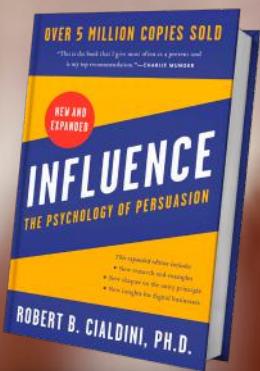


# DOMINA LA CIENCIA DE LA PERSUASIÓN

**Los 6 principios para elevar nuestra capacidad de influencia**



Contenido inspirado en el libro en inglés  
**“Influence” (Influencia)** de **Robert B. Cialdini**



EXTRACTOS es un esfuerzo educativo para estimular el desarrollo personal. Extraemos la esencia útil de libros en inglés y escribimos en español un extracto de aplicación práctica

Las decisiones que tomamos no solo son influenciadas por factores externos. Lo más importante en la ciencia de la persuasión es comprender las tendencias psicológicas que, en nuestra mente, influencian nuestro comportamiento

Robert B. Cialdini es un autor y profesor de psicología y mercadeo en la Universidad del estado de Arizona. Después de la publicación de su libro "Influencia" en 1984 y la segunda edición en 1993, se volvió una autoridad mundial en persuasión.

Sus escritos se basan en complejos estudios y numerosos experimentos científicos, propios y ajenos. Ha sido capaz de expresar de una forma fácil de comprender los principios para influenciar a los demás

Conoce estos principios para utilizarlos en el mundo laboral, de negocios o en el ámbito personal. También te ayudarán a defenderte de intentos maliciosos de manipulación o influencia negativa. Son conceptos fascinantes, úsalos con cautela.

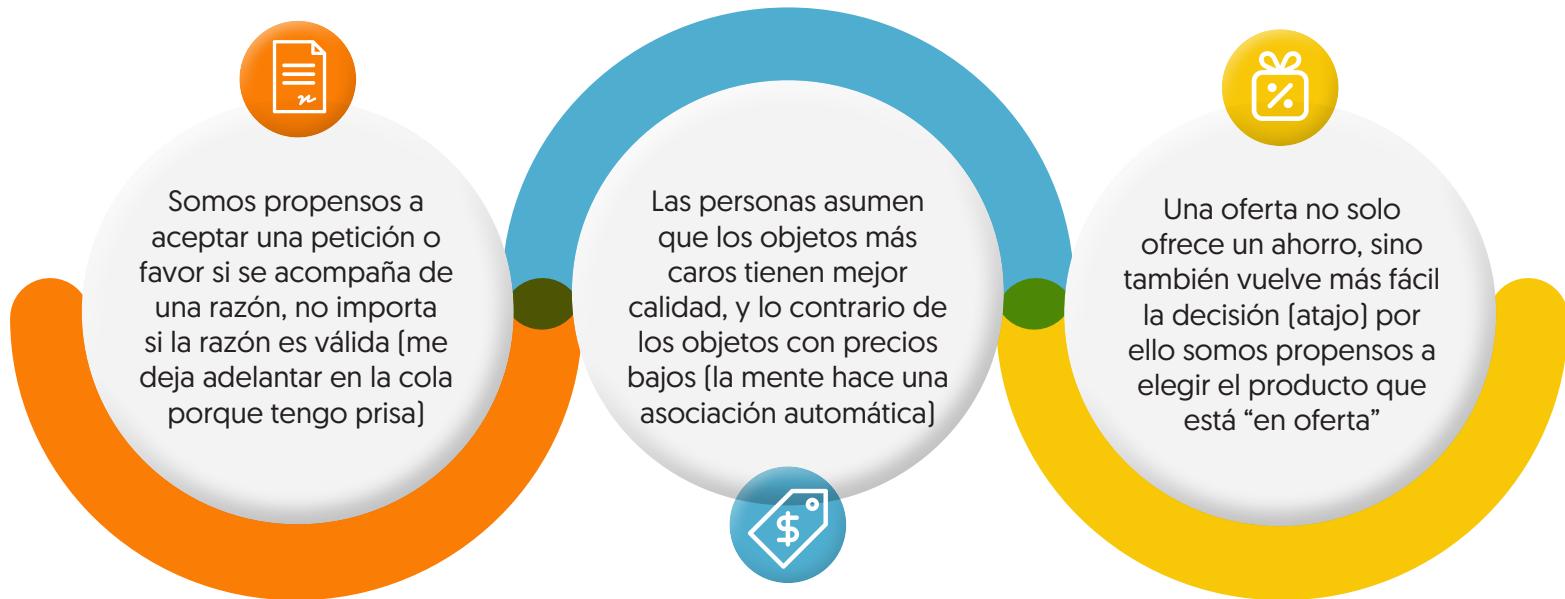


Hoy que hemos entendido estos principios que explican mucha de la comunicación comercial que nos rodea, vamos técnicas puntuales para aplicarlos

## LOS ATAJOS DEL CEREBRO

Muchos conceptos de persuasión se basan en entender cómo nuestro cerebro toma atajos para preservar energía o para agilizar procesos

