



HubSpot

Guía de comunicación efectiva y no verbal



Tabla de contenidos

Introducción

Capítulo 1

Comunicación efectiva y no verbal

- Características de la comunicación efectiva
- Elementos de la comunicación efectiva
- Comunicación no verbal
- Ejemplos de comunicación no verbal
- Diferencias y características de la comunicación efectiva y no verbal

Capítulo 2

Comunicación efectiva y no verbal en los negocios

- Tipos de comunicación efectiva
- 8 consejos indispensables para realizar la mejor comunicación

Conclusión

Introducción

Comunicar el mensaje adecuado para un interlocutor se ha convertido en uno de los principales problemas que enfrentan los colaboradores de equipo en las organizaciones. Esta dificultad se extiende a dos posibles vertientes: hacia el interior de los equipos de trabajo dentro de la empresa o bien, al proceso de ventas por parte de los especialistas de esta área.

Expresar una idea correctamente puede tornarse difícil cuando se abandona la seguridad de la palabra escrita en el chat o el correo electrónico y se entabla una conversación personal con el interlocutor, ya sea por medio de una llamada telefónica, una videoconferencia, una cita o una presentación de proyecto.

En estos escenarios, conseguir un proceso de comunicación efectiva se vuelve un reto a resolver para todos los miembros de la empresa. Se deben contemplar aspectos adicionales al proceso, producto o servicio del que se está hablando. Esta es la razón por la que hemos diseñado esta guía donde encontrarás diversos consejos para realizar un proceso de comunicación efectiva en tu vida profesional. Así pues, comencemos.



Capítulo 1

Comunicación efectiva y no verbal

Capítulo 1

Comunicación efectiva y no verbal

En primer lugar, debemos comenzar por definir qué es la comunicación efectiva y la manera en que podemos establecer esta comunicación con nuestros consumidores y clientes. Una comunicación efectiva, sea verbal o no verbal, es aquella en la que el emisor puede codificar un mensaje, el cual es recibido correctamente e íntegramente por el receptor.

En otras palabras, la comunicación efectiva es un proceso combinado de habla y escucha, en el que se puede compartir toda clase de información entre dos partes: el emisor y el receptor.

Sin una comunicación efectiva adecuada se corren varios riesgos que es importante evitar. Se puede compartir un mensaje con información incorrecta, lo cual suscitará errores que pueden afectar las áreas productivas de la organización, al punto de convertir un simple error comunicativo en una catástrofe de grandes proporciones.

Por ello debes asegurarte de que tu proceso de comunicación cumpla con las siguientes características para evitar cualquier tipo de problema o imprevisto.



Características de la comunicación efectiva

Es muy fácil emitir un mensaje claro y corroborar que lo que deseas comunicar llega realmente a tu interlocutor. Tan solo es cuestión de asegurarse de seguir las siguientes 4 características:

1. El mensaje es sencillo.

Para que la comunicación efectiva ocurra entre el emisor y el receptor debe partir de un mensaje sencillo y fácil de entender.

2. Proporciona información concisa.

En este sentido, la información contenida en el mensaje cumple con dos funciones, es concisa y completa. De esta manera se evitan errores, malas interpretaciones, confusiones o dudas.

3. Proporciona valor.

Esta característica indica que el mensaje en cuestión es de interés para el receptor, por lo que será un motivador especial para quien lo recibe.

4. Es objetivo.

Algunas de las características más importantes de la comunicación efectiva son su imparcialidad, veracidad y autenticidad, así se convierte en un mensaje fidedigno y, sobre todo, objetivo.

Al mismo tiempo, pensemos que es muy sencillo lograr que nuestra comunicación sea efectiva, para lo cual tenemos que vigilar el correcto funcionamiento de los siguientes elementos.

Elementos de la comunicación efectiva

Dentro de los aspectos que logran el correcto funcionamiento de la comunicación encontramos:

1. Claridad

La claridad en la comunicación significa que el mensaje emitido permanecerá íntegro. Para esto es aconsejable, en el caso de la comunicación escrita, redactar cada idea de acuerdo con las reglas gramaticales y ortográficas vigentes.

