

PROGRAMA AVANZADO DE COMUNICACIÓN Y LIDERAZGO

DISCURSOS DE LA ADMINISTRACION

Un Programa de Toastmasters Internacional



TRADUCCIÓN: Luis Gabriel Rodríguez, CTM, CL

Tabla de Contenido

Como usar este programa	4
Introducción	5
1.La Sesión Informativa	6
2. El Discurso Técnico	10
3. Administra y Motiva	14
4. El Reporte de Estatus	18
5. Confrontación: La relación de Adversarios	21
Apéndice	24
El Humor en los Discursos de la Administración	25
Record de asignaciones	26

Como Usar Este Programa

Cada uno de los programas avanzados en esta serie supone que ya conoces lo básico del discurso -organización, voz, ademanes, etc. -pero no necesariamente que tus habilidades estén plenamente desarrolladas. Consulta tu manual básico si necesitas hacer un repaso sobre alguno de los principios del discurso.

Estos manuales avanzados están diseñados alrededor de cuatro principios:

Los proyectos aumentan en dificultad dentro de cada manual, empezando con una vista general del tema y luego haciéndose más especializado en la medida en que vas avanzando.

Cada proyecto incorpora lo que haz aprendido de los anteriores, y se supone que usarás estas técnicas ya sea que estén o no específicamente referidas.

Los proyectos suministran más información de la que realmente necesitas para completar cada tarea en particular. Esto te dará ideas para iniciar en pláticas futuras.

Recuerda, la preparación del discurso y su presentación es lo que enseña y no solamente leer el proyecto del manual.

Asegúrate de...

Leer por lo menos dos veces cada proyecto para tener una comprensión plena.

Hacer tus propias notas al margen conforme vas realizando tu lectura.

Subrayar pasajes claves.

Repetir los proyectos, si es necesario, hasta que estés satisfecho porque ya domines el tema.

Solicita una discusión de evaluación o un panel cuando lo desees, especialmente si pocos de tus compañeros de Club han completado el manual básico.

Acredita hasta un discurso por manual dado fuera del Club Toastmaster si: 1) tu vicepresidente educativo está previamente de acuerdo; 2) un evaluador de Toastmasters está presente y completa el proyecto escrito de evaluación, y 3) si has cumplido con todos los objetivos del proyecto.

Haz que tú vicepresidente educativo firme el Record de Asignaciones de este manual después de haber completado cada proyecto.

Solicita el reconocimiento de Toastmaster Avanzado Bronce Toastmaster Avanzado Plata y Toastmaster Avanzado Oro cuando hallas completado los manuales apropiados y hayas cumplido con los demás requisitos que se encuentran enlistados al final de este manual.

Introducción

Tu éxito como un administrador depende grandemente de tu habilidad para comunicarte efectivamente en una variedad de situaciones de hablar. A los administradores de hoy se les pide frecuentemente que den discursos formales en asuntos comunes relacionados con su área de experiencia y manejar confrontaciones con el público de la organización en la que trabaja.

También enfrentan el reto de desarrollar relaciones de trabajo positivas y productivas con los empleados, quienes, en muchos casos están más dedicados a cumplir con sus necesidades personales que a los objetivos de la organización.

Después de que hayas completado los proyectos de este manual, tendrás las habilidades –y la confianza- para cumplir con todas estas demandas.

Serás capaz de ganar la atención y respeto de los accionistas, empleados, vendedores, oficiales de gobierno colegas profesionales y cualquier otro grupo que dirijas en tu rol como líder. Estos grupos demandarán información completa y honesta. Si tu les ofreces cualquier cosa menos, estarás en riesgo de perder tu credibilidad y autoridad.

La falta de comunicación oral efectiva al nivel de administración es una fuente principal de problemas en los negocios y organizaciones actualmente. Los administradores determinan la naturaleza de la comunicación hablada en sus organizaciones. Si hay un rompimiento de la comunicación en la Gerencia, se filtra a todos los niveles de la operación, creando brechas y malentendidos que pueden generar serios problemas de productividad.

El administrador efectivo reconoce que su mayor responsabilidad incluye la promoción de comunicación efectiva a todos los niveles de la organización. Los líderes de un negocio u organización también deben aceptar su responsabilidad para proyectar una imagen positiva cuando realizan presentaciones en grupos externos.

Los proyectos en este manual están diseñados para ayudarte a cumplir con estas responsabilidades. Ellos te llevarán a través de experiencias de aprendizaje en cinco principales áreas de comunicación hablada. Aprenderás como hacer tus presentaciones emocionantes y efectivas. También tendrás la oportunidad de plasmar tus propias experiencias personales en los negocios, industria o campo de investigación de tu carrera del que quieras aprender más. Cuando hayas terminado, tendrás las herramientas básicas para un liderazgo efectivo. Lo más importante, tendrás el poder para motivar e influir en otros que pueden ayudarte y tu organización alcanzará el nivel de éxito más alto posible.

1

La Sesión Informativa

Objetivos

Aplicar los pasos clave en la preparación de una sesión informativa y en la organización de material.

Dar una sesión informativa de acuerdo a un objetivo específico de manera que la audiencia entienda la información.

Manejo efectivo de una sesión de preguntas y respuestas después de la sesión informativa.

TIEMPO: de ocho a diez minutos para el discurso. Cinco minutos para el periodo de preguntas.

Una sesión informativa es la preparación y presentación de información crítica para el propósito de explicar, instruir, persuadir o reportar. La meta de una sesión informativa es la comunicación efectiva expresando tus procedimientos, conceptos, ideas e información de una manera que cumpla tus objetivos. Este proyecto te da la oportunidad de practicar dando una sesión informativa, elaborándola con información de tu propio trabajo o campo profesional. En cuanto te conviertas en un experto en sesiones informativas, frecuentemente serás llamado a manejar esta función para conferencias, reuniones de staff, consejo y comités. Es a través de tu visibilidad en dar presentaciones efectivas que avanzarás.

Establece tu objetivo.

El primer paso en preparar es preguntarte a ti mismo, ¿Cuál es el propósito de esta sesión informativa? Antes de empezar, debes tener un objetivo claramente definido. Por ejemplo, ¿estás buscando impartir información, para ganar aceptación de un plan, para promover una acción específica, para promover, entender o entrenar a un grupo? Determina cual es tu objetivo, entonces escríbelo. Sé tan específico como sea posible. Este establecimiento te proporcionará el enfoque a través del proceso de la sesión informativa. Aquí tienes cuatro ejemplo de objetivos de una sesión informativa:

Administrador de personal- Proporcionar un vistazo de la historia de la compañía, organización y productos que los nuevos empleados puedan entender y relacionados con las metas y filosofía de la compañía y ver como ellos pueden estar en la película en términos de su contribución y responsabilidad.

