

La PNL y la negociación

La Programación Neurolingüística (PNL) estudia la experiencia humana subjetiva, analiza cómo organizamos lo que percibimos y filtramos el mundo exterior a través de los sentidos.

Cuando negociamos mantenemos una comunicación en la cual nos creamos una imagen positiva o negativa de la otra parte según lo que percibamos de ella. Por un lado está la imagen personal pero por otro, está la imagen que se forma a través de la utilización del lenguaje verbal y no verbal.

Mediante la correcta utilización de dichos lenguajes podemos conseguir que la otra parte negociadora se cree una imagen positiva nuestra y esté predispuesto a negociar o, por el contrario, una incorrecta utilización de dichos lenguajes hace que esta imagen sea negativa e interrumpa el buen hacer del negociador.

Todos percibimos a través de los sentidos, pero la teoría de la PNL nos refleja que hay personas que utilizan con más frecuencia, en la percepción del mundo exterior, unos sentidos que otros.

Hay personas que perciben el exterior preferentemente por la vista, otros por el oído y otros por el olfato, gusto y tacto, dando lugar a los visuales, auditivos y kinestésicos respectivamente.

Conocer qué tipo de persona es la otra parte negociadora (auditiva, visual o kinestésica) nos facilita la preparación del proceso dialéctico; hay que tener en cuenta su lenguaje verbal y utilizarlo nosotros también en la comunicación. La aplicación de la PNL requiere práctica y entrenamiento, el negociador debe preparar expresiones y palabras para cada tipo de personas, con el fin de que la comunicación resulte fluida y variada.

Los negociadores visuales

Son los que perciben la realidad preferentemente a través de la vista. Cuando estamos negociando con ellos tienen que ver que se les presta atención, necesitan ser mirados. De esta manera se facilita el feed back y se ayuda a que la otra parte se cree una imagen lo más positiva posible de nosotros.

Para ganarse su confianza hay que comunicarse con ellos mirándoles a la cara, conseguiremos que se sientan atendidos y entendidos. Utilizan muchas palabras relacionadas con lo visual, se sienten a gusto cuando se comunican con otras personas que también las utilizan, por lo que cuando negociemos con este tipo de personas debemos utilizar palabras y verbos visuales como; mirar, ojear, percibir, reparar, divisar, distinguir, advertir, contemplar, presenciar, asistir.

Para detectar si la otra parte negociadora es visual o no, hay que fijarse en su modo de hablar. Por lo general, hablan más rápido de lo normal, explican muchas cosas al mismo tiempo y no terminan las frases, su tono de voz es alto, piensan en imágenes.

Toda negociación empieza por un sondeo inicial donde se tratan aspectos generales. Aquí se puede utilizar el verbo ver, y palabras como visualización, visión...

Por ejemplo: Ayer vi un artículo de vuestra compañía en el periódico local.

En el transcurso de la negociación, cuando estamos tratando aspectos importantes para ambas partes (las llamadas variables a dosificar) podemos introducir el tema con palabras y verbos que despierten su atención e interés como mirar.

Si tratamos temas importantes pero que queremos mentarlos superficialmente (son nuestros secretos en la negociación) se puede utilizar palabras y verbos más superficiales como ojear, echar un vistazo.

Si queremos tratar algo que no se ha hecho hasta el momento y es importante para nosotros, podemos utilizar el verbo advertir o reparar y palabras que despierten atractivo e inclinación hacia el tema tratado.

Cuando queremos que la otra parte se fije en algo o llamarle la atención sobre algún argumento se puede utilizar el verbo contemplar.

En negociaciones en las que hay que hacer una demostración de algún producto o servicio se puede utilizar el verbo presenciar y palabras que reflejen la situación presente, sobre todo, hablar en presente, se consigue que la persona perciba las cosas como accesibles e inmediatas.

Ejemplo: - Te llegará dentro de dos meses.
-Te llega dentro de dos meses.

Es bueno, durante todo el proceso dialéctico mantenerse a una distancia que permita a la otra parte visualizar todos los movimientos que hagamos, esto le hace sentirse cómodo.