En el caso de la comunicación verbal es recomendable modular el volumen, dicción y velocidad para asegurar que el mensaje llegue libre de accidentes verbales.

2. Propiedad

Independientemente del grado de familiaridad que posean el emisor y el receptor, ya sean conocidos de mucho tiempo, amigos o incluso familiares, el mensaje debe transmitirse de acuerdo con el nivel de formalidad que establece la personalidad de la marca. Además, debes verificar la coherencia entre el contenido y el formato, en caso de que el mensaje se transmita por escrito.

3. Brevedad

Al respecto, existe un aforismo acuñado por Baltasar Gracián que dice: «Lo bueno, si breve, dos veces bueno». Cuantas menos palabras posea tu mensaje, este llegará de un modo más conciso, lo que conseguirá atraer y mantener la atención de tus clientes.

4. Retroalimentación

Una de las principales características de la comunicación es que es un camino de ida y vuelta. Por tanto, este inciso hace referencia a la necesidad de recibir comentarios sobre el mensaje emitido para conseguir así una comunicación efectiva.

Piensa que de no existir comentarios a tu mensaje se corre el riesgo de que no haya sido recibido correctamente. Así que no tengas miedo de escuchar lo que tu interlocutor tenga que decir, pues de ello depende el éxito de tu comunicación.

5. Empatía

Debes ponerte en el lugar de tu interlocutor, y esto lo lograrás entendiendo sus réplicas, objeciones de ventas y sentimientos que produzca el mensaje que compartes con él.

Un buen ejercicio empático logrará que tu emisor entienda también tu punto de vista, con lo que tendrán una comunicación más cercana y verdadera.

6. Escucha total

Debes escuchar lo que tu interlocutor está diciendo para enriquecer así el proceso de comunicación. Comúnmente, podemos encontrar como un error del emisor el no escuchar correctamente; en estos casos, el emisor se asemeja al mal actor que solo espera la pausa adecuada para poder decir su diálogo.

Una escucha total implica un proceso de comunicación más eficiente, pues podrás saber de primera mano lo que el interlocutor quiere decir.

7. Lenguaje corporal

Como veremos detalladamente más adelante, el lenguaje corporal y la comunicación no verbal constituyen la mayor parte de la emisión de un mensaje. Precisamente por esto, debes estar muy pendiente de las pequeñas señales que genere tu interlocutor, pues así podrás determinar el alcance de tu mensaje.

De la misma manera, debes preocuparte por no mandar señales equivocadas por medio del lenguaje corporal, pues corres el riesgo de sabotear tu mensaje principal.

