

EL ANCLA

Revista electrónica de PODIUM

HACIA vs. APARTANDO

Dr. Melvin Ruiz Miranda
N.L.P. Master Trainer

Para influenciar efectivamente a otras personas, además de otros conocimientos, es valioso también saber en qué dirección se motiva esa persona. Teniendo este conocimiento, usted puede ajustar su mensaje de acuerdo con el tipo de persona y lograr mayor efectividad con su comunicación.

Si usted está sentado en el lomo de un burrito, usted puede motivar a este a moverse hacia el frente al colgar una zanahoria al frente del burrito. Este al intentar de alcanzar la zanahoria se mueve "hacia" el frente. La otra forma de motivar al burrito es pegándole levemente a su trasero con una varita. Ahora, el burrito se mueve hacia el frente de esta forma "apartándose" del dolor.

HACIA

Las personas que se mueven Hacia, generalmente se mueven hacia beneficios, logros, premios y otras cosas que desean "incluir" en su experiencia. Esta gente se motiva cuando usted le presenta algo hacia donde se pueden mover. Si la persona se siente cómoda y no siente la necesidad de incluir algo en su experiencia, entonces perderá motivación. Para motivar a estas personas es necesario guindarle una zanahoria todo el tiempo.

¿Cómo reconocemos al que se mueve "Hacia"? Le preguntamos que desea o busca usted de.... (Comprar un carro, comprar una casa, un trabajo, una relación de pareja etc.). Estas personas utilizarán un lenguaje de "inclusión" y hablarán de las cosas que desean "incluir" en su experiencia. Por ejemplo, dirían algo como: "Deseo un carro que sea seguro, cómodo, de cuatro puertas, económico en la gasolina, etc. ", "Deseo una casa cómoda,

accesible al trabajo, que tenga seguridad o acceso controlado, etc. Fíjese que hablan de querer tener, adquirir o incluir en su experiencia.

Para motivar a estas personas usted debe hablar de las cosas que va a adquirir, los beneficios, los logros, las posibilidades y así por el estilo.

APARTÁNDOSE

Las personas del tipo "Apartándose" se mueven alejándose del dolor, los problemas, el sufrimiento, el bochorno o cualquier otra cosa que perciba como desagradable. Estos por lo tanto se mueven evitando o excluyendo ciertas cosas de su experiencia. Estas personas necesitan tener algo de que "apartarse" o perderán toda motivación. Por lo tanto, eliminarle los elementos negativos puede causar estancamiento.

¿Cómo reconocer al que se mueve apartándose? Se hace la misma pregunta: ¿Qué buscas de...? La persona comenzará hablando de lo que desea evitar utilizando un lenguaje de "exclusión". Por ejemplo, dirían cosas como: "quiero un carro que no me deje a pie, que no sea difícil de manejar, que no me dé problemas y que no gaste mucha gasolina. "Quiero una casa que no tenga vicios de construcción, que no sea lejos del trabajo, que no esté localizada en un lugar de alto riesgo o de criminalidad etc. "Fíjese que usa un lenguaje de exclusión hablando de lo que quiere evitar y no de lo que quiere incluir.



Para motivar a estas personas usted hablaría de las cosas que va a evitar. Ej. "si no quieres enfermarte...", "si compras este auto no tendrás los problemas que tuviste con el anterior...", "si haces el trabajo evitarás los memos de reprimenda...", "al comprar esta casa evitarás los intereses tan altos...", etc.

DISTRIBUCIÓN

La distribución en la población es aproximadamente 35% Hacia y 35% Apartándose con una población intermedia que reflejan algo de los dos. Algunas personas por ejemplo comienzan hablando de lo que quieren evitar y luego de lo que desean incluir (y vice/versa). Preste atención hacia donde se inclinan, ya sea más o menos en una de ambas direcciones. El lenguaje para motivar a estas personas igualmente debe ser mixto y a la proporción y orden que presenta el cliente. Interesantemente el cincuenta por ciento de las personas de grandes logros (50%) son personas que se mueven apartándose.

La próxima vez que converse con una persona, busque determinar en qué dirección se mueve. Ajustar su comunicación de acuerdo puede hacer la gran diferencia para lograr influir al cliente en la dirección deseada

