

## ¿Cómo identificar faltas de comunicación efectiva en mi entorno laboral?

1. Si hay confusión o interpretaciones incorrectas de instrucciones y mensajes, es una señal de fallas en la comunicación.

2. La aparición constante de conflictos entre equipos o individuos puede indicar problemas en la claridad y en la forma de transmitir información.

3. Cuando los miembros del equipo no están en la misma página respecto a metas y responsabilidades, es un indicio de que la comunicación no está siendo efectiva.



## 8 elementos de la comunicación afectiva

1. Claridad
2. Propiedad
3. Concisión
4. Feedback
5. Empatía
6. Escucha activa
7. Comunicación no verbal
8. Respeto

## Elementos de la comunicación efectiva

- **Claridad:** evita la ambigüedad.
- **Propiedad:** va de acuerdo con el nivel de formalidad.
- **Concisión:** usa el número óptimo de palabras.
- **Feedback:** permite el intercambio de ideas.

- ▶ **Empatía:** mantiene una actitud abierta y de interés en el interlocutor
- ▶ **Escucha activa:** presta atención a lo dicho por la otra persona.
- ▶ **Comunicación no verbal:** muestra un tono correcto con el cuerpo y los movimientos.
- ▶ **Respeto:** involucra la atención plena.



plena.

## 1. Claridad

Clarifica tanto tu pensamiento como tu expresión, así evitarás dar mensajes ambiguos. Puedes comenzar por utilizar [estos consejos que se enfocan en la psicología y en los comportamientos comunicativos](#):

- Si sueles hablar rápido, reduce la velocidad.
- Evita las referencias a situaciones o contextos culturales que no entienda tu interlocutor, como libros o series, sobre todo si lo conoces recientemente.
- Practica tu pronunciación y proyecta tu voz.

## 2. Propiedad

Selecciona tus palabras de forma escrupulosa, de acuerdo con el nivel de formalidad entre tus clientes y con los propósitos que tienes en mente. Además, cuida la **ortografía, la gramática, el contenido y el formato** si envías un mensaje por escrito.

## 3. Concisión

Ofrece únicamente la información relevante: la regla es que reduzcas al mínimo la cantidad de palabras, mientras no esté en peligro la claridad. Un mensaje conciso ahorra tiempo, atrae la [atención de tus clientes](#) y reduce el ruido. Primero asegúrate de que el material siga una secuencia lógica y coherente, y luego ve al grano.

## 4. Feedback

La comunicación es una calle de dos vías: necesita del emisor y del receptor para ser efectiva. Es un proceso complejo. En ocasiones, a pesar de todos los esfuerzos, la comunicación falla porque el receptor es incapaz de brindar retroalimentación o el emisor interpreta sus comentarios de forma incorrecta.

Asegúrate de no tergiversar lo que expresan tus clientes y **que tus mensajes sean tan claros que no haya lugar a dudas**. En la resolución de problemas, [23 % de los clientes](#) prefiere una atención personalizada y abierta.

## 5. Empatía

Usa frases tan sencillas como «entiendo lo que dices». Esto demuestra que tienes una actitud abierta y sintonizas con lo que tu compañero de conversación piensa y siente. Esto, a su vez, hará que sea más fácil crear empatía.

Así, aunque no siempre es posible, debes tener la disposición de **reconocer los sentimientos y anticipar las reacciones de tus interlocutores**.

## 6. Escucha activa

Saber escuchar es una de las mejores características de un comunicador efectivo. Haz un espacio en tu día para practicar la escucha activa. Esta involucra prestar mucha atención a lo que la persona dice y pregunta.

A veces puedes apoyarte en reafirmar lo que el emisor dijo, con una frase como: «Entonces, lo que quisiste decirme es que...». De esta manera podrás responder mejor.

## 7. Comunicación no verbal

Tu lenguaje corporal (como el contacto visual, el movimiento de tus manos y tu cuerpo) sustenta el mensaje que tratas de transmitir.

Procura tener una postura relajada y abierta con los brazos abiertos y las piernas relajadas, así como usar un tono amistoso. Esto te hará parecer accesible y alentará a tus clientes a hablar abiertamente contigo.

**Presta atención a las señales no verbales de los otros mientras hablas.** A menudo, estas transmiten cómo se siente realmente una persona. Por ejemplo, si no te mira a los ojos, es un indicador de que se siente incómoda o prefiere ocultar alguna información.

En realidad, el [93 % de la comunicación es no verbal](#); utilízala lo mejor posible.

## 8. Respeto

La persona se comprometerá más si la tratas con respeto. Una acción tan simple como llamarla por su nombre la hará sentirse apreciada. Si la comunicación es telefónica, concéntrate en la conversación y evita distraerte.

Cuando sea por correo, detente en construir y editar tu mensaje, y dirígete al receptor por su nombre.

## ¿Por qué diseñar un plan de **comunicación efectiva** empresarial?



### 1. Claridad de mensajes

Asegura que todos los empleados comprendan claramente los objetivos y expectativas de la empresa.



### 2. Mejora la coordinación

Facilita la colaboración y coordinación entre departamentos y equipos, reduciendo malentendidos y errores.



### 3. Fomenta la moral del equipo

Promueve un ambiente de trabajo positivo al mantener a todos informados y comprometidos con la visión y metas de la empresa.



### 4. Optimiza la resolución de conflictos

Establece canales claros para abordar y resolver conflictos de manera eficiente.



### 5. Aumenta la productividad

Permite una comunicación más fluida y eficiente, lo que contribuye a una mayor productividad y desempeño general.



