

Os 3 Pilares da Comunicação Persuasiva

-Guilherme Nascentes

SUMÁRIO

Os 3 Pilares da Comunicação Persuasiva



Introdução	1
Comunicação Intrapessoal - Dominando seu Diálogo Interno	2
Comunicação Interpessoal - Construindo Conexões Significativas	5
Estratégias de Negócios - Conectando-se com Resultados	8
Aproveitando Oportunidades - Preparando-se para o Sucesso	11



Objetivo de Aprendizado

O objetivo do curso "3 Pilares da Comunicação Persuasiva" é capacitar os participantes a dominar as habilidades essenciais da comunicação persuasiva. Ao explorar os conceitos e técnicas abordados nas oito aulas, os alunos aprenderão a transmitir suas ideias de forma convincente, estabelecer relacionamentos de confiança, influenciar e persuadir com eficácia, além de desenvolver estratégias de negócios bem-sucedidas. O curso busca capacitar os alunos a se destacarem na arte da comunicação persuasiva, proporcionando-lhes as ferramentas necessárias para alcançar o sucesso em suas interações profissionais e impulsionar seus resultados.

Responsável pelo Conteúdo:

Guilherme Nascentes

Bem-vindo ao e-book "Os 3 Pilares da Comunicação Persuasiva".

Neste livro, exploraremos em detalhes os três pilares fundamentais para desenvolver habilidades de comunicação persuasiva eficazes para melhorar sua técnica. Em especial para otimizar sua atuação nas áreas de vendas e liderança.

Compreender esses pilares irá capacitá-lo para se conectar melhor com os outros, construir relacionamentos sólidos e influenciar positivamente as pessoas ao seu redor para fazer melhores negócios.

Se comunicar bem é fundamental para qualquer líder. E todo empreendedor ou empresário precisa encontrar os caminhos para se tornar um líder cada vez melhor, assumindo o papel de referência para sua equipe de colaboradores, para seus clientes, para seus parceiros e fornecedores e, também, para a sociedade.

Prepare-se para aprimorar suas habilidades de comunicação e atingir resultados excepcionais com o conteúdo deste e-book.

1.1 A importância da Comunicação Intrapessoal

O primeiro pilar para você se comunicar bem e com confiança está em você ser capaz de conduzir de forma assertiva a sua comunicação intrapessoal. Ou seja, o seu diálogo interno.

Já percebeu que em vários momentos você fica pensando como se estivesse conversando com você mesmo? Esse diálogo que acontece na nossa mente pode ser produtivo e empoderador, ou destrutivo e sabotador.

O primeiro passo para dominar essa comunicação intrapessoal é ter consciência de que existe esse diálogo. Depois, é preciso saber como conduzi-lo para que te gere melhores resultados.

1.2 O Jogo Interior do Tênis

No livro "O Jogo Interior do Tênis", o autor Timothy Gallway, um professor e treinador de tênis, avaliou seus clientes que estavam iniciando a prática da modalidade e, portanto, aprendendo a jogar; e também avaliou seus atletas (amadores e profissionais), que já disputavam competições em alto nível. Gallway percebeu que, em diversos momentos, tanto os novos alunos quanto os atletas avançados ficavam falando como se estivessem conversando com eles mesmos.

Percebendo essa movimentação, o autor decidiu perguntá-los do que se tratava aquele "diálogo" e o que eles estavam pensando em dois momentos específicos. O primeiro momento era após uma sequência de bolas vitoriosas e com uma performance de alto nível no jogo. E o segundo momento era após cometerem erros em jogadas consideradas simples e relativamente fáceis de serem executadas.

Na hora de responderem as perguntas sobre o que estavam pensando na hora da execução de alta performance, tanto atletas quanto novos alunos comumente responderam o seguinte:

"Eu não estava pensando em nada naquele momento. Eu, simplesmente, estava deixando fluir."

Por outro lado, as respostas às perguntas sobre o que eles estavam pensando quando erraram se convergiram para a seguinte frase:

“Eu estava pensando em não errar.”

Ao analisar os dados, o Timothy Gallway percebeu que, didaticamente falando, nós temos dois seres na nossa mente, os quais ele chamou de selfie 1 e selfie 2, ou que seriam um selfie executor e um selfie crítico.

O executor, como o próprio nome já diz, é o responsável por colocar em prática os conhecimentos que possui, executando as tarefas necessárias e buscando se divertir durante cada atividade. Enquanto isso, o crítico é responsável por analisar criteriosamente cada detalhe da execução, buscando melhorias constantes para as tarefas e extremamente perfeccionista, preocupado em não errar.