Gerente de división de una gran planta de manufactura, para explicar las funciones de soporte de otra división en un proyecto en particular.

Ingeniero de Administración Industrial, para informar a los técnicos de línea a relevar su ansiedad por la posible reducción de producción.

Agente de bienes raíces o gerente de ventas de seguros, para informar a su fuerza de ventas de una tendencia económica en particular que influirá en las ventas futuras. El objetivo podría ser establecer las bases para una nueva estrategia o propuesta de Mercadotecnia.

Estableciendo el objetivo evitarás desperdiciar tiempo y esfuerzo y serás capaz de estrechar el enfoque de la información.

Planea tu sesión informativa.

Si ya estás familiarizado con la audiencia de empleados específica para la administración a los cuales está dirigida tu información, conocerás el nivel de interés y entendimiento relacionado a tu material, así que puedes planear, preparar y dirigir tu presentación hacia el objetivo deseado. La complejidad y enfoque de tu presentación dependerá de la naturaleza y conocimiento técnico de esa audiencia.

Selecciona tu material.

El material que incluyas deberá relacionarse directamente con el propósito de la sesión informativa. Cuando evalúes la información, revisa tu objetivo. Usa los siguientes lineamientos:

¿Debe ser presentada la materia totalmente o solo una parte o partes de ella? ¿Qué información puede ser eliminada?

¿Hay oposición a tus ideas? ¿Debes discutir las? ¿Qué detalles deben ser incluidos?

¿Qué información puede ser cubierta durante una sesión de preguntas y respuestas, después de la presentación?

Organiza tu material.

Como en cualquier otra plática, tu presentación debe incluir una apertura, cuerpo y conclusión. Dentro de este formato, establecerás la idea, desarrollar la idea y restablecer la idea.

Apertura: Tus primeras tareas son establecer el propósito de la sesión informativa y poner a tus oyente en un marco de mente abierta. Soporta lo que estás diciendo con una completa información de los antecedentes, entonces sigue con un vistazo de resultados significativos, conclusiones y/o recomendaciones como sea apropiado.

Haz una breve introducción.

Cuerpo: Usa sólo el mínimo de información para transferir las ideas principales. Podrías explicar fuentes, métodos, y criterios para emitir juicios y terminar con un establecimiento de hallazgos significativos. Asegúrate de repetir cualquier concepto que quieres que la audiencia recuerde.

Conclusión: Encapsula lo que quieres que la audiencia se lleve. Esto significa soluciones relativas o conclusiones y llegar a acuerdos. Los tres elementos de una conclusión efectiva son:

1. Un resumen de las ideas principales.
2. Una revisión del propósito de la sesión informativa
3. Un llamado a la acción.

Manejando preguntas y respuestas.

Después de la presentación, la sesión de preguntas y respuestas te da una oportunidad de reforzar tu mensaje mediante la elaboración de los puntos principales y obtener retroalimentación invaluable de la audiencia.

Es importante que la sesión de preguntas y respuestas sea planeada. Antes de hacer tu presentación, haz los arregla los detalles del manejo de la sesión de preguntas y respuestas con el Toastmaster de la sesión. Cuando te presenten, el debe establecer claramente que la sesión de preguntas y respuestas seguirá a tu plática.

Si estás colocado en la posición de hacer el anuncio tu mismo, lo debes manejar de la siguiente manera:

“Quiero que todos ustedes sepan que al finalizar mi presentación seguirá una sesión de preguntas y respuestas. Yo estaré decepcionado si no tienen alguna pregunta para mí, por favor tomen nota mientras estoy exponiendo.

Antes de que inicies tu presentación, asegúrate de conocer al Toastmaster de sesión y agrádecele por anunciar la sesión de preguntas y respuestas y refuerza la sugerencia que la audiencia debe estar preparada con preguntas y comentarios.

La transición entre la presentación y la sesión de preguntas y respuestas debe ser hecha suavemente y sin demora. Después de concluir la plática, reconoce el aplauso, entonces cede la tribuna al Toastmaster de la sesión para abrir la sesión de preguntas y respuestas. Si eliges abrir la sesión de preguntas y respuestas tu mismo, dile a la audiencia que las preguntas deben ser de interés para todo el grupo y animar a alguien a iniciar. Podrías hacer un arreglo por anticipado para que alguien haga la primer pregunta. Una sesión de preguntas y respuestas exitosa necesita de alguien que rompa el hielo.

Anticípate a todo tipo de preguntas que creas que pudieran hacer. La mayoría de las preguntas que surgen durante la sesión son fáciles de manejar, ya que tu conoces tu tema. Pero un miembro de tu audiencia podría pegarte con una pregunta compleja que rete tu intelecto, tacto y habilidades de persuasión. Prepárate.

Reconoce al cuestionador. Usa sus nombres cuando sea posible. Repite la pregunta para que la escuche toda la audiencia, simplificándola si es necesario.

Preguntas cargadas. La pregunta cargada es la que está basada en falsas premisas o supuestos. Podrá resultar de la ignorancia, o el cuestionador puede estar hostigándote. Por ejemplo, después de presentar un cambio en la estructura de una compañía, podrías ser retado con “Si este es tu propósito de ir contra lo tradicional y reorganizar este departamento, porqué no aplicas tu programa a los departamentos X, Y y Z también.

Primero, puntualiza firme y agradablemente que no vas contra lo tradicional. Repite los beneficios del cambio, explicando como incrementará efectivamente las ganancias y la productividad.

Divide las preguntas complejas. Si un cuestionador incluye dos o más puntos, ayuda a tus oyentes y a ti mismo dividiendo sus componentes en partes. Entonces contesta cada parte como una pregunta separada.

Desvía las preguntas irrelevantes. Si una pregunta hecha está claramente fuera de lugar, y no tiene nada que ver con el tema, o es un ataque personal exagerado declina a responder. (puedes obtener más ayuda viendo el Proyecto 5, el párrafo, Manejando preguntas y respuestas.

Tu discurso de proyecto.

Preparación, ensayo y entrega de una sesión informativa de 8 a 10 minutos que puedes dar a tus empleados o asociados. Si es un club de la comunidad, explica por adelantado o que el Toastmaster de la sesión explique la situación y el tipo de negocios involucrados, así la audiencia sabrá que parte va a jugar y que representas.

Bosqueja sobre situaciones actuales, información y material de tu trabajo o campo profesional en el cual tienes un fuerte interés y has investigado ampliamente.

