

**HERRAMIENTA n. 5  
COMUNICACIÓN UNO-A-UNO VÍA CORREO ELECTRÓNICO**

**Introducción**

Las comunicaciones uno-a-uno con los tomadores de decisión a través del correo electrónico son útiles para establecer contactos preliminares y reuniones cara-a-cara subsiguientes, o como medios de comunicación en su derecho propio.

Muchas de las sugerencias y consejos de la Herramienta 3 Reuniones Cara-a-Cara son aplicables en las comunicaciones por correo electrónico. Así que por favor, lea la Herramienta 3 en conjunto con esta Herramienta. Los elementos comunes incluyen: búsqueda de las figuras de influencia claves a quien usted debe dirigirse e influenciar; como prepararse para, proceder durante y hacer seguimiento a una comunicación telefónica/ correo electrónico. Muchos de los puntos indicados en la introducción de la Herramienta 3 son también relevantes: el tiempo de comunicación; ponerse en los zapatos del tomador de decisión: fomentar a los aliados a hacer *lobby* a la misma persona; hacer peticiones realistas y enganchar apoyo y acciones.

<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>☺ No debe preocuparse por los asuntos de comunicación no verbal</li><li>☺ En algunos casos, la neutralidad e imparcialidad del correo electrónico es útil</li><li>☺ El correo electrónico es útil para dirigirse a personas ocupadas, inaccesibles</li><li>☺ No necesita programar una reunión</li><li>☺ Opción para larga distancia</li><li>☺ Menos intimidante que una reunión cara-a-cara</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>☹ No es tan efectiva como una reunión cara-a-cara en términos de establecimiento de confianza y trato a largo plazo o enganchar compromiso</li><li>☹ Aún más difícil hacer una “impresión personal duradera” por correo electrónico</li><li>☹ Los correos electrónicos se pierden fácilmente – ya sea por una caída del sistema o por un individuo ocupado que pierde de vista los mensajes en una bandeja de entrada llena</li><li>☹ Correo electrónico: hay limitaciones del sistema para archivos adjuntos de gran tamaño, especialmente si contienen imágenes de alta-resolución.</li><li>☹ En algunas organizaciones, los tomadores de decisión no abren sus propios mensajes; los AP revisan los mensajes</li></ul>

## COMO: desempeñarse en una comunicación uno-a-uno vía correo electrónico

La cualidad impersonal y neutral de los correos electrónicos favorece a algunas personas. Usted no debe preocuparse acerca de la comunicación no verbal. Aunque los mensajes carezcan del aspecto humano y no son tan efectivos para influenciar, son útiles para contactar a tomadores de decisión muy ocupados o inalcanzables por teléfono u otros medios. También son útiles porque los puede escribir en su tiempo, desde cualquier lugar (con tal de que tenga conexión).

Piense en un encabezado de sujeto atrayente y preciso. El encabezado del sujeto del correo es la primera (y tal vez la única) parte del mensaje que el receptor verá. Debe capturar su vista, ser reconocible/ identificable instantáneamente y puede motivar al receptor a abrir el mensaje. Muchos de los mensajes nunca se abren porque son detenidos como *spam* o por los cortafuegos de las organizaciones. Sin embargo, muchos otros llegan al receptor deseado pero nunca son abiertos porque el receptor no reconoce la fuente y el encabezado del mensaje no es lo suficientemente atractivo o pegadizo.

Usted debe usar un lenguaje claro, sin abreviaciones y pensar en el tono y el lenguaje que está utilizando. Hay menos posibilidad para malentendidos en un correo electrónico, si usted explica las cosas en detalle, aunque tenga presente que las personas ocupadas no aprecian los correos electrónicos largos.

1. Saludo: éste es especialmente importante para las figuras con autoridad en las culturas donde se enfatizan las formalidades. Sea deferente si ésta es la costumbre.
2. Enganche a la persona con su oración de inicio. La oración(es) de inicio es crucial puesto que al no estar físicamente presente usted quiere que el tomador de decisión esté interesado en lo que usted tiene que decir y continúe leyendo.
3. Presente su argumento/ mensaje claramente (vea Herramienta 1).
4. Adjunte documentos e imágenes y refiérase a ellas apropiadamente.
5. Termine dando sus detalles de contacto y la página Web de su proyecto.
6. Haga seguimiento con un correo electrónico/ carta. Vea los mismos puntos que en la Herramienta 3.

## CONSEJOS PARA EL ÉXITO:

- *Tenga un encabezado atractivo y preciso*
- *Use un lenguaje claro; no jerga/ abreviaciones/ acrónimos a menos que los explique en detalle*
- *Tenga una frase/ párrafo de inicio poderosa para atraer atención*
- *Adjunte imágenes/ fotografías ya que las personas tienden a querer verlas (si tienen el tiempo)*