Persuasión Hipnótica

10 Secretos para una Conferencia de Alto Impacto

Carlos de la Rosa Vidal
Aldo Díaz Rivero
Carlos Fernández Castañeda

Persuasión Hipnótica

10 SECRETOS PARA UNA CONFERENCIA DE ALTO IMPACTO

CARLOS DE LA ROSA VIDAL
ALDO DÍAZ RIVERO
CARLOS FERNÁNDEZ CASTAÑEDA

La presente Obra se publica bajo los principios de la Licencia de Creative Commons, que a la letra dicta:
"Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Peru de Creative Commons".
La Licencia puede consultarse en línea en:
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/

Persuasión Hipnótica por Carlos de la Rosa Vidal se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported.

Lima-Perú
Diciembre de 2010

Queda autorizada la reproducción de breves citas en artículos bibliográficos,
siempre otorgando al autor el crédito correspondiente.

ÍNDICE

Parte 1: La Venta Hipnótica de las Ideas
- La regla más importante para comenzar
- La misión de vender ideas en público es una gran responsabilidad
- ¿Cuál es información que deseas dominar?
- Cómo encontrar temas interesantes
- Quieres ser un buen orador: Escribe

Parte 2: 10 Secretos para una Conferencia de Alto Impacto
- El continente del discurso y las formas de venderlo
- 1er Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica
  Saber qué ideas vender
- 2do Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica
  Emplea un lenguaje marketero.
- 3er Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica
  Captar la atención del oyente. Conéctate con tu auditorio
- 4to Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica
  Hacer Sentir lo mismo que tú sientes con lo que sabes.
- 5to Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica
  Comprométalos y dígales por qué es importante lo que les está diciendo.
- 6to Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica
  Énfasis, énfasis, énfasis, Velocidad y volumen; contrólalos.
- 7mo Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica
  Emplea el poder de la mirada.
- 8vo Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica
  Crea puntos en común. Revela las ventajas de tu idea
- 9no Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica
  Encuentra algo original que supones nadie más le daría a tu público.
- 10mo Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica
  Aplica el 4to Secreto de una manera especial. *Cada oportunidad de comunicación en público tiene que ser una experiencia creativa en acción influyente.*
- BONUS: ***Un Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica***

Anexo 1
Autodiagnóstico
Anexo 2
Secretos de la Forma

PARTE 1
La Venta Hipnótica de las Ideas

Uno de los discursos más elocuentes y motivadores que jamás se escuchó en la historia fue pronunciado por Winston Churchill ante un grupo de jóvenes estudiantes en una escuela inglesa. El primer Ministro con suma elegancia y tras un expectante silencio pronunció:

"Nunca se den por vencidos, nunca se den por vencidos, nunca se den por vencidos. Nunca, nunca, nunca. Ante nada que sea grande o pequeño, sublime o trivial, nunca se den por vencidos. A no ser que los aconsejen la convicción, el honor y el sentido común."

Un silencio con una etiqueta de "y ahora qué" recorrió toda la sala mientras Churchill regresaba a su asiento. El discurso brevísimo de menos de treinta segundos dejó deslumbrados a cuántos les rozó las teclas de sus descorazonadas pasiones.

Siempre puedes estar seguro del efecto que puedes causar en tu auditorio si te preguntas qué resultados esperas producir. Si de antemano conoces qué esperas lograr. Si preparas cada detalle de tu presentación. Cada pensamiento que vas a compartir. Cada movimiento que puedes realizar.

Importa el continente tanto como el contenido. Un producto político podrá venderse en la medida que los mecanismos involucrados logren ser trabajados en cada detalle.

En el campo político esencialmente importan tres elementos. El liderazgo político, el programa político y la organización política. Sin liderazgo eficiente, no hay quien persuada eficazmente del programa y menos quien empuje el desarrollo de la organización.

Sin programa convincente sólo hay liderazgo de espectáculo y organización no comprometida. Sin organización política, no existe liderazgo auténtico, porque la existencia de liderazgo implica ineludiblemente la existencia de seguidores, y el programa… ¿a quién convencemos del programa?

Un escenario equivalente encontramos en la labor de comercio de ideas en el arte de hablar en público. Importan básicamente tres elementos: el orador, el discurso y el público. Como el líder, el programa y la organización. Como el vendedor, el producto y los clientes. Un orador ineficiente, despasionado, arruinará el mejor discurso, las mejores ideas, y obtendrá un público indiferente y aburrido.

Un discurso pésimo, con ideas infortunadas, harán desinflar al orador y conseguirán un público desilusionado. Un orador sin público no es orador. Un conferencista sin aplauso sincero no tiene futuro.

En el Dossier Nº 1 de Oratoria para Vender Ideas ya lo explicábamos. El primer producto a vender eres tú. Conviértete en un maestro en la venta de tus ideas, pero antes que nada sé un maestro en tu propia venta de personalidad. Los seguidores comparten los ideales del líder sólo si antes este último ha sabido trasmitir su pasión y su nobleza. Sólo si antes ha logrado venderse a sí mismo. Recuerda el líder encuentra la visión, el público sigue a un líder.

Tu crecimiento personal debe ser una de tus prioridades. Nadie compra ideas de quién no está comprometido con sus sueños e ideales. Sobretodo con su desarrollo como persona. Producir ideas es una tarea esencial. Tanto más esencial es reconocer que vayas donde vayas la vida es crecer y crecer. Si tu misión es ser buen líder, multiplicador de otros líderes, empieza hoy a crecer.

La regla más importante para comenzar

Para vender algo primero tienes que conocer muy bien tu producto, ¿cómo vender algo que tú mismo no comprarías? Los resultados que esperamos es que tú te conviertas en un orador aceptable y con la práctica en un orador eficaz. Por esta razón todos los días en tu cabeza tienes que cumplir la regla más importante para comenzar la aventura de vender ideas.

La regla más importante es saber qué ideas deseas tener. Repito saber qué ideas vender. Conocer el mensaje es el inicio del proceso comunicacional. Zig Ziglar, uno de los autores que más admiro en el campo del crecimiento personal tiene un promedio de lectura diario de tres horas. De 24/7/365 emplea 3 HORAS.

Multiplica sólo una hora diaria de lectura durante un año y luego por tres, inevitablemente esto te llevará a un conocimiento superior al promedio en tu campo particular. Algunas estimaciones revelan que si lees sobre un tema específico durante tres años te volverás en experto nacional; si continuas hasta cinco años en experto internacional. Y te aseguro que si continúas religiosamente el hábito de la lectura podrás llegar a experto universal en 10 años. Quizá un poco más.

Ahora, dónde encontraremos ideas frescas y actualizadas. En esta era de la asombrosa sociedad de la información, la única capaz de convertirnos en receptores de la biblioteca del mundo es la Internet.

Insistiré con el tema. Ferran Lalueza escribe "Por una parte, las TIC ponen al alcance del público un volumen de información hasta hace poco inimaginable y lo capacitan para que se convierta en emisor de sus propios contenidos, favoreciendo la creación de una sociedad red donde el pluralismo y la transparencia se ven significativamente reforzados."

Muy bien, ya entendiste si vas a vender ideas tienes que tenerlas. Navega por la Internet y podrás encontrar el nombre del caballo más querido de Napoleón, ¿te sirve el nombre? quizá para una conferencia titulada "Los caballos más famosos de la historia."

¿Necesitas vender ideas sobre cómo hacer discursos? teclea en Google y consigue "Los mejores discursos de todos los tiempos." Eres estudioso de las religiones comparadas vamos ayúdate con el mouse y encuentra lo que buscas entre los sanquintín trillones de bits de información. ¿Necesitas algunas ideas sobre la felicidad interior? te recomiendo que descargar mi libro electrónico gratuito **"Arte y Estilo de Marketing Motivacional,** ensayos sobre la felicidad auténtica**"** (copia el título y escríbelo en www.google.com y es tuyo)

Dejemos las TIC (Tecnologías de Información y Comunicación) (escrito de esta forma porque las TIC son más conocidas que su largo nombre, discúlpeme profesor de redacción) ahora regresemos a nuestros amados libros. Resultaré un poco a vocecilla de maestro, mas es necesario repetirlo para enviarlo a tu subconsciente: debes investigar y reunir mucha, mucha, mucha, mucha información, aunque sólo utilices una poca y obviamente la mejor. Hazte de un plan de lectura, algunos leen un libro por semana, otros un libro cada 30 días, otros un libro cada vez que tienen un profesor condenado que les obliga a leer. De todos estos métodos te recomiendo el primero. Lee, lee y lee. Investiga, investiga e investiga. Desde hace seis años tengo un listado de todos los libros que he leído y estudiado. La lista me sorprende cada vez que la reviso. Porque viene a mi memoria inmediatamente las mejores ideas de cada documento.

