

OS 3 PILARES DA
**MAESTRIA
SOCIAL**



GUSTAVO GAMBIT





CARO LEITOR,

Tornei como minha missão pessoal para este conteúdo, através de poucas páginas, realmente te inspirar, te levar à prática e te tornar uma pessoa MELHOR do que era antes de adquirir este material.

Aqui, você vai descobrir o **Poder da Inteligência Social** e o que ela pode fazer por você.

E vai perceber que ao investir nela o seu tempo, energia e dinheiro, terá um resultado inimaginável, além de um retorno impossível de calcular.

Costumo dizer que ela me trouxe muito do que sou, quase tudo do que faço e tudo que tenho.

E já quero começar te prometendo três coisas:



1. VOCÊ VAI APRENDER COM ALGUÉM QUE REALMENTE TEM RESULTADOS E VIVE DA INTELIGÊNCIA SOCIAL HÁ ANOS.

Um mentor que treinou **milhares de alunos**, incluindo celebridades, empresários de grande impacto, influenciadores e pessoas que vivem das mídias e que, através disso, também se tornou uma pessoa influente na internet, com centenas de milhares de seguidores e milhões de visualizações.

E, especialmente, que chegou a um faturamento multimilionário não como algum “guru” que quer te ensinar o que não viveu, não fez e não conquistou, apenas porque acha que essa é uma forma de ganhar dinheiro.



Foto 2019 SIGMA faturamento milionário

2. VOCÊ VAI APRENDER COM ALGUÉM QUE CONHECE MUITO O QUE ESTÁ TE ENSINANDO.

E que passou os últimos anos estudando tudo que há de melhor sobre o assunto. Se conectando com outros grandes players, participando de cursos, formações, eventos, estudando materiais de outros idiomas e levando tudo para sua **própria prática** e assim criando novas teorias.

Não com alguém que leu isso em algum outro lugar e decidiu “apertar um botão” para criar um canal no YouTube ou escrever um livro plagiado de outra pessoa.



Foto com Gary Vee

3. VOCÊ VAI APRENDER COM ALGUÉM QUE, AO LONGO DOS ÚLTIMOS ANOS, TRABALHOU MUITO MAIS FORA DA INTERNET...

...treinando pessoas, **levando-as a campo**, observando seus erros e buscando novas formas de gerar resultados para seus alunos.

Com quem está verdadeiramente preocupado com o SEU resultado, que vai te levar à prática o tempo todo e não com quem vai fazer de você a primeira "cobaia" de suas ideias, rezando para que dê algum resultado.



Fotos das turmas certificadas



NESTE E-BOOK, VAMOS TRATAR DOS 3 PILARES DA MAESTRIA SOCIAL.

Ou seja, os três elementos que unidos, podem te fazer uma pessoa absolutamente admirada, atraente, respeitada e valorizada, te levando à uma comunicação altamente poderosa e impactante.

De forma que você vai conseguir criar relacionamentos com pessoas especiais, obter um **networking de alto nível**, e se tornar capaz de persuadir qualquer pessoa a comprar o que você deseja vender, seja lá o que for.

OS 3 PILARES DA MAESTRIA SOCIAL SÃO:

1. COMUNICAÇÃO

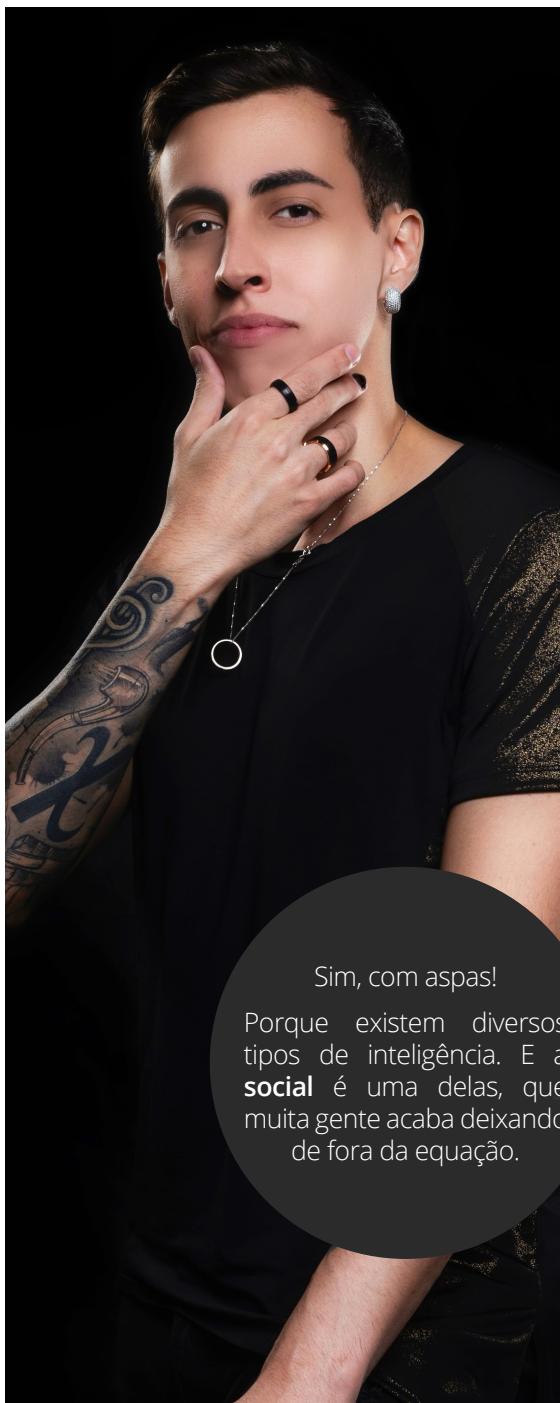
- Envolve se comunicar com maestria, ou seja, falar e se expressar melhor;
- Observar e ser capaz de “ler” as pessoas;
- Possuir uma comunicação verbal e não-verbal de alto nível;
- Falar em público e fazer apresentações poderosas;
- E até mesmo perder a timidez, especialmente na hora de falar para muitas pessoas, gravar vídeos e etc.

2. RELACIONAMENTO

- Envolve criar relacionamentos e conexões fortes com as pessoas;
- Ter um networking de altíssimo nível;
- Ser capaz de criar seu próprio MasterMind e grupos de negócio;
- Estar em círculos sociais poderosos com os melhores do seu meio.

3. PERSUASÃO

- Envolve vender em alto nível;
- Fechar vendas de impacto e negociações high ticket;
- Escrever cartas de vendas poderosas;
- Fazer pitches com alta conversão;
- E acima de tudo, convencer as pessoas de tomarem as decisões que você deseja.



Sim, com aspas!

Porque existem diversos tipos de inteligência. E a **social** é uma delas, que muita gente acaba deixando de fora da equação.

Acredito profundamente que ao treinar e masterizar estes 3 pilares, é possível atingir a Maestria Social, tornando-se um verdadeiro “asset ambulante”.

Esse é um ativo que tem mudado completamente a vida das pessoas, tornando-as muito mais valiosas, e consequentemente mais ricas, do que muita gente que teve melhores formações e até mesmo mais acesso a conteúdos e teorias.

E, por que isso acontece?

Bem, você já viu algum caso ou até mesmo já esteve numa situação onde viu acontecer uma coisa que parece totalmente contra-intuitiva?

Onde algumas pessoas disputam uma vaga de emprego e, de repente, a mais “inteligente” e aparentemente mais qualificada, com melhores formações, mais tempo de mercado, mais bagagem,

simplesmente ficar de fora e uma outra pessoa, supostamente não tão boa acaba sendo contratada?

