

# Ejemplo de evaluación de capacidades de comunicación que arroja nuestra herramienta Best of You

- Resumen ejecutivo

## Entrevistado JSC

Posición	Fecha de entrevista	Folio
Agente PRODUCTO México	29/09/2021	1597

### Nota metodológica:

- El informe a continuación es el resultado de la evaluación digital de la video-entrevista grabada a un agente de seguros de un producto determinado.
- Las preguntas usadas no fueron diseñadas para evaluar su conocimiento, sino para capturar su estilo y capacidad de comunicación digital.
- La forma en la que una persona se comunica en los anteriores términos afecta al nivel de atención, confianza y capacidad de llegar a un acuerdo de quien recibe el mensaje, lo cual repercute directamente en el resultado positivo de dicho proceso comunicativo.
- Posteriormente, se ponderaron diversos parámetros en términos de personalidad proyectada (nivel de energía al comunicar, rasgos de personalidad que se perciben y otros) y discurso (nube de palabras, concordancia con el enunciado tipo, calidad léxica y otros).
- El scoring final es un indicativo de éxito respecto a las similitudes con el perfil objetivo y los agentes.

### Resumen ejecutivo de la evaluación

Personalidad proyectada	●	84
Discurso	●	70
Promedio	●	77

### Observaciones

- **Apertura Elevada:** Un elevado nivel de apertura a la experiencia muestra la disposición para experimentar nuevas ideas y actividades. Habitualmente implica una gestión emocional desarrollada, con alta imaginación, creatividad y curiosidad intelectual.
- **Control emocional alto:** Emocionalmente fuerte. No se altera fácilmente. Tendencia a la tranquilidad, a ser relajado(a) y con bajos sentimientos negativos. Funciona bien en labores bajo presión.
- **Cadencia de la comunicación:** Como puntos de mejora, se recomienda que entrene comunicar con más palabras por minuto

## ■ Energía proyectada

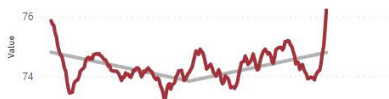
### Nota metodológica:

- Las gráficas son un reflejo del nivel de energía empleada a lo largo de la comunicación.
- La línea roja en cada gráfica muestra la intensidad proyectada a lo largo de cada respuesta.
- La línea gris traza la tendencia de la línea roja.

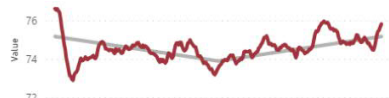
### Guía interpretativa:

Es importante que el discurso no se mantenga estático, sino que se moldee con variaciones de intensidad, lo que habitualmente permite mantener mejor atención del receptor del mensaje. Iniciar y finalizar con un nivel más alto de energía permite, por ejemplo, que el contenido sea más memorable

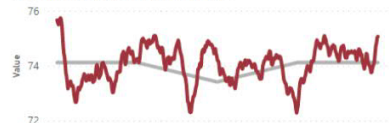
1. ¿Por qué tomaste la decisión de ser agente de seguros?



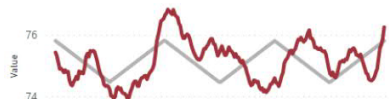
2. ¿Cuáles crees que sean tus competencias más desarrolladas?



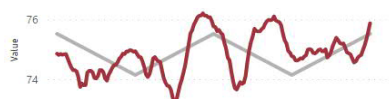
3. ¿Cómo es tu proceso de venta?



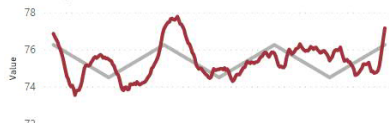
4. ¿Recomendarías a tu familia Met99?



5. ¿Qué opinas de Metlife como organización?



6. ¿Con qué valores de Metlife te identificas?



## Perfiles de energía medidos

### Alto al inicio y al finalizar

El nivel de energía es más alto al inicio y final del discurso, estilo de comunicación que permite que el contenido sea más memorable. Mantiene un nivel de intensidad suficiente para captar la atención del receptor.

### Alto al inicio y al finalizar

El nivel de energía es más alto al inicio y final del discurso, estilo de comunicación que permite que el contenido sea más memorable.

Mantiene un nivel de intensidad suficiente para captar la atención del receptor.

### Comunicación monótona

Esta gráfica muestra un nivel monótono de comunicación, con el añadido de una disminución de la intensidad en la parte media del discurso. Debemos evitar el decaimiento de nuestro nivel de energía a lo largo de nuestra comunicación.

### Gran variabilidad

Se observa una gran variación en los niveles de energía a lo largo del proceso de comunicación. Si bien es recomendable alternar los niveles de energía, hacerlo de forma continuada puede generar confusión en el receptor.

### Gran variabilidad

Observamos una mayor variabilidad en los niveles de energía, enfatizando cada una de las ideas y/o argumentos. Estas modificaciones permiten mantener la atención del oyente en el emisor y el mensaje.

### Gran variabilidad

Se observa una gran variación en los niveles de energía a lo largo del proceso de comunicación. Si bien es recomendable alternar los niveles de energía, hacerlo de forma continuada puede generar confusión en el receptor.