Un consejo millonario: no leas cualquier cosa. Cuida tu mente como cuidas qué comer. Lee a buenos autores, literatura de los premio Nobel, procura variar la temática de tu alimento intelectual. Realidad contemporánea, economía, marketing, liderazgo, política internacional, ciencia, nuevas tecnologías, negocios, filosofía y ciencias sociales. Lee a los clásicos Cicerón, Séneca, Platón. En fin a Peter F. Druker, Stephen Hawking, Michel Foucault, Daniel Goleman, Gabriel García Márquez, José Saramago, Fernando Savater, Sun Tzu, Carlos de la Rosa…

Conviértete en periodista ciudadano, consulta a los expertos, es una de las mejores habilidades de un comunicador social. Pregunta, búscate mentores. Proyecta investigaciones propias, produce conocimiento, no sólo seas un mero coleccionista.

Un orador auténtico tiene que ser un gran lector y en lo posible culto. No es necesario querer saberlo todo, es un intento erróneo a la vez que imposible, pero una buena cultura general hará que el orador disponga de más y mejores recursos para comunicarse eficazmente con su auditorio.

René Descartes lo dejó bien claro: "Leer un libro enseña más que hablar con su autor, porque el autor en el libro, sólo ha puesto sus mejores pensamientos."

La misión de vender ideas en público es una gran responsabilidad

Manejar Ideas no es como tener un catálogo de los productos de un vendedor. Es una situación distinta. Las ideas están evolucionando, para bien o para mal. Todos los oyentes tienen filtros ideológicos y culturales diferentes.

Una botella de shampoo puedes venderla a 5 mujeres diferentes y todas ellas sólo quieren una cosa: que el producto haga magia con sus cabellos y brillen hermosos. Cuando vendes una idea todos tienen intereses distintos e interpretaciones igualmente múltiples.

Vender ideas es un asunto muy serio y la responsabilidad de un orador que vende ideas es un asunto de cuidado.

Cuántas son las jaulas que nos mantienen encerrados y pensamos que estamos libres porque no comulgamos con los sistemas culturales predominantes.

¿Cuál es información que deseas dominar?

Ahora viene el plato fuerte. Te recomiendo que encuentres algo original que supones nadie más le daría a tu público. En cuanto a los temas hay específicos o generales.

Entre los primeros pueden haber: Cómo dirigir una asamblea en cuatro pasos; Los múltiples usos de un lapicero convencional;

En cuanto a los generales: Cómo lograr la libertad interior; La era moderna y la Internet; El día en que el hombre pueda volar; y demás.

Consejo Imprescindible número uno para dominar informaciones: procura en lo posible escoger temas específicos. Motivo: tienes que enfocarte. Cuando tengas que hablar de los 10 secretos para implantar normas de calidad en la gestión de instituciones escolares, tienes que hablar de los 10 secretos, no del panorama de la educación mundial, esos son para los foros internacionales.

Motivo 2: tu futuro oyente auditorio desea escucharte porque le dijeron que tú manejas información que le puede ser útil. Respétalo como respetas a tu consejero espiritual o a tu maestro ateo de la universidad. Tu público esperará que hilvanes puntos específicos y asuntos concretos.

Si dictas una conferencia sobre cómo escribir poemas de amor (casi lo hago una vez) tus oyentes anotarán las fórmulas que les compartan sobre cómo enamorar vía la poematerapia (en el transcurso hasta puedes ganar dinero, esto sí me ocurrió, algún convencido de tu expertocracia solicitará tu número o bien para que le redactes uno para su novia o bien para que le compartas más consejos para escribir el suyo)

Motivo 3: compartir temas específicos aumenta tu reputación. Este libro contiene decenas de consonantes y vocales de información sobre cómo mejorar tu habilidad para hablar en público, no sobre la comunicación humana en general. Más adelante conocerás 10 Secretos para una Conferencia de Alto Impacto.

Motivo 4: No pidas más motivos y asegúrate de investigar siempre antes, durante y después de tu conferencia. Sabías que mientras dictas tu conferencia de pronto aparecen por tus neuronas unas ideas como si alguien te las hubiera dictado. Con razón dicen que el maestro aprende más mientras enseña.

TAREA PARA CASA:

1.- Cómprate cuadernillos pequeños en donde anotar cualquier idea que encuentres, que escuches, que leas.

2.- Cómprate una agenda y un libro de diario, en donde anotar tus pensamientos, anécdotas, o para simplemente escribir. Recuerda que algunas investigaciones señalan que escribir refuerza la identidad y es una poderosa herramienta de terapia.

3.- No me hagas escribir estas tareas en vano, te ruego hazlo, tú festejarás los resultados. Un punto importante: recomiendo que compres los cuadernillos para escribir y no tanto redactar frente a una computadora o notebook. Preferible tener a mano y sentir físicamente el soporte de tus escritos.

Cómo encontrar temas interesantes

Vamos, es imposible decirlo todo en este libro, me encantaría pero no tengo previsto hacer de este tema un libro de 592 páginas. Eso sí, voy a sugerirte cómo encontrar temas interesantes, aunque deseo que seas tú quien busque lápiz y papel. Pregúntate, para ti, cuáles son los temas más interesantes del mundo, del universo, si deseas. Luego consulta a tu espos@, novi@, amante, al adorado tormento, al peor es nada.

En mis talleres de Oratoria Motivacional sólo dos temas están vetados: la apología al terrorismo y quedarse callado. Todo lo demás puede resultar interesante, al público correcto siempre el mensaje correcto. Jamás olvidarlo.

Un tema interesante para la comunidad científica investigadora de la física cuántica puede no serlo para la comunidad del club de fans de los animales de la tercera edad. Un tema súper interesante para un consultor en sistemas de entrenamiento motivacional puede no serlo para un viejo con el ceño fruncido de sólo 30 años y que vive como si lo hubieran bautizado con limón.

Todos nos interesamos por cosas diferentes. La gran ventaja es que quienes tienen pasiones comunes suelen juntarse y es ahí donde tú puedes ejercer tu don de líder y orador. Recuérdalo: la información tiene que interesar a nuestro público o al menos hacerlo interesante. Únete a clubes o grupos de estudio en donde requieran de expositores.

Enfocándonos:

Secreto número 1 sobre informaciones interesantes: la información tiene que interesarte a ti. El tema tiene que entusiasmarte, mientras más disfrutes, más aprenderás. Mientras más aprendas mejor preparado estarás. Y mágicamente más motivos tendrás para sentirte inspirado a compartir de algo que disfrutas.

Sólo puedes hablar auténticamente convencido de las cosas que te apasionan. Imagina a un astronauta hablando sobre tópicos de belleza cutánea. Ahora visualízate como a un líder político persuadiendo a tus seguidores a ser los protagonistas del cambio de las naciones. Tu público lo notará. Intenta compartir informaciones que a ti mismo te gustaría escuchar. Vende las mismas ideas que tu mismo animosamente comprarías. **Ésta es la Fórmula Extraordinaria del Secreto Número 1.**

Secreto número 2 sobre informaciones interesantes: tienes que hacer interesante la información para los demás. Si deseas interesar a los demás, sólo haz una cosa: interésate por ellos. Vamos, entrégales información de utilidad. Obséquiales algo que puedan emplear hoy mismo para resolver sus más cercanos problemas personales, laborales o profesionales. Ya lo mencioné en otro de mis libros: "Ayudando a los demás a conseguir lo que quieren conseguiremos lo que necesitamos"- El Poder de la Excelencia Humana, (Perú, 2006)

Recuerda interesarte por los demás. Una de las máximas de las relaciones humanas dicta que "las personas te darán a ti lo que deseas a medida que tú les des lo que ellos desean." Esta es una revelación práctica fabulosa. La mejor forma de interesar a los demás es interesarte auténticamente por ellos. Este es el secreto oculto tras la verdad. **Ésta es la Fórmula Extraordinaria del Secreto Número 2.**

Quieres ser un buen orador: Escribe

Estarás preguntándote: yo quiero hablar mejor en público, en unos párrafos anteriores me hablaste de recopilar información y ahora me sugieres que escriba. ¡Exacto!

