

Extraído de <http://www.sht.com.ar/archivo/personal/exprese.htm>

Expresar en forma objetiva ideas subjetivas

Por Diego Lo Destro

Muchas son las características que nos diferencian de los animales; la principal de éstas es la capacidad de verbalizar nuestras ideas o pensamientos.

La palabra "idea" proviene de la expresión griega *éidos*, que significa vista o representación de algo, imagen. Esto explica por qué las ideas por lo general se manifiestan en la mente en forma de imágenes, algunas concretas, otras abstractas. No solemos tener problemas con las primeras porque son claramente visibles en nuestra mente.

Por ejemplo, cierre los ojos y haga que aparezca en su mente la idea de gato. ¿Lo puede visualizar? Seguro que sí, pues es una imagen o idea concreta, y por eso es fácil de expresar.

Ahora traiga a su mente las ideas de amor, calidad o eficiencia. ¿Qué ve? ¿Verdad que le cuesta definirlo? Esto se debe a que son ideas abstractas, y las mismas se basan en sentimientos o experiencias subjetivas. Mis conceptos de amor, eficiencia o calidad quizás difieran de los suyos, sin que ninguno de los dos sea erróneo. Esto provoca que aun expresando las mismas palabras, parezca que hablamos idiomas distintos, pues manejamos conceptos diferentes.

El desafío está en lograr que usted entienda lo que yo entiendo por estos conceptos. Y de esto se trata este artículo, de cómo expresar claramente nuestras ideas para lograr una buena comunicación, ya sea en una presentación, en la exposición de un proyecto, en una conversación con un cliente, o sencillamente en nuestras relaciones interpersonales.

Aristóteles (384-322 AC), el famoso sofista y tutor de Alejandro Magno, dijo: El saber expresar una idea es tan importante como la idea misma. En otras palabras: ¿de qué vale tener una idea extraordinaria, magistral, sobre cómo mejorar las ventas en nuestra empresa, o cómo aumentar la productividad de los empleados, si no la sabemos expresar?

En el marco empresarial la exposición de ideas debe tener como objetivo primordial plantear el problema, pero al mismo tiempo proponer las soluciones del mismo, incluyendo pruebas convincentes que las avalen y el beneficio de su aplicación pertinente. Esto nos ubicará en el plano de las personas que resuelven problemas en vez de generarlos.

INTRODUCCIÓN

1. Planteo del problema

Utilizar un ejemplo concreto (estadísticas o encuestas)

Explicar claramente por qué el auditorio tiene que ver con la solución del mismo.

Ejemplo: El semestre pasado las ventas decrecieron en un 20 por ciento con respecto al mismo período del año anterior. La razón es que no hubo en la empresa la adecuada capacitación del personal y carecemos de buena atención al cliente.

DESARROLLO

2. Acciones

Describir la acción que sea más aplicativa al caso.

Ser conciso y claro. Utilice palabras como "Recomiendo", o "Sugiero".

Ejemplo: Recomiendo más capacitación por parte de la empresa. Y sugiero mejorar la atención al cliente brindándole una mejor calidad de servicio y cordialidad en el trato.

3. Beneficios

Exponer a la audiencia los beneficios que puede generar llevar a cabo esta acción.

Argumente con las pruebas pertinentes.

Ejemplo: Al tener más personal cualificado la empresa estará mejor preparada para negociar con clientes potenciales. Prueba de esto es que dos años atrás la empresa envió a tres de sus vendedores a un curso de negociación y los ingresos de éstos mejoraron en un 90 por ciento en los meses sucesivos, según las estadísticas. Además, mejorar la calidad de atención hará que los clientes que ya tiene no se vean tentados a comprarle a la competencia.

Prueba de esto es el caso de Juan Pérez, quien se destaca por su amabilidad y cordialidad, a lo que atribuimos el hecho de que lo prefieran a él antes que a otros vendedores.

CONCLUSION

4. Realizar resumen concluyente

Resaltar la relación entre la acción y el beneficio.

Ejemplo: De esta manera, si capacitamos adecuadamente al personal del área de ventas y mejoramos la atención, no sólo mantendremos a nuestros clientes actuales sino que incrementaremos las ventas, posiblemente hasta en un 90 por ciento.

Cuando aprendamos a expresar de forma objetiva nuestras ideas (subjetivas) lograremos unificar conceptos que por nuestra experiencia, crianza, o educación, difieren de los de otras personas. Evitaremos los malos entendidos y hablaremos, por así decirlo, un mismo idioma, persiguiendo y alcanzando un fin común.