Aliás, você já passou por isso?

Se sim, aposto que ficou morrendo de vontade de perguntar para o entrevistador ou seja lá para quem tomou a decisão: "POR QUÊ?"

O fato é que, talvez neste caso específico, infelizmente nunca saberemos a verdade.

Você poderia ter perguntado, pedido um feedback, e de forma muito sincera e humilde, dizer que gostaria de entender o porquê dessa decisão e em que você poderia melhorar.

Mas, felizmente, eu pude acessar vários estudos relacionados à **seleção e contratação de pessoas**. Desde alguns anos atrás, onde nas formações de coaching e PNL, eu pude ter acesso a vários gestores de R.H. que me compartilharam materiais ligados a isso.

Assim como pude também conversar diretamente com outros empreendedores e gestores que foram inclusive meus alunos nos últimos anos, para entender o que realmente leva uma pessoa nos dias de HOJE a ser contratada, ou promovida, ou até mesmo a ser o "melhor vendedor" ou a pessoa com "melhor resultado" dentro de uma equipe.

E quase sempre, nas respostas falava-se sobre **as habilidades de se comunicar e de se relacionar bem com todos** (gestores, colegas, clientes, etc).

Mas isso é justo? MUITO!

Absolutamente justo. E é bem fácil entender o porquê, na verdade. **Vamos analisar estas situações:**

1. Se uma empresa da área de cálculos possui cinco colaboradores que são bons em fazer cálculos, mas um deles realiza os cálculos mais difíceis no menor tempo... é bastante intuitivo acreditar que essa pessoa é a que deve ser promovida a gestor e se tornar o líder desses outros quatro, certo?

Agora imagine que neste mesmo grupo, há um colaborador que também é bom nos cálculos e conhece bem o trabalho.

Não tão bem quanto o outro citado acima, mas que é um **excelente comunicador**, que se dá bem com todos os outros quatro colaboradores, que criou um relacionamento bom no ambiente de trabalho, onde é respeitado, admirado por todos e que estes sentem que podem confiar nele.

E agora? Quem de fato merece se tornar o líder?

Independente da sua resposta e da sua opinião, a realidade é que o mercado está aprendendo a tomar a decisão que trará melhores resultados.

Ao invés de perder o seu melhor calculista e ganhar um líder que não se comunica bem, não cria relacionamentos e terá muita dificuldade em fazer a gestão dessa equipe... **o mercado prefere promover o colaborador com melhores aptidões de inteligência social**, que terá mais facilidade em liderar e persuadir, convencer e motivar os outros do time a fazerem seus trabalhos.

Isso quando o mercado não decide que o melhor é literalmente contratar alguém de fora, que entende pouca coisa de cálculo, apenas o suficiente para fazer seu trabalho, mas que possui alta Inteligência Social e é especializado em liderar equipes.

É isso que acontece. E nem preciso te falar que é por isso muita gente passa anos “presa” em uma empresa, com bons resultados, mas sem crescer e sem poder almejar algo melhor.

2. Se uma empresa abre uma nova vaga para um colaborador em uma posição importante em seu quadro, algumas das características mais importantes a se buscar são: **lealdade, honestidade e confiabilidade**.



The image is a screenshot of a news article from the website terra.com.br. At the top, there's a navigation bar with the Terra logo and a link to 'Ir para o site'. Below the header, there's a large photo of a man with dark hair and a beard, wearing a black t-shirt, speaking into a microphone on stage. The background is dark with some stage lights visible. The main title of the article is 'Inteligência Social é o maior ativo profissional desta geração, afirma o especialista Gustavo Gambit'. Below the title, there's a timestamp '7 abr 2020 15h39' and a quote in Portuguese: 'Costumo pensar na Inteligência Social como 'a arte de gerar e extrair o melhor em um relacionamento', uma vez que se trata de uma via de mão dupla, a da comunicação e a da observação. Somente com esses dois elementos é possível criar relacionamento em alto nível, gerando e recebendo valor.' The entire screenshot is framed by a white torn-paper effect.



Mas estas são coisas que qualquer um pode afirmar ter ou até mesmo fingir ter por um curto período, até que as ações do dia-a-dia mostrem algo contrário, e isso passa a ser um enorme prejuízo para a instituição que investiu tempo e dinheiro em uma peça que não veio para ficar e que pode até mesmo estar comprometendo informações sigilosas.

Já parou para pensar no risco? Pois é, é enorme. E é por isso que estas empresas priorizam e supervalorizam as indicações.

Porque uma pessoa indicada já tem um histórico com alguém importante para a instituição contratante, e naturalmente isso vale muito mais do que um currículum com muitos cursos e nenhuma informação prática.

Por isso, quem **se relaciona bem e possui um bom networking** nunca passa por entrevistas de emprego.

O conhecimento, a informação, toda a parte teórica e técnica nunca estiveram tão abundantes e disponíveis no mundo quanto hoje.

Literalmente QUALQUER PESSOA pode conhecer, estudar, se aprofundar e dominar um certo assunto em poucos dias se realmente se comprometer a isso (pelo menos, na teoria, é claro).

Mas essas habilidades de comunicação em alto nível, onde:

Mais do que apenas sair falando e tentando ouvir as pessoas, e sim se relacionar com elas, no sentido de se conectar e conquistar seu respeito, admiração e confiança;

Muito mais do que apenas o convívio diário e apenas convencer as pessoas de algo, mas sim de levá-las à uma ação, à decisão que você almeja e sabe que é boa para ela.

Isso sim! É algo de MUITO VALOR e que leva tempo para ser construído.

Por isso, você precisa entender que possivelmente já investiu até demais em conteúdos, em teorias, em coisas que enchem tua mente de informações, mas não te levam à prática.

Não te conduzem para uma MELHORA REAL em algo que você faz durante quase todo o dia e nunca reflete sobre como poderia/deveria melhorá-lo.

PORTANTO, ESTE EBOOK TEM COMO COMPROMISSO MAIOR:

Despertar a sua atenção para a NECESSIDADE de desenvolver de forma consciente sua habilidade de se comunicar, relacionar e persuadir pessoas.

Estes são alguns elementos chaves do maior asset desta geração: **A Inteligência Social**. E agora.. bora para a prática?

Que os jogos começem!

PILAR #01

COMUNICAÇÃO

“ Tudo começa com a comunicação.

Sem ela, não há relacionamentos, não há persuasão, não há vendas, não há nada. ”



Somos criaturas naturalmente sociáveis e desde cedo aprendemos a exteriorizar nossos pensamentos, nossas vontades e nossas necessidades através da comunicação verbal e não-verbal.

Mas também aprendemos a bloquear muitas coisas ao longo dos anos, o que interfere em uma **comunicação realmente expressiva e atraente**, o que dificulta a criação de relacionamentos e impossibilita a persuasão. Tudo começa aqui, no primeiro pilar.

Ao longo dos últimos anos, ao trabalhar com tantos alunos, me relacionar com tantas pessoas, e estudar tanto a Inteligência Social, me tornei um exímio observador, capaz de notar rapidamente as mais comuns falhas de comunicação que assolam muitos de nós.



- A postura ruim;
- A voz monótona e baixa;
- A falta de expressão facial;
- O descontrole dos gestos;
- A dúvida de onde colocar a mão quando falamos;
- O excesso da fala em momentos onde deveríamos apenas escutar e deixar que o outro fale, investindo na relação;
- O medo de falar em público ou de apresentar algo;
- Os infinitos “éééééé”, “ãããããã”, “eeeeee” que vocalizamos entre uma palavra e outra;
- A dificuldade de pedir algo de forma assertiva e sem rodeios;
- A constante quebra de contato visual;
- A dificuldade de expressar em palavras aquilo que estamos sentindo;
- Os vícios de linguagem que cometemos incansavelmente e sem perceber.