El 1er Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica es saber qué ideas vas a compartir en tus charlas. Tienes que organizar estas ideas, no puedes dejarlas allí en los libros, revistas, en tu colección de audios instructivos. En algún lugar del cerebro, en las mitocondrias. No. Específicamente, necesitas redactar tu conferencia de venta de ideas con tus propias palabras, no con el lenguaje de los libros, ni de quienes consultaste. Las palabras serán tuyas.

Recomiendo escribir toda la charla o exposición, no con la intención de sugerirte leer cada palabra que escribas, ni de solicitarte que aprendas de memoria cada vocal, letra, punto y coma. Sino para que consigas un registro fiel de cada conferencia que compartas porque el documento que redactes estará constantemente enriqueciéndose con más aportes e ideas ¡Son tus pensamientos en la hoja de papel! Te dará la oportunidad de repetirlo una y otra vez. La práctica te dará seguridad y experiencia.

Con autoridad por eso dicen que "uno no sabe lo que sabe hasta que lo escribe." Te comparto otro secreto este mismo texto lo utilizo para charlas sobre consejos para hablar en público.

Tips para Escribir Discursos:

Uno.- Redacte para el oído de sus oyentes, no para deleitar su vista.

Dos.- Escriba tal y como hablaría en la conferencia.

Tres.- Sea Claro y específico, detalles, descripciones, escriba para la imaginación. Escriba escenas, acciones, argumentos.

Cuatro.- Intente colocar una sola idea por párrafo, escriba en frases cortas. Esmérese en los conectores entre una idea y otra.

Cinco .- Redacte creando expectativa

Básicamente existen tres formas de pronunciar discursos:

1.- Leer el discurso que escribiste, desde la primera consonante hasta el último punto. Poco recomendable para quienes se inician en este gratificante oficio de hablar en público, circunscribe las opciones de la espontaneidad. Mas, en oradores expertos, puede volverse una herramienta poderosa de alto impacto. Intenta adquirir conocimientos en técnicas de lectura en voz alta.

2.- Apoyarse en notas que resalten los puntos principales del discurso. Confeccionada con las palabras clave que rápidamente te sugieran los conceptos e ideas que investigaste y redactaste. Es el sistema ideal para principiantes. Recuerda sólo palabras clave, no párrafos enteros. Por unas diez líneas resultaría infantil que durante 15 minutos mantengas los ojos clavados en el papel y sólo cinco minutos de mirada nerviosa al auditorio. Los mejores oradores también tienen su apoyo-memoria. Salvo que las mismas diez líneas sí pueden aprendérselas.

3.- Memorizar los puntos clave de tu discurso y hablar sin notas de apoyo. Es la forma más profesional que pueda verse en un orador. Y el más superior estilo para vender ideas a un público ávido de ellas. Porque representa el sistema de más alto impacto en la persuasión. Mayor contacto con el público y control del auditorio. La percepción de naturalidad en el orador, de espontaneidad. Observamos que nos habla no que nos lee.

4.- Sí, básicamente son tres las formas de pronunciar, en la clasificación de los discursos preparados. **El cuarto estilo es el de la improvisación.** Ahora quiero decirte que siempre tienes que estar preparado para hablar. En realidad nunca deberás hablar sin saber qué decir porque a partir de ahora te ayudarán tus anotaciones. Puedes compartir siempre tres o cuatro ideas que sólo esperaban su momento. El que todos creen que es improvisación.

La mejor forma de manejar el temor a hablar en público es hablando en público.

Las herramientas que te hemos proporcionado hasta aquí sólo nos servirán para la primera fase. Un orador se hace hablando, un futbolista dominando el balón, un vendedor vendiendo. Ahora quiero retarte a que en cada oportunidad que tengas de hablar ¡sólo hazlo! Mientras más experiencia tiene uno ante un público más seguridad adquiere. Todos hablan del miedo. Crees que yo no lo tengo, por supuesto, todos sentimos un pequeños temblorcito al iniciar una presentación pública.

Hasta el momento no conozco fórmulas mágicas para hablar en público que practicar y practicar. Otras fórmulas mágicas para tener éxito en público que enfrentándose en la guerra de la oratoria. En donde, cual negociación exitosa, todos terminan ganando.

En una obra imprescindible el Dr. Michel Girodo escribió "El temor a ser rechazado procede de la creencia irracional de que uno debe ser perfecto en todo momento, y de que los demás le exigen también que lo sea. No sólo es irracional creer que uno debe ser perfecto en todas sus actividades sociales sino que además es una idea muy poco realista" – Cómo vencer la Timidez

Tips número infinito para hablar en público:

Uno.- Redacte su discurso de forma tal que produzca el resultado que usted espera.

Dos.- Continúe leyendo, vienen mayores secretos.

Tres.- Adquiera conocimientos en múltiples campos, pregunte, escriba y por sobre todo ¡Practique! Ante su mascota o su espejo pero ¡Hágalo!

En algún momento preguntarás sobre porqué redacto en este breve tratado de comunicación en público con un tono poco solemne y más ligero, la razón es porque considero que al ciudadano de a pista y vereda, no debe presentársele el tema en un tono doctoral. Decenas de manuales así lo hacen. Mi intención es acercar de modo más ameno y menos severo el tema de hablar en público, que para muchos continúa convertido en un misterio impenetrable. No queremos desentrañar esos enigmas comunicacionales como los libros eruditos, con argumentaciones y entresijos ininteligibles, no vamos a dar un discurso frente a un tribunal.

PARTE 2
10 Secretos para una Conferencia de Alto Impacto

El tiempo ideal máximo que debería durar un discurso es de 20 minutos. Salvo que el único conferencista seas tú, entonces puedes doblar la cifra. Si eres un formador con algún tema de divulgación puedes llegar hasta 45 minutos. Ahora quiero que lo siguiente pueda registrarse indeleblemente en tu conciencia.

Un orador que emplea 20 minutos de charla, no sólo está invirtiendo 20 minutos, tiene un poder que supera el tiempo y el espacio. Concentración: tienes un auditorio compuesto por 300 personas, tu conferencia promedia los 20 minutos. Cuántas horas suman en conjunto el tiempo que ocuparon atendiéndote cada uno de tus oyentes…

Exacto, eres responsable por 100 horas de tu público ¡Te das cuenta de la cifra!

Por lo tanto, tu conferencia tiene que ser una experiencia enriquecedora. Tú necesitas buscar herramientas para lograr una conferencia de alto impacto. Eres responsable por 100 horas de la vida de otras personas. Es un asunto delicado. No querrás echar al tarro de la basura 100 horas-hombre. Es delicadísimo. Respeta a tu público.

Mencionarte algunas luces sobre el principio del rumor puede servirnos. En todo momento estamos influyendo, seamos o no conscientes de ello. Muchas de las cosas que compramos lo debemos a la recomendación de otras personas. Si alguien emplea 20 minutos en una clase particular sobre el manejo del estrés laboral, ocurren decenas de sucesos vinculados. El cliente podrá recomendar el curso a otro y luego éste último a un conocido suyo.

Si en la clase de 20 minutos participaron 3 personas, el instructor ha dirigido una hora en total de actividades. Multiplica su influencia directa e indirectamente. Si estos mismos tres recomiendan a otros tu trabajo, el efecto se impresionante.

Por esta razón, todo individuo que tiene la dirección de un equipo de personas tiene una millonaria responsabilidad. Y este cometido, devenido en influencia, tiene que sustentarse en un previo trabajo consciente del expositor. Por este motivo hablaba de Las 7 leyes Espirituales del Orador en el libro electrónico Oratoria para vender Ideas, Dossier Nº 1.

Existe un compromiso moral tácito, en la responsabilidad de encargarnos por el tiempo de los demás. Dicta tu conferencia de la forma en que a ti te gustaría disfrutarla como oyente. O mejor, como a tu público particular, con sus intereses y expectativas le gustaría disfrutar. Y como veremos en líneas siguientes entre los secretos maestros de la persuasión hipnótica, encontraremos la sugerencia de hablar como te gustaría escuchar.

Tienes un poder enorme que puedes ejercer a través de la comunicación. Siempre desearé, mientras leas estas palabras, que comprometas tu corazón y tus sentidos en ejercer influencia exclusivamente beneficiosa y positiva. Amén.

Recuerda a Winston Churchill en su discurso de menos de 30 segundos: "Nunca se den por vencidos, nunca se den por vencidos, nunca se den por vencidos. Nunca, nunca, nunca. Ante nada que sea grande o pequeño, sublime o trivial, nunca se den por vencidos. A no ser que los aconsejen la convicción, el honor y el sentido común."