El mundo es demasiado complejo para analizar todos los detalles de cada decisión, por eso nuestro cerebro acorta tiempos. Estos son algunos ejemplos:



## LEY DE LA RECIPROCIDAD

La ley de la reciprocidad indica que el ser humano se siente obligado a regresar favores. Estos son los mecanismos de esa “ley”:

- La lógica de vivir en sociedad depende de que las personas compartan recursos
- La educación nos ha enseñado a sentirnos “en deuda” con quien nos ayuda
- Creemos que las personas que no devuelven favores son percibidas negativamente
- No queremos ser percibidos negativamente, así que devolvemos los favores
- A veces regresamos favores mayores para estar seguros de “saldar la deuda”
- Los negocios usan muestras gratis y productos gratis para activar este mecanismo

## NO TIENES QUE “PAGAR LA DEUDA”

La reciprocidad es necesaria, pero debes aprender a identificarla para resistir los intentos de aprovecharse de ti. Cuando recibas un favor:

- Pregúntate si el favor es genuino o un intento de hacerte sentir en deuda
  - Analiza si realmente debes o tienes que hacer algo a cambio
  - Recuerda que está bien regresar favores, pero no cuando es forzado
  - No siempre estás obligado(a) a devolver todos los favores o gestos
-

## ESTRATEGIA DEL CONTRASTE

Al negociar, las personas estarán más dispuestas a aceptar una propuesta si la presentas después de una mucho mayor, creando un efecto de contraste:

- 1 Propón una propuesta alta o cara, que probablemente rechazarán
- 2 Haz una nueva oferta menor (mucho más barata)
- 3 La otra persona percibirá como ganancia la nueva oferta y aceptará
- 4 El efecto del contraste hace sentir la segunda oferta más atractiva

**Cuidado:** Si la primera oferta es demasiado desproporcionada, pueden percibirla de forma negativa. Debes estar preparado(a) a explicar el por qué de la diferencia

## OFERTA POR TIEMPO LIMITADO

El Principio de la Escasez dice que cuando las oportunidades de obtener algo son escasas, lo deseamos más:

- Cuando algo es difícil de obtener, nos sentimos más inclinados a comprarlo
- Percibimos las cosas como más valiosas si su disponibilidad es limitada
- Tenemos miedo de desperdiciar o perder la oportunidad y luego arrepentirnos
- Cuando otras personas están interesadas aumenta la presión
- Las personas asumen que, si no pueden tener algo, es más valioso

## SIMPATÍA MANIPULADORA

Solemos acceder y aceptar peticiones de personas que nos agrandan (Principio de Conexión). Estos factores pueden cuidarte de los trucos de la persuasión:

-  Nos suelen agradar personas que son similares o como nosotros
-  Las personas atractivas se perciben como más inteligentes u honestas
-  Cuando coincidimos en un objetivo, nos sentimos "del mismo equipo"
-  Tendemos a simpatizar más cuando compartimos algo en común

Protégete de que usen este mecanismo en tu contra preguntándote:

-  ¿Esta persona deliberadamente conquistó mi simpatía?
-  ¿Tengo suficiente información de esta persona para confiar en ella sólo porque me ha causado simpatía?



## DÉJALO IR

Cada vez que enfrentes uno de los siguientes escenarios, pregúntate si realmente lo necesitas o estás actuando por la presión:

-  Productos disponibles por tiempo limitado
-  Productos en liquidaciones
-  Cuando te dicen que más gente está interesada
-  Subastas bajo presión social

## FRASES DE ROBERT B. CIALDINI

La regla dice que deberíamos intentar retribuir lo que otras personas nos proveen

Deseamos las cosas con intensidad al darnos cuenta que podríamos perderla

No hay recurso que el humano no usaría para evitar la verdadera labor de pensar

Ante la inseguridad, nos basamos en las acciones de otros para decidir cómo actuar

## TÉCNICA PARA ADQUIRIR CLIENTES

Esta técnica usa el Principio de la Consistencia para adquirir nuevos clientes:

- 1 Propónle al potencial cliente una venta menor (fácil de aceptar)
- 2 Hazlo incluso sin obtener ganancias, para que se vuelva "cliente"
- 3 Al haber comprado una vez, ha establecido una especie de compromiso
- 4 Un cliente es más susceptible a hacer una compra significativa en el futuro

## CUÍDATE DEL "MÁS VENDIDO"

Tomamos muchas decisiones o justificamos nuestras acciones viendo la conducta de otras personas (Principio de Prueba Social), por eso muchos productos llevan la etiqueta de "más vendido". Ese mecanismo funciona de esta manera:

- La etiqueta te indica que muchos ya lo han comprado
- Si a muchos les gusta, significa que es una buena opción
- Ante la incertidumbre nos guiamos por lo que hacen los demás

## AUTORIDAD ENGAÑOSA

La educación y las experiencias de vida nos van enseñando a "respetar la autoridad", lo cual aplica a los títulos (ingeniero), las etiquetas (experto), los uniformes (policía) y las posiciones (jefe). Pero algunas veces la percepción de autoridad se utiliza para manipular. Ten en cuenta estos factores para cuidarte de este principio.