Esses são só alguns dos mais comuns erros de comunicação que possuímos e que atrapalham (e muito) nossas vidas.

A verdade é que fomos programados para dar muita atenção à **comunicação verbal**, as palavras que usamos quando estamos falando, apresentando, vendendo, paquerando, ou até mesmo pedindo desculpas ou tentando consolar alguém.

Pensamos, pensamos e pensamos em "O QUE falar?" e buscamos controlar ao máximo quais palavras sairão de nossas bocas.

Quando temos a oportunidade, escrevemos e reescrevemos nossos roteiros, ensaiamos mentalmente as palavras até que saiam na ordem que desejamos.

E acabamos não tirando alguns minutos para avaliar e estudar nossa **comunicação que vai além das palavras**.

Quando, na verdade, é exatamente isso que realmente pode fazer toda a diferença e vai fazer as pessoas sentirem e interpretarem muitas coisas, consciente ou inconscientemente.

Vamos à base de alguns dos pontos que trabalho com alunos em Mentoría.

COMUNICAÇÃO É TREINÁVEL.

Não importa em qual nível esteja sua comunicação hoje. Ela pode melhorar MUITO.

Quando paro para pensar e lembrar do garoto que eu era quando, há muitos anos, adentrei à escola de oficiais da reserva do Exército Brasileiro, eu começo a rir sozinho.

Os oficiais e até meus próprios colegas me chamavam de "estranho", "esquisito", e me percebiam como alguém frágil, muito frágil.

Mas isso não se devia somente ao meu porte físico fízico franzino. Isso estava completamente ligado à uma **comunicação verbal e não-verbal de baixo nível**, que nada lembra o Gustavo de hoje.

Ganhei alguns quilos, é verdade. Mas treinei minha voz, meu corpo, meus gestos, minha postura... tudo que eu poderia, por muito tempo. E treino até hoje, nunca parei. Sempre encontro coisas a melhorar, e você também irá quando parar e fizer uma real análise da sua comunicação.

Vai começar a perceber certas “falhas”, coisas que te incomodam e que às vezes você não saberá apontar exatamente o que é, mas sabe que estão lá.

E quando começar a treiná-la, vai ter mais facilidade em identificar o que não está bom ao passo que muitas coisas vão melhorando.

Muitas vezes, após um mês treinando, as pessoas mal te reconhecem.

Aconteceu diversas vezes com meus alunos e vai acontecer com você. Especialmente porque o aprendizado passa por quatro principais fases:

- Inconsciente Incompetente;
- Consciente Incompetente;
- Consciente Competente;
- Inconsciente Competente.

Vamos ver o que isso significa e porque **isso vai te revelar algo muito importante:**

Inconsciente Incompetente

É quando você literalmente não sabe que não sabe.

Você não havia percebido ou “se tocado” de que aquilo não estava bom antes, e por nunca ter se incomodado, não fez nenhum esforço para mudá-lo.

Porém, ao começar a me acompanhar e consumir meu conteúdo, você vem sendo constantemente “cutucado” com a ideia de que a comunicação pode mudar sua vida e seus resultados em todas as áreas e começou a **observar e buscar modificar algumas coisas**.

Ao fazer isso, você já foi para a próxima fase.

Consciente Incompetente

É quando você percebe que ainda não tem aquela competência, aquela habilidade, ou até mesmo aquele resultado que deseja, e de forma consciente começa a treinar, praticar e buscar a mudança.

É um processo longo, muito maior do que do primeiro para o segundo pilar.

Para perceber que aquilo não está bom, você pode até ter levado muitos anos, mas quando descobriu, levou na verdade poucos segundos para sair da primeira para a segunda fase.

Bastou um conteúdo, uma observação, uma informação, e pronto! Lá estava você entendendo que ainda não era bom em alguma coisa.

Só para ficar mais prático: Imagine aprender a tocar um instrumento.

Você nunca tentou, nunca teve desejo, nunca parou para pensar que não sabia fazer aquilo. Até que vê alguém tocando e se interessa por isso. Desperta o desejo de também tocar, mas percebe que ainda não pode. E então, começa a praticar.

A jornada pode ser longa ou não, dependendo de quando você considerar que atingiu o nível que gostaria e que achar que agora é bom nisso.

Você desenvolveu a habilidade, a competência e **alcançou o resultado esperado**.

Então, você foi para a terceira fase.

Consciente Competente

É quando você percebe que agora desenvolveu a competência e alcançou o resultado que desejava, mas ainda segue atento ao processo, verificando o que está fazendo e muitas vezes ainda precisando usar muito da tua mente para continuar conseguindo.

Por exemplo: Veja a diferença entre uma pessoa que está aprendendo a dirigir e uma que já dirige há anos.

Ao começar as aulas, durante a prova ou até mesmo após tirar a habilitação nos primeiros meses, é natural ainda pensar muito em cada passo e cometer erros.

O carro morre, a baliza fica torta... você está muito atento a este processo enquanto dirige. Mesmo com todo o treino, tudo ainda está muito fresco na sua memória.

Porém, ao passar alguns meses, você logo se depara com a situação de estar dirigindo “do seu jeito”, com sua própria forma de segurar o volante ou trocar a marcha, com seus “vícios”, e já não presta mais atenção nisso.

Vai dirigindo enquanto conversa com alguém no carro ou cantarola uma música, **o processo vai ficando automático**, natural. E aí você chegou à última fase.

Inconsciente Competente

É quando você já não pensa mais naquele processo, apenas o executa automaticamente e vai tendo (ou não) poucas melhorias ao longo do tempo, porque a execução é muito repetida e nada focada em melhorar ou corrigir algo.

E eu desejo que você chegue ao momento onde se sinta **atraente, confortável e confiante com sua comunicação**, assim como eu cheguei a esse ponto e me tornei uma referência ensinando isso para as pessoas, algo que eu jamais poderia imaginar 10 anos atrás.

E isso, certamente virá com treino.

Virá dentro desta segunda e terceira fases, onde você tomará consciência dos erros e automaticamente se corrigirá.

Mas tem que fazer isso sem sabotagem, sem desistir, sem medo de falar com aquela pessoa, gravar aquele vídeo, enviar aquele áudio ou realizar aquela apresentação.

Porque é de fato quando vamos até o fim do processo que conquistamos as reais mudanças, a real evolução, e só assim conseguimos receber feedback de outras pessoas, além de realmente percebermos internamente as mudanças.



A COMUNICAÇÃO É UM FIO. LIGA O PONTO A AO PONTO B.

Quando passei a visualizar a comunicação como um fio que me liga às pessoas, **tudo mudou.**

Percebi que sou um ponto e as pessoas são outros pontos. E que elas podem ter percepções diferentes das minhas, que podem pensar de outra forma, se comportar de outra forma, falar e entender de outra forma... **e como comunicador, assumo a responsabilidade de entender isso e oferecer o melhor à cada uma delas.**

Quando penso no fio, percebo que ele pode ser uma linha reta, o mais estreito e curto possível, literalmente como um segmento de reta entre dois pontos.

Ou ele pode ser uma coisa torta, bem mais prolongada do que o necessário, me levando a gastar mais tempo e energia, e provavelmente não terei um resultado nem de perto tão bom quanto poderia ter tido se fosse uma reta.

A verdade é que esse fio tem como objetivo aproximar cada vez mais estes dois pontos, as duas (ou mais) pessoas. Do ponto A, que sou eu, ao ponto B, que são elas.