A grande questão com relação a esses dois selfies é que quando o crítico entra em ação durante a atividade do executor, ele atrapalha a execução. Por isso, ele precisa ser silenciado e acionado na hora certa, que seria somente após o término da execução da tarefa.

Com isso, a conclusão que podemos chegar é de que na hora da realização de tarefas que exigem grande concentração e rápida capacidade de processamento de informações, como é o caso de um jogo de tênis ou de uma apresentação de negócios, precisamos silenciar o self crítico e liberar espaço mental para que apenas o self executor entre em ação, se permitindo fluir na execução da tarefa.

Após o término da atividade, aí sim o self crítico é bem-vindo, para que possa analisar os pontos fortes e fracos da atividade, bem como pensar em melhorias futuras.

1.3 Os Segredos da Mente Milionária

Um ponto interessante sobre o livro “O Jogo Interior do Tênis” e que conecta com outro livro, que é “Os Segredos da Mente Milionária”, do autor T. Harv Eker diz respeito à importância que precisamos dar à nossa mente e aos nossos pensamentos.

**Em “Os Segredos da Mente Milionária”, o autor diz que:
“Pensamentos geram sentimentos. Sentimentos nos levam às ações. E as ações criam nossos resultados.”**

Ou seja, tudo começa com o que pensamos.

Por isso, é tão importante termos a capacidade de desenvolver uma comunicação intrapessoal positiva e empoderadora, que nos gere sentimentos de autoconfiança para que sejamos capazes de ter alta performance na hora das nossas apresentações e conversas de negócios.

1.4 Desenvolvendo a autoconfiança com posturas de poder

Em 2012, a pesquisadora Amy Cuddy apresentou um TED, onde mostrou as evidências de como nossas poses e posturas exercem influência nos nossos pensamentos, nas nossas tomadas de decisões e, inclusive, no nosso sistema endócrino.

Um ponto que gosto de destacar com relação ao estudo da Amy Cuddy é que foi possível perceber que 2 minutos parado em uma postura de poder pôde gerar aumentos na testosterona (hormônio que nos dá energia e vitalidade) e redução no cortisol (hormônio do estresse) dos participantes do estudo.

Em contrapartida, os mesmos 2 minutos parado em posturas de submissão gerou o efeito reverso nos participantes, proporcionando queda da testosterona e aumento do cortisol. Ou seja, o oposto do que queremos antes de uma apresentação, reunião ou conversa delicada, por exemplo.

Esse estudo é interessante para nos mostrar que pequenas atitudes podem gerar grandes resultados com relação ao nosso diálogo interno e nossos níveis de autoconfiança, que, por sua vez, é uma característica de suma importância para empreendedores.

2.1 A essência da Comunicação Interpessoal

Agora que você já entendeu que precisa se comunicar internamente de uma forma positiva e empoderadora, vamos avançar para sua comunicação com os outros.

É importante compreendermos que existem diferentes perfis comportamentais de pessoas e, ao nos relacionarmos com cada um deles, precisamos nos adaptar ao que o outro valoriza. Porém, a base para uma boa comunicação com qualquer um deles e que é a essência de qualquer comunicação interpessoal é a conexão.

É preciso se estabelecer um rapport, ou seja, uma conexão para que o outro se permita ouvi-lo de forma receptiva e estando aberto a novas ideias.

2.2 Persuasão - Conceitos de Aristóteles

Para gerarmos conexão e avançarmos em uma comunicação persuasiva, quero trazer uma referência de cerca de 2.500 anos atrás, com estudos do Aristóteles.

Para quem não sabe, Aristóteles foi um filósofo grego que, em meio a vários estudos, aprofundou-se, também, nos estudos sobre retórica, oratória e persuasão.

Segundo Aristóteles, o caminho para a persuasão é através de três ferramentas de comunicação. São elas:

- 1- Ethos: se refere à credibilidade, ou autoridade do orador;
- 2- Pathos: seria a capacidade do orador despertar um envolvimento emocional dos participantes;
- 3- Logos: capacidade de construir argumentos lógicos e racionais em sua comunicação.

2.3 Os 5 tipos de Comunicação

Para que possamos utilizar Ethos, Pathos e Logos, é fundamental compreendermos que comunicação vai além daquilo que falamos. Tudo comunica.