Sigue los cinco pasos para dar una sesión informativa:

1. Establece tu objetivo
2. Planea la sesión informativa
3. Selecciona tu material.
4. Organiza tu material
5. Haz la presentación

Podrías desear usar ayudas visuales para ampliar la información claramente y concisa y proporcionar los resultados mas efectivos. Concéntrate en una organización clara y transiciones adecuadas para mantener a tu audiencia contigo. Asegúrate de hacer una fuerte apertura y fuerte conclusión. Tu apertura debe despertar el interés, orientar a la audiencia a lo que va a ser cubierto y dirigir su atención a tu principal propósito. Algunos métodos efectivos están presentes en un incidente, historia o parábola o abrir con una pregunta retórica (Una que no quieres que la audiencia conteste).

Antes de tu presentación de 8 a 10 minutos, arregla con el Toastmaster de la sesión establecer el periodo de preguntas y respuestas de 5 minutos después de la plática.

Guía de Evaluación para “La Sesión Informativa”

TITULO _____ EVALUADOR _____ FECHA _____

Nota al Evaluador: El propósito de esta presentación fue para el orador, como un administrador, dar una sesión informativa de 8 a 10 minutos a empleados o asociados para explicar, instruir, persuadir o reportar. La meta de la sesión informativa fue la comunicación efectiva de procedimientos, conceptos, ideas e información para complementar objetivos específicos. El orador puede usar ayudas visuales para ampliar la información. Una sesión de preguntas y respuestas de cinco minutos sigue a la presentación. En adición a tu evaluación oral, responde por escrito a las siguientes preguntas.

¿El orador estableció el propósito de la sesión informativa y puso a la audiencia en un marco de mente receptiva?

¿Durante la introducción, el orador proporcionó suficiente información de antecedentes? ¿Fue claro el objetivo? ¿Estableció el objetivo?

¿En el cuerpo del discurso, que métodos usó el orador para explicar las fuentes, métodos y criterios para transferir las ideas principales?

¿En la conclusión, el orador encapsula lo que la audiencia debería recordar?

¿Resumió las ideas principales? ¿Fueron resumidas durante la sesión? ¿Cuántas veces fueron mencionadas?

¿Revisó el orador el propósito de la sesión e hizo un llamado para la acción?

¿Usó efectivamente el orador las ayudas visuales? Si no fueron efectivas, explique porque y sugiera como deberían haber sido (no es requerido el uso de ayudas)

¿Manejó efectivamente el orador la sesión de preguntas y respuestas?

Objetivos

Convertir un documento técnico o material e información técnica en un discurso técnico.

Organizar un discurso técnico de acuerdo al enfoque de la pirámide invertida.

Escribir un discurso técnico como un lenguaje hablado, no como un artículo.

Dar el discurso efectivamente con lectura en voz alta.

TIEMPO de Ocho a Diez minutos

Las dos consideraciones más importantes en un discurso técnico son su organización y su lectura. Bajo la mayoría de las circunstancias la lectura de un discurso no es tan efectiva como una presentación extemporánea. Sin embargo, cuando se presente un documento técnico, no solo es deseable leer el discurso, es necesario.

La lectura es necesaria debido a la necesidad de precisión absoluta del método, detalles y estadísticas. Por ejemplo considera a un científico investigador presentando un documento técnico a sus colegas. Ellos están escuchando cuidadosamente por cualquier falta lógica, métodos inadecuados y errores estadísticos, lo cuestionarán despiadadamente en esos puntos.

Un administrador, ejecutivo corporativo o ingeniero tendrán frecuentemente la ocasión de dar un discurso técnico involucrando negocios corporativos, información fiscal o altamente técnica. Estas presentaciones probablemente incluyan presentaciones a comités, consejos, accionistas, sociedades y organizaciones profesionales o técnicas y convenciones.

Leer un discurso técnico no significa que leas página por página de un documento técnico. Debes convertir ese documento en un discurso completamente desarrollado, usando todos los métodos y técnicas que vayan dentro de lo básico en crear y dar discursos: Planear, organizar, escribir. Ensayar y entrega dramática.

Organizar un discurso técnico.

La mayoría de los documentos técnicos están escritos de la misma manera que el tema fue investigado y recopilado. Todos los detalles en el tópico están reunidos, incluyendo el material de antecedentes, información técnica, y detalles de producción. Segundo, los detalles son analizados y separados en grupos lógicos que señalen el camino a las conclusiones.

Como aprendiste en el primer proyecto de este manual, lo que tu audiencia quiere más oír y que le proporciona las bases para tus objetivos son las ideas principales. Así que es lo que les das al principio y no al final. No les des los detalles primero. Dales las conclusiones y recomendaciones. Seguido por el análisis, entonces dales detalles que amplíen las conclusiones y recomendaciones. El discurso, entonces es el proceso en reversa de la investigación y escritura del documento técnico.

La estructura del discurso técnico es llamada la pirámide invertida. Asegura que las ideas principales son cubiertas al principio, no al final de la presentación.

Para el orador es una gran ventaja psicológica cuando las conclusiones se dan primero. Recuerda que aun cuando tu discurso es técnico en naturaleza, aún estás preocupado con el propósito principal de dar una plática. Tú estás vendiendo ideas. Una vez que tus oyentes tomen tus principales puntos y aprendan porque estás promoviéndolos, se enfocarán en tu punto de vista. Incluso si ciertos individuos están en desacuerdo contigo al principio, no pueden ignorar los puntos principales.

Crear un discurso técnico

Escribir para el ojo es diferente que escribir para el oído, los periódicos, revistas y libros están escritos para el ojo. Los discursos y transmisiones por radio son escritas para el oído.

Ponlo simple. Escribe el discurso como si estuvieras hablándolo. Recuerda que es un discurso, no un libro o un artículo. Es útil dictarlo en tu manera de hablar, entonces lo tienes escrito de una manera extensa. Si las oraciones son largas, sepáralas en frases breves. Las palabras deben ser entendidas instantáneamente, con verbos de acción (hacer algo) y adjetivos coloridos (descripciones). Verifica cada párrafo para que hagan sentido y lógica. ¿Fluye?

Escribir el discurso.

Cuando el borrador final te satisfaga, el discurso debe escribirse en papel bond pesado usando la impresión más grande posible. Todo el escrito debe estar en letras mayúsculas y las líneas a triple espacio en todo el manuscrito. Usando un papel de tamaño estándar o legal, conteniendo cada idea en un párrafo separado. Estructura las oraciones en frases cortas que puedan ser levantadas de una sola mirada, y no continúes las ideas de una página a la siguiente. Coloca las palabras de tu discurso en las dos terceras partes superiores de la hoja y deja la parte inferior en blanco.