● Desde jóvenes se nos enseña a obedecer a las figuras de autoridad

● Somos muy cautelosos de desafiar ideas provenientes de autoridades

● Cuando no es clara la autoridad, nos basamos en símbolos como títulos

● No siempre estos símbolos otorgan a una persona la razón o la verdad

Evita que las personas abusen de la arraigada inclinación humana a obedecer a la autoridad haciéndote estas preguntas:

1 ¿Es esta persona una autoridad o simplemente se hace pasar por tal?

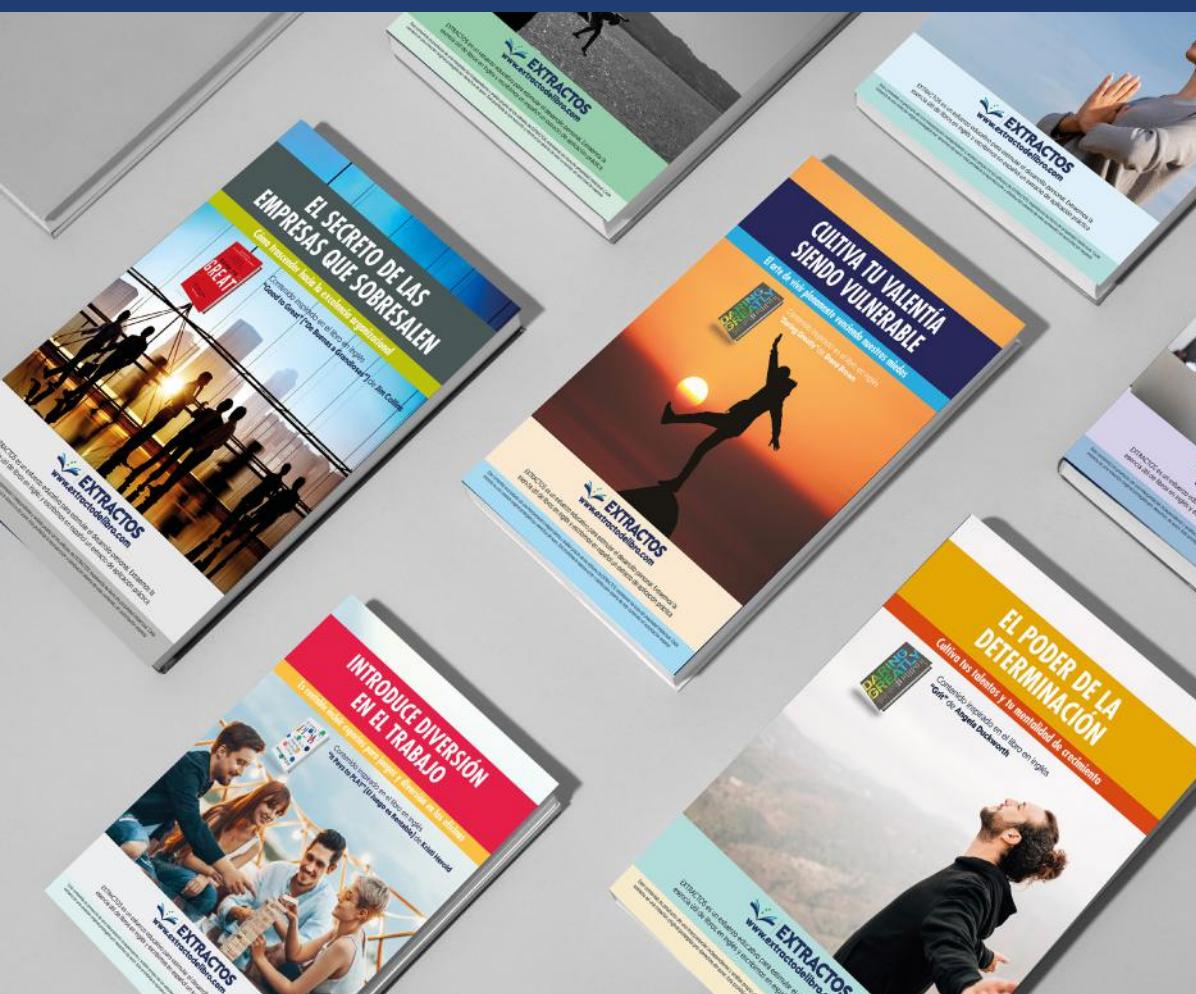
2 ¿Son sus credenciales válidas para esta situación?

3 ¿Qué tan honesta puedes esperar que sea esta autoridad en esta situación?

4 ¿Tiene tus mejores intereses en el corazón o se beneficia de la situación?

# APRENDE MÁS LEYENDO MENOS

Un extracto es la forma más conveniente de aprender. Son resúmenes ilustrados de excelentes libros en 5 categorías: familia, salud, trabajo, mente y superación



Con una suscripción empresarial coloca a disposición de sus colaboradores una biblioteca privada de extractos

[www.extractodelibros.com](http://www.extractodelibros.com)