

¿CUÁNDO ES REALMENTE BUENA LA COMUNICACIÓN?

Por qué hay que experimentarla en lugar de limitarse a hablar de ella

Bärbel Kowalski, ING Alemania ● ● Mi trabajo consiste en formar a nuevos colaboradores en el área de financiación de la construcción en ING Alemania. En un curso de formación de varias semanas, les enseño a utilizar todos los sistemas necesarios, así como las habilidades técnicas y de comunicación necesarias. Los grupos de formación son diferentes cada vez tanto en edades (entre 19 y 60 años) y como en la experiencia profesional (desde aprendices hasta personas con muchos años de experiencia profesional).



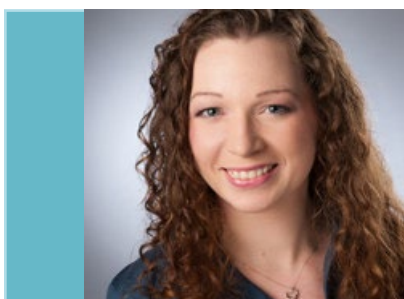
Herramienta: RealityCheck 1® y El Arte de la Comunicación

VISIÓN GENERAL

El reto es motivar a los colaboradores durante todo el periodo de hasta nueve semanas, no abrumarlos con conocimientos y lograr que cada uno de los tres temas sea tan interesante y variado que resulte fácil de recordar y comprender.

El área de “comunicación”, en particular, se quedó algo atrás. ¿Qué puedo hacer al respecto? Para los temas de comunicación, decidí desde el principio utilizar el aprendizaje experimental. Sin embargo, este método de formación es poco usual en el entorno bancario, y menos aún en una formación especializada. Por lo tanto, es importante para mí introducir a los participantes en este método paso a paso para lograr la mayor disposición posible a participar y también para lograr el mayor efecto posible.

Como acompañó a los participantes durante varias semanas en cada formación, puedo ir construyendo poco a poco el aprendizaje orientado hacia experiencias. Así que después de algún tiempo también puedo utilizar una herramienta que implica un alto umbral de inhibición para la participación pero que ofrece un gran efecto de aprendizaje para el grupo: El Arte de Comunicación evento. Aporte, integración y colocación de los equipos y materiales para graphic recording.



Bärbel Kowalski: Entrenadora de aprendizaje experiencial, Academia Metalog. Trabaja como formadora. Sus principales áreas de experiencia incluyen la formación en ventas y comunicación, la creación de equipos y la formación especializada en el tema de la financiación de la construcción. Se basa en métodos prácticos y orientados a objetivos que hacen avanzar a los participantes. Su lema: “Sólo cuando uno está en llamas puede animar a los demás”.

TEMA: Buena comunicación con el cliente en temas complejos

Hablar con los clientes sobre temas complejos, como el financiamiento de construcción, plantea varios retos: ¿Cómo se pueden explicar los temas de forma sencilla y comprensible?

¿Qué determina lo que es sencillo y comprensible? ¿Mis clientes y yo hablamos realmente de lo mismo o queremos decir cosas diferentes con las mismas palabras? Estas y otras cuestiones pueden hacerse tangibles con las herramientas **RealityCheck** y **El Arte de Comunicación**. Los participantes se ponen en el mismo papel que los clientes, como en una inversión de roles: necesitan explicaciones comprensibles y apoyo para alcanzar su objetivo.

Ambas herramientas ofrecen la oportunidad de experimentar lo que ocurre cuando la comunicación está orientada a objetivos, y lo que ocurre cuando no lo está: un buen punto de partida para averiguar qué hace que la comunicación sea realmente buena.

REALITY CHECK

A. Preparación

Dependiendo del número de personas y de la experiencia previa, elijo las fotos adecuadas del juego de tarjetas. Siempre elijo al menos dos tarjetas con imágenes que sólo pueden distinguirse realmente mediante una descripción precisa. De este modo, la conexión entre las imágenes queda clara, pero también se aborda la necesidad de una descripción precisa. Además, me gusta utilizar la imagen con el primer plano de la cola del camaleón, porque generalmente causa asombro y el participante tiene que entender primero cómo encaja en el concepto general. Por lo demás, se necesita una sala suficientemente grande para que los participantes puedan formarse en diferentes órdenes con cierta libertad de movimiento para encontrar soluciones.



B. Aplicación

Me gusta presentar el RealityCheck con las siguientes palabras: “A cada uno de ustedes haré entrega de una tarjeta con una foto. Las tarjetas van juntas y forman un conjunto. Ustedes deberán descubrir cómo se relacionan. Tienen una secuencia, un orden; encajan. La tarea consiste en encontrar el orden correcto de las tarjetas con imágenes y alinearlas en consecuencia. Cuando crean que han encontrado el orden correcto, háganmelo saber.

Sin embargo, hay que tener en cuenta algunas cosas, porque su tarea en el trabajo consiste en asesorar a los clientes:

- Hablamos con nuestros clientes principalmente por teléfono, lo que significa que no se les puede mostrar nada. Así que no le enseñen su foto a nadie.
- Sus clientes sólo pueden describir lo que opinan en una conversación, lo que significa que ustedes no miran la foto de otra persona.

