

# Bienvenidos!

Empezaremos a las 7:00 PM horario zona central.



ENTRENAMIENTO DE ORGANIZACIÓN DE CAMPAÑAS

# Conversaciones de persuasión

Alex Tornato / OFA Training Manager / @atornato

A portrait of Alex Tornato, a woman with curly brown hair, smiling against a brick wall background. She is wearing a black sleeveless top. The text 'Alex Tornato' is overlaid in white on the left side of the image.

**Alex Tornato**

OFA Training Manager  
[@atornato](#)

**Hoja de trabajo:**  
**<http://bit.ly/EOCpcsp>**

**#OFAAction**

# Nuestra trayectoria de aprendizaje

- Semana 1:** Conozca su por qué: Historia personal
- Semana 2:** Conversaciones de persuasión
- Semana 3:** Conversaciones de participación electoral (GOTV)
- Semana 4:** Organización digital

**Por qué porcentaje gana  
George W. Bush en el 2004?**



EN EL CHAT:

# Adivine

**2.46%**

# Objetivos para esta capacitación:

- 1 Describir el marco para tener conversaciones de persuasión efectivas

# Objetivos para esta capacitación:

- 1 Describir el marco para tener conversaciones de persuasión efectivas
- 2 Usar el marco de conversaciones de persuasión para hablar con votantes indecisos

# Objetivos para esta capacitación:

- 1 Describir el marco para tener conversaciones de persuasión efectivas
- 2 Usar el marco de conversaciones de persuasión para hablar con votantes indecisos
- 3 Sentirse motivado para aplicar el marco al trabajo de organización

