

SKILL - CRITICAL THINKING (CPIP)



1) DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA

contar historias - La narración de historias de liderazgo es el arte de utilizar historias para alentar e inspirar a las personas mediante la transmisión de mensajes, valores y visión clave. Las historias ayudan a los líderes a inculcar un sentido de propósito e identidad en sus seguidores o empleados, lo que hace que su mensaje sea más accesible y memorable.

Seleccionar historias que sean relevantes e importantes para la audiencia y presentarlas de una manera interesante y memorable son componentes esenciales de una narración de liderazgo eficaz. Discursos, presentaciones y charlas individuales son sólo algunos ejemplos de los diferentes entornos en los que se puede emplear.

Contar historias en el liderazgo es una herramienta muy poderosa. En cualquier circunstancia, los líderes deben preguntarse: "¿Una historia marcaría una diferencia aquí? ¿Influirá o inspirará a mi audiencia?"

¿Una historia haría la diferencia? En casi todos los casos, la respuesta es sí.

2) OBJETIVOS DE LA HERRAMIENTA

Un líder puede utilizar historias y narraciones para:

- Explicación de ideas.
- Facilitar la implementación del cambio.
- Mejora de la comunicación.
- Intercambio tácito de conocimientos.
- Intensificación de la innovación.
- Creación de comunidad y equipo.
- Planificación.
- Creación de escenarios y visiones.
- Entrenamiento y entrenamiento.
- Comunicación con clientes y otros stakeholders.
- Construcción de confianza.
- E-learning y muchos otros

3) CONEXIÓN DE LA HERRAMIENTA CON LA HABILIDAD

Uno de los primeros métodos de comunicación humana fue la narración de historias, que hoy en día se emplea en muchas culturas diferentes para transmitir tradiciones, tradiciones y recuerdos. Desde 2001 (Boje, Denning y Weick) y por numerosos expertos en la literatura sobre liderazgo (Auvinen, Aaltio y Blomqvist, 2013), la importancia de la narrativa en el liderazgo se ha relacionado con la eficacia del liderazgo. Si bien "narrativa" se ha usado indistintamente con "narración de historias", que significa genéricamente y como sinónimo "un relato de un grupo de eventos que se narran casualmente", la narración de historias puede ser utilizada con más frecuencia por consultores y profesionales del liderazgo (Denning, 2012, p. .13).

SKILL - CRITICAL THINKING (CPIP)

4) MATERIALES DE RECURSOS

¡Una hoja de papel, un lápiz y mucha inspiración!

5) CÓMO APLICAR LA HERRAMIENTA

Configurando

1. Decide una historia poderosa que desees compartir. Simplemente piense: "Quiero compartir sobre el momento en que..."
2. Encuentra un lugar acogedor y tranquilo donde puedas trabajar, toma una taza de café y estarás listo para comenzar.

Construyendo la historia

1. "Te contaré la hora"

El título de tu historia debe estar escrito en la parte superior. No mencionarás el título cuando compartas tu narrativa; Esto es sólo para ti. Tu historia permanecerá en el "banco de historias" de recuerdos guardados de tu mente si le das un título.

2. "Así que ahí estaba yo", por ejemplo

Comienza tu historia con un marcador de tiempo y lugar. Estuve en el aeropuerto la semana pasada pasando por seguridad cuando... Incluye un solo protagonista también. Si tu historia trata sobre una persona, tus espectadores sentirán una profunda sensación de empatía. Si puedes, déjanos saber el nombre de la persona.

3. "Queríamos... pero"

La fuerza impulsora detrás de todas las buenas historias es el conflicto. Encontrar el conflicto en tu historia será tu primer obstáculo a superar. Puede tratarse de un conflicto "convencional", como una disputa entre individuos. Sin embargo, también es posible que alguien buscara algo y se topara con un obstáculo para conseguirlo. Sólo debe haber un conflicto que impulse tu historia, por lo tanto, resiste la tentación de crear varios.

4. "Entonces nosotros... Entonces,"

¿Qué siguió entonces? Esta fase debería ser sencilla de terminar si has configurado correctamente tu protagonista y tu conflicto. ¡Hay demasiada información aquí de mucha gente! Que sea breve. ¿Cuál es el mínimo de detalles que harán avanzar su historia? Te sorprenderá lo poco que realmente necesitas aquí.

Consejo profesional: ¿Hay algo que quieras que tu audiencia recuerde y repita después de escuchar esta historia? ¡Asegúrate de que esta sección de la historia incluya esa acción!

5. "Hasta que finalmente..."

Ahora que se acerca el final, su audiencia se inclina hacia adelante con anticipación. Al final de la historia, ¿qué había cambiado?

Cómo equilibrar las estadísticas y la narración es un tema de discusión común. Este es un buen lugar para incluir datos, si los tiene: "Y ahorramos \$20,000".

6. "Y ahora lo sabemos... y es por eso..."

Contamos nuestra historia porque esperamos un resultado específico. ¡Esta sección es crucial para su narrativa de influencia! ¿Qué espera que esta historia haga que los empleados aprendan, creen o actúen? No asuma que su audiencia entenderá esto por sí sola. Ellos no. Debes expresarlo verbalmente.

A muchas personas esto les resulta difícil. ¿Cuál es el tema de tu historia? ¡Se trata de cualquier cosa que tú digas que es! Tienes una gran cantidad de opciones aquí. Elija un resultado. El modelo de saber, creer o hacer le

SKILL - CRITICAL THINKING (CPIP)

resultará muy útil.