Ejemplo

EL ORADOR VE UNA LINEA COMPLETA DE LA IDEA
Y PUEDE ENTREGARLA A LA AUDIENCIA
UNA PRIMERA AUTORIDAD EN LEER UN MANUSCRITO
DICE *Entre Comillas*
“SI ESTÁS LEYENDO LOS SUFICIENTEMENTE DESPACIO
TU OJO IRÁ ADELANTE DE TU VOZ
ASÍ QUE PUEDES ESTAR VIENDO LAS ÚLTIMAS PALABRAS
DE CADA LÍNEA” *Sin Comillas*
TU VOZ, GESTOS, Y FRASES *Gestos*
Y UNA O DOS PALABRAS INDICARAN QUE LA SIGUIENTE PAGINA
ESTA LISTA.

Leer el discurso

Primero lee el discurso para ver sus significado. Conforme leas, subraya en rojo aquellos pasajes que te avisarán donde es importante enfatizar. Crea tus propias marcas para poner entre comillas. Esta técnica es llamada orquestar tu escrito para una fácil referencia. Por ejemplo podrías poner marcas cortantes al final de las oraciones para recordarte una pausa un poco más larga. Cuando se identifican citas, escribe las palabras entre comillas y sin comillas en el escrito., Usa colores para indicar énfasis (bajo, alto, despacio) e inclusive escribe puntos de gestos en el escrito.

Una vez que haz orquestado tu escrito, es útil tener una audiencia de uno o dos que te escucharán y darán retroalimentación constructiva. Una alternativa es usar una videogradora o una grabadora de casete estándar para ayudarte a pulir y perfeccionar tu lectura. Tu meta es hacer que tu discurso suene espontáneo. Puedes lograr esto solo si lo practicas cuantas veces sea posible.

Cuando hablas:

Mantén tu contacto visual con la audiencia. Gasta el menor tiempo posible leyendo tu texto.

Mira adelante cuando haces pausas de manera que veas directamente a la cara a tu audiencia. Conoce tu material de manera que seas capaz de mejorarlo frecuentemente.

Usa variedad vocal para efectos dramático. Sé dinámico. Sé cuidadoso en no caer en una lectura monótona.

Habla despacio. Permite a tu ojo tiempo para leer adelante y entonces mira al final de la frase.

Usa gestos expresivos. Agrega vida a la lectura. Donde sea apropiado, actúa lo que estás diciendo a la audiencia.

Tu proyecto de discurso.

Organiza, escribe, ensaya y entrega un discurso técnico de 8 a 10 minutos usando la aproximación de la pirámide invertida como presentación oral, no escrita. Al leer tu discurso hazlo fuerte, mantén el contacto visual con la audiencia, y usa la variedad vocal y gestos. Si tu club es comunitario, explica por anticipado y deja que el Toastmaster de la sesión explique la situación y el tipo de campo técnico involucrado de forma que la audiencia sabrá que parte van a jugar y como lo representarán.

Guía de Evaluación para “El Discurso Técnico”

TITULO _____ EVALUADOR _____ FECHA _____

Nota al Evaluador: El propósito de esta presentación fue para el orador, como administrador, entregar un discurso técnico de 8 a 10 minutos para leer en voz alta. El discurso debe tener el sonido y manera de una presentación hablada, y no escrita. El orador debe mantener el contacto visual con la audiencia, y usar la variedad vocal y gesticulación. En adición a tu evaluación oral, por favor escribe las respuestas a las preguntas de abajo.

¿Usó el orador la aproximación de la pirámide invertida, siguiendo con las conclusiones y recomendaciones con el análisis, y detalles?

¿Sonó el discurso que estaba escrito para ser oído o escuchado? Si no, que elementos hicieron que sonara un lenguaje escrito en lugar de hablado?

¿Evito el orador leer el discurso como si fuera un ensayo?

¿Manejo efectivamente el orador el problema de leer el escrito y mantuvo el contacto visual mientras leyó?

¿Cómo trabajó el orador la gesticulación dentro de su plática? ¿Fueron los apropiados? ¿Salieron espontáneamente del contenido del discurso?

¿Fue la presentación interesante, manejada hábilmente, efectiva y hecha con entusiasmo?

Objetivos

Entender el concepto y naturaleza del método motivacional al administrar. Aplicar el método motivacional de los cuatro pasos con los objetivos para persuadir e inspirar.

Entregar un discurso motivacional para persuadir una audiencia a estar de acuerdo con tu propuesta de administración

TIEMPO: de diez a doce minutos.

Cuando motivar

Tus platicas motivadoras pueden cubrir cualquier número de áreas de temas, dependiendo sobre la naturaleza de la organización o negocio. Sin embargo, tú descubrirás que estas platicas caen dentro de cinco diferentes categorías las cuales están todas directa o indirectamente orientadas a metas y producción. Las categorías son:

1. Problemas grandes. Tales como un problema u oportunidad que emerge y debe ser considerado.
2. Objetivos a largo y corto plazo aplicados al crecimiento y/ o mercadotecnia y distribución de productos y servicios.
3. Pláticas de ventas animando a la gente a cumplir o exceder la metas y urgir a la gente a perseguir el éxito personal y corporativo.
4. Responsabilidades pertinentes al desempeño del grupo y animo para completar un proyecto o programa en particular.
5. Valor de la contribución individual a las metas de la organización.

Como motivar

Primero, pregúntate ¿cual es el propósito de la motivación? Es para causar que otros piensen, crean y actúen como quieres que lo hagan? Tu objetivo es persuadir. Para persuadir, deberás dirigir tu audiencia a través de tres pasos importante claves para la persuasión efectiva.

1. Establece tu propósito y si está en la mente de tus oyentes. Asegura que te entienden. Recuerda que la gente no es persuadida por lo que dices pero si por lo que entienden. Para determinar que motiva a los demás, tienes que ver el mundo a través de sus ojos y entender sus puntos de vista.
2. Elimina cualquier conflicto de ideas. Se positivo en dar las bases para el entendimiento mutuo. En persuadir gente, estás causándoles que cambien una actitud y alteren su comportamiento. Para lograrlo efectivamente debes considerar que las necesidades de la gente requieren ser cubiertas y que sus valores y creencias influirán en su comportamiento hacia el fin. La gente está usualmente más deseosa de cambiar un valor, creencia o comportamiento si ellos creen que el cambio les ayudará a cumplir sus necesidades. También están más deseosos para aceptar el cambio como grupo que individual.

La gente es más probable que acepte el cambio si el cambio es voluntario en lugar de coercitivo. Si te involucras en el cambio efectivo, tendrán una inversión en eso. Así que muestra a tus oyentes que tus metas no difieren de las de ellos.

Para ser convincente debes ser entusiasta.

La meta primaria de los negocios e industria es evitar perdidas y generar utilidades. El negocio es dinámico. Es influenciado por la fluctuación en la economía, tendencias del mercado, nueva tecnología, nuevas direcciones en planes, programas y política, y cambios en la productividad.