# Agenda

## Por qué persuasión?

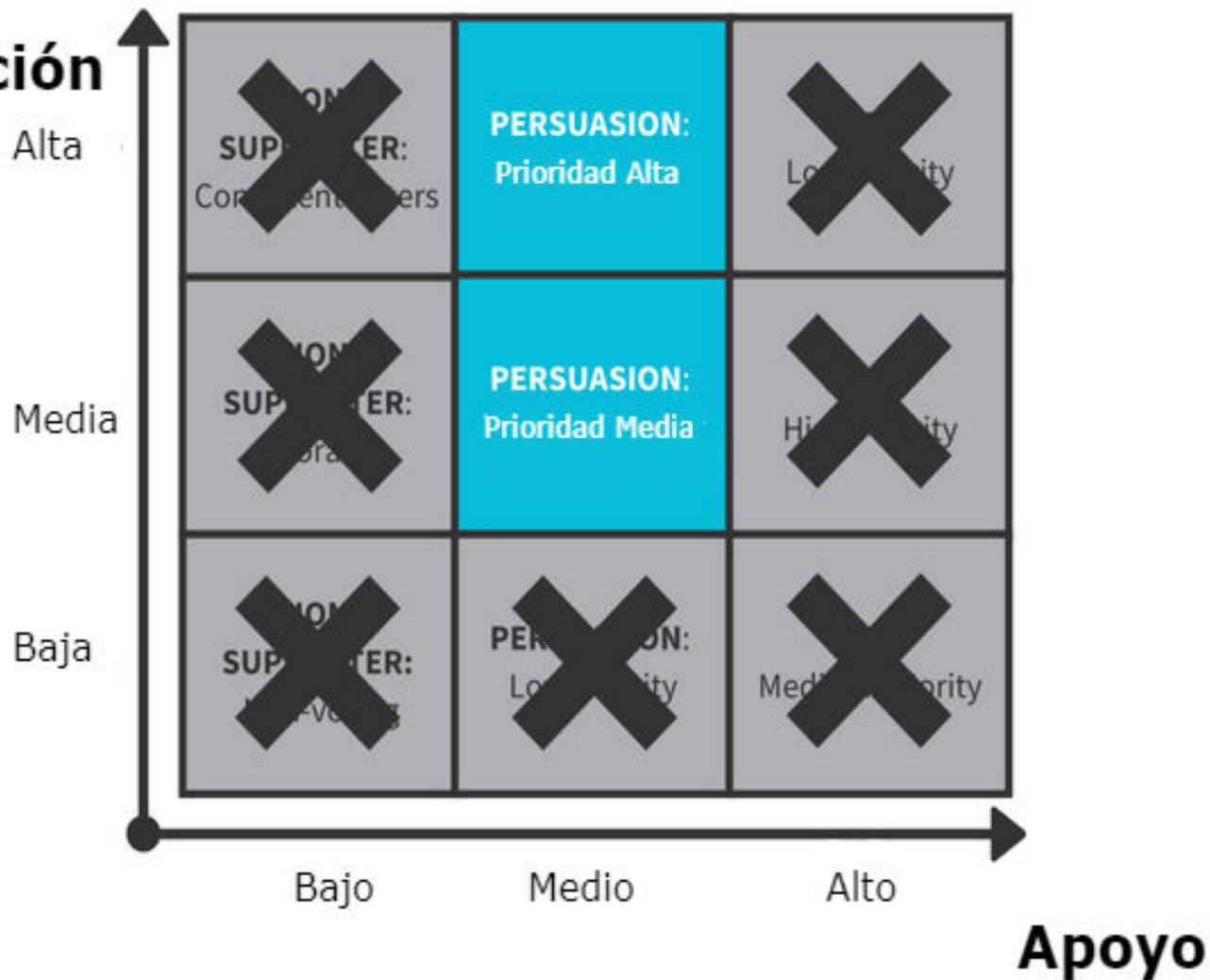
Marco de persuasión

Practica

Interrogatorio y cierre

**Siempre necesitamos  
entender quien es nuestra  
audiencia**

# Participación Electoral



# Persuasión

**\*Source- Analyst Institute**

## La persuasión es necesaria

- Simplemente no hay una cantidad suficiente de votantes para ganar con solo sacar a esa cantidad a votar
- Los márgenes en muchos estados y distritos son muy pequeños

# Persuasión

**\*Source- Analyst Institute**

## La persuasión es necesaria

- Simplemente no hay una cantidad suficiente de votantes para ganar con solo sacar a esa cantidad a votar
- Los márgenes en muchos estados y distritos son muy pequeños

## Persuadir es difícil

- Usted está tratando de cambiar las opiniones y la mentalidad de otras personas
- El partidismo tiene raíces profundas

# Persuasión

**\*Source- Analyst Institute**

## La persuasión es necesaria

- Simplemente no hay una cantidad suficiente de votantes para ganar con solo sacar a esa cantidad a votar
- Los márgenes en muchos estados y distritos son muy pequeños