Es un vivo ejemplo de un discurso de alto impacto. Porque el episodio interinfluyente de la persuasión revela los puntos en común existentes entre las necesidades de los receptores y los objetivos del expositor. A menores intereses en común, menores son las opciones de impacto sobre la audiencia; a mayores intereses en común, mayores son las opciones de alto impacto sobre el auditorio.

De antemano los espectadores sabemos sobre qué se hablará, mas desconocemos cómo se nos lo dirá. El contenido, como ya hemos revisado, es fundamental. Fase dos: la forma es determinante.

El continente del discurso y las formas de venderlo

Tenemos ante nosotros dos empaques distintos cuando dos oradores participan el mismo mensaje. Las formas de comunicarlo son heterogéneas. El poeta peruano Cesar Vallejo escribió "Los Heraldos Negros", un singular poema que comienza así:

"Hay golpes en la vida, tan fuertes... ¡Yo no sé!
golpes como el odio de Dios; como si ante ellos,
la resaca de todo lo sufrido
se empozara en el alma... Yo no sé!

Son pocos; pero son... Abren zanjas oscuras
en el rostro más fiero y en el lomo más fuerte.
Serán tal vez los potros de bárbaros atilas;
o los heraldos negros que nos manda la Muerte…."

Si dos oradores elijen este poema para declamarlo, usted escuchará como si el autor de "Los Heraldos Negros" hubiese escrito dos poemas alternativos, no porque los declamadores varíen las letras, ello es irrespetuoso e inaceptable, sino porque la forma de expresarlo será inconfundiblemente distinta.

Vamos con los secretos. En realidad, son las instrucciones para que los demás se interesen por tus ideas, son las estrategias ocultas para interesarlos. Y la mejor de todas las estrategias éticamente persuasiva para que puedas vender ideas y se interesen por ellas es: interesarte por ellos.

Nada más para emprender el viaje de la comunicación persuasiva. Ahora sólo a ensayar.

En líneas generales los Secretos Maestros de la Persuasión Hipnótica son:

1er Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica

Saber qué ideas vender

2do Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica

Emplea un lenguaje marketero.

3er Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica

Captar la atención del oyente. Conéctate con tu auditorio

4to Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica

Hacer Sentir lo mismo que tú sientes con lo que sabes.

5to Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica

Compromételos y dígales por qué es importante lo que les está diciendo.

6to Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica

Énfasis, énfasis, énfasis, Velocidad y volumen; contrólalos.

7mo Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica

Emplea el poder de la mirada.

8vo Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica

Crea puntos en común. Revela las ventajas de tu idea

9no Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica

Encuentra algo original que supones nadie más le daría a tu público.

10mo Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica

Aplica el 4to Secreto de una manera especial. Cada oportunidad de comunicación en público tiene que ser una experiencia creativa en acción influyente.

BONUS: Un Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica

Pronuncie su discurso de forma tal que produzca el resultado que usted espera. Sea imperdonablemente consciente de ello.

1er Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica

Saber qué ideas vender

Para empezar usted tiene que estar íntegramente convencido de lo que dice o al menos en un 99.9 %.

Y básicamente saber qué va a decir. En decenas de palabras anteriores ya platicábamos sobre este secreto maestro. Las ideas que usted defienda tienen que haberlo convencido a usted primero. La tarea suya es convencer a los demás mediante la palabra. Aquí ya viene el desarrollo del delicioso arte de hablar en público.

Jamás podrá lanzarse al juego de la oratoria con eficiencia, si usted no es primero receptor de ideas. Y más que sólo recipiente de ideas, deberá usted ser un seleccionador de las mejores que encuentre y convertirse en un dedicado orfebre de las palabras. Deberá entregarse a la reflexión. ¿Qué hace un comunicador? Pues las cosas complicadas pasan por filtro y las convierte en informaciones sencillas que todo mundo entiende.

Reconócete un valioso intermediario, porque como orador lo eres. Registra los mejores argumentos, sé agradecido con quienes contribuyen en el nacimiento de tus ideas y compártelos con tu auditorio. Algo similar subrayó el escritor español Juan Benet: "La admiración por los libros me llevó a escribir. Yo admiraba a la gente por transferencia."

Respondamos a las fundamentales preguntas periodísticas: La fórmula Q^2C^2D. Qué, quién, cuándo, cómo, dónde.

La primera interrogante de todo orador es: ¿Qué deseo comunicar? Sólo usted conoce sus más brillantes intereses. Investigue constantemente antes y después de su presentación pública. Inúndese en abundante lectura, aventúrese a ser un periodista entrevistando a los expertos en el campo de su interés. Observe y escriba. El mundo está lleno de enseñanzas allí mismo donde usted se detenga.

Busque nuevas oportunidades, diríjase a algún campo desconocido y entérese de nuevos descubrimientos. Obtenga puntos de referencia heterogéneos. Viaje al encuentro de novedades en su área particular. Mejore usted como primer

producto a venderse, aún antes de sus pensamientos. Y esencialmente crea en sus ideas.

En un fólder, colecciona informaciones referidas al argumento que trabajes. Recuerda que las nuevas tecnologías de la información trajeron consigo nuevos medios para acceder al conocimiento del mundo. Gracias a ellas existen nuevos mercados, en donde tú puedes ofertar tus ideas. Las nuevas audiencias están demandando nuevas ideas en nuevos escenarios. Y desean nuevos mensajes. Están demandando a un talentoso orador que les comparta creatividad y soluciones.

¿A Quién lo voy a comunicar? Es la pregunta sobre la cuál se construye la estrategia persuasiva. Y ¿Cómo lo voy a comunicar? Corresponde a la interrogante que nos dará luces sobre el proceso persuasivo.

Mientras el contenido es el qué diré, la forma es cómo lo diré. La periodística ¿Por qué deseo comunicarlo? Nos conducirá a revelar nuestros motivos que nos mueven a compartir la información, mientras el ¿para qué deseo comunicarlo? Llevará a establecer la finalidad y el resultado que esperamos con nuestro discurso.

En conclusión:

Secreto del 1er Secreto: sepa que va a decir convirtiendo lo complicado en algo digerible para su público. Responda: ¿Qué deseo comunicar? ¿A quién lo comunicaré? ¿Cómo lo comunicaré? ¿Por qué deseo comunicarlo? ¿Para qué deseo comunicarlo? ¿Qué resultado espero con ello?

2do Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica

Emplea un lenguaje marketero.

¿Qué es lo primero que hace un vendedor? Pues reorienta tu atención. ¿Cómo lo hace? Aquí comienza un fuerte trabajo de investigación. En tu vida, a menos que hayas vivido al estilo Tarzán, habrás escuchado a decenas de personas dirigiéndose a un público. Algunos te llenaron el alma, otros te la vaciaron, otros te hicieron pensar, otros dormir. Pero todos, lee bien, todos provocaron comportamientos y reacciones en su auditorio.

Para bien, para mal, cada orador tiene un estilo que puede haber trabajado o no. Tu trabajo es crearlo. Y el mejor comienzo es aprendiendo de los maestros. Dónde los encuentras, a ver… ¿recuerdas aquel profesor que impactó en tu vida porque tenía un estilo dinámico de decir las cosas? O tal vez aquel conferencista medio filósofo que decías cosas profundas pero de forma tal, que si él pedía que todos se pusieran en pie, lo hubieran hecho con la mayor de las disposiciones y con la menor de las resistencias.

Tu trabajo es tener un lenguaje y un estilo un poco de comunicador, un poco de periodista, un poco de vendedor y otro poco de todo. Por partes. El nombre de tu producto es esencial. Tienes que poner un buen título a tu conferencia, un título vendedor. Una cosa es el tema, otra el título. Tu tema es el mejoramiento de las relaciones de pareja. El título tentativo de tu charla sería…

Busca qué puede ser atractivo.

"21 Secretos Imprescindibles para el binomio marido-mujer"

"Las 20 Leyes del Éxito en las relaciones de pareja. "

"Comunicación Matrimonial: Consejos para mejorar las relaciones."

"10 Secretos para Relaciones de Pareja de Alto Impacto."

En fin, el título de tu conferencia es tu primera carta de presentación.

