

“CUANDO OPERAMOS EN AUTOMÁTICO, DEJAMOS AL AZAR LA MANERA DE VINCULARNOS CON LOS OTROS”.

Andrea Churba

Comunicación estratégica

» La comunicación es tan natural para los seres humanos, tan obvia, que muchas veces la pasamos por alto. Partimos de suponer que, por el mero hecho de compartir el mismo idioma, nos entendemos. Parece sencillo. Sin embargo, la comunicación va mucho más allá de transmitir un mensaje y hacer circular información. Es la trama compleja que sostiene las relaciones y articula los procesos, y lo que define la identidad y el clima de una organización. Se suele incluir la comunicación dentro de las habilidades “blandas”. En la cultura de las organizaciones, y en la cabeza de los líderes, todavía hay una inercia que privilegia las habilidades técnicas por sobre las competencias de relación con el otro. Esto está empezando a cambiar. Poco a poco, vamos asimilando un nuevo paradigma que nos permite comprender su rol estratégico y se define sobre estas dos cuestiones.

NUEVO PARADIGMA

» **Lo soft es hard.** Esto me decía el CEO de una empresa a la que acompañamos hace un tiempo. Refleja muy bien el cambio paradigmático. Nadie duda de que las habilidades “duras” son muy importantes para idear, planificar, controlar y concluir un proyecto. Sin embargo, este *know-how* no es suficiente si no hay comunicación de calidad. ¿Cuánto tiempo dedicamos a pensar cómo, dónde y cuándo es más productivo comunicar? No siempre tenemos en cuenta quién es el otro y cuál es la mejor manera de llegar a él, de convertirlo en un aliado. No registramos lo importante que es planificar estratégicamente cómo vamos a generar sinergia con los demás, cómo los vamos a motivar para que nos acompañen. Cómo los vamos a ayudar a liberar su talento para que puedan aportar más valor al conjunto.

» **Mi interlocutor no necesita lo mismo que yo necesito.** No debemos partir de la base de que el otro piensa como yo, que le da prioridad y relevancia a las mismas cosas que son importantes para mí. Muchas veces, construimos una expectativa falsa de lo que el otro puede o no puede hacer, de lo que sabe o no, lo que entiende o no. No solemos ver al otro como es sino desde nuestros prejuicios. La comunicación basada en la empatía apunta a fidelizar los vínculos más allá de la necesidad puntual del presente. Para eso no hay magia. Hay que ir más allá de lo obvio, interesarse, relevar, preguntar, conocer sus necesidades. De esta forma, el estilo diferente del otro me enriquece y me da nuevos aprendizajes, permite flexibilizar el estilo que uso habitualmente.

Llévalo a la práctica

- » Preguntate si el otro realmente capta la información que le estás presentando, si puede decodificarla tal y como vos se la presentás o si necesitás adaptarla.
- » Delineá mentalmente el perfil de tu interlocutor: qué sabés de él, cuáles son sus necesidades, sus objetivos, qué prioriza.
- » Escuchá, mirá primero, y luego habla. Adaptá tu estilo a la forma de escuchar, entender, interesarse del otro
- » Una vez que hayas obtenido esta información, preguntate: ¿cuál es la mejor manera de hacerlo subir al barco? Un ejemplo de esto es que hay personas enfocadas en los resultados numéricos: a ellas deberás hablarles en estadísticas, metas cuantificables. Otras, en cambio, disfrutarán saber de procesos, el cómo arribaremos a los resultados. A ellas, invitalas a entender el desarrollo. ●

MINIBÍO. Andrea Churba es creadora del modelo Business Therapy y autora del libro del mismo nombre. Junto con su equipo, asesora a organizaciones, empresas e individuos en sus procesos de desarrollo y cambio. Es madre de Tomás (20) y Milena (16).

Seguila en FB:
BTbusinessstherapy
Escribible a
correoelectoras@revistaohlala.com