Los negociadores auditivos:

Los que perciben la realidad preferentemente a través del oído. Les gusta que se trate tema por tema, para ganarse su confianza hay que hacer pausas frecuentes, Es aconsejable utilizar palabras que describan situaciones de escucha.

Cuando la otra parte se está dirigiendo a nosotros hay que utilizar estímulos verbales que reflejen que se les está atendiendo y entendiendo. Son negociadores que para sentirse escuchados necesitan oír, de vez en cuando, estímulos como "aha...", "si...", "entiendo...", "eso es...", "mmmmm..."

A la hora de argumentar las variables hay que organizarlas e ir tratando tema por tema, sin prisas. Los auditivos tienden a alargar las conversaciones.

En las negociaciones cuando se tratan temas generales es bueno utilizar el verbo oír y palabras que denoten cosas sin importancia.

En el transcurso de la negociación con los temas importantes para ambos o con temas que queremos que despierten curiosidad, se debe utilizar palabras relacionadas con la escucha (oye..., escucha...) y el verbo escuchar.

Al tratar temas de interés para mi parte, utilizar palabras relacionadas con atender, prestar atención, hacerse cargo, estar pendiente.

Si una de las partes es auditiva y la otra visual es difícil que lleguen a un entendimiento, ocurre lo que comúnmente se llama "no hay feeling", "hay algo que no

me convence". Esto es debido a que el visual habla más rápido, no termina las frases y trata varios temas a la vez, justo lo contrario al auditivo.

Los negociadores kinestésicos

Personas que perciben el exterior principalmente a través del tacto, gusto u olfato. Son personas con mucha capacidad de concentración. Para ganarse su confianza tenemos que demostrarles cercanía, que estamos dispuestos a ir de su mano a cualquier lugar. Les gusta ir despacio en las negociaciones, más aún que a los auditivos. Tratan tema por tema con una lentitud que suele poner nerviosos a los visuales.

Al principio de la negociación, les gusta saludar muy amistosamente, no se sienten incómodos si se les habla muy cerca. Habitualmente saludan dando una palmada en la espalda o te cogen del brazo para hablar contigo, también agradecen que la otra parte utilice este tipo de comportamiento. Para que se sientan a gusto con nosotros tenemos que demostrarles proximidad. No vale una llamada por teléfono para acercar posturas, tenemos que ir y estar presentes, en contacto físico.

Respecto a las llamadas telefónicas hay que considerar que, por lo general, una misma llamada telefónica dirigida a un kinestésico, con frecuencia, no da el mismo resultado que la misma llamada dirigida a un auditivo o visual. A los auditivos se les llama más asiduamente y a los kinestésicos y visuales se les visita.

En el sondeo inicial es bueno tratar temas relacionados con sus sensaciones. Siempre comenzar el diálogo preguntando ¿Cómo estas? O expresiones similares que demuestren que te interesas por ellos.

En el transcurso de la negociación debemos utilizar palabras que describan sensaciones. Los verbos más utilizados son palpar, tentar, sonar, pulsar, corresponder, competir, incumbir, pertenecer, repartir, importar, olfatear, inquirir, indagar, averiguar, investigar, oliscar, olfatear., probar, paladear, saborear, degustar, catar, agradar, placer, satisfacer, complacer, disgustar, desagradar.

Es difícil que un visual y un kinestésico se entiendan, al primero le gusta mantener una distancia prudencial a la hora de comunicarse con la otra parte, así tiene una visión general de ésta. El kinestésico sin embargo, busca la proximidad, no se siente a gusto si hay una separación más o menos amplia entre las partes.

Todo esto hay que practicarlo y se puede aprender. En el mercado nos encontramos muchos cursos de negociación pero no todos compaginan el arte de negociar con la importancia de la comunicación. Hay que buscar un tipo de formación que desarrolle una modalidad de aprendizaje dónde se aúne conocimientos y habilidades para alcanzar dicho objetivo.