

As 6 Técnicas da Persuasão



da questão
um guia prático Arax

Persuasão Corporativa

Persuadir não é apenas um diferencial no meio profissional: é uma necessidade. A influência também vai além da relação profissional, com fornecedores, clientes internos ou externos.



Você precisa de persuasão para argumentar, expor suas ideias, negociar, apresentar projetos e até para motivar uma equipe. Ela está presente em todas as situações do seu dia a dia.

Para ajudar a entender e colocar em prática essa habilidade, o professor e psicólogo **Robert B. Cialdini** definiu e descreveu em seu livro "**As armas da persuasão**" como operam as seis principais técnicas de influência e convencimento.

Aqui nesse guia prático você compreenderá as bases de cada uma delas.

1 Reciprocidade

Nossas relações sociais são muito pautadas pela **reciprocidade**. A lógica de 'toma lá – dá cá'.

Quando fazemos algo por alguém, essa pessoa fica com a sensação de que está "nos devendo". Será compelido à reciprocidade de dar algo em troca.

Isso se torna uma ferramenta de persuasão em vendas de diversas formas. **Brindes, aula experimental e amostras grátis** são alguns dos exemplos mais corriqueiros.

Você arrasou no último projeto. Será que poderia me dar uma mãozinha nesse aqui?

Elogios e gentilezas podem fazer com que outros sejam mais gentis e generosos conosco. Isso pode ser especialmente vantajoso quando há uma proposta em vias de aprovação em mãos. **Pense naquilo que você pode oferecer ao outro** em suas relações profissionais e crie um benefício claro.

Só **tome cuidado** para não criar uma relação puramente baseada em interesse!

Podemos incluir um curso grátis nessa proposta e fechar agora. Que tal?

2 Prova Social

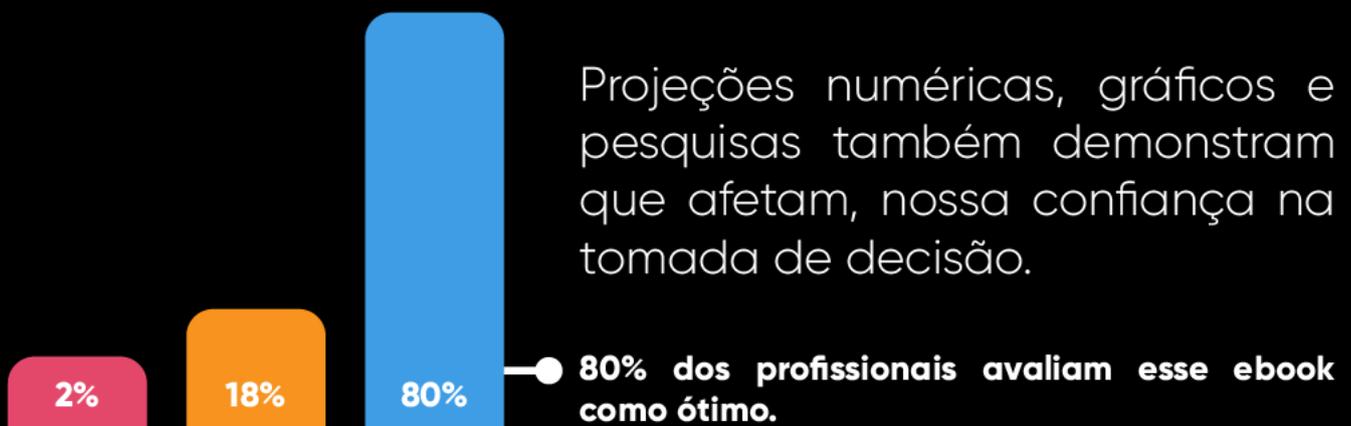
A **aceitação do grupo impacta** em nossas tomadas de decisão. Por isso, a aprovação social tem grande poder na persuasão.

Antes mesmo de pararmos para refletir, prestamos atenção em como os outros estão recebendo um produto, ideia ou projeto.

Afinal, sentimos maior segurança em nossas escolhas quando elas são aceitas e apoiadas pelo grupo do qual fazemos parte ou pela sociedade no geral. Esse sentimento pode ser instigado de diferentes maneiras.



Influencers e celebridades 'emprestam' seu poder de aprovação social para o produto anunciado.



Gigantes do mercado já fecharam projetos conosco. Nossa taxa de satisfação é bem alta.

3 Conexão

Criamos conexões com outras pessoas quando sentimos **afinidade** com elas. Isso pode se dar por diversos meios.

Afinidade pode ser construída por meio de **características em comum**, seja por **elogios, reconhecimentos** e até pela **empatia despertada por situações desagradáveis**.

É a estratégia utilizada por aquele vendedor que tem o mesmo time que o seu, por exemplo. Ou por aquele profissional que, na hora do cafezinho, te conquista com o carisma.

Lh, eu também torço pra esse time! A gente sabe o que é bom.

Essa roupa ficou linda em você!

Sua perseverança nesse projeto foi inspiradora.