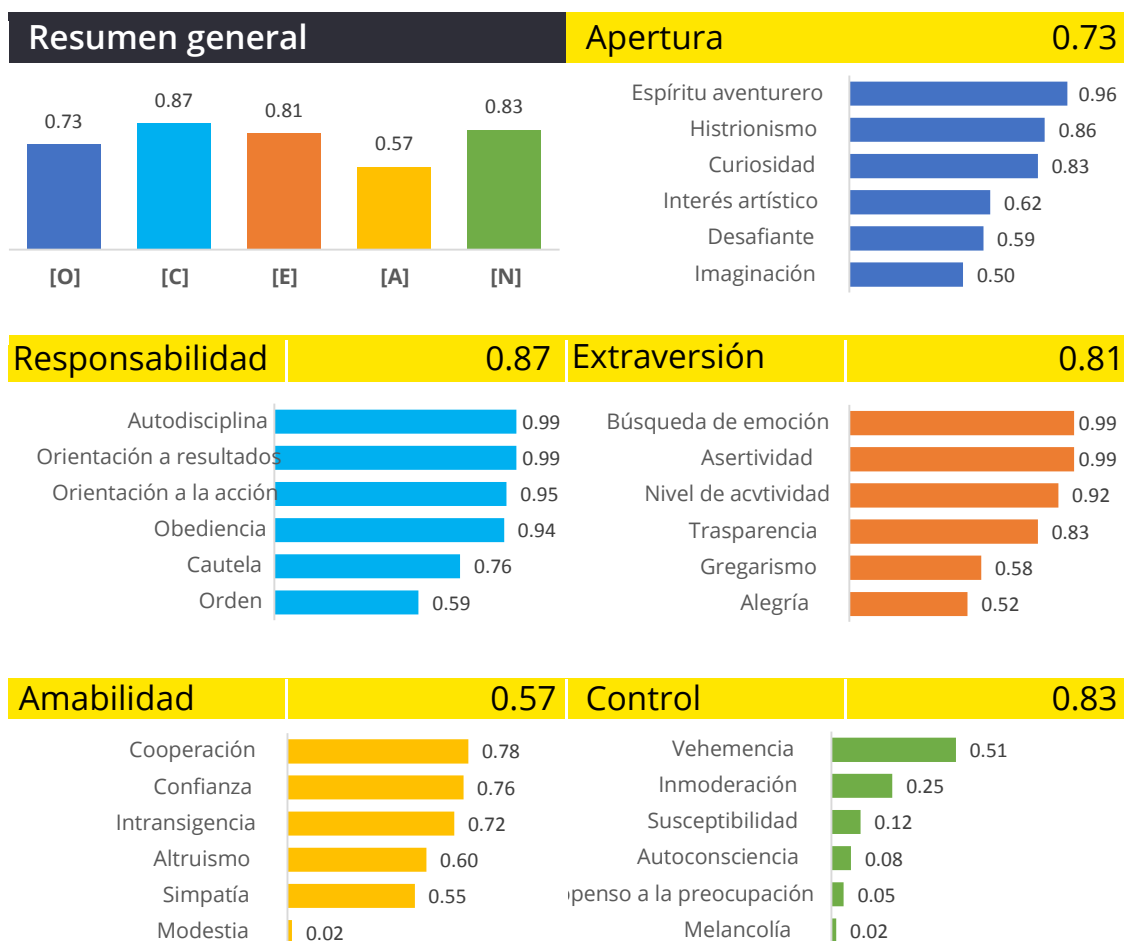
■ Percepción que se proyecta

**Nota metodológica:**

Las siguientes métricas basadas en la Metodología OCEAN (también conocida como "Modelo de los 5 grandes") que clasifica una taxonomía de 30 rasgos en las capacidades personales proyectadas durante la comunicación.

La gráfica de barras verticales resume los 5 grupos de rasgos, sin ser un promedio aritmético, según (por sus siglas en inglés): **[O]** Apertura a la experiencia (curioso vs. cauteloso) **[C]** Responsabilidad (cumplidor vs. locuaz) **[E]** Extraversión (enérgico vs. reservado) **[A]** Amabilidad (compasivo vs. desafiante) **[N]** Control (emotivo vs. parco)

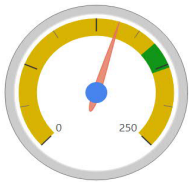
Cabe mencionar que la mayor parte de estos 30 rasgos son extrínsecos a la persona y pueden ser entrenados para adaptarlos al estilo de comunicación deseado para cada situación y receptor.



## ■ Discurso

Esta sección analiza las palabras y su sintaxis (los patrones en la creación de frases), eliminando el efecto de la voz y su entonación. Estos datos nos proporcionan un acercamiento al nivel de calidad del discurso.

### Cadencia del discurso (palabras por minuto)



#### Velocidad baja

Cuando la velocidad del habla es muy lenta, es fácil convertir el discurso en algo tedioso, aburrido, lo que implicará la desconexión del oyente, perdiendo progresivamente su atención.

### Nube de palabras



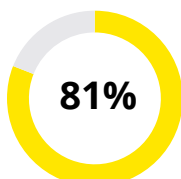
#### Muletillas relevantes

Cuando empleamos un término de forma repetida, generamos una menor credibilidad al oyente.

Palabra	Apariciones
no	31
pues	16
muchos	7
les	6
su	6
tienen	3
empieza	2

Al hablar en público, es habitual llenar espacios de pausa con alguna "muletilla", para evitar silencios. Tomar conciencia de nuestra comunicación nos permite eliminar las palabras y expresiones que no contribuyen al mensaje que queremos comunicar.

### Concordancia del discurso



#### Alta concordancia

La medida de concordancia nos indica qué tan afin realmente se encuentra el discurso del entrevistado con los enunciados predefinidos (ej. Script de venta)