E é isso que me leva à **conexão**, a criar relacionamentos com elas.

Se quero me relacionar com elas, se desejo aprender com elas, se pretendo vender algo à elas ou convencê-las de algo, se pretendo trabalhar com elas ou me tornar amigo, namorado ou o que for... preciso deste fio, e preciso dele **o mais estreito e curto possível.**

AS 2 VIAS DA COMUNICAÇÃO.

A comunicação tem duas vias, e por mais óbvio que isso seja, na prática muita gente se esquece disso.

Certamente você conhece alguém que **fala demais** e é um péssimo ouvinte. Ou alguém que tem vontade de falar algo ou se expressar, mas **acaba travando** e perdendo a oportunidade.

Pois é! E é bem possível que você seja essa pessoa. Por isso, você precisa trabalhar a harmonia entre ambas as vias.

É importante reconhecer que a comunicação do mais alto nível vai demandar **reciprocidade**.

A harmonia e o equilíbrio entre o investimento de ambos os lados, entre quem fala (*e como fala, para quem fala*), e quem ouve (*por quê ouve, quando ouve*).

A primeira via é a de entrada.

Representa tudo aquilo que vemos e ouvimos.

É todo o estímulo que recebemos, seja através de imagens, sons, palavras (códigos) e etc., e que vai se tornando mais importante conforme nós interpretamos e entendemos.

A segunda via é a de saída.

Representa tudo aquilo que falamos e fazemos.

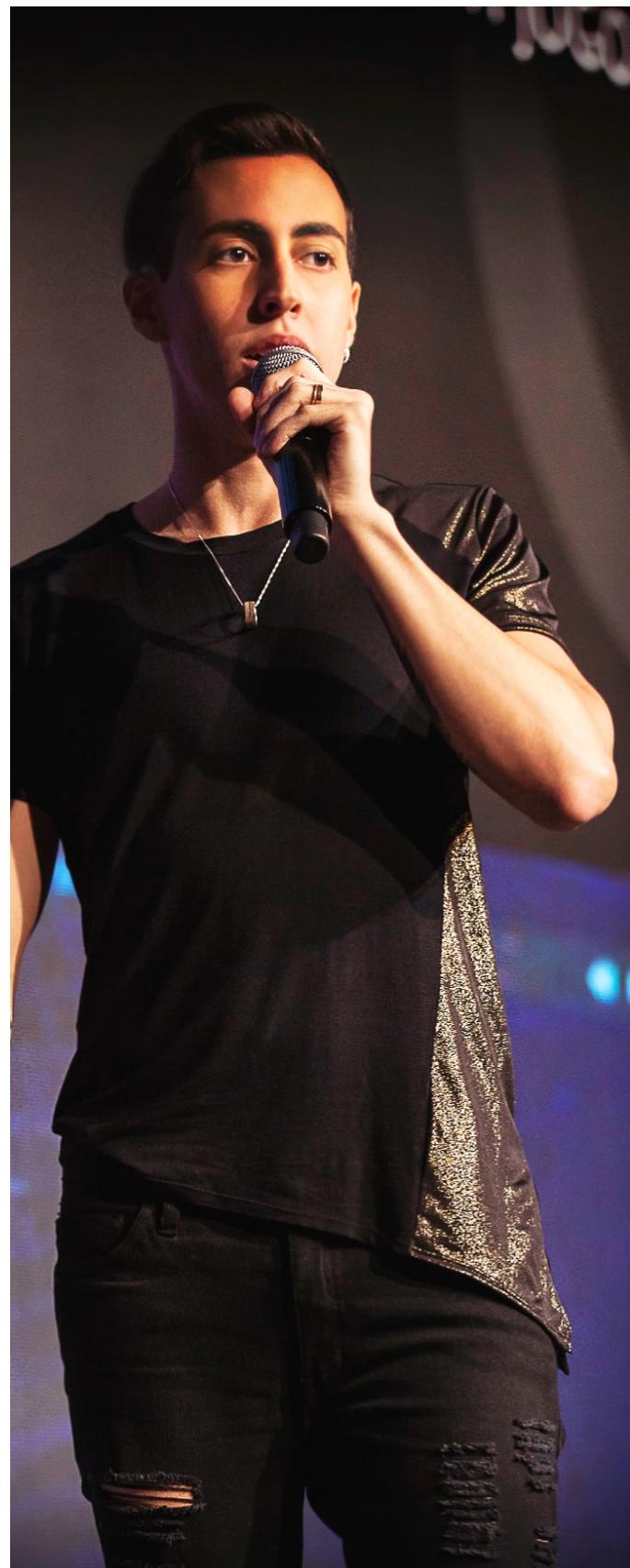
É todo o estímulo que oferecemos, seja através de imagens, sons, palavras (códigos) e etc., e que vai se tornando mais importante conforme é interpretado e entendido pelos outros.

E não se engane!

Embora você possa estar aqui na busca de falar melhor, se expressar e etc., **é sempre o canal de entrada que vem primeiro**, e ele é pedra de toque em toda comunicação de alto nível.

Quando vou dar uma palestra, procuro sempre estudar aquele público dias antes e preparar algo personalizado para entregar, e até mesmo observo o público por minutos antes de subir no palco.

Já quando vou vender algo, seja em uma conversa ou escrevendo uma carta de vendas, procuro absorver o máximo de informações daquilo que aquela pessoa está buscando, para me comunicar de forma customizada, literalmente para “falar a língua” dela.



3 ESTADOS DA COMUNICAÇÃO.

Eu represento os três estados da comunicação em:

1. Observação (a interiorização)
2. Expressão (a exteriorização)
3. Calibração (a adaptação dos dois primeiros estados).

1. No **primeiro estado, ao observar**, ainda passivo, absorve as informações da comunicação da outra pessoa e através disso, vai colhendo os indicadores e buscando compreender e identificar a melhor forma de se comunicar.

2. No **segundo estado, ao expressar**, agora ativo, entrega as informações na comunicação para a outra pessoa, e através disso, se expressa e busca ser compreendido.

3. No **terceiro estado**, já numa espécie de “flow”, aquecido por estar com seus dois estados em movimento, é possível falar enquanto se observa, é possível ser a única pessoa de um ambiente expressandose ativamente, enquanto absorve tudo que está ao seu redor.

É a incrível habilidade de se conectar com pessoas de uma forma que é possível fazer a leitura delas, enquanto a comunicação se desenvolve.

FUNCIONAMENTO TÉCNICO DA COMUNICAÇÃO.

Aqui neste ebook, não tenho a intenção de ser muito técnico ou teórico, e nem mesmo de aprofundar em nenhum tópico em si agora, **mas sim de te despertar**.

Teremos outras oportunidades para entrar a fundo em cada ponto que falamos até aqui, e especialmente nesta parte mais técnica de como funciona a comunicação.

Mas faço questão de deixar um aperitivo de quantas são as coisas que envolvem a comunicação e que podemos trabalhar ao longo do tempo.

Os estudos da comunicação a dividem hoje em:

Área Proxêmica (uso do espaço), que até mesmo precede a comunicação com outras pessoa;

Comunicação Não-verbal, que representa 93% da comunicação. Dividida em 55% cinésica (linguagem corporal) e 38% paralinguagem (voz);

Comunicação Verbal, representando os 7% restantes.

Área Proxêmica.

Dividida em quatro principais áreas, mostra como usamos o espaço ao nosso redor antes e durante a comunicação.

1. PÚBLICA

Como já diz o nome, é a zona de distância que mantemos das pessoas quando não há comunicação ou quando não queremos nos envolver pessoalmente.