Te aconsejo que escribas por lo menos diez alternativas antes de proceder a quedarte con alguna. Consulta, solicita opiniones. Decenas de oradores en ciernes prefieren lo tradicional, La estrategia peruana en la lucha contra el pandillaje callejero, El impacto de las tecnologías de la comunicación en la educación de hoy, La lucha por la libertad religiosa en el mundo. Son títulos de conferencias habituales, no deseo que tú seas un orador habitual, desearía que rompas esquemas, y reorientes la atención de los demás desde el primer instante.

Ahora tampoco desearía que tengas un título de lo mejor y el contenido de tu conferencia carezca de todo tinte dinámico y atrayente. La preparación intelectual es fundamental, las formas de comunicación son determinantes. Procura poner tus sentidos en alerta para evitar lo dicho por Frank Zappa, músico estadounidense, “el periodismo musical consiste en gente que no sabe escribir entrevistando a gente que no sabe hablar para gente que no sabe leer.”

Las palabras son puertas, no habitaciones excluyentes. Por esta razón tu lenguaje y estilo tienen que ser puertas de invitación para que tu público se sienta cómodo e seducido por tus ideas, porque te esmeras en las formas. Y porque están sustentadas en principios y contenidos válidos.

Tu lenguaje es determinante. Tus palabras transportarán calor, el mismo que va a salir con cada latido de emoción que imprimirás en cada secuencia de tu presentación pública. Es la magia hipnótica de la venta de ideas.

Todavía no pueden olvidar los norteamericanos las pulidas palabras de John F. Kennedy en su poderoso discurso inaugural: "No preguntes qué puede hacer tu país por ti, pregunta qué puedes hacer tú por tu país."

Es lenguaje-marketero, palabras vendedoras. Las mismas que aconsejamos en estas líneas. Ahora, el estilo es algo que uno desarrolla gradualmente, el arte exige un precio. Aprender de memoria cada frase de nuestro discurso es sólo una tarea para expositores que no son objeto de nuestro estudio. El estilo vendedor, un estilo del cual las personas se enamoren y soliciten más, tiene que ser cultivado.

Estilo ejercitado mediante el estudio y la aplicación de una fórmula que ha funcionado desde el invento de la guerra y la competencia, en los tiempos en que vivían los hombres de las cavernas hace 800 generaciones. La regla de: encuentra al mejor, copia al mejor, imita al mejor, iguala al mejor y supera al mejor.

Ya sé, tú no quieres ser un usurpante copista, te lo explicaré de este modo. Con el tiempo y la praxis uno desarrolla e “inventa” nuevas formas de hacer, para empezar tenemos que aprender de los maestros, en seguida uno desarrolla un estilo único. Quién le enseñó a Leonardo da Vinci a pintar, pues alguien que sabía el arte. Así funciona. Ahora dime, ¿conoces el nombre del maestro de Leonardo?

Cada persona aprende de las cosas que funcionan, con la experiencia cada uno tiene un único carácter para concebir ideas. En tu conferencia de alto impacto tienes que hacer tu propia leyenda, el mérito será exclusivamente tuyo, el estilo que desarrollarás será tuyo. Recuerda investigar incansable y continuamente.

Aprendiendo de los mejores, probando estilos, inventando nuevas formas de hacer y dirigirse al público.

En mi país, cada estudiante tiene grabado como señal de fuego las palabras de Don José de San Martín, "Desde este momento el Perú es libre e independiente, por la voluntad general de los pueblos. Y por la justicia de su causa que Dios defiende. Viva la libertad, viva la independencia" y también, tocándonos el corazón, las vibrantes letras de nuestro himno nacional: "Somos libres, seámoslo siempre/ y antes niegue sus luces el sol/ que faltemos al voto solemne/ que la patria al eterno elevó."

Son palabras que llegan al corazón del hombre. Tu trabajo es crear las situaciones necesarias para provocar las reacciones del auditorio favorables a tu discurso.

Y una de estas herramientas es el lenguaje. Si utilizas demasiados adjetivos, no te juzgarán conferencista, sino mas bien, o crítico o adulón. Sírvete de la vigorosa potencia de los verbos, insinúan acción movimiento y dinamismo.

En lo posible el lenguaje deberá ser similar al empleado por la mayoría de nuestro público. Emma Rodero Antón, de la Universidad Pontificia de Salamanca escribe uno de los grandes principios de las técnicas de la propaganda: "A fin de conseguir la mayor efectividad, el mensaje debe ser lo más sencillo posible para que todos y cada uno de los individuos sean capaces de comprenderlo, sin exigirles demasiado esfuerzo. Debe ser, además, breve y claro, elaborado con frases sencillas y enunciaciones primarias."

Use un lenguaje motivador, durante la presentación procure que sus palabras de connotación negativa no superen más del 30 %, aquellas como desventajas, problemas, tragedia, pérdida, decadencia, complicaciones, desgaste, declive retroceso, sólo escribirlo ya produce parálisis. En cambio, completa el 70 % del vocabulario oratorio con palabras como soluciones, oportunidades, beneficios, ventajas, alternativas, opciones, proyectos, emprendimientos, actividades, éxito, liderazgo, transformación, cambio, poder, capacidad, confianza y demás.

Incluyamos los aspectos negativos y positivos de la propuesta, encontremos además soluciones con el poder de contrarrestar las piezas perjudiciales de nuestras ideas. Emplea muchos verbos, tantos como para que la audiencia pueda ver, sentir, tocar y oler cada fragmento de tu plática. A través del lenguaje el secreto es hacerlos visualizar tu proyecto. Describe lugares, acontecimientos, personas. Habla con imágenes. Que vivan lo que tú estás exponiendo.

Grabar en la mente de la audiencia tus mejores argumentos podrá lograrse a través de un lenguaje eficaz, con alto poder de resultados. Utiliza frases cortas, con una pronunciación fuerte y clara de cada sílaba que pronuncias, que pueda escucharse cada vocal y consonante.

Cuando tu conferencia sea sólo informativa, obséquiales a los oyentes muchas descripciones. Cuando tu conferencia pretenda un resultado, motivo de nuestro estudio, ofréceles razonamientos que apoyen tus ideas. Entrégales puntos en qué apoyarse para ayudarte a defender la información con un lenguaje que pretenda una proyección visual en sus mentes.

Jamás olvides la observación del Dr. Alexis Codina, catedrático de la Universidad de la Habana: "Si Ud. es buen comunicador, pero no sabe escuchar, corre el riesgo de comunicar en forma elocuente cosas que no le interesan a la gente."

Punto que revisábamos en el capítulo *La Creación del Genio Orador* en el ebook *Oratoria para Vender Ideas* "un orador no es orador si primero no es un buen oyente. En cristiano, un orador se hace en la práctica, pero primero tiene que practicar ser un buen oyente. Un orador, al igual que un estudiante, es alguien que aprende constantemente. Así como un escritor se forma en la práctica de escribir, pero primero en la práctica de leer. Como un maestro enseñando, pero primero en la práctica de aprender."

Atiende al lenguaje de los mejores expositores con quienes te topes. Te comparto un secreto: en lo posible cada vez que escucho a algún conferencista trato de llegar hasta él para agradecerle la oportunidad que me ofrece de aprender. Acércate a los mejores, instrúyete y supéralos.

La lengua española es extraordinaria porque tiene tantas palabras para nombrar las cosas, mejor que en otros idiomas. Cuando enfrentes el desafío de presentar una conferencia con resultados de alto impacto procura servirte de las mejores armas del lenguaje. Por ejemplo, evita solamente decirles "esta idea es excelente", diles por qué es excelente, describe, enumera cada uno de los aspectos que hacen excelente una idea.

En el arte de la comunicación oral, el hablante se sirve del idioma, las palabras yacen escondidas en el diccionario hasta la llegada del príncipe, quien las coge e intenta confeccionar frases y oraciones que reproduzcan de la forma más fiel posible sus pensamientos. Las palabras transportan ideas, emociones y sentimientos cuando brotan como agua por los labios. El diccionario de la Real Academia de la Lengua incluye la palabra "besar" pero no significa nada más que letras escondidas hasta que la encuentras. Y recién entonces cuando la pronuncies "beSAR", "¿besar?, "¡Besar!", "beeessaaarrrrrr..."

Estarás transmitiendo poder de comunicación a través de las palabras. El mismo poder que durante todo el libro te sugerimos utilizar.

Secreto del 2do Secreto: El lenguaje de comunicador social es el lenguaje de mayor uso de los conferencistas dinámicos. Rebobinando la cinta: las cosas complejas conviértelas en sencillas, así todos la entenderán. Reviste tus ideas con un lenguaje atrayente, que invite a probar más del discurso.