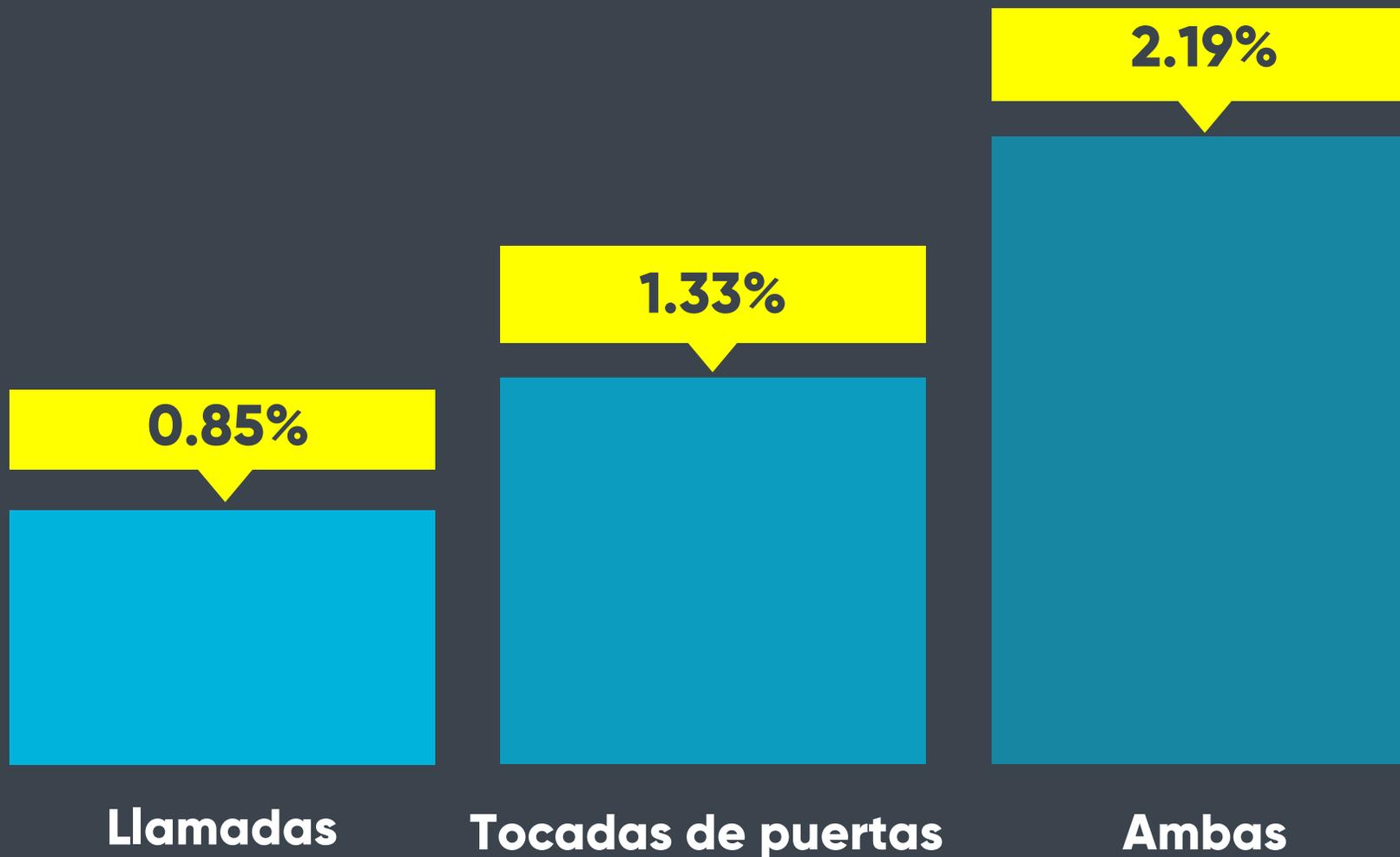
## Persuadir es difícil

- Usted está tratando de cambiar las opiniones y la mentalidad de otras personas
- El partidismo tiene raíces profundas

## Las estrategias sobre la persuasión todavía están evolucionando!

- Métodos creativos están siendo examinados y probados en comunidades
- Las mejores prácticas de organización están en constante evolución