Uma pessoa pública, em cima de um palco, está à uma distância pública da plateia, pois não há envolvimento individual. Geralmente varia em até 2m de distância.

2. SOCIAL

Esta é a zona que costumamos utilizar ao iniciar interações sociais ou quando estamos conversando com pessoas que não temos um contato particular e constante.

É ideal para falar com um grupo de pessoas que puxamos assunto em um evento, por exemplo.

É a distância onde há um limite de pessoalidade, e ainda não é possível estar próximo o suficiente para ver os detalhes e pormenores das pessoas. Geralmente varia entre 2m a 70cm.

3. PESSOAL

Esta é a zona onde geralmente falamos com uma única pessoa, e já estamos mais confortáveis e próximos com ela.

É a distância comum que mantemos de pessoas do nosso convívio, tais como amigos, familiares e etc., e especialmente quando já estamos conectados com alguém e podendo conversar mais à vontade. Geralmente está a distância de um braço, mas pode variar de 40cm a 1m.

4. ÍNTIMA

Esta é a zona mais incomum, reservada para pouquíssimas pessoas onde construímos intimidade e fisicalidade, pois permite o contato muito mais próximo, assim como permite também perceber características particulares de cada pessoa, tais como o hálito, o cheiro, os detalhes da pele e etc.

Não-verbal.

Aqui estão os famosos mais de 90% da comunicação, que deixam muitas pessoas sem entender como seria possível que as palavras representem menos de 10% da comunicação, mas aqui você vai entender de forma rápida e precisa o porquê.

Dentre os elementos da comunicação não-verbal, dividimos especialmente em duas áreas: a **linguagem corporal e a voz**. E dentro dessas duas áreas, existem diversas, realmente muitas subdivisões importantes.

1. LINGUAGEM CORPORAL

Na parte **cinésica**, além do corpo em si e sua movimentação, tais como postura, gestos, jeito de andar, de sentar e etc., há ainda partes mais segmentadas. Como as próprias expressões faciais, o contato visual e as posições da cabeça, sem falar da própria fisicalidade em si.

Cada um destes elementos pode ser trabalhado de forma profunda e pode apoiar uma comunicação poderosa e atraente.

2. VOZ

Já na **paralinguagem**, o uso da voz possui alguns elementos que mudam completamente o resultado da comunicação, e aqui destaco quatro: o ritmo, o volume, a tonalidade e o timbre.

Quantas vezes você se incomodou com alguém que falava tão rápido que parecia uma metralhadora de informações?

E que por mais que você tentasse, não conseguia assimilar nada. Talvez tenha sido um professor seu na época de colégio ou faculdade, ou algum chefe.

Você lembra de alguém que fala muito baixo e que você nunca consegue entender? Dá uma impressão de que essa pessoa “fala para dentro”, como nos famosos casos da época de escola onde sempre tem aquele colega que vai ler e a professora repete: “*Lê mais alto.. mais alto!*”.

Pois é! Em ambos os casos, não importava muito quais palavras saíam da boca delas, você não entendia e não se interessava em continuar ouvindo.

Novamente, torço para que você não seja essa pessoa, mas caso seja, saiba que **isso destrói a sua comunicação** e é por isso que representa 93% da comunicação, simplesmente mais de treze vezes a parte verbal!

Verbal.

Eu imagino que você entenda bem, ainda mais agora, o que é a comunicação verbal e como estes 7% estão representados.

Mas aqui é importante destacar algo além da “escolha das palavras”. É importante destacar COMO fazemos o uso delas. Por isso, destaco aqui **três pilares da comunicação verbal**: a oratória, a assertividade e o controle de frame.

1. ORATÓRIA

Não há muito segredo. A oratória é de fato **como falamos** as palavras. Desde uma pronúncia correta à própria dicção em si.



2. ASSERTIVIDADE

A assertividade é a capacidade de **falar o que se quer falar**, sem omitir ou adicionar o que não é necessário, como as pessoas que fazem rodeios e mais rodeios para pedir alguma coisa, dando exemplos, contextualizando e contando histórias infinitas.

3. CONTROLE DE FRAME

E o controle de frame é a capacidade de **conduzir as palavras** para o objetivo que se quer, como a habilidade de mudar de assunto em um momento desagradável ou “matar o papo furado” de forma polida e retomar o assunto para o fechamento em uma negociação.

Não esqueça que a comunicação envolve emoção. E emoção envolve movimento.

“E-moção”. Movimento.

É preciso movimentar os músculos da face para expressar, é preciso movimentar os braços e mãos para gesticular, é preciso movimentar a voz para comunicar.



PILAR #02

RELACIONAMENTO

“ São os relacionamentos que nos fazem conquistar as coisas mais importantes da vida. ”



Constituir família, encontrar o amor da vida, ser pai/mãe e etc., as histórias mais importantes que vivemos e levaremos conosco sempre são vividas com pessoas importantes que construímos um relacionamento.

E profissionalmente, não é diferente.

Tornar-se um grande executivo de uma mega empresa ou um empreendedor de um negócio altamente lucrativo e que impacta muitas pessoas exige relacionamentos.

Tornar-se alguém extremamente relevante para o mundo, influenciando muitas pessoas a se tornarem melhores **também exige relacionamentos**.

A verdade é que não importa se você quer:

- Casar e ter filhos, ou apenas se dar bem com sua família;
- Construir muitos negócios ou busca ser um colaborador de destaque em uma instituição;
- Se tornar muito famoso, influente ou popular.

Tudo isso, e todas as coisas grandiosas da vida, exigem relacionamento.

Precisamos de pessoas para fazer coisas grandiosas. E fazemos coisas grandiosas pelo reconhecimento das pessoas.

A HABILIDADE DE TRANSFORMAR QUALQUER PRIMEIRA INTERAÇÃO EM UM RELACIONAMENTO.

Uma das maiores façanhas que desenvolver Inteligência Social nos permite é a de transformar primeiras interações, o primeiro contato, em um relacionamento no longo prazo. Para isso, é preciso já construir uma conexão neste primeiro contato, em “pouco tempo”.

Felizmente, a conexão pouco tem a ver com o quanto de tempo passamos interagindo, embora o tempo seja um aliado e uma consequência do relacionamento de longo prazo.

O fato é que a conexão está muito mais ligada **ao que fazemos alguém sentir** e ao que sentimos durante este contato.

Quando somos capazes de despertar estímulos nas pessoas, demonstrar e gerar valor à elas, receber e absorver o valor delas, e especialmente quando nossa conversa se aprofunda a ponto de sentirmos muitas coisas, há conexão.

E quando há conexão, há a semente de um relacionamento.

TROCAR CARTÃO EM UM MINUTO NÃO É NETWORKING.

Quando falamos de networking, falamos da **qualidade** de cada contato.

Vivemos numa era “*flash-media*” onde, em alguns instantes, é possível achar alguém no Instagram e trocar esse contato. Mas o MAIOR DESAFIO é despertar o genuíno interesse (e também senti-lo) de **seguir interagindo e criando relacionamento com alguém**.

Não obstante, é comum ver pessoas que vão a eventos para trocar cartão e contato de mídias sociais.

Elas acabam falando com muitas pessoas e trocando muitos contatos, MAS fazendo pouco ou nada em sequência com tudo aquilo. Indo totalmente contra a ideia de criar relacionamento através da conexão citada, para que REALMENTE haja **reciprocidade no interesse** de realizar algo juntos, de trabalhar juntos.



A FÓRMULA DO NETWORKING: APPROACH DIFERENCIADO E C.A.I.

Em meus treinamentos mais avançados como as mentorias, ensino duas fórmulas que desenvolvi na prática para obter um networking de alto nível através do primeiro contato. Falo do “*Approach Diferenciado*” e do Sistema C.A.I.