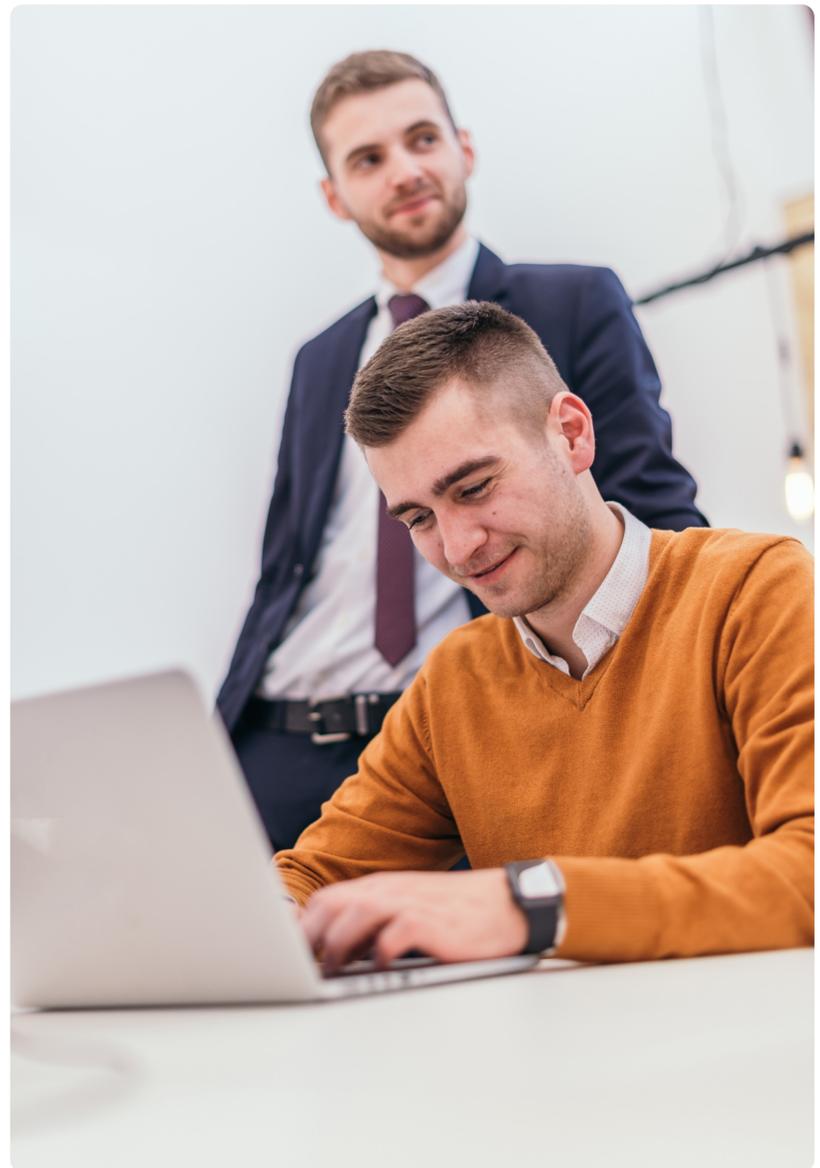
8. Respeto

Por último, debes cuidar que en todo momento guardes atención a tu interlocutor. Para conseguirlo, empieza por llamar a tu cliente por su nombre y evita distraerte cuando interactúes con él.

El respeto es una pequeña llave que te permitirá abrir la confianza del cliente y con ello asegurar que tu mensaje llegue al interlocutor de la manera más eficiente.

Comunicación no verbal

Los buyer personas son representaciones dinámicas de los clientes. Esto significa que van cambiando con el paso del tiempo, como los clientes: crecen, maduran, adquieren nuevas experiencias y, a pesar de ello, conservan algunas marcas entre sus afectos.



Este elemento cobra importancia en todas las reuniones que se efectúen de manera personal con el cliente, ya sea mediante un formato digital, como es el caso de las llamadas o telefónicas o videoconferencias, o bien presencialmente en exposiciones de proyecto o citas con los encargados de la toma de decisiones.

Antes de iniciar con los elementos más valiosos que la comunicación no verbal aporta a nuestros procesos comunicativos debemos hacer una pequeña pausa para definirla.

La comunicación no verbal es la suma de acciones físicas realizadas por el emisor o receptor, las cuales enriquecen el proceso de comunicación gracias al significado de cada uno de los elementos que intervienen en ella.

Por ejemplo, un elemento de comunicación no verbal es establecido por el lenguaje corporal a través de gestos faciales, posturas, volumen de voz o incluso la distancia que hay entre las personas cuando se emite o recibe un mensaje.

Cada uno de estos indicadores envía señales sobre la aceptación o rechazo de un mensaje, para lo cual es necesario identificar cada una de ellas y cómo influyen en nuestro deseo de propiciar la comunicación más efectiva posible.

«La postura correcta envía un mensaje positivo ya que el 90 % de toda la comunicación ocurre a través del lenguaje corporal y cómo te comportas.»

Cindy Ann Peterson



Ejemplos de comunicación no verbal

A continuación, veremos los tipos más relevantes de comunicación no verbal y su impacto al transmitir un mensaje.

1. Expresiones faciales

Son todos los gestos que mostramos a emisores o receptores de un mensaje por medio del movimiento de los músculos del rostro. Por lo general, manifiestan las emociones y reacciones durante el proceso de comunicación.

