



## Plantilla para elaborar mi Plan de Influencia Positiva

2025

## 1. Define tu objetivo de influencia

<i>¿Quién debe ser influido positivamente?</i>	<i>¿Qué necesita garantizar esta persona para ser influida positivamente?</i>	<i>¿Qué puede ganar esa persona si participa positivamente en mi proyecto?</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ¿quién se verá afectado? ¿por qué? ¿cuándo?</li> <li>▪ ¿qué tienen en común los diferentes stakeholders?</li> <li>▪ ¿qué tienen de diferente?</li> <li>▪ ¿qué conocimientos tienen?...</li> <li>▪ ¿cuánta urgencia tienen vs cuánta urgencia tenemos nosotros?</li> <li>▪ ¿qué saben de nosotros / del proyecto?</li> <li>▪ ¿qué sabemos de ellos?</li> <li>▪ ¿cómo miden el éxito?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ¿qué le da miedo perder? ¿por qué?</li> <li>▪ ¿de qué forma podrían verse o sentirse perjudicados? ¿por qué motivo?</li> <li>▪ ¿cuán importante es para ellos aquello que valoran? ¿por qué?</li> <li>▪ ¿qué les estimularía a pasar a la acción incluso cuando pudieran perder algo?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ¿si participan positivamente se verán beneficiados?</li> <li>▪ ¿de qué manera?</li> <li>▪ ¿por qué motivo?</li> </ul>

<i>¿Estoy suficientemente preparad@ para iniciar el proceso de influencia?</i>	<i>¿Qué puedo perder si no consigo mi objetivo de influencia?</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ¿conozco los obstáculos para lograr el éxito?</li> <li>▪ ¿tengo las habilidades adecuadas para influir?</li> <li>▪ ¿he analizado el contexto y a nuestros interlocutores?</li> </ul>	(respuesta abierta)

“Quiero que [persona] haga [acción expresada desde SMART] logrando que mantenga [garantías] y que pueda obtener [ganancias] en la medida de lo posible”

## 2. Analiza el contexto: obstáculos y posicionamiento de stakeholders

**¿Cuáles son los obstáculos o fuerzas que actualmente actúan sobre la persona en quien quiero influir en contra de mi objetivo de influencia?**

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ¿quién influye en los stakeholders?</li> <li>▪ ¿por qué los stakeholders no están ya actuando a mi favor?</li> <li>▪ ¿cuánta urgencia tienen ellos vs cuánta urgencia tenemos nosotros?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ¿se verán perjudicados por mi propuesta? ¿cómo? ¿por qué?</li> <li>▪ ¿qué les da miedo en general?</li> <li>▪ ¿qué puede darles miedo de mi propuesta?</li> </ul>
---	--

**¿Cuáles son los obstáculos o fuerzas que actualmente actúan sobre mí en contra de mi objetivo de influencia?**

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ He realizado de forma superficial o inadecuada la preparación del proyecto</li> <li>▪ Tengo miedo a gestionar el conflicto</li> <li>▪ No soporto la presión.</li> <li>▪ No soy empático o no demuestro empatía.</li> <li>▪ Suelo querer tener la razón y lucho para que me la den.</li> <li>▪ No estoy dispuesto a hacer nada por los demás antes de que hagan algo por mí.</li> <li>▪ Creo que los demás deben hacer lo que se debe hacer y no les soporto cuando no lo hacen.</li> <li>▪ Si la gente no me entiende es porque no prestan atención o son egoístas.</li> <li>▪ La gente debería confiar en mí y en lo que yo les digo simplemente porque tengo razón o por que soy yo quién les habla.</li> <li>▪ Quiero que reconozcan mis ideas... sobre todo si son brillantes.</li> <li>▪ Creo que los demás son peones que deben hacer lo que yo les pido.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Creo que los demás son gigantes que no me harán caso.</li> <li>▪ No conozco suficientemente a los stakeholders</li> <li>▪ Soy una persona con grandes dotes de influencia y nadie se me escapa</li> <li>▪ Soy muy malo influyendo y nadie me va a escuchar.</li> <li>▪ No sé comunicar mi punto de vista, pregunto mal, escucho peor y no sé explicar alternativas.</li> <li>▪ Creo que sólo hay una manera de influir sea quien sea el que tenga delante.</li> <li>▪ Tengo poca visión estratégica.</li> <li>▪ No sé cómo gestionar el conflicto.</li> <li>▪ Tengo una red de contactos de poco valor.</li> <li>▪ No me gusta la gente diferente... ¿por qué deben existir?</li> <li>▪ No estoy legitimado de forma adecuada.</li> </ul>
---	--