Approach diferenciado.

Consiste em iniciar a interação de uma forma completamente inesperada e diferente de tudo que as pessoas estão acostumadas.

Isso já implica que o contato seja muito mais impactante e **gera receptividade** da outra pessoa.

Imagine que você está em um grande evento e vai iniciar a conversa com um dos mais reconhecidos e requisitados palestrante daquele evento. Uma verdadeira celebridade em seu campo e que está cheio de pessoas para atender.

Como criar o real networking com essa pessoa? Você precisa começar a conversa já ganhando mais tempo e atenção.

E os principais elementos desta abordagem são o **PC-GV-EO**:



Estabelecer o
Ponto em Comum



Iniciar Gerando Valor



Eliminar o Óbvio.

1. PC: PONTO EM COMUM

Estabelecer o Ponto em Comum significa iniciar a interação encontrando **algo em comum entre você e essa pessoa** que possa ir além do fato de você conhecer o trabalho dela e estarem no mesmo evento.

Não importa o que seja, pode ser uma pessoa em comum que ambos conhecem e/ou já trabalharam juntos, pode ser um lugar especial que ambos já frequentaram, pode ser um assunto que ambos estão estudando, pode ser um jogo que ambos gostam de jogar...

Mas é importante identificar um ponto que gere **familiaridade**.

Quanto mais a pessoa gostar desse assunto, mais ela associa esta familiaridade a você e já sente coisas positivas por estar falando contigo.

2. GV: GERAR VALOR

Iniciar Gerando Valor é encontrar formas de fazer com que **a pessoa receba algo que ela valoriza**, e não simplesmente algo que você acredita que tem valor.

Lembre-se que a comunicação é via de mão-dupla.

Se você iniciar uma conversa comigo, falando sobre programação, basquete ou flores, será bem improvável que eu sinta que estou “recebendo valor”, por mais que você fale de forma agradável. Simplesmente porque são tópicos que não despertam minha atenção.

Por outro lado, se você decidir falar sobre poker, artes marciais ou tubarões, é bem provável que eu te dê muita atenção logo de cara. E veja que se trata apenas dos meus **gostos pessoais**, não tem nada de certo ou errado nisso.

Porém, note que eu não dei um exemplo sobre Inteligência Social, comunicação ou relacionamentos. E por que será? Uma vez que eu amo esses assuntos, por que é que eles não servem para um início de interação?

Porque são óbvios, são elementos já esperados.

São coisas que as pessoas me perguntam e falam comigo diariamente por horas e horas, e se eu estou em um evento, ou estou trabalhando, ou não quero necessariamente falar de trabalho com qualquer pessoa, simplesmente porque não estou trabalhando. É o óbvio!

3. EO: ELIMINE O ÓBVIO!

Imagine encontrar Elon Musk em um jantar e começar a fazer perguntas sobre tecnologia para ele.

É um assunto que ele é fascinado, mas ele está em um jantar, não está trabalhando e provavelmente não quer responder perguntas como se estivesse falando com um cliente, um jornalista ou um funcionário.

Esse caminho vai dificultar o networking.

A pessoa de maior “valor percebido” começa a criar certos escudos ou bloqueios para aquela conversa.

É literalmente como encontrar uma celebridade e sair pedindo fotos e autógrafos, e esperar que ela vá te passar seu telefone para vocês saírem amanhã. **Não vai acontecer.**

Ao mesmo passo que qualquer celebridade tem amigos comuns, que não são famosos. Simplesmente porque eles entraram por uma porta diferente. Talvez eram vizinhos e um dia começaram a jogar bola juntos sem nenhuma pretensão, e assim, tudo fluiu.

Falar sobre trabalho ou aquilo que a pessoa é notada, é muito óbvio e deve ser eliminado.

Sistema C.A.I.

Conexão, Autoridade e Interesse.

É a fórmula que ensino para criar networking de alto nível nas relações profissionais. **Exatamente nesta ordem.**

1. CONEXÃO

E à esta altura, espero que você já tenha entendido porque e como gerar a conexão. **Ela é a chave para quase tudo quando falamos sobre Inteligência**

Social, e o próprio approach diferenciado trata muito disso.

Ao gerar essa sensação de conexão inicial, qualquer pessoa se desarma e começa a te ver como um par, de igual para igual, e não acima de você, e isso é perfeito para criar o networking.

Especialmente no ambiente onde a pessoa mais requisitada tem sempre alguém para dar atenção. Mas ao criar essa conexão, ela vai se mantendo na interação contigo, enquanto atende brevemente outras pessoas.

Mas lembre-se: “você NÃO QUER se conectar com todas as pessoas. Quer se conectar com AS que realmente valem a pena.”

2. AUTORIDADE

A autoridade é importantíssima nesta equação para que você possa **aumentar seu valor percebido**.

Depois da conexão, uma breve demonstração de seu alto valor será muito importante para aumentar seu valor percebido e te posicionar como alguém importante.

E não se engane pensando que isso fará alguém te achar soberbo ou arrogante... *não vai!*

Isso só acontece quando, ao invés de demonstrar valor de forma breve, alguém começa a se gabar e falar interminavelmente de suas proezas. Falando, falando e falando... desrespeitando os Pilares da Comunicação.

Não é disso que estamos falando.

Estamos falando de saber, de forma leve, demonstrar valores teus que uma pessoa levaria um tempo para descobrir.

E talvez, ao não saber disso naquele primeiro momento, ela inconscientemente acabe escolhendo não te valorizar tanto assim.

Uma apresentação breve do que você faz, do que mais faz as pessoas te

valorizarem e do que poderia fazer essa pessoa perceber valor em você... isso pode ser feito em bem menos de um minuto.

Isso é muito importante para que ela não pense que você está ali apenas para receber valor.

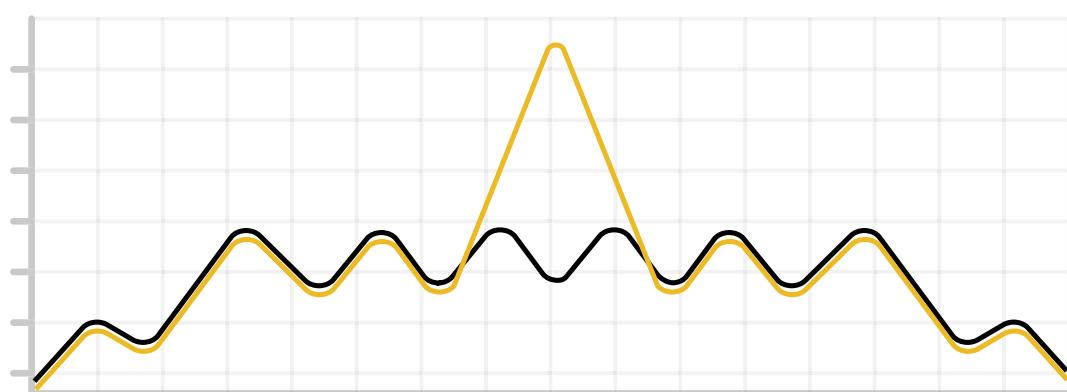
Ou até mesmo para “sugar”, o que é muito comum inconscientemente na cabeça das pessoas de influência. Porque elas estão acostumadas a lidar com pessoas que demandam respostas para perguntas, conselhos para problemas, ou que seja para tirar uma foto... mas ao demonstrar seu valor, você dribla este caminho e não aciona este gatilho. Já mostrando como ela pode ganhar com a tua presença ali.