El cambio siempre ha sido parte de la condición humana. Lo que es diferente ahora es el ritmo del cambio y el prospecto que ocurrirá más rápido y rápido. La condición está hecha por el hombre y todos tenemos que compartir esa responsabilidad. La mayoría de los cambios vienen a través del sistema de negocios. Una compañía y su gente deben adaptarse al cambio para ser productivos y crecer. ¿Qué significa para ti como gerente? Significa que tienes que conseguir lo mejor de la gente motivándolos a producir. ¿Cómo lo haces? Una manera importante es a través del discurso dinámico.

El entusiasmo es contagioso. Hace evidente que está unido con tu audiencia en términos de experiencia y entendimiento común, pero manteniendo tu rol de líder.

Usa frases asociadas como “en nuestra experiencia común” y “considerando nuestra mutua preocupación” y “el valor de nuestro esfuerzo de grupo”

Muestra los beneficios creando imágenes. Demuestra claramente las ventajas de tu propuesta. Construye un incentivo. Decir a los empleados que el margen de utilidad se elevará a través de incrementar la producción no hará nada para motivarlos. Decirles lo que les significará estos beneficios en términos de beneficios personales.

Como vender e inspirar a tu audiencia.

Tu Segundo objetivo en dar una plática motivacional es conseguir que la gente actúe. Quieres verlos que cumplan sus metas, que pueden ser lo mejor hecho para cumplir las metas de su organización. Para obtener que adopten esa actitud y actúen y trabajen en ello, tendrás que inspirarlos. ¿ Como lo haces?

Recuerda que cuando estás hablando, estás influyendo en la actitud de seres humanos. Lo que dices y como lo dices puede alterar los sentimientos y comportamientos humanos. Entre más motivados serán más receptivos.

Obtén su atención. Inicia con una apertura que tiene una atención dinámica conseguidora. Esto puede ser una historia humorística única, una pregunta retórica, que despierte suspenso, un hecho inusual, una ayuda visual o si es apropiado, un dispositivo para poner a tu audiencia en sus pies para calentarlos. Cualquiera que uses, lígalo a la materia de que hablas.

Crea imágenes vivas en las mentes de tus oyentes, usando palabras coloridas reforzadas con gestos dinámicos. Los buenos discursos motivacionales están llenos probablemente de historias vividas e interesantes acerca de lo que la gente ha logrado a pesar de la adversidad, Una plática de treinta minutos deberá ser salpicada al menos con 10 historias de dos minutos. Haz solo unos cuantos puntos e ilustrarlos con historias de interés humano relacionada al logro del éxito.

Define los conceptos en términos que sean fácilmente visualizados. Por ejemplo, en hablar acerca de la cantidad de petróleo consumido en el mundo, relaciona los volúmenes en términos de una alberca, el tamaño de un campo de fútbol con una profundidad igual a su ancho. Como, una alberca podría guardar 700,000 barriles de petróleo, siendo el monto para un poco más del suministro de una hora para los Estados Unidos.

Dramatiza tu discurso. Si estás tirando una bola, tira la bola. Si estás levantando una carga pesada, levanta la carga. Si estás corriendo una carrera, corre la carrera. Actúa lo que estás diciendo. Usa tu cuerpo entero para comunicar una idea o imagen.

Llama para la acción. Dale un cierre poderoso. Diles una historia dramática que personifique el logro y el éxito. Dile a tu audiencia que no desista porque de ellos depende el éxito de sus metas, cualquiera que sean.

Toca a tu audiencia enfocándola en lo que más les importa. Hazlos sentir importantes. Refuerza su autoestima. Después que la tengan, no tendrás que pedirles su compromiso. Ellos te lo darán. Eso es motivación.

Hazles saber los cuatro pasos del patrón de AIDA para estructurar un discurso

Atención. Pégalos con una fuerte apertura, un seguidor fantástico de atención.

Interés. Crea imágenes de palabras y usa gesticulación dinámica.

Deseo. Dramatiza tu discurso, atrae a tu audiencia.

Acción. Dale un cierre poderoso. Diles que pueden tener éxito.

Tu discurso de proyecto.

Prepara, ensaya y entrega un discurso de la gerencia motivacional diseñado para persuadir e inspirar haciendo que tu oyente, entienda que las metas de su carrera pueden ser alcanzadas mediante el logro de las metas de su organización. Usa los cuatro pasos del patrón AIDA. Crea imágenes de las palabras y usa la gesticulación dinámica. Dramatiza tu discurso. Si tu club es comunitario, explica por anticipado o dile al Toastmaster de la sesión explique la situación y el tipo de negocios involucrados de manera que la audiencia conozca que parte van a jugar y como la representan.

Guía de Evaluación para “Administra y Motiva”

TITULO _____ EVALUADOR _____ FECHA _____

Nota al evaluador: El propósito de esta presentación fue para el orador, como administrador entregar un discurso motivacional de 10 a 12 minutos diseñado para persuadir e inspirar haciendo que la audiencia entienda que las metas personales pueden ser realizadas a través del logro de las metas organizacionales. La entrega deberá tener abundantes imágenes de palabras y gesticulación dinámica. El contenido del discurso puede incluir puntos amplios, objetivos a largo y corto plazo, metas de ventas, responsabilidades, y el valor de la contribución personal. En adición a tu evaluación oral, por favor escribe las respuestas a las preguntas abajo.

¿Hizo el orador su propuesta entendible?

¿Estableció el orador el mutuo entendimiento? ¿Apeló a las creencias y valores de los oyentes?

¿Fue el orador positivo? ¿Mostró entusiasmo?

¿Mostró el orador las ventajas de la propuesta?

¿Cómo y cuando hizo uso el orador de los gestos.
¿Fueron dinámicos? ¿Fueron efectivos?

¿Construyó el orador un incentivo dentro de la plática?
¿Cuál fue el incentivo?

¿Inspiró el orador a la audiencia? Describe brevemente que técnicas fueron usadas. ¿Fueron efectivas? ¿Cómo pudo haber mejorado?

¿Persuadió e inspiró el orador a la audiencia a actuar?
¿Preguntó a la audiencia comentarios sobre si les causó o no sentir un compromiso emocional?

4

El Reporte de Estatus

Objetivos

Organizar y preparar un reporte de estado involucrando todas las condiciones de un plan o programa o el desempeño de un departamento o compañía en relación a las metas.

Construir el reporte de acuerdo a los cuatro pasos del patrón AIDA

Dar una presentación efectiva del reporte.

TIEMPO: de diez a doce minutos.

Entre las responsabilidades de un gerente está la preparación y presentación de reportes de estatus o progreso. Dichos reportes podrán ser dados cada año o más frecuentes, y a menudo son dirigidos a la alta dirección. Un ejecutivo frecuentemente da su reporte de estatus al consejo de directores o accionistas. Esos reportes pueden proporcionar las bases para tomar decisiones. Por consiguiente, la estructura lógica del reporte es tan importante como la precisión de la información.

