa	<ul style="list-style-type: none">▪ Las emociones implicadas:<ul style="list-style-type: none">- Efectos sobre el estado emocional- Efectos sobre el estatus profesional▪ La demanda de información:<ul style="list-style-type: none">- La petición de razones por la actuación▪ Actuación:<ul style="list-style-type: none">- Propuesta para mejorar la relación

Elaborar el “guion” del mensaje asertivo

- Elementos y pasos que constituyen el guion asertivo:
 - Elección del contenido a transmitir
 - Elección del modo de transmitir el mensaje
 - Elección del momento de transmisión
 - Elección del lugar para transmitir el mensaje asertivo

ROI de la capacitación: Plan de Acción Individual

El PAI garantiza que el participante se compromete a mejorar y transferir a su trabajo diario el conjunto de conocimientos y habilidades que se han desarrollado en el Workshop.



PLAN DE ACCIÓN INDIVIDUAL



DATOS IDENTIFICATIVOS

Nombre y apellidos de la persona evaluada	E-mail
Montserrat Caballero Pérez	mcperez@amplin.net
Puesto de trabajo	Centro de trabajo
Técnica comercial	Barcelona
Responsable jerárquico (Evaluador/a)	E-mail
Francisco Martínez López	fmlopez@amplin.net

PERIODO DE DESARROLLO DEL PAI

Periodo de desarrollo del PAI	Inicio:	02 Enero	Final:	30 Junio
Fechas de seguimiento del PAI	1º	2 al 31 de Enero	2º	01 al 30 de Abril
	3º	01 al 30 de Junio		

COMPETENCIAS A MEJORAR

Trabajo en equipo

Objetivo de mejora	Acciones	Control
Objetivo 1º:	Acción 1ª:	01 Enero
Objetivo 2º:	Acción 2ª:	Nivel de ejecución
	Acción 3ª:	

Comunicación interpersonal

Objetivo de mejora	Acciones	Control
Objetivo 1º:	Acción 1ª:	20 Febrero
Objetivo 2º:	Acción 2ª:	Nivel de ejecución
	Acción 3ª:	

Gestión del tiempo

Objetivo de mejora	Acciones	Control
Objetivo 1º:	Acción 1ª:	30 Junio
Objetivo 2º:	Acción 2ª:	Nivel de ejecución
	Acción 3ª:	

Algunos clientes que han confiado en nosotros



TDSYSTEM

TRAINING & DEVELOPMENT



	C/ Nicaragua, 119 – 7º 08029 - Barcelona		www.tdsystem.net
	tdsystem@tdsystem.net		www.tdsystem.net/blog www.tdsystem.net/blog-coachingsuperador
	Tel. 934913704		www.facebook.com https://es.linkedin.com/company/tdsystem