3. INTERESSE

Ao demonstrar interesse por último, você encontra uma forma de apreciar o trabalho ou os feitos daquela pessoa, o que você vê de valor nela, e isso é importante até mesmo para **manter a congruência**.

Pois é óbvio que se você foi falar com ela, você tem algum interesse nela. E tentar minimizar isso ou fingir que isso não é real, é extremamente descalibrado e incongruente.

Imagine um gráfico da percepção de valor na interação, onde vocês começam iguais, depois você sobe um pouco, e depois desce, igualando novamente. É mais ou menos assim.



Ao aplicar o Approach Diferenciado e o C.A.I., em poucos minutos você conseguirá dar todo o espaço para a outra pessoa falar e manter a comunicação em alto nível, mas já em uma posição completamente diferente.

Isso aconteceu comigo dezenas de vezes, onde pude conhecer pessoas que admirava e desejava me conectar, e que já na primeira interação nos tornamos grandes amigos.



O AXIS

Penso que seja, no mínimo, um tanto arriscado falar sobre conceitos profundos como o do Axis.

Sendo que só costumo falar disso com alunos mais avançados, que já pude conhecer e apresentar muitas coisas previamente e entender em que momento da Inteligência Social eles estão.

Mas vou arriscar e ousar falar rapidamente disso com você.

O "Axis", conforme falei pela primeira vez no Método, é:

A manifestação suprema da inteligência social em um ambiente novo.

(de primeiro contato).

Como assim?

Imagine-se novamente em um ambiente desconhecido, como uma festa.

Imagine que lá estão diversas pessoas incríveis, gente influente, poderosa, atraente, e etc., e que você deseja conhecer e se conectar com todas essas pessoas, afinal,

duas pessoas de alto valor deveriam se conhecer, certo?

E você decide aplicar tudo o que eu te falei aqui neste livro ou o que te ensinei em outros lugares para conquistar isso, e por si só isso já é maravilhoso.

Mas o Axis é literalmente, neste mesmo lugar, criar um círculo social tão forte ao seu redor, sendo **o eixo de conexão entre diversas pessoas.**

E nisso, passar a ter um valor social tão, mas tão elevado, que as pessoas ficam EXTREMAMENTE gratas por tua presença ali e por você dar à elas a oportunidade de se conhecerem e se conectarem, coisa que jamais teria acontecido sem sua interferência.

É disso que se trata o Axis.

De **ser o ponto de luz mais brilhante dentro de um lugar** e começar a atrair as pessoas ao ponto que você não mais apenas se conecta com elas, mas faz com que elas se conectem entre si.

O Networking de Alto Nível é sobre unir o ponto A ao ponto B, estando fora destes dois pontos.

Conecte-se com grandes pessoas e você terá um ótimo networking. Seja o CONECTOR de grandes pessoas e você terá um **networking do mais alto nível.**





O MASTERMIND

Seria muita pretensão minha pensar que você não conhece este termo ou não sabe do que se trata o MasterMind, palavra cunhada por Napoleon Hill, referindo-se a um **grupo de pessoas grandiosas, conectadas em busca de se gerar valor e conquistar um objetivo**.

E como uma pessoa que construiu um MasterMind do mais alto calibre, com pessoas influentes de diversas áreas, afirmo que:

“O MasterMind é a manifestação suprema da Inteligência Social dentro de um círculo social”.

Como eu disse, não há nada mais elevado que conectar grandes pessoas, porém o MasterMind possui elementos únicos que o tornam absolutamente especial.

Estamos falando de um grupo de pessoas grandiosas, unidas e conduzidas por VOCÊ em uma certa frequência, com um certo propósito, durante um certo período. Isso é realmente **poderoso**.



PILAR #03

PERSUASÃO

“ A habilidade de influenciar e convencer pessoas a ponto de tomarem decisões é uma das mais apreciadas e bem pagas no mundo. ”



Poucas pessoas são escolhidas para estar à frente de um time de vendas quando se trata de um produto ou serviço escasso, de alta qualidade e preço elevado, mas são exatamente estes produtos que geram comissões capazes de fazer muitos vendedores ganharem mais do que um homem de negócios.

Nos mercados de luxo, as comissões daqueles que vendem uma mansão, um carro importado ou uma joia são astronômicas. Literalmente, pode se chegar, em uma única transação, à receitas que supera o salário anual médio da classe A.

Mas este não é um benefício exclusivo daqueles que vendem produtos exclusivamente caros.

Negociadores, conselheiros, diplomatas, políticos e tantos outros se beneficiam da **persuasão**. Até mesmo as pessoas com as profissões mais comuns, como professores, passam constantemente pela situação de precisar convencer alguém a tomar uma decisão.

A habilidade de persuasão **gera melhores resultados** para as pessoas em muitos contextos, não somente na área profissional, mas aqui daremos foco ao poder da persuasão nas vendas.

PERSUADIR À UMA AÇÃO.

Pense na palavra persuasão como “**PersuAção**”, e entenda que a persuasão no mais alto nível ocorre quando não apenas convencemos ou influenciamos alguém, mas sim especialmente quando a levamos à uma tomada de ação, uma decisão.

E quando falamos de vendas, a persuasão só ocorre quando o cliente toma a decisão de comprar.



PERSUASÃO X MANIPULAÇÃO.

É bem difícil assistir um filme como “O Lobo de Wall Street” e não se sentir empolgado, motivado e compelido a vender qualquer coisa, inclusive uma caneta, mas é preciso tomar muito cuidado com isso.

Estudar a persuasão te trará muitos elementos, gatilhos e ferramentas para convencer alguém e fazê-la comprar, e a diferença entre a persuasão e a manipulação não está nestas ferramentas em si.

Tanto aquele que persuade, quanto o que manipula, ambos usam o que tem de melhor em seu repertório na hora de fazer alguém comprar alguma coisa. **Não são processos diferentes.**

A REAL DIFERENÇA entre ambas está na **intenção** por trás disso, que costumo explicar em dos 2 pontos chaves:

Você acredita que aquilo é positivo e o resultado da negociação é bom para ambos.

Por exemplo, se você decide comprar um smartphone e duas pessoas começam a te oferecer um iPhone que estão vendendo, ambas irão usar o que tem de melhor para te fazer comprar.

Supondo que você queira um modelo novo que custa perto de R\$8 mil reais, você vai pensar muito bem antes de decidir, certo?

E ambas te falam do aparelho, respondem suas perguntas e afirmam que está “novinho em folha” e que vale o preço.

Porém, o Vendedor “A” está vendendo por R\$7.500 e o Vendedor “B”, por R\$5.000.

Ao questionar a diferença de preço tão grande, o Vendedor B afirma que é uma condição única, porque ela precisa do dinheiro, sofreu um acidente e precisa consertar o carro.

Você entende, aceita os termos e decide comprar do Vendedor B.

Porém, tratava-se de um celular de procedência ruim, possivelmente roubado, e que foi bloqueado. Não entra nenhuma linha, você não consegue fazer ligações.

Como você se sente? Enganado? Levou um golpe? Pois é, **você foi manipulado.**

E isso tanto é verdade, que durante a negociação, o Vendedor B usou o que tinha a seu favor para convencê-lo de comprar, mas omitiu a informação do bloqueio.

Ele SABIA que aquilo não era positivo e que só ele sairia satisfeito com o resultado. **Não se trata do que se fala, se trata da intenção por trás.**

Se é negativa, se só beneficia um lado, certamente tinha mentira, omissão, falsas promessas e tudo aquilo que vem junto com a manipulação.

VENDAS

Existem diferentes tipos e formatos de vendas, assim como existem diversas coisas a se vender.

