

mapa de EMPATÍA

Antes de diseñar tu mensaje o presentación, tómate unos minutos para "ponerte en los zapatos" de la persona que te va a escuchar. Completa cada cuadrante pensando en un perfil específico.

Instrucciones Generales: El objetivo de esta herramienta es dejar de hablar de nosotros mismos para conectar con las verdaderas necesidades y dolores de nuestra audiencia.

 **Tips para una sesión de éxito (¡Saca los marcadores!)**
Para que esta herramienta funcione, no la rellenes solo en tu escritorio. Sigue estos consejos para potenciar el método de "Escucha antes de hablar":

1. **¡Hazlo a lo grande!:** Imprime esta plantilla en el formato más grande que puedas (A3, doble carta o incluso tipo póster). Pégalas en una pared donde todos puedan verla. El espacio físico amplio fomenta que las ideas fluyan mejor.
2. **Post-its:** No escribas directamente sobre el papel. Usa notas adhesivas (Post-its) de colores. Esto permite mover ideas de un cuadrante a otro, agrupar conceptos similares o descartar suposiciones fácilmente sin tachar el diseño.
3. **La magia del grupo:** La empatía se multiplica cuando se comparte. Haz este ejercicio con tu equipo de ventas, servicio al cliente o marketing. Cada persona tiene una pieza diferente del "rompecabezas" de la audiencia.
4. **Prohibido el "Yo creo":** Trata de basar tus notas en hechos, frases reales que hayas oído de tus clientes o comportamientos observados. Si algo es una suposición, márcalo con un color diferente para validarlo después.
5. **Cronométrate:** No te quedes atrapado en un cuadrante. Dedica un máximo de 5 a 7 minutos por sección para mantener la energía alta y evitar el sobreanálisis.



La comunicación efectiva no empieza en tu boca, empieza en tus oídos. Usa este mapa para silenciar tu propio ruido y empezar a escuchar lo que tu audiencia realmente necesita.

José Antonio Pérez-Robleda,
autor de "Escucha antes de hablar".

Este mapa es solo el primer paso para conectar de manera auténtica. Si quieres dominar el arte de transformar estos hallazgos en mensajes claros, memorables y convincentes, en el libro **"Escucha antes de hablar: Guía de Storytelling para casos de uso real"** encontrarás la metodología completa, ejemplos prácticos y el paso a paso para que tus ideas no se pierdan en el ruido.



PAINS (DOLORES)

Identifica sus mayores frustraciones, los riesgos que teme correr y los obstáculos que se interponen entre él y su éxito

GAINS (GANANCIAS)

¿Qué desea alcanzar realmente? ¿Cómo mide el éxito? Entender esto te permitirá alinear tu mensaje con sus motivaciones más profundas.