## Tipos de comunicación efectiva

1. Formal
2. Informal
3. Ascendente
4. Descendente
5. Horizontal

## 1. Correos electrónicos empresariales

Los correos electrónicos son uno de los canales más utilizados dentro de una organización para transmitir información entre sus miembros. Por ello el uso de herramientas que permitan una buena redacción son fundamentales para llevar a cabo una comunicación efectiva, que contribuya a la productividad y el cumplimiento de los objetivos.

Los correos electrónicos bien hechos logran respuestas puntuales y concretas. Se trata de correos que han sido leídos varias veces antes de ser enviados, **tienen un objetivo concreto y contienen un mensaje importante** transmitido de manera eficaz.

## 2. Mensajes de texto publicitarios

Los [mensajes de texto en publicidad](#) son un ejemplo de comunicación efectiva que permite enviar datos relevantes a los clientes y algunas veces están acompañados de elementos visuales. La información que se les envía suele ser significativa, como descuentos y promociones; esto permite a las marcas **dar a conocer sus productos o servicios**, así como [aumentar las ventas](#).

## 3. Encuestas de atención al cliente

Las encuestas son un tipo de comunicación directa con la cual las marcas pueden recopilar comentarios de los clientes. El departamento de atención al cliente implementa estrategias de comunicación, ya sea para sus representantes online como telefónicos.

# Las 3 formas de la comunicación efectiva en las ventas

## 1. Escritura

Es un poderoso componente de la comunicación empresarial que abarca los correos electrónicos, las notas comerciales internas, las cartas formales, los tableros de anuncios, los carteles, los volantes, las presentaciones virtuales y más.

La escritura efectiva requiere una **cuidadosa selección de palabras** para enviar el mensaje de manera convincente y precisa. Es ideal para que des a conocer información técnica y guardes referencias para el futuro.

## 2. Lectura

En la actualidad, [la capacidad lectora se desarrolla, sobre todo, en las redes sociales](#) y en los mensajes instantáneos. Como un ejecutivo de ventas, debes practicar profundamente el arte de leer, en cuanto que buena parte de tu comunicación laboral debe estar por escrito, ya sea de forma interna o con tus clientes.

## 3. Escucha

Escuchar es quizás el tipo de comunicación empresarial más difícil de practicar, pues implica no solo oír lo que alguien está diciendo, sino también **comprender el contenido y atender otros aspectos como la comunicación no verbal**, que ya conoces.

La escucha efectiva es una herramienta ganadora dentro de las habilidades de un vendedor, ya que implica la capacidad de ponerse en el lugar de otra persona. Lleva esa actitud al máximo y lograrás comprender a tus clientes en todo lo que buscan.

# 5 consejos para mejorar tu comunicación efectiva y cerrar más ventas

Sabes que tus ventas no suelen cerrarse de forma mágica: [80 % de los tratos se logra tras 5 contactos con tu cliente](#). Haz que cada una de esas interacciones esté acompañada de una comunicación efectiva con estos consejos:

## 1. Entiende lo que no se está diciendo

Debes aprender a leer entre líneas para identificar el mensaje real de tus leads. Quizá alguien te dice: «No creo que esta solución sea adecuada para mí», cuando querría decir: «No dispongo del presupuesto necesario. Dame buenas razones para hablar con mis superiores».

**Formular las preguntas correctas en función de la situación puede hacer la diferencia.** Si seguimos con el ejemplo, tras recibir esa respuesta negativa, podrías decir: «¿Cuáles son los aspectos que quieres resolver urgentemente en tu vida diaria? Podemos crear una solución todavía mejor para ti».

## 2. Utiliza anécdotas y otros recursos

Los buenos comunicadores no son persuasivos por hablar retóricamente: son capaces de convencer a la gente porque dan **ejemplos específicos o anécdotas** que apoyan el punto que intentan transmitir. Como vendedor, puedes demostrar exactamente cómo el producto o función que ofreces ayudará a tu comprador.

Si puedes incluir una frase ocurrente, hazlo. Solo evita apoyarte únicamente en frases ingeniosas para cerrar un trato, pues lo más importante es tu cliente, sus necesidades y qué tan bien las satisface tu producto o servicio.

## 3. Muestra tu conocimiento especializado

Piensa en tus más grandes pasiones, además de vender. Sabemos que puedes hablar durante horas sobre tu entretenimiento favorito. Esa profundidad de tu conversación está dada por la cantidad y calidad del conocimiento que has acumulado.

De la misma manera, si vendes para una industria específica, debes conocer las inquietudes de su audiencia, sus comportamientos y sus patrones de compra. Si vendes para múltiples industrias, **conoce tu propuesta de valor y utiliza las referencias de los clientes como respaldo**. Muéstrate como el experto que eres.

---

## 4. Transmite certeza

Sabemos que en todo negocio hay cierto nivel de riesgo, pero transmitirlo de manera adecuada te ayudará a cerrar más ventas. Cuando les explicas a tus clientes algunas características valiosas como: «puede cancelar en cualquier momento» o «prueba antes de contratar a un año», les ayudas a saber que tienen el poder de decisión.

Revisa de principio a fin las políticas de tus productos para manifestar de manera positiva el riesgo y con base en información fidedigna.

## 5. Persiste sin importunar

Hay una línea muy delgada entre ser persistente e importunar. Llamar y enviar correos continuamente a tu cliente sin saber por qué no está respondiendo es contraproducente y probablemente se retirará.

Si no has recibido respuesta a un mensaje de seguimiento, intenta hacerlo con un enfoque diferente. En lugar de enviar el mismo correo a todos tus leads, **empieza otra vez con un nuevo encabezado y un llamado a la interacción más sencillo**. Una vez que comprometas a un lead en la conversación, traza un nuevo camino de seguimiento.