Isso já aconteceu comigo, sei como é horrível. Na minha experiência, busquei resolver dessa forma aqui.

Conexão também pode se dar por associação. Indicações funcionam muito por meio da conexão. Tendemos a associar as qualidades de um profissional às suas indicações.

Minha mãe amava o natal, mas sempre ficava muito estressada com ele, cheia de tarefas. Ela não é a única. Talvez alguém aqui também sofra com o fim de ano. Por isso, eu criei esse App...

arax

O **storytelling** é uma técnica que pode **aproximar as necessidades do cliente às de um personagem, apresentando uma história que gere conexão!**

4 Comprometimento e Consistência

A confiança e a promessa são poderosas na sociedade. **Representam um contrato social baseado em comprometimento e consistência.**

Essa dinâmica pode ser usada para persuadir quando somos postos em uma posição de promessa e confirmação.



Confirmação de reserva em restaurante é um compromisso.



Test-drive nos aproxima da promessa de compra de um carro.



Repassar os pontos de um briefing relembram o compromisso acordado.

Um meio de usar essa técnica em argumentações é **perguntando as necessidades do outro lado** e confirmando-as uma a uma.

Você disse que está procurando um serviço rápido, customizável e dentro do orçamento passado. Tudo isso, encontrará na nossa proposta.

5 Autoridade

Essa técnica **'pega emprestada'** a **autoridade de uma figura social para nos influenciar.**

Nível de graduação, especialidade, experiência e mesmo aprovações numéricas de determinado público são argumentos que usam a autoridade.

"90% dos dentistas recomendam nossa pasta de dente".

Tenho 30 anos de mercado e confirmo: o trabalho dessa agência não tem comparação.

Em negociações, ressaltar a experiência, o alcance e poder da marca representada e se portar de maneira séria e profissional dão peso aos seus argumentos.

Prêmios, certificações, depoimentos de clientes satisfeitos e opiniões positivas também dão autoridade à empresa e seus representantes.

A nossa empresa é líder no setor. Entendemos nosso negócio como ninguém.

Indicada como melhor empresa de suas vidas por 80% dos colaboradores.

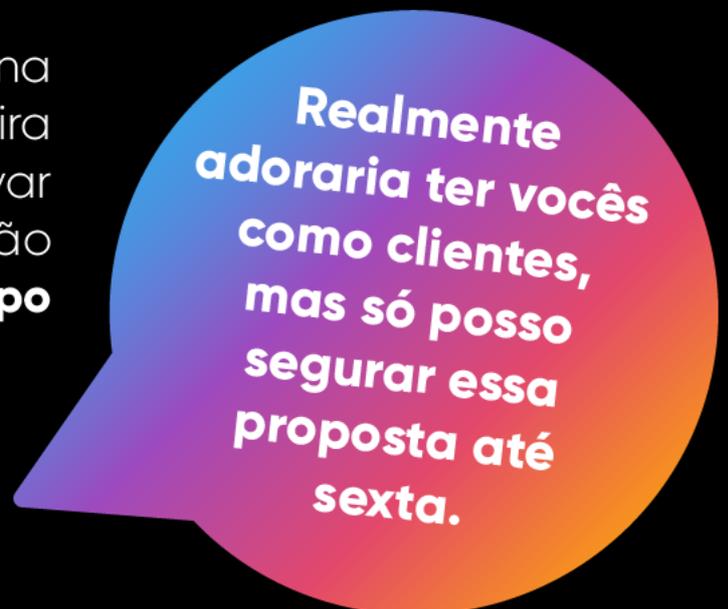
6 Escassez

A lógica da **escassez** parte do princípio que recursos escassos são mais valiosos. Ou porque são raros ou porque são muito procurados.



Quando usamos um argumento de **escassez**, ativamos a ideia de 'oportunidade única'. Existe a possibilidade de adquirir o produto agora. Talvez em cinco minutos seja tarde demais.

Inserir elementos de **escassez** na sua negociação e venda inspira **urgência**. Isso pode levar clientes hesitantes à decisão rapidamente, cortando o **tempo de ponderação**.



Cenários de Persuasão Corporativa

O profissional se beneficia dessas técnicas persuasivas em diversos cenários do meio corporativo.

Alguns deles são:

- **Vendas;**
- **Apresentações de projeto;**
- **Negociações;**
- **Prospecção;**
- **Resolução de conflitos;**
- **Liderança;**
- **Treinamentos;**
- **Apresentações de propostas;**
- **E mais!**

Essas técnicas são as bases para aperfeiçoar seu poder de influência e ainda existem muitos assuntos que pode pesquisar para se aprofundar.

Storytelling, linguagem não verbal, comunicação não violenta e escrita digital são apenas alguns deles.



Quer mais conteúdo exclusivo sobre Persuasão e Influência?

Visite nosso site, siga nossas redes e conheça os cursos de nossa Escola de Competências!

IR PARA O SITE

Clique para acessar!

arax

Educação Corporativa

www.arax.com.br



@araxeducacao