Considere completar esta parte del lienzo primero y luego regresar y construir la historia. Una vez que tenga claro por qué está contando su historia, le ayudará a tomar decisiones sobre cómo construir todos los demás elementos.

7. “Yo/nosotros sentimos...”

Según una investigación neurocientífica, las personas necesitan estas palabras emocionales para ayudarles a comprender cómo se siente la historia. La gente no podrá entender tu historia sin estos términos. Por lo tanto, espolvoree palabras sencillas sobre emociones a lo largo de su narrativa. Estábamos furiosos. "Me sorprendió", "Mi cliente estaba confundido",

Deja que tu historia cobre vida

Hasta que no haya compartido su historia con otra persona, su tarea no estará completa. Dile a una persona de confianza que quieres poner a prueba tu historia. ¡Entonces dilo! Piensa en lo que funciona. ¿Cuáles fueron algunas de las partes que no salieron según lo planeado? Vuelve a contarlo después de la revisión. Recuerde narrar la historia en sus propios términos. No deberías parecer teatral. Debería sonar como si estuvieras hablando.

Copyright © DavidHutchens. Puede utilizar este documento bajo la licencia CC BY 4.0.

Para ver una copia de esta licencia, visite <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Hay cuatro criterios para una narración exitosa

1. Verdad

La historia debe ser “*auténticamente cierta*”; de lo contrario, no se generará la confianza entre el líder y el empleado.

2. Positivo

Para inspirar acción, las historias deben tener un tono positivo. Los finales felices inspiran, no las historias negativas.

3. Minimalista

Las historias deben ser breves y directas, contadas en una “forma minimalista”. La historia debe ser minimalista para que el oyente se concentre en lo que se cuenta y sus pensamientos no empiecen a divagar en otras direcciones.

4. Contraste

La narración hace que los conceptos complicados sean fácilmente comprensibles. Sin embargo, para obtener el resultado deseado, se deben comunicar ideas complejas contrastando *la situación anterior* con *la situación posterior*. Por lo tanto, las historias de solución de problemas son ideales para comunicar conceptos complicados.

6) QUÉ APRENDER

Una historia adecuada ayuda al líder a superar las barreras mentales que la gente construye contra los nuevos conocimientos. Por eso una historia mejora la comunicación entre las personas, eleva su creatividad y ayuda a encontrar valores comunes y resolver conflictos. Las historias tienen la capacidad de abrir la imaginación de las personas y aumentar su potencial innovador. Una historia puede trabajar como un catalizador del cambio

Una historia bien elaborada puede ayudar a un líder a superar los obstáculos mentales que tienen las personas frente a nuevos conocimientos. Por esto, una historia fomenta una mejor comunicación interpersonal, aumenta la creatividad y ayuda en el descubrimiento de valores compartidos y la resolución de disputas. La capacidad de imaginación e innovación de las personas se puede incrementar a través de historias.

SKILL - CRITICAL THINKING (CPIP)

La narración de historias de liderazgo ayuda a los líderes a fortalecerse al permitirles liderar de manera auténtica. Descubrir sus experiencias le ayuda a comprender quién es usted como líder, y si otros pueden identificarse más con usted gracias a sus historias, eso aumentará su confianza en usted.

Con la narración de liderazgo, puedes inspirar a tu grupo. A través de la narración, puede compartir conocimientos, enseñar los valores de su empresa y reconocer los esfuerzos de su fuerza laboral.

El líder puede interactuar más eficazmente con las personas bajo su control al contarles historias. Las historias pueden evocar fuertemente las emociones. La información pierde su impacto emocional sin un relato; en cambio, adquiere un tono clínico. Como resultado, el oyente podría establecer una conexión más profunda y significativa con el contenido. Nuevamente, esto tendrá un impacto en las decisiones que tomen los empleados porque las emociones son un factor enorme en la toma de decisiones.

¿Cómo se puede utilizar la narración de liderazgo en los negocios?

Los clientes comparten una historia sobre dónde han visto que contar historias podría haber marcado la diferencia. He aquí una muestra de sus historias:

- “Muchas veces me han preguntado: 'Háblame de ti'. Siempre he recurrido a hablar sobre mi trayectoria profesional... no muy a menudo describo quién soy como persona. Si puedo contar mejor una historia de quién soy como persona, el resto encajaría”.
- “Un vendedor me puso en aprietos esperando que descartara todas las razones por las que nuestro producto era mejor que el de mi empresa anterior. Recibí capacitación principalmente para vender características/funciones, pero debería haber contado una historia simple sobre las fortalezas de nuestro producto desde la perspectiva del usuario final en contraste con la competencia”.
- • "En mi puesto anterior, podría haber proporcionado a mi supervisor una descripción más detallada de las tareas, dificultades y logros asociados con la asistencia en la introducción de un producto en un plazo breve".
- “Tuve que inscribir pacientes en ensayos clínicos.... Contar una mejor historia, incluyendo la justificación y todos los aspectos positivos y negativos, y permitir que el paciente tomara una decisión informada e imparcial, creó una mejor relación y mejoró las posibilidades de realizar los ensayos clínicos sin problemas y mantener a los sujetos del estudio interesados de principio a fin. .”



Co-funded by
the European Union