Organizar tu información.

Un reporte de estatus es un resumen que consiste de respuestas a las preguntas concernientes a la naturaleza de los planes y programas, problemas y soluciones. Dichos resúmenes deben contener tres tipos de evidencias:

1. Acerca de que es el reporte
2. El significado e implicación del trabajo.
3. La acción llamada para transferir el entendimiento acerca de lo que es el reporte, usa los siguientes pasos:

Define el problema.

Explica los objetivos.

Da tus conclusiones.

Da tus recomendaciones.

La información incluida en el reporte de estatus pone a dichas áreas como la medida de progreso contra los objetivos, un plan del año anterior contra los resultados, y la naturaleza de nuevas oportunidades. Los hechos que buscan los gerentes en el reporte de estatus caen dentro de cinco grandes áreas tecnológicas.

1. Problemas técnicos como la introducción de nuevos métodos de trabajo en un sistema de línea de ensamble
2. Nuevos proyectos y productos tales como el incremento de la capacidad de un nuevo satélite orbital.
3. Experimentos y pruebas tales como la conversión de residuos a combustible.
4. Materiales y procesos como adelantos de la medicina para prevenir el cáncer.

5. Problemas de campo como la localización segura de una planta nuclear. Los aspectos técnicos te darán una idea especial en los problemas técnicos. Sumado a las cuestiones técnicas, tú, como administrador, deberás considerar también los factores financieros y problemas organizacionales. Por ejemplo, aquí hay cuestiones acerca del tema financiero que debería responder en la preparación del reporte. ¿Cuál es el ingreso total del año?

¿Cómo son los gastos de operación de éste año con los del año anterior?

¿Qué excedió el monto de ingreso sobre los gastos?

¿A que elementos se puede atribuir la condición financiera actual? ¿Cuáles son las recomendaciones

Contestando las siguientes preguntas tendrás una relación directa en decisiones administrativas.

¿El trabajo es apropiado para la compañía?

¿Qué cambios se requieren en la organización, mano de obra, instalaciones, equipo y procedimientos?

¿Es un programa en expansión o contracción?

¿Qué se dañará si un proyecto en particular es enfatizado?

Hacer tu reporte.

La estructura o bosquejo de tu reporte es una materia amplia de la forma en manejar la información, Hay cuatro pasos para una presentación efectiva del reporte de estatus:

1. Objeto... Establece el propósito del reporte.
2. Enfoque...Explica la naturaleza y enfoque del estudio, áreas problemas, y profundidad de la investigación.
3. Hallazgos... Enlista los hallazgos y conclusiones. ¿Tiene solución el problema? ¿Es viable? ¿Cuáles son las alternativas?
4. Recomendaciones... Concluye con sugerencias específicas

Siete maneras de hacer interesante tu reporte.

En los negocios y en la industria lo que está al frente es lo que cuenta. No dediques tu tiempo a generalidades introductorias, amplios antecedentes, o narrativa cronológica. Usa las siguientes técnicas para poner interés en tu presentación.

1. Abre con una breve sinopsis del reporte. Podrías empezar con, “Este reporte describe y compara...” Define el tema, incluye unos cuantos hechos sobresalientes seguidos por las conclusiones y recomendaciones.
2. Relaciona tu introducción a las necesidades de tu audiencia. Encuentra que quieren conocer antes que des el discurso.
3. Organiza tu información en un bosquejo lógico que te fuerce apegarte a tu materia.
4. Usa gráficas coloridas y /o transparencias para mostrar listas y tablas.
5. Maneja un solo punto de vista. Por ejemplo, si el reporte es acerca de los esfuerzos de un grupo, usa el pronombre “nosotros” no uses “ustedes” y “ellos” o tampoco utilices una gama de estilos y cambio de tiempos de activo a pasivo a condicional y así sucesivamente.
6. Usa transiciones de una sección de tu reporte al siguiente. Esto deberían ser frases apropiadas que proporcionen movimiento, desarrollo, o evolución de una idea a otra. Por ejemplo: “Déjanos ahora ir en otra dirección” o “Déjanos reforzar ese argumento con la siguiente información”
7. Decide lo que quieres de tus oyentes para llevarlos con ellos. Restablece o refuerza esa información en tu conclusión.

Tu discurso de proyecto.

Prepara, ensaya y entrega un bosquejo de reporte de estatus de 10 a 12 minutos con antecedentes de tu propio negocio o carrera o del campo de la carrera que has investigado. Si tu club es comunitario, explica por anticipado o haz que el Toastmaster de la sesión explique la situación y el tipo de negocio involucrado de manera que la audiencia conozca la parte que va a jugar y a quien representas. Tu reporte de estatus debe incluir hechos, consideraciones de mercadotecnia y problemas organizacionales. Usa el patrón de los cuatro pasos OEHR en construir tu reporte, Objeto, enfoque, hallazgos y recomendaciones

Usa ayudas visuales para transferir información y gráficas. Sé breve, objetivo y discriminatorio.

Guía de Evaluación para “El Reporte de Estatus”

TITULO _____ EVALUADOR _____ FECHA _____

Nota al evaluador: El propósito de esta presentación fue para el orador, como un administrador, entregar un reporte de estatus de 10 a 12 minutos incluyendo hechos, información de mercadotecnia y problemas organizacionales. El usó un patrón de cuatro pasos para el reporte: Objeto, enfoque, hallazgos, recomendaciones. El orador uso ayudas visuales para ampliar la información. En adición a tu evaluación oral, por favor escribe las respuestas a las preguntas abajo.

¿Construyó el orador el reporte de acuerdo al patrón OEHR?

¿Cuál fue el objeto del reporte?

¿Presentó efectivamente el orador los hallazgos y conclusiones? ¿Si no, ofrece sugerencias para la mejora?

¿Explicó adecuadamente el orador la naturaleza y enfoque del estudio?

¿Dio el orador sus recomendaciones? ¿Cuáles fueron?

¿Despertó el interés el orador en su presentación?
Enlista las técnicas

¿Qué tan bien utilizó el orador las ayudas visuales? Si no fueron efectivas, explica porqué y sugiere como pueden ser mejoradas.

Hoy en día, las organizaciones, negocios, corporaciones y agencias de gobierno tienen una creciente necesidad de responder al público en general. La tradicional posición de “sin comentarios” no es aceptable en una sociedad demandante de responsabilidad social corporativa.

Como gerente, debes tratar con grupos que son hostiles a tu compañía, productos o servicios. Dichas relaciones de adversarios son situaciones de “ganar-perder”. Una u otra de las partes estará insatisfecha con el resultado de la confrontación. Tu meta, y lo más que puedes esperar, es mostrar tu oposición a una nueva forma de ver tu lado. Ellos pueden no aceptar ese punto de vista, pero debes convencerlos que tú lado tiene mérito.

