Come farsi rispondere sempre “sì”: i 6 principi della persuasione

di Paolo Franzese

Con questo articolo capirai come farsi rispondere sempre “sì” utilizzando i 6 principi della persuasione.

Un potere magico

Rispondimi con sincerità:

- Ti piacerebbe che i tuoi clienti ti rispondessero sempre di “sì”?
- Ti sei mai chiesto perché diciamo “sì” da oltre 50 anni?
- Sai che ci sono dei fattori che ci influenzano a dire “sì” su richiesta?

I ricercatori hanno studiato quali sono questi fattori, non c’era alcun dubbio sul fatto che ci sia una scienza dietro, una scienza su come siamo persuasi e gran parte di questa scienza è sorprendente.

Uno dei segreti per ottenere **risultati migliori** anche nel marketing è utilizzare i vari aspetti della psicologia umana, ognuno di noi è profondamente influenzabile, specialmente tu che stai leggendo questo articolo.
Sei influenzabile dal **contesto** quando si tratta di comprare, soprattutto *online, su internet predomina l’istinto irrazionale e illogico.*

Ed è proprio per questo che nel marketing e nella comunicazione vengono spesso usate **leve psicologiche**.

Come farsi rispondere sempre “sì”? Un lungo viaggio nella persuasione.

Il viaggio continua

Su questo sito sto cercando di farti fare un’esperienza insieme a me, un’esperienza di crescita,

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

spero che i miei post stiano servendo ad un tuo *miglioramento* (anzi perché non mi racconti un po' di te?).

Anche questo articolo porterà un buon contributo alla tua **crescita**, vedrai.

> Chi torna da un viaggio non è mai la stessa persona che è partita.
> – proverbio cinese

Come farsi rispondere sempre "sì"? Bisogna leggere bene e studiare.

Le armi per ottenere un "sì"

Quando si prende una decisione sarebbe bello pensare che le persone considerino tutte le informazioni disponibili per guidare il loro pensiero, la realtà è molto spesso diversa. Conduciamo uno stile di vita sovraccarico, non abbiamo tempo, non abbiamo attenzione da vendere, e più che mai *"abbiamo bisogno"* di scorciatoie che guidano il nostro processo decisionale.

Le mie ricerche, i libri che ho letto (*uno ve lo suggerisco anche qui*), i video che ho visto, mi hanno permesso di identificare solo sei di queste scorciatoie universali, che guidano il comportamento umano.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Robert B. CIALDINI

Le ARMI *della* PERSUASIONE

Come e perché si finisce col dire sì

GIUNTI

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

finisce col dire di sì.

Le scorciatoie sono: **reciprocità**, **scarsità**, **autorità**, **consistenza**, **mi piace**, e **consenso**. Studiando per bene queste scorciatoie e impiegandole in modo etico puoi aumentare significativamente le possibilità che qualcuno sarà ***persuaso*** *dalla tua richiesta*.

Diamo un'occhiata più da vicino guardiamoli insieme, uno alla volta, come farsi rispondere "sì" ad ogni richiesta? Ecco i sei punti principali:

I 6 principi della persuasione

Come farsi rispondere sempre sì? Reciprocità.

Reciprocità

Il primo principio universale di persuasione è la reciprocità. In poche parole, le persone sono *obbligate* a dare agli altri la forma del comportamento, regalo o servizio che loro hanno ricevuto per primi.

? **Esempio**:

- Se un amico ti invita alla loro festa, ti senti in obbligo di invitarlo a una tua festa futura;
- Se un collega ti fa un favore, allora devi un favore a quel collega.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

Ed in un contesto di un *obbligo sociale* è più probabile che le persone dicano sì a quelli che glielo devono.
Una delle migliori dimostrazioni del **principio di reciprocità** nasce da una serie di studi condotto nei *ristoranti*.

Ricordati l'ultima volta che sei stato in un ristorante, sicuramente il cameriere o la cameriera ti avrà fatto un "omaggio", un regalo. Più o meno nello stesso momento in cui ti avrà portato il conto, un liquore bello fresco, un dolcino, anche un semplice limoncello, quante volte ci è capitato.