Por lo tanto, guarden sus fotos para que sólo ustedes puedan verlas.

No se permiten ayudas. ¿Hay alguna pregunta sobre la tarea?”

Al mismo tiempo, abro un rotafolio hoja por hoja en el que se resumen la tarea y las normas.

Introduzco a los participantes en los ejercicios de forma muy pragmática, pero mantengo una deliberada vaguedad en cuanto a la relación entre las tarjetas. De este modo, no se excluye ninguna posibilidad y se anima al grupo a pensar en cualquier dirección. Ya durante la puesta en escena creo una conexión con su trabajo, ya que el grupo se va a introducir en el aprendizaje experimental y los participantes comprenden directamente el sentido del ejercicio, lo que aumenta su disposición a participar.

C. Curso

Durante el RealityCheck, los participantes suelen empezar a conversar entre sí o se forman pequeños “subgrupos”.

Se intercambian muchas ideas sobre cómo podrían conectarse las tarjetas. Observo atentamente y tomo nota de las declaraciones relevantes. Si un grupo necesita apoyo, a veces me limito a señalar lo que ya ha dicho un participante y que el grupo debería seguir. Esta indicación suele ser suficiente y muy eficaz. Además, esta referencia a lo dicho se puede retomar muy bien en la reflexión.

Transferencia al Mundo Real (Isomorfismo)

Elementos del proyecto de aprendizaje	Elementos en el mundo real
Tarjetas con imágenes	Información que se tiene para el cliente
No se pueden mostrar	Conversación telefónica con el cliente
El orden correcto	La explicación perfecta para el cliente

Reflexión

Primero recojo las primeras impresiones y emociones de los participantes. Me gusta empezar la reflexión con la pregunta “¿Qué has experimentado? Esta pregunta es tan amplia que cada uno puede decir lo que quiera al principio:

- La mitad de las veces no sabía de qué estaban hablando... Mi imagen no encajaba en absoluto...
- Pensé que las imágenes contaban una historia, una secuencia cronológica que debíamos descubrir.
- La solución la dio alguien al principio, pero por alguna razón no la continuamos.

Una vez reunidas las primeras emociones, estamos “listos para trabajar”. Ahora la atención se centra en lo que ha ido bien - es decir, lo que hay que seguir desarrollando- y en lo que no ha ido bien. Aquí buscamos juntos alternativas, lo que podemos hacer de forma diferente en el futuro. Así, al final de la reflexión tenemos una lista de mejoras para el futuro que podemos revisar en cualquier momento.

● ● METALOG®Tools: Reality Check I + II

Para tener éxito como grupo, es necesario comunicar su forma de ver las cosas, escuchar a los demás y coordinar entre sí. Así emerge una fascinante historia “multiniveles”, toda una montaña rusa a través de diferentes realidades.

Este inteligente proyecto de aprendizaje es ideal para iniciar procesos de grupo, o como un energizante para cualquier ocasión

CÓDIGO 1542

Contenido

16 tarjetas circulares de cartulina e instrucciones detalladas. *(I y II) 32 tarjetas ambos el I y II
Dimensiones I y II: 31 x 35.5 x 3 cm.

Peso total I y II: 1kg.

Dimensiones I y II: 31 x 35.5 x 3 cm Peso total I + II: 2 kg



ARTE DE LA COMUNICACIÓN

Antes de utilizar esta herramienta, ya he profundizado en el tema de la comunicación con el grupo. A través del RealityCheck, pudimos adquirir una primera experiencia práctica con la comunicación orientada a objetivos y nos adentramos en diferentes modelos de comunicación (modelo emisor-receptor, modelo de 4 orejas, y otros.).



A. Preparación

También controlo el nivel de dificultad en El Arte de Comunicación. Pienso cuidadosamente de antemano qué formas son las más adecuadas para el grupo. Para los grupos con mucha experiencia, me gusta utilizar formas muy parecidas y que sólo se pueden distinguir si se describen con precisión. Dependiendo del número de personas, algunos participantes reciben no una sino dos partes.

Si es posible, siempre dirijo El Arte de Comunicación en un círculo de sillas sin mesas. Así, todos los participantes pueden identificar fácilmente la dirección de la que procede una voz. Y como no hay una mesa, nadie se hace a la idea de dejar la forma y “abandonar” el ejercicio.

B. Aplicación

“Ya les dije que tendríamos más “comunicación para tocar y experimentar”, y este es el caso ahora. En el sentido más estricto de la palabra: cada uno de ustedes está a punto de tener un molde de plástico en la mano; todas estas piezas pertenecen a un conjunto completo. Pero me tomé la libertad de sacar dos piezas del conjunto y ponerlas en la bolsa. Ustedes tienen la tarea de averiguar juntos cuáles formas he sacado y de qué color son.