No meu método de trabalho, trago 5 tipos de linguagens de comunicação. São elas:

1- Verbal: aquilo que é dito em palavras e com modulações vocais;

2- Corporal: gestos, posturas e expressões faciais;

3- Escrita: mensagens através de palavras e textos;

4- Simbólica: símbolos de roupas e acessórios, por exemplo, que despertam preconceitos pelo inconsciente do interlocutor;

5- Comportamental: ações e atitudes, que podem reforçar ou refutar tudo que é dito pelas outras linguagens.

2.4 Adaptando-se a diferentes perfis de pessoas

Algumas pessoas gostam mais de histórias, são mais receptivas à diferentes conversas e se envolvem facilmente com a comunicação, porém, existem outros perfis que não são tão abertos, que preferem ficar mais calados, muitas vezes, mais retraídos e que costumam ser mais analíticos e preferem uma comunicação lógica e racional.

Ter esse entendimento e se aprofundar em análises de perfis comportamentais pode te ajudar bastante a ter uma comunicação mais persuasiva, tornando-se capaz de se adaptar e adaptar suas linguagens de acordo com o perfil de quem está do outro lado, trazendo mais histórias ou mais dados, por exemplo, à depender do perfil do seu interlocutor.

2.5 Expressando-se assertivamente e sendo visto como autoridade

Todos os conceitos falados servem para que possamos nos comunicar assertivamente de acordo com nosso interlocutor e de modo que possamos criar conexão com eles para que possamos transmitir a mensagem de que devem nos dar credibilidade. Ou seja, para que possamos ser vistos como autoridade.

Ser percebido como uma autoridade é fundamental para empresários e empreendedores. Para ser um líder inspirador ou para fazer boas vendas, é importante que as pessoas te vejam como alguém que sabe o que quer, que sabe o que diz e sabe o que faz. Por isso, é tão importante saber utilizar os diferentes tipos de comunicação para se conectar com outras pessoas de modo que transmita mensagens de autoridade.

3.1 O terceiro pilar: Estratégias de Negócios

Todos os conceitos dos dois primeiros pilares da comunicação persuasiva não servem de nada para os empreendedores se não formos capazes de conectá-los à diferentes estratégias de negócios.

É preciso que nossa comunicação direcione nossos argumentos para a concretização de estratégias que nos permitirão alavancar nossos negócios. Caso contrário, podemos desenvolver um magnetismo pessoal, mas sem termos a efetividade para gerarmos resultados empresariais.

3.2 Apresentando a "Estratégia 1.3.5."

No Instituto Nascentes, nós ensinamos a Estratégia 1.3.5.
Essa estratégia consiste em:

- 1- Posicionamento Claro;
- 3- Níveis de Produtos;
- 5- Canais de Aquisição de Clientes.

3.3 Posicionamento claro: A importância de se destacar

Conheça seu negócio, saiba quem são os seus clientes, assim como seus perfis de interesses e comportamentos; saiba, também, quais são os perfis que não são seus clientes para que você não gaste tempo, energia e dinheiro buscando se comunicar para eles; tenha clareza dos seus diferenciais e comunique tudo isso para o mercado.

Um posicionamento claro atrai os clientes certos para o seu negócio.

3.4 Níveis de produtos: Oferecendo opções e experiências diversas

Tenha produtos com diferentes níveis de preços e diferentes possibilidades de experiências. Para isso, tenha uma esteira de produtos para ofertar.

Existem clientes que querem estar com você e com a sua empresa, mas que hoje não podem pagar pelos produtos mais caros que você oferece. Por que não oferecer, então, produtos de tickets mais baixos, com menor valor agregado, mas que, ainda, sejam de boa qualidade e que propiciem que essas pessoas possam estar conectadas e, também, serem clientes? À medida que elas forem crescendo financeiramente, elas poderão ir avançando na sua esteira.

Na outra ponta desse cenário, temos pessoas com alta capacidade de investimento e que estão dispostas a pagar caro para terem soluções que proporcionem experiências únicas e de alto valor. Por que não ter produtos para oferecer para esse público?

A ideia de ter diferentes níveis de produtos é justamente para poder proporcionar experiências diferentes de acordo com o perfil do cliente, com o que ele deseja e com a capacidade atual de pagamento dele, de modo a otimizar suas vendas, buscando a escala do seu negócio.

3.5 Canais de aquisição de clientes: Expandindo suas oportunidades

Para finalizarmos, é necessário ressaltar que a sua comunicação não pode ser feita no vazio. É preciso que existam interlocutores. E esse é o objetivo dos canais de aquisição de clientes.

Ter diferentes canais de aquisição vai te permitir ter um fluxo constante de novas pessoas entrando em contato com a sua marca, sendo atraídas ou abordadas com uma prospecção direta.