En este sentido, tenemos que aprender a diferenciar las emociones. De acuerdo con el psicólogo Paul Ekman, sobre quien se hizo la popular serie de televisión «Lie to me», existen solo 6 emociones básicas, las cuales dan un reflejo exacto del estado anímico. Estas emociones son:

1. Ira
2. Asco
3. Miedo
4. Alegría
5. Tristeza
6. Sorpresa

Cada una de estas emociones se refleja en el rostro con movimientos identificables en todas las culturas, conocidos como [microexpresiones](#). Por ejemplo, la ira se caracteriza por fruncir el ceño y apretar los labios, mientras que en el asco se inflan ligeramente las fosas nasales. Al manifestar alegría se cierran ligeramente los ojos, en tanto que en la sorpresa los ojos y boca se abren considerablemente. Conocer cómo se expresan en el rostro cada una de estas señales te ayudará a identificar la emoción que produce tu mensaje en el interlocutor.

2. Paralenguaje

También conocido como lenguaje paraverbal, se refiere a los elementos no verbales que se expresan a la par del mensaje principal. Por ejemplo, el volumen de la voz, la velocidad y dicción, así como el tono. En este campo también podemos incluir algunas reacciones adicionales, como risas, suspiros, quejidos, llanto o incluso gritos.

Estar al tanto de estos signos como emisor te ayudará a encontrar un tono de mensaje que sea más claro y adecuado para tu propósito, e identificarlos en el receptor te dará una mayor idea de lo que pasa por la mente de tu cliente.

3. Gestualidad

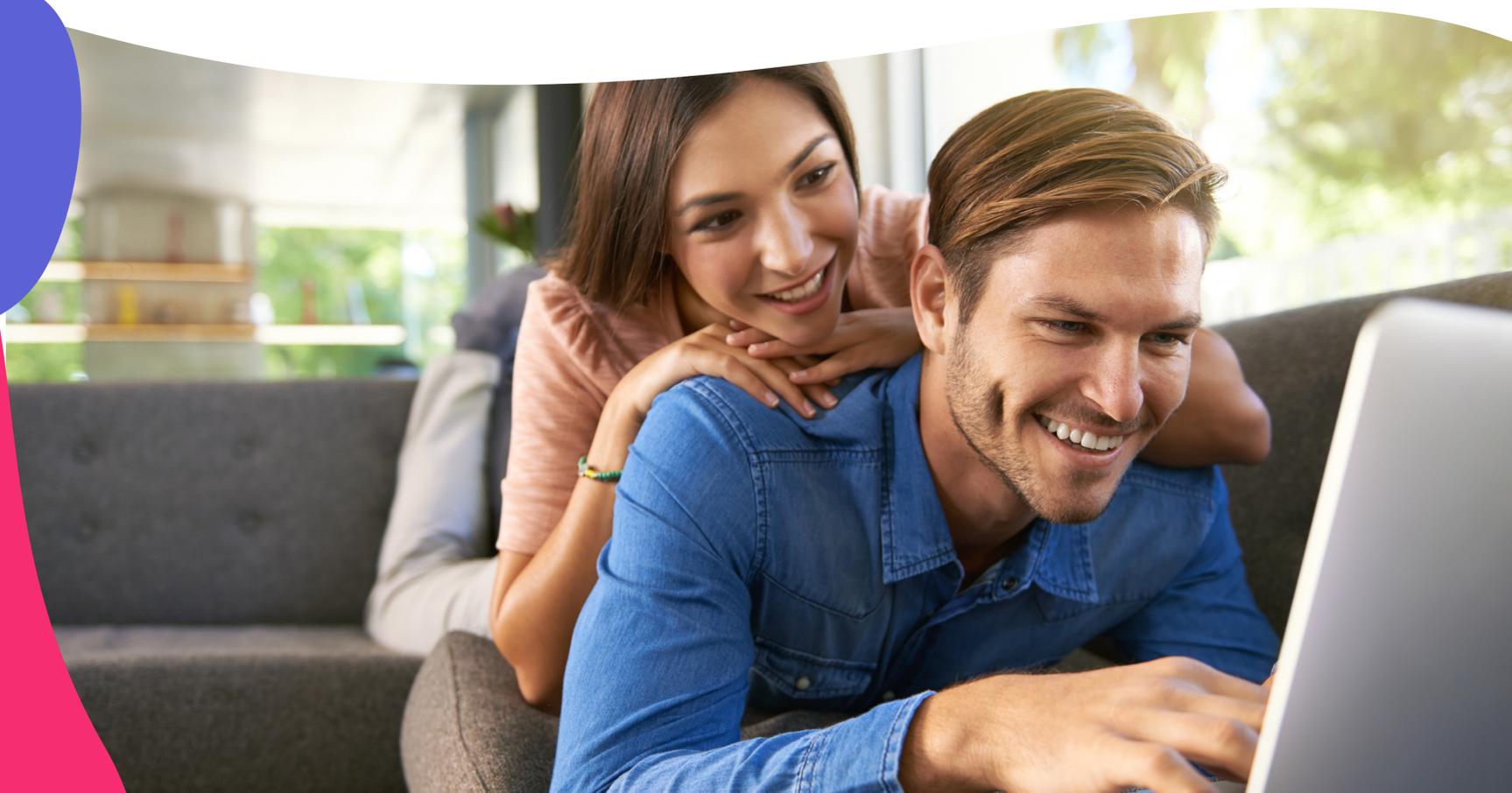
Este elemento abarca los movimientos corporales realizados durante el habla o la escucha de un mensaje. Por ejemplo, encoger los hombros, cruzar los brazos, apretar las manos o inclinar la cabeza. Si bien es deseable que como interlocutor logres que tu cuerpo se mueva orgánicamente y no aparente ser robot que solo mueve los labios, debes tener cuidado en que tu gestualidad corresponda a tu mensaje.