Pero como ya tienen cierta práctica en la comunicación y las adivinanzas, hay algunas reglas que deben seguir:

- No pueden ver a su cliente, así que tampoco se verán entre ustedes. Cierren los ojos.
- No elegimos a nuestros clientes, pero somos su contacto personal. Por eso todos conservan sus formas, ninguna se pasa ni se intercambia.
- No se permiten ayudas
- Tengo una pista para ayudarles a resolver la adivinanza: el número de formas multiplicado por el número de colores del conjunto es igual a XXI.

Además, les puedo ofrecer otra cosa: a mí en lo personal me resulta difícil mantener los ojos cerrados durante mucho tiempo cuando estoy concentrada. Me gusta usar una venda en esos momentos. Si les pasa lo mismo, aquí tengo algunos que pueden usar. **¿Tienen alguna pregunta sobre su tarea?**

De nuevo, hoja por hoja, despliego un rotafolio con las reglas y la tarea. Siempre aclaro las dudas antes de entregar los formularios. Así no entro en la incomodidad de que alguien quiera volver a abrir los ojos.

Siempre espero que alguien haga la pregunta: **“Si no podemos ver nada, ¿cómo sabremos de qué color somos?”**. Si esta pregunta no llega antes de que todos cierren sus ojos y cojan sus piezas, lo dejo así, y los participantes se dan cuenta por sí mismos, que se han olvidado de hablar de este detalle.

Durante el ejercicio, sólo digo los colores de las piezas cuando uno de los participantes levanta una en el aire. Si hay más de una persona sosteniendo una pieza en el aire al mismo tiempo, digo los colores en cualquier orden; si esta situación se da con más frecuencia, uso un orden diferente cada vez. De este modo, los participantes tienen que ponerse de acuerdo sobre quién hace qué y cuándo, y también darse tiempo para actuar. Especialmente cuando un o una participante tiene dos piezas, se vuelve emocionante, porque sólo yo y la persona respectiva sabemos que se han asignado dos piezas a la misma persona. El resto del grupo sólo puede saberlo si alguien lo dice en voz alta. Así que el hecho de “meterse en la palabra” está preprogramado.

Tanto en RealityCheck como en El Arte de la Comunicación, siempre se aplica una regla:

“Intervenir lo menos posible; sólo intervenir realmente si el éxito del aprendizaje está en peligro”. Mi método preferido es preguntar al grupo si quiere que le ayude. Sin embargo, si un grupo está muy cargado emocionalmente, no pregunto primero, sino que intervengo directamente para ayudar. Intento “orientarles” en la dirección correcta y no darles una solución de inmediato. Aunque necesiten apoyo, deben dominar el ejercicio por sí mismos.

En El Arte de la Comunicación, por ejemplo, pido a un participante que describa de nuevo su pieza: y una exclamación de “¡Ah!” en el momento adecuado llama la atención del grupo por ejemplo sobre un detalle que se había pasado por alto.

Se observa que algunos grupos comienzan con un plan sobre cómo proceder con el El Arte de la Comunicación, pero luego no lo siguen, sino que van cambiando el plan. Cualquiera de sus planes funcionaría si realmente lo siguieran - una pista para ceñirse a un plan también suele ayudar a resolver la tarea.

Transferencia al Mundo Real (Isomorfismo)

Elementos del proyecto de aprendizaje	Elementos en el mundo real
Las piezas en las manos de los participantes	la información que explican a los clientes
Las piezas que faltan	la solución perfecta para los clientes
La “ceguera” de los participantes	Los clientes (sin conocimiento previo) Simulación de la conversación telefónica

Reflexión

Primero recojo las primeras impresiones y emociones de los participantes. Me gusta empezar la reflexión con la pregunta “¿Qué has experimentado? Esta pregunta es tan amplia que cada uno puede decir lo que quiera al principio:

- La mitad de las veces no sabía de qué estaban hablando... Mi imagen no encajaba en absoluto...
- Pensé que las imágenes contaban una historia, una secuencia cronológica que debíamos descubrir.
- La solución la dio alguien al principio, pero por alguna razón no la continuamos.

Una vez reunidas las primeras emociones, estamos “listos para trabajar”. Ahora la atención se centra en lo que ha ido bien - *es decir, lo que hay que seguir desarrollando*- y en lo que no ha ido bien. Aquí buscamos juntos alternativas, lo que podemos hacer de forma diferente en el futuro. Así, al final de la reflexión tenemos una lista de mejoras para el futuro que podemos revisar en cualquier momento.

● ● METALOG®Tools: Arte de la comunicación

30 tarjetas. 6 formas. 5 colores. 1 sistema lógico. Sin problemas. Esta actividad es sumamente difícil; la clave del éxito reside en la comunicación explícita, la escucha activa y el pensamiento estratégico. ¡El Arte de la Comunicación es una verdadera caja de Pandora para los profesionales de la comunicación!

CÓDIGO 1505

Contenido

30 tarjetas de plástico, 16 vendas, e instrucciones detalladas.

Dimensiones: (sin incluir las vendas): 35 x 26 x 27 cm.

Peso: 2 kg en caja de madera, con tapa deslizante.