Como preparar

La primera pregunta para ti es, ¿Quién es mi audiencia? ¿Son periodistas en una rueda de prensa, un rally altamente cargado de emociones para derribar tu organización?, ¿Un comité o consejo de investigación hostil?, o ¿un entrevistador de radio o televisión intenta hacerte ver mal como representante de tu empresa?

Aun cuando las circunstancias variarán, estarás preocupado con información similar, estrategias y técnica en cada confrontación que enfrentes.

La gente enojada en una audiencia son después de eso –hacer que te veas mal. Así que en cuanto te levantes a hablar, debes conocer tu materia abundantemente. El orador que puede dar ejemplos y estadísticas desde su cabeza usualmente será escuchado e inclusive ganar el respeto de su adversario.

Una confrontación con un adversario consiste primeramente de una sesión rápida de preguntas y respuestas seguidas a una breve presentación del orador. Tus dos principales consideraciones en prepararte para el evento son:

Formular tu objetivo de hablar por anticipado. Incorpóralo solidamente a tu presentación. Este es el único mensaje o respuesta que tu firma quiere que la audiencia recuerde. Usa la confrontación como una oportunidad para dar tus puntos.

Haz tu tarea. Ten todos los hechos y figurados listos para usarlos instantáneamente. Investiga y anticipa cada posible pregunta que se te hará y prepara tus respuestas de antemano. En la sesión el grupo adversario, tu estas intentando alcanzar tu objetivo a través de la comunicación verbal. Ese objetivo se convierte en las bases para tu estrategia.

Manejar la situación del adversario.

Mantén el control iniciando con una presentación de cinco minutos, cuidadosamente expresada, y bien ensayada. El objetivo de esta presentación es proporcionar a la audiencia una clara revelación de los hechos esenciales, validez y beneficios del programa de tu compañía, producto o servicio. Entonces elabora en que se está haciendo para eliminar cualquier problema que tu audiencia te ha traído como un reto.

Tu meta es persuadir a tus adversarios al máximo posible. Sigue el método de los tres pasos:

1. Asegura que te están entendiendo. Establece tu posición para que esté claro en la mente de tu audiencia.
2. Sé justo y positivo y elimina las ideas conflictivas ilustrando lo común de las metas de la audiencia y de tu organización.
3. Diles como se beneficiarán. Muéstrales las ventajas de tu propuesta.

A continuación de tu presentación de cinco minutos, graciosamente indica que estás listo para responder las preguntas de la audiencia. Por ejemplo, “Aprecio que me den esta oportunidad para hablar con ustedes y responder sus preguntas de manera que lleguemos a un mutuo entendimiento y resolver nuestras diferencias. Es solo a través de esta manera de comunicación que podemos lograr este hecho.”

Objetivos

Entender la definición y naturaleza de la relación de adversarios.

Preparar para una confrontación de adversarios en un asunto de administración controversial

Empleando métodos apropiados de preparación, estrategias y técnicas, para comunicarse con un grupo adversario como el representante de tu compañía o corporación.

TIEMPO: Cinco minutos para el discurso. Diez minutos para el periodo de preguntas..

Manejar la sesión de preguntas y respuestas

Justo como lo hiciste para tu presentación de cinco minutos, continua para hablar desde el punto de vista del interés de la audiencia, no el de la compañía. Habla en términos personales siempre que sea posible. No uses demasiado las palabras “Compañía” y “Corporación”. Ellas solo refuerzan la imagen de la compañía como un monolito impersonal.

No adivines ni contestes con evasivas si no sabes la respuesta. Ofrece encontrar la información y mandárselas después del evento. Cuida evitar elogiar a tu compañía por algún logro sobresaliente y no exageres los hechos. En suma, no reprimas preguntas que pueden ser difíciles de contestar.

A continuación las 10 características de una buena respuesta.

1. Contesta la pregunta. La información que das debe responder directamente a la pregunta hecha. Si la cuestión se refiere al costo de los contribuyentes, da los hechos.
2. Es establecida positivamente. No es negativa en tono o expresión. Por ejemplo, “Mucha gente está sorprendida cuando aprenden los costos reales”.
3. Está expresada en términos laicos. Evita el uso de tecnicismos. Conserva tus explicaciones simples. No hables sobre la cabeza de tu audiencia
4. Es específica. Usa ejemplos e ilustraciones, anécdotas, detalles concretos, analogías y figuraciones. “consideren que aun cuando el precio del combustible ha aumentado a más de un dólar por galón, nuestras utilidades son de solo 2 centavos por galón”.
5. Es concisa. “Estos costos aparecerán en el precio del mercado para bienes y servicios e impuestos más altos para los consumidores”
6. El punto principal está al frente. “La droga cura y a través de la investigación referida en el juego de impresos que recibieron, esas son las razones porque”.
7. No incluye mas información que la necesaria. Di solo lo que necesitas decir. No la elabores al punto de dar otro discurso.
8. No repite las palabras cargadas o sesgadas usadas por el cuestionador como señuelo. Q. “¿Qué hay acerca de que tus pesticidas están matando todos los peces y aves? A. “Puedo ilustrar que excepto para unos cuantos inusualmente altamente publicados, tenemos de tarea un programa par la preservación de la vida silvestre y su ambiente natural”.
9. Capitaliza en oportunidades las preguntas para establecer o restablecer tus puntos de vista como en el ejemplo anterior.
10. No suena antagónica, evasiva o defensiva.

Otros factores en controlar la confrontación involucra tu relación física con la audiencia. Este y los puntos precedente aplican a la confrontación en un rally o en un auditorio.

Rota tu selección de cuestionadores. Permite que los individuos sentados o de pie en todas las áreas una oportunidad de hablar.

Mira directamente a la persona que está haciendo la pregunta. Repite la pregunta de manera que todos sepan lo que preguntó.

Conserva siempre tu temperamento. Una presentación agradable crea un aura de confianza. Trata dos preguntas de la misma persona como preguntas separadas.

No pongas tus manos en tus caderas o apuntes a la audiencia. Estas son poses de regaño y te dan la apariencia de un sermón.

Evita frases como esa es una buena pregunta. Obviamente. Como lo dije en mi plática. Cualquiera debe saber la respuesta. Estas son condescendientes de tu parte y son consideradas frases estereotipadas.

Conserva las cosas en movimiento. Hay un ritmo para un buen intercambio de preguntas y respuestas. Se lanzará de acá para allá de una manera vigorosa.

No deberías prolongar una respuesta, aunque puedas tener más que decir. Conserva tus respuestas breves y al punto con muchos miembros de la audiencia participando activamente.