Quindi ecco la domanda: regalarti un *limoncello* ha avuto una influenza su quanta mancia hai lasciato? La maggior parte di voi dirà di no.

Ma quel *limoncello* può fare una differenza sorprendente. In uno studio dando ai commensali un singolo limoncello a fine pasto, tipicamente ha aumentato le mance di circa il **3%**. È interessante notare che se raddoppi il tuo omaggio e porti due limoncelli, le mance non raddoppiano ma **quadruplicano**, addirittura un aumento del **14%** delle mance. Ma la cosa più interessante di tutte è che se il cameriere regala un "limoncello", inizia ad allontanarsi dal tavolo, poi si ferma, torna indietro e dice: *"Per voi brave persone, ecco un extra limoncello"*, i risultati andranno alle stelle.

Un aumento del **23%** non è influenzato da **cosa** è stato dato, ma da **come** è stato dato.
In conclusione la chiave per usare bene il principio di reciprocità è *essere il primo a dare e per assicurarti che quello che dai sia personalizzato e inaspettato*.

Come farsi rispondere sempre sì? Impegno e coerenza.

Impegno e Coerenza

Il secondo principio è la *coerenza*, ovvero, *alle persone piace essere coerenti con le cose che hanno detto o fatto in precedenza*. La *coerenza* si attiva cercando e chiedendo piccoli impegni iniziali che si possono prendere.

? **Esempio**: in un quartiere poche persone si sono mostrate disponibili ad installare una grossa tavola di legno pubblicitaria, anche antiestetica, sul prato anteriore del loro giardino. Ma in un quartiere vicino, i proprietari disponibili a fare questa cosa sono di quattro volte superiori. Perché? Dieci giorni prima gli avevano fatto accettare di inserire una *piccola cartolina* nella finestra anteriore della loro casa, cartolina che segnalava il loro sostegno per una campagna pubblicitaria. Quella piccola cartolina era un impegno iniziale, ciò ha portato a un aumento del **400%** in un cambiamento molto più grande, ma ancora coerente.

Per cercare di persuadere i tuoi clienti, una buona tattica potrebbe essere quella di annotare per iscritto un impegno.

? **Esempio**: uno studio recente ha **ridotto la quantità di appuntamenti persi** presso un centro sanitario del **18%** semplicemente chiedendo ai pazienti, piuttosto che al personale, di annotare i dettagli dell'appuntamento sulla futura scheda dell'appuntamento.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Come farsi rispondere sempre sì? Riprova sociale e consenso.

Riprova Sociale e Consenso

Il terzo principio è il *consenso*, soprattutto quando le persone hanno dei dubbi, *le persone guarderanno alle azioni e ai comportamenti di altri per determinare il proprio*.

? **Esempio**: gli hotel, spesso, mettono un avviso nei bagni nel tentativo di persuadere gli ospiti a *riutilizzare* i propri asciugamani e la biancheria. La maggior parte lo fa attirando l'attenzione dell'ospite verso i vantaggi che il riutilizzo può offrire all'ambiente.

Questa è una strategia piuttosto efficace che porta al **35%** di "conformità", ma può esserci un approccio più efficace? Ebbene sì. Basterebbe indicare che:

"circa il **75%** delle persone che fa check-in in hotel per quattro o più notti, riutilizzeranno i loro asciugamani. Quindi, per favore, fallo anche tu."

Si scopre che quando si comunica in questo modo, il riutilizzo degli asciugamani aumenta del **26%** è bastato cambiare solo poche parole su un cartello per portare un aumento del **33%** del riutilizzo.

Come farsi rispondere sempre sì? Autorità.

Autorità

Il quarto principio di persuasione è il principio di *autorità*, le persone seguono l'esempio di esperti **credibili** e **competenti**.

? **Esempio**: i *professionisti* possono persuadere i loro clienti, e per essere maggiormente credibili giustamente, esibiscono i loro diplomi e lauree sulle pareti dei loro studi.

? **Esempio**: le persone sono più propense a dare il resto del *parcheggio* ad un perfetto sconosciuto, se quel richiedente indossa un'uniforme piuttosto che abiti casual.

