



**ROBERT
CIALDINI**

AUTOR DE "AS ARMAS DA PERSUASÃO"



**AS ARMAS DA
PERSUASÃO**
OS 6 PRINCÍPIOS DA PERSUASÃO
ADAPTADO PARA A COLPORTAGEM



AS ARMAS DA PERSUAÇÃO

**O QUE ESSE LIVRO PODE NOS
ENSINAR SOBRE VENDAS?**

COMO APLICAR ESSAS PRÁTICAS NA SUA ROTINA COMO COLPORTOR.



GATILHOS MENTAIS

Todos os argumentos deste livro funcionam como **gatilhos mentais** que, quando disparados, se conectam rapidamente com uma parte específica do cérebro.

Esses gatilhos podem ser acionados por meio de atitudes e/ou palavras que “tocam” psicologicamente a mente humana e se instalam nela, convencendo-a, muitas vezes, a tomar uma decisão.

Isso acontece porque a comunicação do gatilho mental vai para o sistema límbico do cérebro da pessoa, que é a **parte emocional**.

Em seguida, essa pessoa busca razões para tomar ou ter tomado aquela atitude, ou seja, ela racionaliza a informação que chegou para ela. Esse processo acontece no neocórtex, onde se localiza a parte racional.

Para entender como funciona cada parte do cérebro, é necessário conhecê-lo um pouco mais. Além do lado direito e do esquerdo, o cérebro humano é dividido basicamente em três partes ou níveis:



PARTES DO CÉREBRO

Cérebro primitivo ou reptiliano: é a área mais primitiva e interna do seu cérebro. Controla seus reflexos, respiração, batimento cardíaco e digestão e está ligado essencialmente aos instintos mais básicos de sobrevivência e autopreservação. É ativado por sensações mais primitivas, como dor, medo, prazer, perigo, sexo, fome e raiva;

Cérebro intermediário ou límbico: é responsável por emoções mais complexas, parte da memória e do aprendizado. Ele é ativado por símbolos, lembranças e sensações táteis, auditivas, degustativas, olfativas e visuais;

Neocórtex: é o responsável pelas decisões mais racionais, frias e calculistas. Ele controla o seu comportamento social e o raciocínio lógico. Dessa forma já é possível identificar como funcionam nossas ações e tomadas de decisões. De forma similar, é possível também compreender a ciência da programação neurolinguística, que nada mais é do que a inteligência da utilização dos gatilhos mentais para alcançar melhores resultados nas negociações e relacionamentos pessoais e profissionais.



PERSUADIR NÃO É MANIPULAR

Como utilizar, então, essas armas para persuadir pessoas, fazer com que se simpatize com o outro e, assim, conseguir o desejado sim?

Lembre-se de que cada um daqueles argumentos irá disparar gatilhos mentais nas pessoas, fazendo com que elas se aproximem da resposta que o colportor gostaria de receber. Antes, se faz necessário deixar claro que essa iniciativa não é antiética. Persuadir não é manipular. Persuadir é provar, com argumentos, que uma ideia pode ser mais interessante se fizer sentido para a pessoa.

6 PRINCÍPIOS DA PERSUAÇÃO

RECIPROCIDADE

“A reciprocidade funciona em todas as culturas porque em toda cultura existe uma regra que diz que tenho obrigação de retornar a você aquilo que você deu a mim”, explica.

Seja gentil e ofereça um benefício gratuito com o intuito de ajudar verdadeiramente seu cliente, algo como o curso do IVCA.



COMPROMETIMENTO

Faça uma pergunta que comprometa seu cliente, consiga vários “sim” de seu cliente.

Dessa forma, o cliente estará mais propenso a dizer o grande “sim” e aumentará a chance de comprar de você. 😊



PROVA SOCIAL

Use o **Quadro de honra**, tem mais valor o que outro cliente fala de mim do que eu mesmo.

Outra coisa, falar do preço dos manuais usando exemplo de como cada cliente adquiriu e as formas de pagamento. Essas estratégias fazem com que o cliente pense que não é o único que teve receio, que isso é normal.



AFINIDADE

FAMOSO PONTO DE CONTATO 😊

A forma de se vestir, falar, sorrir, elogiar; agrada, cria conexão e atrai.

Alguma vez você já comprou algo, mesmo sem ter a verdadeira necessidade, simplesmente porque *o vendedor era tão legal* que você acabou comprando por sua causa? E, ao chegar em casa e ver o produto adquirido, percebeu que não precisava dele? Mas o vendedor foi tão legal... 🤔

Quando a afeição é gerada de forma natural, seu efeito é muito positivo. Agora, quando ela é gerada artificialmente, a outra pessoa consegue perceber, causando o efeito contrário.

Uma forma de criar afeição é utilizar a técnica de espelhamento, que acontece quando imitamos, de forma sutil e natural, o comportamento do outro.

AUTORIDADE

Usar a autoridade dos autores de nossos livros e o know how da nossa Casa Publicadora. Conhecer nossos manuais mostra segurança e isso gera autoridade e o cliente confia mais em suas palavras. Ser assertivo e objetivo nas informações gera autoridade também. 👍



ESCASSEZ

As pessoas querem mais daquilo que podem ter menos. “Essas coisas que são raras, escassas, que estão diminuindo em disponibilidade, as pessoas enlouquecem em busca delas”

O sentimento da perda é mais forte do que o sentimento do ganho. Usar a nosso favor a exclusividade de nossos livros e a necessidade da compra urgente por parte do cliente e o quanto ele vai ganhar ao comprar o mais rápido possível nossos livros. Aquilo que é exclusivo naturalmente gera um senso de valor maior.



CONCLUSÃO

O que entendemos com a leitura de As Armas da Persuasão?

Que, antes do cliente racionalmente dizer o sim, ele precisa ser acionado emocionalmente.

Ou seja, a sua decisão de compra acontece, antes de tudo, no nível emocional. Depois essa decisão será justificada pela razão.

Dessa forma, é muito importante que entendamos como funciona o nosso cérebro para que saibamos como criar momentos e situações que farão com que o cliente, antes de qualquer coisa, simpatize e crie um relacionamento de confiança com o colportor. E é nesse momento que ouviremos muitos sim.



 @ideciap

 @idec.iap

 <https://t.me/idecvip>

CONTATOS

