

Comunicación elegante y persuasiva a través del correo electrónico - La verdad está aquí

Ian Brownlee

"La palabra y la magia eran al principio iguales y lo mismo y hoy las palabras mantienen muchos de sus poderes mágicos"

Sigmund Freud



Parece que mucha gente piensa que la clave de una comunicación eficaz vía correo electrónico en cualquier idioma sencilla y básicamente consiste en el uso de un saludo apropiado, un mensaje con una estructura sencilla y un cierre bonito.

Otra propuesta común es el concepto de tener unas plantillas sencillas para "estandarizar" los mensajes. La pregunta es ¿de verdad que todos tus correos electrónicos y contactos potenciales son estandarizables? ¡Me gustaría proponer que la respuesta es NO!

Sería muy bonito que la respuesta fuera tan sencilla. Sin embargo, todas las formas de comunicación eficaz tienen que ser lo más "compatibles" posible con las

preferencias cognitivas del receptor. Cuando asumimos que "hay un estilo o forma que sirve para todos", estamos cometiendo un gran error que frecuentemente afecta negativamente a los resultados que obtendremos.

Si la frase "hay un estilo o forma que sirve para todos" fuera verdad, ¿por qué hay tantas personas que parecen preocupadas sobre su comunicación por correo electrónico y buscando maneras de mejorarla?

Sin embargo, la comunicación por correo electrónico es normalmente dinámica, ágil, sensible al tiempo, multipropósito, personal, emocional o lógica, colaborativa o conflictiva, dominante o sumisa, etc.

Hay ciertos puntos que DEBEN ser considerados siempre para asegurar una comunicación eficaz y elegante.

Iniciando una comunicación vía correo electrónico con un receptor desconocido

Cada vez que escribimos un correo electrónico, mucha gente olvida que el receptor es también una persona que tiene sus propios procesos cognitivos específicos. Estos procesos empiezan a funcionar

cuando reciben un correo electrónico en su "In Box" y antes de abrirlo. Si el remitente del mensaje es "compatible" o "aceptable" con SUS procesos mentales, el receptor normalmente abrirá el correo electrónico y leerá el contenido. Si el remitente o mensaje NO es "compatible" con sus procesos mentales, normalmente va a borrar el mensaje y olvidarlo. Si el mensaje, por cualquier razón es considerado inapropiado (no ha sido pedido, es irrelevante, o cualquier otra causa), será enviado directamente a la carpeta de "Spam".

Hay un gran número de áreas que deben ser consideradas antes de enviar un correo electrónico "en frío" a un receptor desconocido.

Afortunadamente, muchas de las personas que mandan correos electrónicos masivos (frecuentemente llamados "Spammers") no tienen ninguna idea de los efectos negativos de su comunicación (o no les importa) y siguen repitiendo su manera de actuar.

Desafortunadamente, este tipo de hechos parece extremadamente frecuente en el contexto de negocios - especialmente en marketing y ventas.

Quizás sería interesante para ti echar un vistazo en tus propias carpetas de correo electrónico "In Box", "Spam" y "Borrado" y hacer un breve análisis de los correos que te encuentras en estas carpetas. ¡Frecuentemente, los resultados son sorprendentes!

Hay un número de áreas que el emisor de un correo electrónico debe considerar antes de enviar un correo electrónico. Unos ejemplos:

- ¿El receptor potencial se ha puesto en contacto contigo antes o no?
- ¿Cuál es el propósito específico del mensaje?
- ¿El emisor es conocido por el receptor?
- ¿El correo será enviado a una dirección "genérica" o a una persona específica con nombre y apellido?
- ¿Cuál es la relevancia REAL de tu correo para el receptor?
- ¿El correo está basado en la lógica o en las emociones?
- ¿Qué información cognitiva estás comunicando al receptor subconscientemente que podría aumentar la posibilidad de rechazo del mensaje y su envío a SPAM o Borrado?

Cómo responder a un correo electrónico

Es vital que entendamos que el transmisor SIEMPRE va a enviar una cantidad masiva de información sobre sus procesos cognitivos en sus correos. Esta información se encuentra entre

- Las estructuras gramaticales utilizadas.
- Su vocabulario.
- La secuencia de las palabras.
- La secuencia de ideas.
- La cantidad de información suministrada.
- Sin embargo, hay una gran cantidad de otros marcadores / indicadores que suministran un conocimiento de los procesos cognitivos del transmisor todavía más profundo y extenso y que puede facilitar el uso de una

comunicación más persuasiva y elegante con él.

Cuando sepas cómo identificar y responder de forma apropiada a estos elementos, será mucho más fácil:

- Responder con elegancia y eficacia a su mensaje.
- Establecer Acoplamiento Neuronal.
- Crear compenetración con ellos.
- Facilitar una relación de trabajo eficiente.
- Evitar o resolver problemas o conflictos fácilmente.

Las investigaciones más recientes en Neurociencia (Neuropsicología, Psicofísica, Lingüística, etc.) han suministrado una base científica sólida y bien documentada para estos elementos basados en parte en los trabajos de Milton H. Erickson.

Un beneficio adicional es que la información obtenida de los correos electrónicos puede ser utilizada en otros tipos de comunicación, como propuestas

escritas, tele/videoconferencias, entrevistas cara a cara (ventas, negociación, médico/salud y biotecnología) y, quizás más importante, con compañeros de trabajo, familiares y amigos.

(C) Ian Brownlee. M.ED(TEO), M.Ed(T&D), MTNLP. Madrid, España.

Publicado originalmente en <https://brownleeassociates.wordpress.com/2021/07/12/comunicacion-elegante-y-persuasiva-a-traves-del-correo-electronico-la-verdad-esta-aqui/>