En privado, graba tu voz pronunciando algún trozo de tu disertación en público. Reproduce la cinta o dale click a tu grabadora digital, identifica qué debes mejorar en cuanto a pronunciación, conceptos y palabras para volverlas más accesibles y claras. Haz de la grabación privada una actividad constante y necesaria.

Contesta las preguntas. ¿Qué partes del audio te gustan más? ¿Cuáles son los detalles que necesitas ejercitar? ¿Qué puedes agregar para convertir tu presentación en una conferencia de alto impacto?

Si vendes ideas, grábalo en tu memoria: las personas no quieren un clavo y un martillo, desean dos pedazos de madera juntas.

3er Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica

Captar la atención del oyente. Conéctate con tu auditorio

Cuando sabes reunir oratoria con creatividad, te vuelves un comunicador hipnótico. Ideas y cien ideas tienes que generar para crearte un ambiente persuasivo. Te comparto algunas ideas:

a.- Crear el escenario más propicio para la recepción del mensaje. Generar un vínculo emocional con el público.

b.- Preparar hasta las improvisaciones y los "lapsus espontáneos de tu discurso."

c.- Sorpréndelos con alguna información, revelación.

d.- Narra historias o anécdotas referidas al tema. Que te sigan con la historia. Vívelas.

e.- Utiliza el humor. Con esmero y cuidado.

f.- Obviamente no es noticia que un perro muerda a una persona pero sí lo es cuando una persona muerde a un perro.

g.- Recuerda que desempeñas un papel. Actúa. Todo el cuerpo comunica, fundamentalmente el movimiento de nuestras manos, cabeza, rostro, brazos. Estudia a tu público y tu mercado

4to Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica

Hacer Sentir lo mismo que tú sientes con lo que sabes. Habla con el corazón

Cuéntales cómo las ideas resolverán algún problema específico de su oficio o de su vida personal. Nunca olvides que se vende ideas contagiando tu entusiasmo de forma diplomática, no jaranera. Tiene que hacerlos ver lo que tú ves, sentir lo que tú sientes, saborear cada idea tal como tú la saboreas. Trasmite emociones de forma consciente y lograrás persuasión hipnótica. Que cada frase sea un latido. Buscar producir algo en los sentimientos de tu auditorio. Como dice mi hermano César hay gente que tiene ánimo meteorológico, responde de acuerdo al tiempo.

Crea un buen clima psicológico. Sé positivo, amigable y enérgico. Humberto Maturana comparte que "no hay acción humana sin una emoción que la funde como tal y la haga posible como acto"

Fernando Belaunde, en 1968 improvisó un discurso ante los presidentes de Estado reunidos en Punta del Este. Un gran discurso que enorgulleció a sus compatriotas. Cuando regresó al país fue ampliamente ovacionado. Respondió "¿Qué me aplauden? Si son ustedes quienes han hablado por mis labios"

¿Más ejemplos?

Abraham Lincoln, el 19 de noviembre de 1863, en honor a los caídos en la batalla de Gettysburg, durante la guerra civil norteamericana:

“El mundo advertirá poco y no recordará mucho lo que aquí digamos nosotros, pero nunca podrá olvidar lo que aquí hicieron ellos. A los que aún vivimos nos toca más bien dedicarnos ahora a la obra inacabada que quienes aquí lucharon dejaron tan noblemente adelantada; nos toca más bien dedicarnos a la gran tarea que nos queda por delante: que, por deber con estos gloriosos muertos, nos consagremos con mayor devoción a la causa por la cual dieron hasta la última y definitiva prueba de amor; que tomemos aquí la solemne resolución de que su sacrificio no ha sido en vano; que esta nación, por la gracia de Dios, tenga una

nueva aurora de libertad, y que el gobierno del pueblo, por el pueblo y para el pueblo no desaparezca de la faz de la tierra."

Sé humilde, el poder de la oratoria no te distancia de tus semejantes, tienes que utilizarlo para hacerlos sentir que tú estás acompañando, no buscando incautos que apoyen tu candidatura sin más. Te invito a que leas mi ensayo "***El Poder de la Influencia Ética"*** (ingresa a google, escribe el título y descárgalo)

5to Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica

Compromételos y dígales por qué es importante lo que les está diciendo.

Bastante claro. Algunos consejos más:

a.- Tengo algo muy importante que decirles

b.- Promueve la participación del auditorio.

c.- Involúcralos, que participen, eso eleva el nivel de atención.

d.- Idea formas de cómo hacerles participar. Acércate al público. Camina entre ellos.

e.- Conviértelos en tus cómplices de tus ideas.

f.- Convierte tu idea en las ideas de tu audiencia.

Un modelo lo tenemos en el discurso del maestro Churchill a la Cámara de los Comunes el 13 de mayo de 1940:

"En esta crisis, espero que pueda perdonárseme si no me extiendo mucho al dirigirme a la Cámara hoy. Espero que cualquiera de mis amigos y colegas, o antiguos colegas, que están preocupados por la reconstrucción política, se harán cargo, y plenamente, de la falta total de ceremonial con la que ha sido necesario actuar. Yo diría a la Cámara, como dije a todos los que se han incorporado a este Gobierno: «No tengo nada más que ofrecer que sangre, sudor y lágrimas ».

6to Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica

Énfasis, énfasis, énfasis, Velocidad y volumen; contrólalos.

Dale fuerza a algunas ideas. Por encima de otras. Controla la velocidad de tu alocución. En algunos momentos deberás acelerar, quizá hablar un poco rápido. En otro momento a baja velocidad, casi susurrando compartirás algunos secretos o revelaciones con tu auditorio.

a.- Juego de contrastes silencio-voz, volumen alto-bajo.

b.- Emplea el poder de la pausa estratégica en los discursos.

c.- Hablar a una velocidad deprisa nos trasmite entusiasmo.

d.- Lento-énfasis-veloz-pausa-susurro.

e.- Manejar el volumen. La potencia de la voz. Voz fuerte y clara.

Inscríbete en un curso para optimizar tu dicción y educar la voz hablada. Aprenderás a sacarle provecho y tener una voz más vendedora; mas sólo tú mismo puedes entrenarte para hablar en público. Una cosa es hablar ante un micrófono y nadie observe tu trabajo, como locutor de radio, y otra dirigirse a un grupo.

7mo Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica

Emplea el poder de la mirada.

Único Secreto del 7mo Secreto: en tus conferencias y charlas habla mirando a una persona por vez, luego a otra, y luego a otra. Algunos oradores al no controlar sus miedos quieren ver a todos a la vez y al final no logran establecer contacto visual con nadie. Observa a cada uno de tus oyentes, háblales a ellos. Es una estrategia fabulosa para vender ideas.

Nuestro primer contacto con el público es visual. La técnica de los tres segundos antes de hablar para distribuir la mirada a todo el auditorio.

En algún momento todos percibimos el poder presionante de la mirada de los demás, seamos conscientes de esto para controlarlo y saber que somos un punto de enfoque de nuestro auditorio y somos responsables por mantener la atención en nosotros.

Háblale a una persona como si estuvieras hablando a millones, dirígete a un público completo como si estuvieras hablándole a un amigo que respetas, y mucho.

Un consejo valioso: camina como si fueras a recibir un premio, no como si caminaras hacia un patíbulo.

8vo Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica

Crea puntos en común. Revela las ventajas de tu idea

Logra coincidir lo más posible tu discurso con la satisfacción de los deseos, esperanzas, ambiciones, carencias y necesidades de tu audiencia.

Te revelaré algo importante: la mejor forma de persuadir no es hacerles creer que tienes la mejor opción, ni siquiera de contagiarles toda tu emoción. La mejor forma perdurable de vender una idea es tener los argumentos imprescindibles contra los cuales las objeciones no tengan oportunidad.

En simple, el contenido es fundamental, la forma es determinante. Y si deseas que tus ideas puedan mantenerse más allá de la emoción y la retórica la construcción de argumentos y la forma de expresarlos son el proceso estratégico para alcanzar el objetivo. No podrías vender una idea continuamente si no demuestras con sólidos argumentos su vigencia o utilidad.

Nos comparte Tamayo y Salmorán (2003), del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM que la argumentación es un juego y que lo argumentos no son fuertes ni débiles; los argumentos designan a cualquier enunciado que afirma algo y que por tanto niega todo lo que le contradice.