Trabalhe para ter fontes de captação de novos contatos, que te permitam utilizar suas habilidades de comunicação persuasiva, para, assim, acelerar o crescimento dos seus negócios.

3.4 Níveis de produtos: Oferecendo opções e experiências diversas

Tenha produtos com diferentes níveis de preços e diferentes possibilidades de experiências. Para isso, tenha uma esteira de produtos para ofertar.

Existem clientes que querem estar com você e com a sua empresa, mas que hoje não podem pagar pelos produtos mais caros que você oferece. Por que não oferecer, então, produtos de tickets mais baixos, com menor valor agregado, mas que, ainda, sejam de boa qualidade e que propiciem que essas pessoas possam estar conectadas e, também, serem clientes? À medida que elas forem crescendo financeiramente, elas poderão ir avançando na sua esteira.

Na outra ponta desse cenário, temos pessoas com alta capacidade de investimento e que estão dispostas a pagar caro para terem soluções que proporcionem experiências únicas e de alto valor. Por que não ter produtos para oferecer para esse público?

A ideia de ter diferentes níveis de produtos é justamente para poder proporcionar experiências diferentes de acordo com o perfil do cliente, com o que ele deseja e com a capacidade atual de pagamento dele, de modo a otimizar suas vendas, buscando a escala do seu negócio.

3.5 Canais de aquisição de clientes: Expandindo suas oportunidades

Para finalizarmos, é necessário ressaltar que a sua comunicação não pode ser feita no vazio. É preciso que existam interlocutores. E esse é o objetivo dos canais de aquisição de clientes.

Ter diferentes canais de aquisição vai te permitir ter um fluxo constante de novas pessoas entrando em contato com a sua marca, sendo atraídas ou abordadas com uma prospecção direta.

Trabalhe para ter fontes de captação de novos contatos, que te permitam utilizar suas habilidades de comunicação persuasiva, para, assim, acelerar o crescimento dos seus negócios.

4.1 A importância da preparação

A base para o sucesso em qualquer área (pessoal ou profissional) está na preparação. Por isso, quero parabenizá-lo por ter chegado até aqui. Isso mostra que você está buscando se preparar, se dedicando para desenvolver novas habilidades e competências que serão importantes para o seu negócio e, é claro, para a sua vida como um todo.

Muitas pessoas e muitos empreendedores se deparam com oportunidades, mas não conseguem aproveitá-las por falta de preparação. Muitas vezes, são incapazes sequer de percebê-las de tão despreparados que estão.

Não podemos permitir que isso aconteça conosco. Estejamos preparados para identificarmos e aproveitarmos as diferentes oportunidades que surgem ao longo da nossa jornada.

4.2 Aproveitando oportunidades de crescimento pessoal e profissional

Em muitos momentos, estamos focados em um objetivo e acabamos não tendo a sensibilidade para percebermos oportunidades de preparação que irão nos direcionar para o objetivo que buscamos.

Talvez, um desafio que hoje você esteja fugindo ou uma nova atribuição que você possa estar evitando, podem ser as oportunidades para você desenvolver novas competências que irão te permitir atingir seus objetivos daqui a algum tempo.

**Como diz o Paulo Coelho no livro “O Alquimista”:
“Esteja atento aos sinais.”**

4.3 Liderança com propósito

Compreenda que por mais que existam interesses e objetivos pessoais por trás dos nossos empreendimentos, eles precisam, acima de tudo, gerar valor para a sociedade. Precisamos utilizar nossos negócios como ferramentas para que possamos servir mais e melhor às pessoas.

Dentro desse contexto, quero compartilhar com você um pensamento que carrego sempre comigo e espero que possa contribuir com a sua jornada.

Quem não lidera para servir não serve para liderar. E quem não empreende para servir não serve para empreender.

Espero que este e-book tenha fornecido insights valiosos sobre os três pilares essenciais da comunicação persuasiva. Lembre-se de que aprimorar suas habilidades de comunicação requer prática constante e dedicação. Ao dominar a comunicação intrapessoal, a comunicação interpessoal e as estratégias de negócios, você estará um passo à frente para se tornar um comunicador persuasivo e influente em todos os aspectos da vida e, principalmente, para liderar os seus empreendimentos. Agora, é hora de colocar em prática o que aprendeu e alcançar resultados excepcionais. Até a próxima!

Guilherme Nascentes
Instagram: @guilhermenascentess



UNILÍDERES

Apoio:

Secretaria de
Desenvolvimento Econômico,
Trabalho e Renda