Al respecto, podemos tomar el consejo del autor isabelino William Shakespeare:

«Que corresponda a la acción la palabra, y a la palabra corresponda la acción.»

4. Proxemia

La proxemia se refiere al análisis del impacto del mensaje a partir de la distancia que se establece entre el emisor y el receptor. En este sentido, se puede analizar la comunicación no verbal a partir de la cercanía y lejanía entre el comprador y cliente.



5. Contacto físico

Piensa en todas las interacciones que se basan en el contacto, aunque sea breve, entre emisor y receptor. Por ejemplo, estrechar las manos, abrazos, palmadas en la espalda, choques de puño, o, como está marcado en la cultura oriental, la reverencia en el saludo.

Como verás, cada uno de estos elementos expresa detalles de la posible relación entre dos personas, desde un trato íntimo hasta uno más marcado por la distancia. En todo caso, recuerda que las interacciones comerciales están marcadas por el respeto y profesionalismo, por lo que debes buscar una acción corporal acorde a la cordialidad y respeto hacia tu cliente.

6. Postura

Se refiere a la posición del cuerpo antes, durante y después de la emisión de un mensaje. Para la mayoría de nosotros, este elemento es imperceptible, al punto que no somos capaces de identificar si caminamos con la cabeza baja, encorvados o con los hombros rígidos casi pegados a nuestras orejas.

Por desgracia, nuestro interlocutor sí tiene la capacidad de distinguir cada una de nuestras posturas y puede formarse una opinión equivocada al relacionarse con nosotros por culpa de alguno de estos elementos.

Nuevamente, no se trata de convertirse en una especie de robot. Pero, aun así, debes buscar una posición en la que mantengas la espalda recta y que tu cabeza permanezca erguida, de tal manera que la vista enfoque naturalmente a tu cliente a la altura de los ojos.

Para lograrlo te recomendamos acompañar tu rutina de ejercicios con posturas de yoga, rehabilitación muscular o pilates, pues estos ejercicios producirán un cambio favorable en tu postura física que tus clientes notarán inmediatamente.

7. Apariencia

Si bien cada generación ha podido establecer su propio código y estilo de vida a partir de las demandas y expectativas que tienen en relación con su trabajo, existen distintos factores que son universales y que se ajustan a los valores que tiene cualquier generación.

Por ejemplo, la higiene personal, vestimenta de acuerdo con el código establecido por la organización, hábitos de salud como ejercicio y buena alimentación. Ellos no interfieren directamente en la personalidad individual, pero sin duda impactarán positivamente en la percepción del receptor sobre la imagen del emisor.

Diferencias y características de la comunicación efectiva y no verbal

Ahora que conocemos los elementos que conforman la comunicación efectiva y la comunicación no verbal revisemos un breve apartado para entender sus similitudes y diferencias.