Recordemos la retórica clásica:

a. La *inventio*, saber qué ideas vender, recopilar, crear

b. La *dispositio*, disponer las ideas de acuerdo a nuestra intención comunicativa

c.- La *elocutio*, en otras palabras involucra el estilo la forma cómo presentaremos el discurso. El modo de expresarlas verbalmente.

d.- la *memoria*,

e.- la *pronuntiatio*, la práctica y la oratoria en acción

9no Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica

Encuentra algo original que supones nadie más le daría a tu público.

Tienes que decir o hacer algo de tal modo que luego de la conferencia nadie pueda olvidar tus ideas. Ejemplo: muestra algún objeto relacionado; habla en imágenes, emplea muchos verbos, dosifica los adjetivos en tu expresión.

Un amigo poeta atrapó el micrófono en un recital de jóvenes universitarios, sentí como que contaba mentalmente cinco segundos, levantó a la altura de su frente el papel con sus poemas para leer y lo rompió ante las curiosidades asombradas del auditorio. Estaba a su lado derecho y no pude más que enfocar la mirada en un papel hecho pedazos por unos dedos con voluntad fríamente calculada. Un sonido recorrió toda la sala. El micrófono captó cada milésima de segundo de la poética travesura de mi joven colega. Y sin más cogió otro papel y se dispuso a leer la última de sus creaciones.

¿Por qué hizo lo que hizo? No preguntamos. Los poetas no preguntan, los poetas escuchan. Y lo que escuchan dentro o fuera de sí mismos son capaces de reproducirlo. Aunque considero que lo hizo sencillamente porque deseaba que le prestaran atención…

Entonces, en este punto mis recomendaciones son:

a.- Ofrece algo inesperado. No voy a decirte qué o cómo. Inventa, crea conscientemente. Como gaseosa Sprite, obedece a tu sed.

b.- Emplea la fotopalabra, como un montaje montaje audiovisual, hacerles soñar con cosas que no esperan, de una forma que no se estila hacer, de una forma impredecible. Recuerda al famoso autor anónimo quien escribió: “Como no sabían que era imposible lo hicieron.”

10mo Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica

Aplica el 4to Secreto. Habla con el corazón. Y preséntate con creatividad. No hables como aquellos que se encuentran en youtube y dicen las mismas cosas que el siguiente video.

BONUS: Un Secreto Maestro de la Persuasión Hipnótica

Pronuncie su discurso de forma tal que produzca el resultado que usted espera. Escriba el propósito de su charla, qué pretende lograr. Todo gira en torno a esta visión. Hable con el corazón, y naturalmente. Presente argumentos ideas e imágenes. Anticipe el resultado de su exposición.

El Experto en argumentación Joaquín Doltz escribe. "Finalmente, si el argumentador quiere verdaderamente alcanzar su objetivo, debe estudiar, anticipar y tomar en consideración la postura del destinatario."

El 28 de agosto de 1963 Martin Luther King, Jr. Pronunció:

> ¡Hoy tengo un sueño! Sueño que algún día los valles serán cumbres, y las colinas y montañas serán llanos, los sitios más escarpados serán nivelados y los torcidos serán enderezados, y la gloria de Dios será revelada, y se unirá todo el género humano. Esta es nuestra esperanza. Esta es la fe con la cual regreso al Sur. Con esta fe podremos esculpir de la montaña de la desesperanza una piedra de esperanza. Con esta fe podremos trasformar el sonido discordante de nuestra nación, en una hermosa sinfonía de fraternidad. Con esta fe podremos trabajar juntos, rezar juntos, luchar juntos, ir a la cárcel juntos, defender la libertad juntos, sabiendo que algún día seremos libres. "

Nunca olvide las palabras de George Bernard Shaw: Los espejos se emplean para verse la cara; el arte para verse el alma.

Finalmente, sé humano en tus presentaciones. Es lo único que pido en todo lo escrito sobre mi tratado de persuasión hipnótica: Sé humano en tu oratoria.

Como decía Emerson: "No vayas por donde el camino te lleve, Ve por donde no hay camino y deja huella."

Habla con franqueza, sinceridad, sin afectaciones, ni soberbia.

Mi consejo personal es que tienes que hablar como tú mismo, no como tu profesor de oratoria, ni como el presidente de turno, ni como la reina de la Antártida. Habla como tú. Como tus ideas son, en lo que te vas convirtiendo. Me duele en el alma cuando en internet veo a niños hablar igual. También soy partidario de la teoría de la imprescindible diferencia. Me preocupa que en mi oficio, que ha sido orientar en la palabra hablada, tengamos a profesores que enseñan a hablar a todos de la misma forma. Triste. Creo en la naturalidad, en la espontaneidad, en la empatía y el calor humano, no en oradores robotizados y de un solo tema compartido. Creo en la libertad y en la pasión del alma para comunicar humanidad. Podría escribir ampliamente, me emocioné al redactar estas palabras…

En oratoria no imites, habla desde quién eres, es el breve consejo que puedo darte.

Carlos de la Rosa Vidal

ANEXO 1

AUTO DIAGNÓSTICO

Con total sinceridad responda y encierre con un círculo el número elegido:

1. Prepara, investiga eficientemente antes de escribir	1 2 3 4 5
2. Ordena sus ideas antes de una exposición	1 2 3 4 5
3. Le resulta fácil escribir sus ideas	1 2 3 4 5
4. Pregunta y solicita más información para una cultura general	1 2 3 4 5
5. Es un buen oyente. Atiende eficazmente a todo expositor	1 2 3 4 5
6. Tiene facilidad para exponer en público sus ideas	1 2 3 4 5
7. Entrena la voz, hace ejercicios de dicción	1 2 3 4 5
8. Enfatiza sus ideas con gestos y movimientos corporales	1 2 3 4 5
9. Es consciente del comportamiento del público que lo escucha	1 2 3 4 5
10. Es consciente de su propio estado emocional cuando habla	1 2 3 4 5
11. Conduce efectivamente un grupo durante una exposición	1 2 3 4 5
12. Adecua el tono de la voz al tipo de mensaje	1 2 3 4 5
13. Practica la exposición antes de hablar en público	1 2 3 4 5
14. Muestra confianza y seguridad durante su conferencia	1 2 3 4 5
15. Prepara su presentación para obtener un resultado específico	1 2 3 4 5

Elaborado por Carlos de la Rosa Vidal.

ANEXO 2

SECRETOS DE LA FORMA

1.- CONTROL DE LA VELOCIDAD

(hablar pausadamente, logrando una pronunciación más profesional y elegante)

2.- HABLAR CON CLARIDAD

(Pronunciación esmerada y exigente de cada palabra, sílaba, vocal y consonante) ejercitar la lectura palabra por palabra y cada palabra pronunciada de forma muy esmerada haciendo que puedan escucharse adecuadamente todas las vocales y todas las consonantes. Lectura como si el texto fuera un listado vertical de palabras.

3.- ÉNFASIS

(Mayor fuerza de voz en la pronunciación de todas las sílabas tónicas de todas las palabras, lo cual dará movimiento, vida y dinamismo a la voz, a fin de lograr una variedad en la modulación)

4.-RESPETO DE LOS SIGNOS DE PUNTUACIÓN

(cada signo indica una pausa breve)

CONCEPTOS IMPRESCINDIBLES:

Oratoria: Arte de Hablar en público para producir un resultado específico y logrando que el mensaje pueda llegar de forma eficaz.

Dicción: Es la forma de pronunciar las palabras.

Buena dicción: es la forma correcta y adecuada de pronunciar las palabras

Comunicador:

Quien transmite las cosas de forma más sencilla de como las encuentra, a fin de facilitar una rápida comprensión de las cosas.

Vocalizar: Pronunciar sólo vocales.

Articular: Pronunciar las vocales y también las consonantes.

Sinalefa: es el enlace de sílabas, mediante el cual se une la última vocal de una palabra con la primera vocal de la siguiente palabra. Esta unión se produce así tengamos una "h" o una "y". si entre vocal y vocal existe un signo de puntuación ya no separamos, porque dicho signo nos dará la pausa respectiva. (Fuente: Material Instructivo de la Academia Peruana de Locución)

Evitar Sinalefa en el Hablar: colocar una breve pausa entre vocal y vocal de palabras consecutivas a fin de evitar una pronunciación diferente de las palabras y evitar la pronunciación de sílabas no solicitadas. Además de evitar la omisión de vocales o fusión. De esta manera se logra una adecuada pronunciación.