Quindi è importante segnalare agli altri ciò che ti rende un *esperto credibile,* ciò che ti dà autorità, prima di tentare la tua *persuasione,* ovviamente questo può essere problematico. Difficilmente puoi andare in giro a dire il potenziale clienti quanto sei brillante, non sarebbe bello, ma puoi organizzare che qualcuno lo faccia per te (*recensioni*).

Non solo essere credibili e competenti ma anche preparare una buona presentazione per essere introdotti ad eventuali clienti.

? **Esempio**: un gruppo di *agenti immobiliari* è stato in grado di aumentare sia il numero di perizie immobiliari e il numero di successivi contratti che hanno scritto, preparando il personale della reception a rispondere alle richieste dei clienti citando prima le credenziali e competenze dei loro colleghi.

L'impatto di questa *introduzione di esperti* ha portato ad un aumento del **20%** del numero di

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

appuntamenti e un aumento del **15%** in numero di contratti firmati.

Come farsi rispondere sempre sì? Mi piace.

Mi piace

Il quinto principio è il principio del *Mi piace*, le persone preferiscono *dire di sì a quelli che gli piacciono*. Ma cosa fa scattare il “mi piace” verso un’altra persona? Tre sono i fattori importanti, ci piacciono le persone che:

- sono *simili a noi*;
- ci fanno i *complimenti*;
- *collaborano con noi* verso obiettivi comuni.

Come sempre più interazioni che stiamo avendo luogo online potrebbe valere la pena chiedersi se questi fattori possono essere impiegati efficacemente in diciamo negoziazioni online.

? **Esempio**: In una serie di studi di negoziazione effettuati tra studenti presso due rinomate scuole, ad alcuni gruppi è stato detto:

“Il tempo è denaro. Mettiti subito al lavoro “.

In questo gruppo circa il **55%** è stato in grado di raggiungere un accordo.

Ad un secondo gruppo, tuttavia, è stato detto:

“Prima di iniziare a negoziare, scambia alcune informazioni personali. Individua una somiglianza condividi in comune e poi inizia a negoziare”.

In questo gruppo il **90%** di loro ha potuto raggiungere risultati positivi, che in generale valevano il **18%** in più a entrambe le parti.

Quindi per sfruttare questo potente *principio di simpatia*, assicurati di cercare **aree di somiglianza** che condividi con gli altri e cerca **complimenti genuini** che puoi dare prima di metterti al lavoro.

Come farsi rispondere sempre sì? Scarsità.

Scarsità

Il sesto principio universale di persuasione è la *scarsità*. In sintesi, le persone *vogliono di più* di ciò che possono avere meno (si capisce?).

? **Esempio**: una famosa compagnia aerea ha annunciato in passato che non avrebbe più concesso due volte un volo quotidiano, perché era diventato antieconomico per funzionare, di conseguenza le vendite del giorno successivo sono **decollate**.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Nulla era cambiato nulla nell'offerta dell'aereo, sempre lo stesso, non è cambiata al velocità, nonè migliorato il servizio e il biglietto aereo non è diminuito. Eravamo semplicemente davanti ad una *risorsa più scarsa* e di conseguenza, le persone la volevano di più.

La scienza è chiara, per persuadere gli altri in modo efficace, utilizzando il *principio di scarsità*, non basta dire alla gente sui vantaggi che trarranno nella scelta dei tuoi prodotti e servizi.

Ma dovrai indicare cosa è *unico nella tua proposta e cosa rischiano di perdere se non riescono a considerare la tua proposta*.

Come farsi rispondere sempre "sì"? Applica i 6 principi della persuasione.

Ed ora dimmi di sì

Registrati gratuitamente alla mia newsletter per avere altri aggiornamenti su come crescere sul web.

Ecco come fare a persuadere gli altri, utilizzare ciò che molti altri stanno già facendo.

Ora hai scoperto come farsi rispondere "sì" ad ogni richiesta.

Eccoli qui, li abbiamo, i **sei principi della persuasione**, ora scientificamente convalidati. Prevedono piccole pratiche, cambiamenti, spesso senza costo che possono portare a grandi differenze nelle tue capacità di *influenzare* e *persuadere* gli altri in modo del tutto **etico**.

Ecco i segreti della scienza della persuasione, fanne tesoro.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 5 Ottobre 2020

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com