Um especialista em vendas entende isso e vai bem além da visão de como vender alguma coisa específica. É diferente ser um bom vendedor de um produto específico e de ser um especialista que vende qualquer coisa.

Para isso, é preciso estudar o que REALMENTE faz as pessoas **tomarem decisão** e ir muito além de entender as características e os benefícios daquele produto. É importante estudar e pesquisar a audiência, o “lead” (potencial cliente), e o próprio cliente. De novo e de novo.

É preciso anticipar em sua própria mente as perguntas que os clientes farão, e encontrar diferentes formas de respondê-las, assim como prever as dúvidas, limitações e objeções que eles possuem.

Mas, **acima de tudo**, é FUNDAMENTAL pensar sobre o porquê que aquele produto é ou pode ser realmente importante para a pessoa.

Encontrar o melhor caminho que faça sentido para ela, usando a linguagem que faça sentido para ela. Ou seja, pura Comunicação em Alto Nível.

Aproveitando o exemplo do iPhone, um vendedor pode tentar te vender o novo iPhone falando sobre a velocidade do processador ou diferenciais exclusivos da Apple, focando somente nos aspectos técnicos.

Ou ele pode simplesmente te **entender e perceber** que, para você, é importante falar da câmera, uma vez que você é fotógrafo e influenciador, e usará muito esse recurso. Ou simplesmente falar sobre como o iPhone tem uma parceria com as mídias sociais que sempre faz a imagem sair melhor, mesmo que a câmera do outro aparelho seja até superior.

Dois caminhos diferentes que certamente podem gerar resultados diferentes.

Ao falar sobre script e coisas que “a maioria das pessoas quer saber”, eu posso acabar te deixando confuso e exausto, não te levando a tomar uma decisão.

Mas se eu descobrir o que importa para você e focar em te apresentar de forma **personalizada** as soluções e melhorias que farão a diferença na SUA vida, eu te ajudo a tomar a decisão positiva que realmente será bom para você e, claro, também para mim.

Por isso, ainda que não seja o momento de aprofundar, é importante entender que existem diferenças entre Venda de Impacto e Venda Construtiva, ou entre Venda de Alto Ticket e Venda de Baixo Ticket.

E até mesmo entender o posicionamento, uma vez que **caro e barato não existem**, são apenas uma reflexão da capacidade de compra (bolso) de cada um. Uma Ferrari pode ser barata e um fusca pode ser caro, dependendo da perspectiva.



VENDA SEDUTORA

Uma das coisas mais impressionantes que percebi nos últimos anos foi como os estudos ligados a vender para alguém e seduzir alguém são processos com tantas **similaridades**.

Após estudar por anos e anos a sedução e construir um Império através de uma empresa do ramo, foi se tornando cada vez mais fácil e elementar vender. E hoje, vejo como isso era evidente e não deveria ser nenhuma surpresa.

São literalmente as duas coisas que as pessoas mais tentam convencer alguém: **a ficar com elas e a comprar delas**. Os dois maiores desejos (sobrevivência e reprodução) que realizam as maiores vontades do ser humano, que é ser amado e poder prover para si próprio e sua família.

Na sedução, criei a frase que se popularizou:

“Só há uma coisa melhor que conquistar uma grande mulher: ser conquistado por uma”.

No sentido de que, muito melhor do que usar o que tem de melhor para seduzir alguém, é usar o que tem para ser o melhor, a ponto de as pessoas te buscarem.

É aquela velha máxima do “cuide do jardim e deixe as borboletas virem”, que para o mundo dos negócios é perfeito.

Estar na posição de vender quando as pessoas gostam e querem comprar é o melhor caminho para vender muito e é certamente um dos segredos das vendas.



No meu treinamento dos Segredos das Vendas, falo de 11 Passos que nos levam a **vender qualquer coisa para alguém**.

E dentro deste método, destaco a importância de estabelecer logo no começo o **controle de frame** que estudamos na comunicação, e no final a identificar o “limitador” e a “limitação” de cada um, que parecem a mesma coisa mas são totalmente diferentes.

A venda sedutora, além de atrair o comprador, leva à uma conclusão diferente: o **“fã-chamento”**.

Que é o nome que dei para quando você fecha um negócio com o cliente e ele sai seu fã, literalmente te agradecendo por poder ter comprado aquilo, quase como um favor que você fez a ele.



HORA DE ENTRAR EM CAMPO!

Como eu sou uma pessoa prática, preciso te levar à prática!

E por isso, vou te deixar 3 exercícios que podem mudar completamente seus resultados em cada um dos pilares da Maestria Social. E eu quero ver você fazendo, de verdade! Você vai me mandar no Instagram para eu dar uma olhada!

Topa o desafio?

EXERCÍCIO DE COMUNICAÇÃO

Como falamos durante o primeiro pilar, comunicação é treinável e agora você vai treinar.

Aqui, você vai gravar um vídeo falando sobre a importância da inteligência social e o que aprendeu com este e-book, e vai postar no YouTube!

Sem medo de julgamentos ou da opinião alheia, você vai fazer isso no intuito de gerar valor às pessoas enquanto treina todos os elementos!

Me mande o link no Instagram ou me marque quando postar lá... quem sabe eu não dou uma olhada, um feedback e ainda te divulgo?!

EXERCÍCIO DE RELACIONAMENTO

Construir relacionamento começa com o ínicio de uma interação.

Aqui, você vai escolher 3 pessoas que deseja se conectar e aplicar o approach diferenciado e o CAI, planejar sua comunicação e realizar o exercício.

Você pode se surpreender com o resultado.

EXERCÍCIO DE PERSUASÃO

Qual é a decisão que você gostaria que alguém tivesse? Ela é positiva para ambos os lados?

Escolha uma pessoa para aplicar o que aprendeu sobre persuasão e conduza até a tomada de decisão, acompanhando até o fim.

Lembrando que eu quero
te ver FAZENDO esses
exercícios.

Deixo o desafio de você tirar um print
deste ebook e postar me marcando no
Instagram **@gustavogambit** para eu te
cobrar a ir para a prática.

Quero ver você aplicando o que
aprendeu aqui e compartilhando comigo
o resultado do exercício. Fechado?

Quero te agradecer por ter chegado até
aqui, por ter me permitido te acompanhar
durante toda esta leitura como seu mentor no aprendizado deste conteúdo.

Mas nada termina aqui! O jogo está só começando, e agora temos muito
trabalho pela frente. **Mãos à obra!**

**Também quero agradecer todas as pessoas que tornaram isso e tudo que
eu faço possível.**

Você, meu leitor, meu aluno, assim como todos os milhares de alunos que
passaram por minha vida, deixando aprendizados e me levando a melhorar
meu conteúdo.

Meus sócios, parceiros e colaboradores da Social e da High, e especialmente
a equipe da LAB.





Minha família, especialmente meus pais, e a Luma, que me apoia em tudo e me ajudou a revisar este material.

Meus amigos e companheiros de jornada, especialmente meu grupo de MasterMind, irmãos que me dão a honra de liderar uma célula do mais alto nível de desenvolvimento humano.

E sempre, deixando a graça ao Plano Superior, que me inspira, me fortalece e me permite seguir criando diariamente.

A inteligência social do mais alto nível está contida em cada detalhe, como você percebeu. Jamais deixe de agradecer, saudar, cumprimentar, despedir, sorrir, e etc., expressando o que você carrega aí dentro. Toda comunicação é uma oportunidade de gerar valor aos outros enquanto evoluímos como pessoa.

**O SEGREDO DA VIDA
É OFERECER MAIS DO
QUE SE PODE TER.**



OS 3 PILARES DA
**MAESTRIA
SOCIAL**



GUSTAVO GAMBIT