Termina cuando estés adelante, inclusive si tienes que terminar dejando respuestas sin contestar o parar antes del tiempo permitido.

Concluye inteligentemente. Observa el tiempo o ten a alguien que te lo señale. Entonces anuncia, “tenemos tiempo para una pregunta más” Prepárate con una nota apropiada de cierre. Reconoce el interés de la audiencia en la materia, comenta tu apreciación por la oportunidad de responder a las preguntas y comentarios. Termina con un resumen que encierre el mensaje esencial que quieres que recuerden.

Tu discurso de proyecto.

Con la ayuda del vicepresidente educativo de tu club, arregla por anticipado pedir a los socios del club que preparen preguntas hostiles atacándote y tratando de hacer que tu compañía se vea mal. Los confrontarás como adversarios preocupados por un asunto controversial relacionado a tu compañía u organización. Planea y anticipa a todo tipo de preguntas que contestarás después de tu plática de cinco minutos. Tu objetivo es una revelación abierta y persuadir a la audiencia de la validez de la posición de tu compañía. El tiempo de la presentación es de cinco minutos. El periodo de preguntas y respuestas es de 10 minutos.

Guía de Evaluación para "Confrontación: La Relación de Adversarios"

TITULO _____ EVALUADOR _____ FECHA _____

Nota al Evaluador: El propósito de esta presentación fue para el orador, como un administrador representar a su compañía u organización, para confrontar un grupo adversario concerniente a un asunto controversial relacionado con la compañía u organización. Esta situación involucra una presentación de cinco minutos diseñada para establecer la filosofía de la compañía y su punto de vista y persuadir a la audiencia tan pronto como sea posible de la validez de ese punto de vista. Una sesión de preguntas y respuestas de 10 minutos seguirá con el orador bajo el fuego. En adición a tu evaluación oral, por favor escribe las respuestas a las preguntas abajo.

¿Cual fue la controversia?

¿Proporcionó la presentación de cinco minutos del orador una revelación abierta del asunto? ¿Qué tipos de información se dieron?

¿Qué tan efectivamente manejo el orador la sesión de preguntas y respuestas de 10 minutos? ¿Hizo una hábil transición de la presentación al periodo de preguntas y respuestas?

Describe como el orador relacionó a la audiencia?
¿Fue efectivo? Si no ¿Porqué no? Sugiere como el orador pudo mejorar?

¿Mantuvo el orador las cosas en movimiento?

¿Se retiró el orador mientras estaba adelante?

¿Ofreció el orador anotaciones apropiadas de cierre?

¿Qué tipo de impresión dejó el orador en la audiencia?
¿Logró su objetivo? Pide a los miembros de la audiencia sus comentarios?

¿Persuadió el orador a la audiencia que su lado tiene merito? Pide a la audiencia comentarios.

Apéndice

El Humor en los Discursos de la Administración

La imagen del mundo consciente de hoy, los ejecutivos que se encuentran muy exigentes a si mismos son los oradores efectivos, los comunicadores dinámicos. Pocas audiencias saben acerca del trabajo interior de John Doe Corporation. Pero si el Presidente del consejo, John Doe, aparece ante ellos y califica con un discurso que atrapa su atención, proporciona información y conceptos en una manera interesante y organizada – y si, incluso los hace reír un poco- La John Doe Corp. Será una persona moral y una parte altamente considerada de su vida. Esta no es una teoría, es un hecho conocido por todo orador cuidadoso corporativo. Cuida que estés completamente preparado para una cita importante – mira el brillo de tus zapatos. Debes estar igualmente preparado para una audiencia –y poner un brillo en tus palabras.

El humor ha sido a menudo la llave que abre la recepción de una audiencia. Una apertura apta, hecha a tiempo con confianza relaja inmediatamente a los oyentes. Ellos hacen que se sientan en manos seguras y esperan escuchar a un comunicador oficial. “Apto” es la palabra operativa. Algunos ejecutivos de alto nivel rehúsan el humor porque sienten que podría ser indigno. La distinción entre alguien que cuenta chistes y quien cuenta anécdotas radica en la selección del material. Para ganar risas, el cuentachistes cuenta una misma línea o historia, algunas viejas otras nuevas, pero regularmente irrelevante al propósito del evento. El cuenta anécdotas, nunca pierde de vista la razón de estar allí. Las risas son soporte o ilustración de la ocasión, la audiencia o el orador. Muestran un orador involucrado con sus oyentes y a tono con ellos. Estrecha y elimina el golfo que a menudo separa un orador de la administración de una audiencia.

¿Qué buscas?

¿Es divertido el asunto?

¿Te sientes cómodo diciéndolo?

¿Es ejecutable el humor?

La razón para la primera pregunta es evidente: Si el chiste no te suena divertido, así es. Si estás inquieto con el material, sigue el viejo adagio: “Cuando tengas duda, quítalo”. La segunda cuestión involucra una decisión crítica: ¿Podrías sentirte cómodo diciendo el chiste? Muchos oradores novatos oyen un chiste, piensan que es divertido y lo usan en un discurso sin considerar si le queda a su personalidad o no, o la ocasión, o el tema del discurso.

La tercera cuestión es muy importante: ¿Es ejecutable el humor? Si alguien dice un chiste, la oportunidad es si está hecho para que “juegue”. Desafortunadamente, el humor bien desempeñado algunas veces parece como si fueran paginas monótonas impresas. A menudo requiere un ojo práctico al punto del valor de ejecutar un chiste. Ganarás esta práctica llevando y usando el material frente a la audiencia. Los chistes que trabajan te dan el sentimiento de la calidez del éxito. Los chistes que eventualmente mueren te dan un ojo práctico.

Una consideración final en la selección del humor que no se debe usar: ¿Es la línea o historia aplicable a tus negocios, tu área de experiencia u ocasiones y eventos que posiblemente te inquieten? Por ejemplo, si has encontrado un buen material de tiempo de retiro y ocio, es que ¿serás probablemente llamado a hablar en una comida de retirados? Es el cernido final basado en la relevancia del humor que reduce el número de artículos de estar apilados a unos cuantos preciosos.

CONTROL DE ASIGNACIONES

DISCURSOS DE LA ADMINISTRACION

Programa Avanzado de Comunicación y Liderazgo

Proyecto	Titulo del Discurso	Fecha	Iniciales VPE
1. La Sesión Informativa			
2. El Discurso Técnico			
3. Administra y Motiva			
4. El Reporte de Estatus			
5. Confrontación: La Relación de Adversarios			

Guarda esta página para verificar el cumplimiento de tus proyectos en este manual. Envía la forma del control de asignaciones de los manuales apropiados cuando solicites el reconocimiento de Toastmaster Avanzado Bronce, Toastmaster Avanzado Plata, Toastmaster Avanzado Oro.