Comunicación efectiva

- Puede realizarse de distintos modos incluyendo la comunicación verbal y no verbal.
- Entre ellos, a partir de mensajes escritos o bien de exposiciones directas al cliente.
- La comunicación efectiva tiene como fin hacer que el mensaje llegue al receptor de la mejor manera posible.
- Evalúa las variables desde el punto de vista del emisor y receptor.
- Se basa en la claridad, empatía y escucha activa.
- Tiene como fin garantizar la asertividad del mensaje.

Comunicación no verbal

- No contempla el mensaje principal, pero se considera un vehículo para complementar dicho mensaje.
- Acompaña al mensaje verbal.
- Depende únicamente del emisor.
- Parte de elementos como lenguaje corporal, gestos faciales, posturas y distancia entre emisor y receptor.
- Su finalidad es facilitar el reconocimiento de elementos paralingüísticos que ayuden a la comprensión del mensaje final.

Después de revisar de manera general las características más importantes de la comunicación efectiva y no verbal, es tiempo de ver la forma en que operan estas dos visiones aplicadas en el proceso de venta en los negocios, como veremos en el siguiente capítulo.



Capítulo 2

Comunicación efectiva y no verbal en los negocios

Capítulo 2

Comunicación efectiva y no verbal en los negocios

Como hemos podido darnos cuenta, mantener una comunicación efectiva y no verbal aplicada al contexto de los negocios empresariales de una organización es una de las maneras más eficientes de garantizar el éxito de nuestra compañía.

Solo si garantizamos que la información que proporcionamos a nuestros clientes y miembros de equipos de trabajo sea clara, podremos encaminar cada paso de nuestra estrategia a un puerto seguro, con la certeza de que las acciones de nuestros planes se cumplirán como lo tenemos pensando.

Es por ello que en este capítulo abordaremos algunas características y consejos tanto de la comunicación efectiva como no verbal adaptada ahora en el proceso de venta y de comunicación con los colaboradores de equipos de trabajo.

«El arte de la comunicación es el lenguaje del liderazgo».

James Humes



Tipos de comunicación efectiva

Empecemos por identificar los tipos de comunicación efectiva que podemos encontrar en una organización, los cuales son:

1. Formal

Este tipo de comunicación se emplea para indicar instrucciones y órdenes directas de un modo profesional, pues obedece tanto los protocolos de cada empresa como su jerarquía para transmitir el mensaje entre los colaboradores de equipo.

2. Informal

Este estilo opera de manera contraria al tipo de comunicación efectiva anterior. En él, las personas se comunican sin la necesidad de protocolos o jerarquías, por lo que es una forma más libre de entablar una relación, ya sea entre los miembros de una organización o bien de cara al cliente.

3. Ascendente

En este sentido, es necesario que pensemos nuevamente en el organigrama de nuestra empresa. Con este tipo de comunicación los colaboradores del negocio transmiten información a los líderes de equipo, gerentes o cabezas de proyecto.

4. Descendente

Similar al tipo de comunicación efectiva formal, la comunicación efectiva descendente sirve para transmitir ideas de acuerdo con la estructura del organigrama. Por ello es importante saber cuál es la función de cada miembro del equipo para compartir un mensaje o una instrucción.

5. Horizontal

Finalmente, este tipo de comunicación efectiva se hace presente entre los colaboradores de equipo que tienen un mismo nivel en la jerarquía de la empresa. Sin este tipo de comunicación sería imposible compartir los datos e información necesaria para realizar una correcta toma de decisiones.

8 consejos indispensables para realizar la mejor comunicación

Es muy importante identificar las estrategias que emplearemos para mantener una buena relación con las otras personas. Esto se logrará únicamente mediante una emisión correcta y clara tanto de la comunicación efectiva como no verbal aplicada en los negocios, para la cual hemos preparado la siguiente lista de consejos.

1. Conoce a tu interlocutor

Debes tener un contexto mínimo sobre la persona con la que mantienes un vínculo comunicativo. Entre otros aspectos, tienes que conocer cuál es su lengua nativa, el país de procedencia, grado de estudios y posición en el organigrama, ya sea un colaborador de la empresa o un cliente. Esto te ayudará a crear una relación más respetuosa con la persona (o grupo de personas) con la que estés hablando.