# El contacto con votantes aumenta su probabilidad de votar



**Hagamos la conexión entre  
conversaciones de persuasión  
y los votantes**

# Valores

# Conectandonos a los valores

**Campaña**

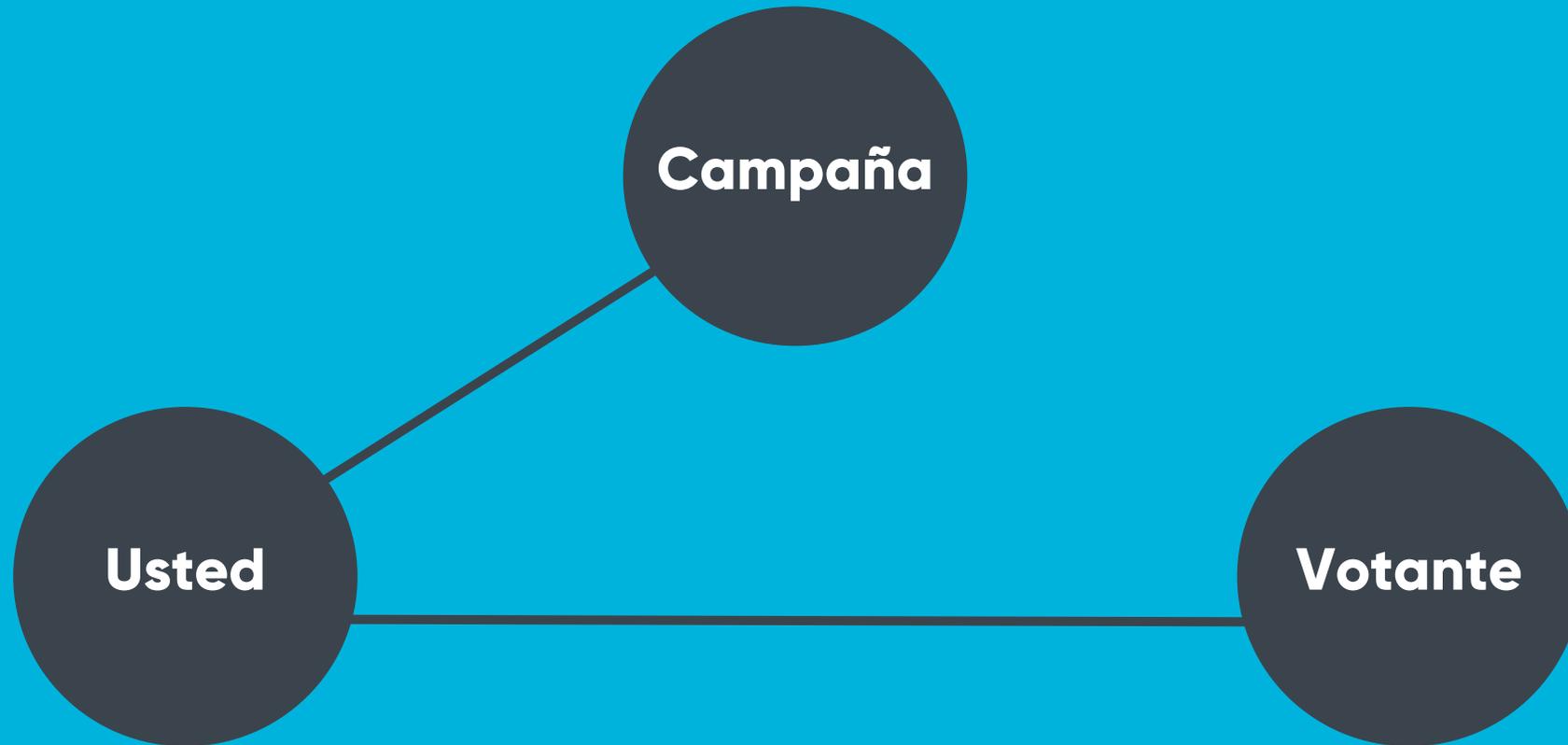
**Usted**

**Votante**

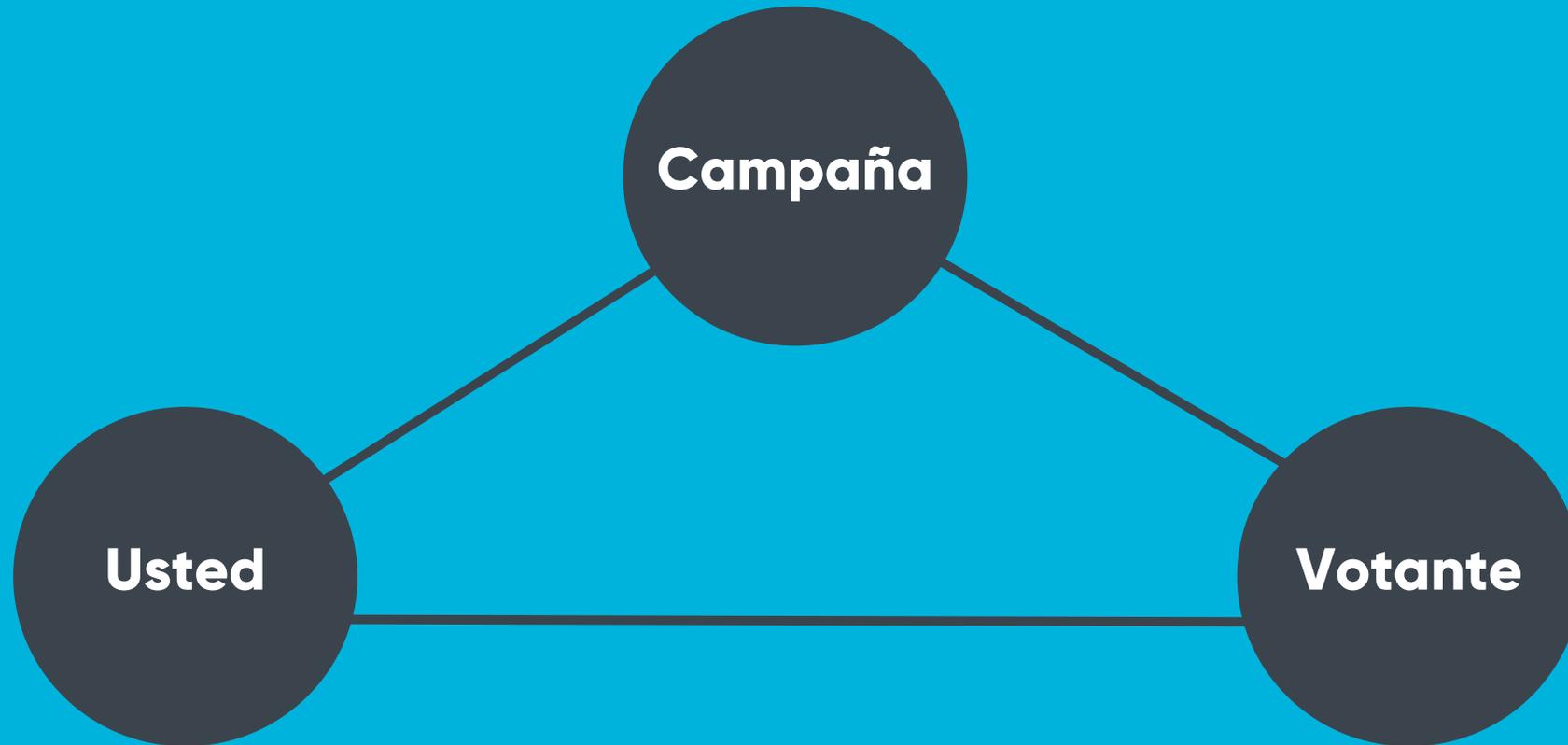
# Conectandonos a los valores



# Conectandonos a los valores



# Conectandonos a los valores



# Agenda

Por qué persuasión?

**Marco de persuasión**

Practica

Interrogatorio y cierre

**UN MARCO PARA LA PERSUASIÓN:**

# Reconocer y relacionar

# Reconocer y relacionar

- Escuche al votante y encuentre algo que tienen en común sobre los temas que le interesan
- Use su historia personal para profundizar la conexión. Recuerde su ‘por qué’
- Valide la preocupación del votante. El objetivo es generar confianza y buena relación con el votante
- **Los expertos sugieren:** conecte los temas a un contexto local

**UN MARCO PARA LA PERSUASIÓN:**

# Conectar con los valores

# Conectar con los valores

- Exponga cuáles son los valores latentes en lo que dice el votante
- Enfoque la conversación en torno a los valores que usted escucha al votante expresar y relacione esos valores a usted mismo
- Recuerde: ¡usted comprenderá más acerca de quiénes son ellos a través de preguntas, sin prejuicios e inquisitivas, y por medio de compartir su historia personal!

**UN MARCO PARA LA PERSUASIÓN:**

# **Pase al lenguaje persuasivo**

# Pase al lenguaje persuasivo

- Conecte los valores que ha identificado con el trabajo que está haciendo y el candidato o causa que usted esta promoviendo
- Explique los beneficios y el impacto de 'ganar' o elegir el candidato X con respecto al votante y sus valores compartidos