**¿Cuál es el posicionamiento de los stakeholders?**

Escribe el nombre y apellido y el cargo de la persona en quién quieres influir y puntúales aplicando las siguientes opciones:

<b>¿Cuál es su actitud ante el proyecto?</b>	<b>¿Hasta qué punto su participación en el proyecto es necesaria o influye?</b>
1: “tiene una actitud negativa o contraria” 2: “tiene una actitud favorable al proyecto”	1: “influye poco/su participación es poco necesaria” 2: “influye en gran medida/su participación es muy necesaria”

<b>Nombre y apellido / Puesto</b>	<b>actitud</b>	<b>necesidad/ influencia</b>	<b>estrategia</b>

Los 4 posicionamientos de un vistazo

grupo	poder	actitud	consejo	tipología habitual	acción
apóstoles	alto	positiva	tenlos cerca para mantener su actitud positiva	miembros directivos grandes accionistas, reguladores gubernamentales y clientes con grandes cuentas	comunicación constante, cercana y proactiva, teniendo muy en cuenta sus necesidades e intereses
terroristas	alto	negativa	infórmales de forma que estén satisfechos y tranquilos y que no se sientan atacados	grupos que se sienten atacados por nuestras propuestas o que “nos menosprecian” (bancos, gobiernos, fuerzas del orden, compañías de seguros, organismos reguladores)	esfuerzo comunicativo intenso y planificado con acciones para conocerles mejor y mostrar empatía
seguidores	bajo	positiva	mantenles informados y monitorízalos	empleados de segundo o tercer nivel que pueden generar un estado de opinión	comunicación e información frecuente para mantener su actitud positiva
resistentes	bajo	negativa	monitorízalos pero no pierdas tiempo informándoles continuamente	grupos de interés externos, proveedores, miembros de departamentos que están al final de la cadena de valor	análisis de sus intereses y monitorización para estar preparados en el caso que las circunstancias cambien.

Posibles acciones a desarrollar

- Creación de argumentarios
- Identificación de redes de influencia de tus stakeholders
- Diseño de Planes de Comunicación ad hoc
- Acciones para mostrar empatía
- Acciones para conocer intereses y/o emociones de la otra parte
- Propuestas de acción flexibles para cada colectivo

### 3. Valora alternativas: plantea tu ANI (Alternativas a la No Influencia)

- 1) inventar una lista de acciones que se podrían realizar **en caso de no lograr** lo que deseas
- 2) mejorar algunas de las ideas más prometedoras y convertirlas en **opciones prácticas**
- 3) seleccionar, en forma tentativa, **la mejor de estas opciones**

### 4. Decide las acciones a desarrollar

<i>interlocutor</i>	<i>objetivo de influencia</i>	<i>acción</i>	<i>objeciones</i>	<i>argumentos</i>	<i>fecha</i>	<i>resultado</i>

“En quién voy a influir para conseguir qué, en qué fecha, mediante qué acción, con qué argumentos para responder a qué objeciones”

### 5. Implanta la decisión

<i>¿Cuál es mi mindset ante este reto?</i>	<i>¿Qué voy a decir si...?</i>

### 6. Revisa el gap

<i>objetivo de influencia</i>	<i>resultado obtenido</i>	<i>valoración del resultado</i>	<i>aprendizaje</i>	<i>acción</i>