2. Mantén una actitud positiva

En este sentido, procura mostrarte a tu interlocutor como una persona abierta y receptiva. Presta atención a lo que diga el ser humano con el que mantienes un proceso comunicativo. También debes mostrar una actitud empática, solo así podrás entender las necesidades que la otra persona tiene y, de este modo, ayudarle a solucionar sus problemas.

3. Escucha

El ser humano, pese a tener oídos, está acostumbrado a no escuchar. Es muy importante que desarrolles la capacidad de identificar lo que tu interlocutor siente y necesita a través de su mensaje verbal y lenguaje corporal. Aprender a escuchar es una de las habilidades básicas que garantizará el éxito de una comunicación efectiva con tus colegas o clientes.

4. Acércate a tu cliente

En este punto no hablamos en un sentido literal, sino que te recomendamos mantener una distancia adecuada con tu interlocutor, en la que además de generar la sensación de cercanía, evites atosigarlo. Este consejo también va en el sentido de que debes valorar el punto de vista de la persona con la que hablas, es decir, con la atención que merece al hablar contigo.

5. Evita los gestos innecesarios

Como hemos visto en el capítulo anterior, los gestos faciales son una parte fundamental de la comunicación no verbal. Por tanto, debes pensar que todo movimiento que realices con la cara o el cuerpo puede propiciar que tu interlocutor lo interprete de un modo diferente al que tienes planeado. Así que evita hacer gesticulaciones que puedan complicar la emisión de tu mensaje.

6. Recuerda que tenemos emociones

Piensa que una de las labores más importantes de la marca es generar una emoción en el cliente a partir de la función o necesidad que se cubre por medio del producto o servicio. Si un cliente expresa una emoción frente a ti demuestra afinidad con él, pues las emociones y sentimientos también forman parte del proceso de toma de decisiones.

7. Demuestra que escuchas al cliente

No basta con escuchar al cliente, también debes hacerle saber que tiene toda tu atención. Lo más sencillo en este caso es asentir ligeramente con la cabeza cuando expresa su opinión. Si el interlocutor sabe que lo estás escuchando realmente cambiará su trato contigo, pues una vez que él haya dicho lo que tenía en mente querrá saber tu opinión al respecto.

8. Recuerda el error de Otelo

«El error de Otelo» es una de las aportaciones más importantes de la teoría de las microexpresiones faciales y emociones básicas de Paul Ekman. Al igual que en la obra de teatro de donde surge el término, debes pensar que tienes el riesgo de cometer un juicio erróneo por la interpretación equivocada de un gesto. Algunas ocasiones, un movimiento corporal es solo eso, por lo que debes evitar emitir juicios fuera de lugar, sobre todo en un proceso de negociación con un cliente o cualquiera de los miembros del equipo con el que trabajas.

Para terminar, ya que hemos visto los elementos más importantes de la comunicación efectiva y no verbal, no queda otro camino que ponerlos en práctica. Así que no temas salir de tu cubículo u oficina y charlar con los otros miembros de la empresa donde laboras. Estudia con calma esta guía y verás cómo es más fácil crear un clima de confianza y comunicación asertiva con otros colaboradores de equipos y clientes.



Conclusión

Todo mensaje debe ser acompañado por una emisión que garantice la efectividad del mensaje en su totalidad. Para lograrlo se debe desmenuzar la forma en que la comunicación efectiva y la comunicación no verbal interfieren con la asertividad del mensaje que recibirá el cliente.

Únicamente de esta manera podremos dotar a nuestro mensaje de los elementos adecuados que tomará en consideración nuestro emisor. En este sentido, se debe cuidar y verificar que tanto la comunicación efectiva y no verbal sean las apropiadas, de la misma manera que estamos al pendiente de la correcta marcha de las partes de un vehículo, pues en ambos casos la más ligera falla puede comprometer su cabal funcionamiento.

Ya que conoces los pormenores para garantizar la eficiencia de tu mensaje, solo es necesario llevar a cabo los ajustes necesarios para que puedas impactar en tu interlocutor de la mejor manera posible. Tarea para la cual te deseamos la mejor de las suertes. ¡Éxito!