**UN MARCO DE PERSUASIÓN:**

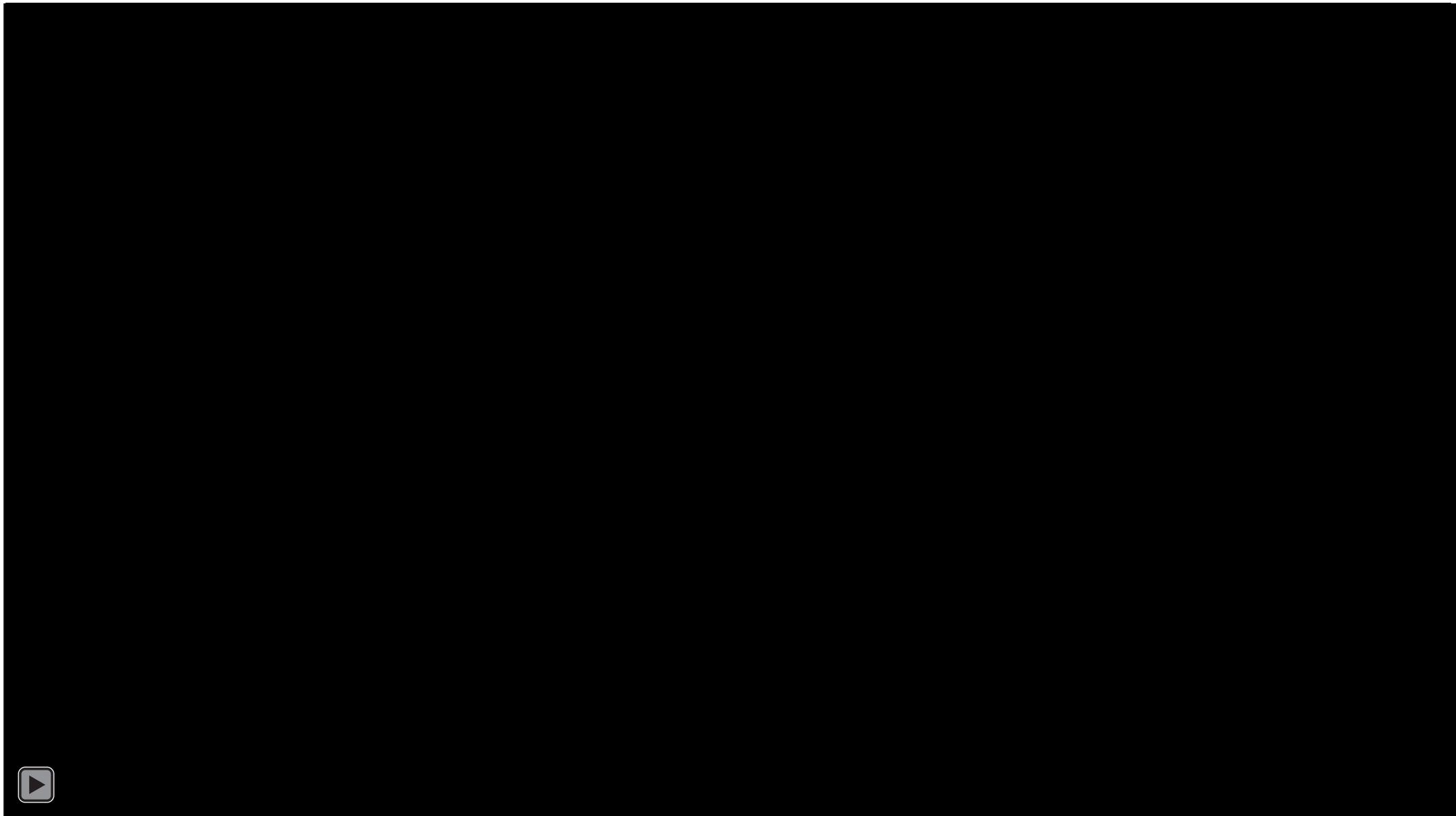
**Contraste**

# Contraste

- Presente un contraste apropiado con los candidatos oponentes sobre esos valores y temas
- Responda a las preguntas:  
"¿Qué sucederá si no elegimos al candidato X o no ganamos en nuestro tema? y ¿Cómo afectará los valores que ambos compartimos?"

## **UN MARCO DE PERSUASIÓN:**

- 1. Reconocer y relacionar**
- 2. Conectar con los valores**
- 3. Pase al lenguaje persuasivo**
- 4. Contraste**





**COMPARTIR COMO GRUPO:**

**¿Cuales partes del marco  
usted vio utilizados en el  
video?**

**¿Que usted hubiese hecho  
diferente?**

# Agenda

Por qué persuasión?

Marco de persuasión

**Practica**

Interrogatorio y cierre

**¡Ahora es su turno de practicar el marco de persuasión!**

# Escenario 1:



- **Reconocer**
- **Valores**
- **Logros**
- **Contraste**

“Estoy escuchando todo lo que me estas diciendo... Y realmente no me gusta lo que está pasando, pero la economía parece estar bien. Después de la crisis económica del 2008 en la cual perdí todo, esta es la primera vez que me siento que me esta llendo bien. Me siento que es una decisión difícil.”

# Escenario 2:



- **Reconocer**
- **Valores**
- **Logros**
- **Contraste**

”No soporto esta administración o este Congreso en absoluto. Pero realmente no entiendo cómo tu candidato va a mejorar la situación— no parece tener ningún mensaje resonante.”

# Agenda

Por qué persuasión?

Marco de persuasión

Practica

**Interrogatorio y cierre**

# Interrogatorio



## **ESCRIBA EN EL CHAT:**

¿Cómo usted adaptará su estilo de comunicación cuando este hablando con votantes?

¿Qué usted pronostica que será lo mas difícil en implementar este marco de persuasión?

# Proximos pasos

- 1 Continúe practicando el marco de persuasión
- 2 Ensaye con otras dos personas como conectar con valores compartidos y solicite sus opiniones
- 3 Aplique sus habilidades de persuadir a ser un voluntario en una campaña

**Encuesta:**

**<http://bit.ly/EOCpcsp>**

ENTRENAMIENTO DE ORGANIZACIÓN DE CAMPAÑAS

# Conversaciones de participación electoral (GOTV) 9/20 @ 7pm CST

Alex Tornato / OFA Training Manager / @atornato

**Gracias!**