Bibliografía:

Berne, Eric, *Juegos en que Participamos. Sicología de las Relaciones Humanas.* México: Editorial Diana S. A. 1985.

Caballero, Cristián. *Cómo Educar la Voz Hablada y Cantada.* México: EDAMEX, S. A. de C. V. 1994.

De la Rosa Vidal, Carlos. *Oratoria Para Vender Ideas.* Perú: libro electrónico http://CarlosdelaRosaVidal.4shared.com publicado bajo los principios de la Licencia Creative Commons, 2006.

De la Rosa Vidal, Carlos. *Enciclopedia de Oratoria Motivacional.* Perú libro electrónico http://CarlosdelaRosaVidal.4shared.com publicado bajo los principios de la Licencia Creative Commons, 2006.

Dolz, Joaquín & Pasquier, Auguste. *Argumentar para Convencer.* Servicio de Enseñanza Primaria de Ginebra, Traducción y adaptación de Pilar Labaien, Mª José Sánchez, y Francisco J. Sierra para el Gobierno de Navarra. Departamento de Educación y Cultura, 1996.

Girado, Michel. *Cómo Vencer la Timidez.* Barcelona: Ediciones Grijalbo, 1980.

Lalueza, Ferran. *¿Constituye la comunicación persuasiva el paradigma comunicativo de la sociedad del conocimiento? UOC Papers,* artículo en línea. Nº 3. UOC. http://www.uoc.edu/uocpapers/3/dt/esp/lalueza.pdf, 2006.

Mattelart, Armad y Michele. *Historia de las Teorías de la Comunicación.* Barcelona: Paidós, 1997.

Tamayo y Salmorán, Rolando. *Razonamiento y Argumentación Jurídica.* Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2003.

Libros, ensayos, cursos y materiales para descarga gratuita:

http://CarlosdelaRosaVidal.4shared.com

1.-	Enciclopedia de Oratoria Motivacional	17/06/2006
2.-	Oratoria para Vender Ideas	18/10/2006
3.-	El Don de Atreverse a la Gloria	18/10/2006
4.-	El Poder de la Excelencia Humana	18/10/2006
5.-	El Imprescindible Retorno a la Felicidad	13/01/2007
6.-	Arte y Estilo de Marketing Motivacional	13/01/2007
7.-	Cómo Capacitarse en Motivación Personal	20/04/2007
8.-	Arte y Poder del Entusiasmo	01/05/2007
9.-	El Poema de las Cartas	07/09/2007
10.-	Motivateca #01Las Leyes Espirituales del Genio Orador	14/09/2007
11.-	Motivateca #02 La Irresistible Pasión de Vivir Intensamente	13/10/2007
12.-	Motivateca #03 La Asombrosa Verdad de la Belleza Interior	16/10/2007
13.-	Motivateca #04 Concepto y Frutos del Optimismo Inteligente	08/11/2007
14.-	Motivateca #05 El Arte de la Fe Inteligente	30/11/2007
15.-	Motivateca #06 Cómo Aprender la Lección de la Vida	22/01/2008
16.-	Motivateca #07 La Conspiracion de la Libertad Interior	24/01/2008
17.-	Motivateca #08 Motívate y Motiva a los Demás	31/07/2008
18.-	Motivateca #09 El Auténtico Poder de las Palabras	05/10/2008
19.-	Carta de Compromiso Personal	14/07/2009
20.-	Declaración de Valores e Inteligencia Ética	14/07/2009
21.-	Motivateca #10 El Poder de la Influencia Ética	23/08/2009
22.-	Técnicas de Comunicación	02/07/2010
23.-	Competencias para la Empleabilidad	02/07/2010
24.-	Speaking to Sell Ideas	19/07/2010
25.-	Conspiradores del Cambio	28/08/2010

Blog:
http://invoxxcomunicacion.blogspot.com

Sencillamente ¡gracias por leer!

Persuasión Hipnótica es un ebook gratuito.
P.D. los autores esperan tus comentarios de sus libros gratuitos, preguntas y sugerencias.

Envíale un mensaje al correo personal de los autores.

Lima-Perú, 3 de diciembre de 2010

INVOXX, Comunicación Estratégica
Aldo Díaz Rivero, Carlos de la Rosa Vidal y Carlos Fernández Castañeda
Consultoría en Comunicación, Imagen y Prensa.

Dirección de talleres para organizaciones y empresas. Sistemas de entrenamiento para líderes y emprendedores. Buscan producir resultados en los campos de la creatividad en el trabajo y la vida personal.
El equipo de Invoxx está disponible para Seminarios de Liderazgo, Conferencias para Emprendedores, Clases Magistrales y Entrevistas con los medios.

Para los Seminarios en vivo de Alto impacto.
Para invitarlo a su próximo evento:

CONTACTO:
Aldo Díaz| Gerente Consultor
Móvil: +51 992197720
Email: sccp.adiaz@gmail.com
Carlos de la Rosa| Gerente Consultor
Móvil: +51 992389446
Email: cj.delarosav@gmail.com
Carlos Fernández| Gerente Consultor
Móvil: +51 992060924
Email: carlosfernandezcge@gmail.com

INVOXX, Comunicación
Imagen, Prensa, Capacitación
Corporativa, Organizacional.

Persuasión Hipnótica,
10 Secretos para una Conferencia de Alto Impacto,
es una publicación recomendada por:
INVOXX, Comunicación Estratégica
Imagen, Prensa, Capacitación
Corporativa, Organizacional

http://www.facebook.com/Invoxx.comunicacion.estrategica
http://invoxxcomunicacion.blogspot.com/

EL POEMA DE LAS CARTAS

D.A.A.S.

Por: Carlos de la Rosa Vidal (1980) Peruano

Cartas hay muchas.
Como la de los quinceañeros en las escuelas secundarias.
Cartas de lo tímidos o de los osados.
Cartas en donde se revelan las ilusiones primeras de la vida.

Los niños escriben por primera vez para conquistar,
se atreven y escudan en el bondadoso arte de escribir.
Las niñas reciben su primera carta de amor,
sonríen y de un salto corren a mostrarla a sus amiguitas.

Hay niñas más modernas y por eso más femeninas,
cogen sus mejores papeles de entre sus cuadernos perfumados y
les cuentan a los niños traviesos de una fantasía llamada amor.

Hay cartas anónimas, con las que todas las edades
alegran los labios e inquietan las curiosidades.
Hay cartas para conquistar.
Cartas escritas entre enamorados.
Cartas de despedida y por eso tan tristes.

Hay cartas en donde se escribe de otras cartas.
Las hay entre amores prohibidos y por eso tan auténticas.
Las hay entre amigos, entre esposos. Entre desconocidos o entre amantes.
También de admiradores.

Hay cartas no correspondidas. Cartas sin respuesta.
Las hay de dueños esperanzados en recibir aunque sea una.
De dueños que de tanto escribir…. ¡Se han enamorado de verdad!

Hay cartas que han hechizado de tanto ser leídas.
Hay cartas que enamoran. Hay magia en el hecho de escribir cartas.
Por eso hay escritos, cual testamentos, cuando al ser leídos, parecen escucharse las palabras de quien las escribió.
Hay cartas que tienen la voz de sus autores.
Hay cartas escritas y jamás enviadas.
Pero de entre todas las cartas a mí me gusta la de los tímidos,
porque las de ellos… ¡Son las verdaderas!
Hay cartas como ésta, escritas sólo por tímidos verdaderos.

Hay quienes lloran cuando releen cartas,
por la nostalgia de algún amor anclado en un tiempo pasado.

Hay cartas como ésta a veces conservada en algún rincón amarillento como su historia. Hay cartas como ésta de quienes están solos y buscan un amor.
Hay cartas con historias parecidas a las contadas en estas líneas.
Hay cartas que emocionan.

Hay sueños como las narradas en esta carta.
Hay sueños solo imaginados entre amores tímidos porque son auténticos.

Hay cartas que cuentan las cosas como si fuesen posibles todos los milagros.
Hay cartas como ésta sobre las que se ha llorado.
Hay cartas sobre las que se ha preguntado cuál es el final de todo.
Hay cartas como ésta que no quieren tener final.
Hay cartas que solo pueden terminarse cuando la historia continua.
Hay cartas como ésta que sólo pueden leerla quienes están enamorados, o quieren enamorarse.

Hay cartas cuyos dueños se han enamorado como los que leen estas líneas.
Y han dejado de leer para escribir sus propias cartas. Porque hay alguien que espera recibir una. Ella eres tú, él soy yo.