

10

## Revisão do curso

### Transcrição

Olá pessoal, chegamos ao fim de mais um curso. Faremos um resumo sobre os princípios da influência que nós vimos durante o treinamento.

Utilizamos como referência os ensinamentos de *Robert Cialdini*, psicólogo especialista em persuasão.

O primeiro princípio que falamos foi o da **Reciprocidade**, ou seja, gentileza gera gentileza! Se eu quero fazer com que as pessoas leiam ou escutem o que eu tenho a dizer, eu preciso me preocupar com o conteúdo. Um exemplo muito bacana que eu compartilhei com vocês, foi o caso do [Hipsters.tech \(https://hipsters.tech\)](https://hipsters.tech), um *podcast* da Caelum e da Alura, em que host Paulo Silveira tem a preocupação em convidar profissionais destacados em diferentes áreas para compartilhar conhecimentos com seu público.

Uma maneira para saber se essa estratégia está funcionando é por meio das interações nas redes sociais e dos comentários. Então, se você souber utilizar o princípio da reciprocidade antes de você pedir algo, lembre-se: Ofereça algo de valor ao seu público, e as chances dele retribuir é maior.

Falamos também sobre o **princípio da Autoridade**. Nós temos maior tendência a seguir pessoas que consideramos autoridade, por exemplo, se existem várias empresas de depilação querendo se comunicar comigo, e eu estou a procura de um serviço desse e vejo que uma empresa usa a imagem da Xuxa - e eu considero ela uma autoridade no quesito beleza - eu posso dar preferência por contratar um serviços desta empresa. Então, vemos aqui o princípio da autoridade muito presente.

O próximo princípio falado é o **princípio da Prova Social**. Para esse princípio, podemos utilizar recursos como depoimentos, vídeo-depoimentos justamente para utilizar a opinião do nosso público a favor do nosso negócio. Eles compartilharão experiências, e quem está buscando por uma empresa, pode ter mais confiança ao ver a opinião de outros cliente que já realizaram uma compra ou contrataram o serviço.

Depois, falamos sobre o **princípio da afinidade**. Quando uma pessoa percebe que alguém compartilha das mesmas angústias, dos mesmos medos e quer contribuir para que ela seja uma boa experiência, as chances dessa pessoa comprar algo é maior.

Um exemplo muito interessante que eu compartilhei com você, foi o exemplo da *Uber*. Temos dois pontos de vista: um deles é o **motorista**, no qual vemos várias características, como fazer o próprio horário, segurança, e assim por diante. E temos o ponto de vista do **passageiro**, apresentando características como chegar ao destino dentro do horário, ter um motorista te esperando no tempo que foi pedido, etc.

Então, nós conseguimos perceber que o *Uber* conseguiu converter muitas das angústias, medos, e carências do seu público a favor da sua comunicação, sendo esse o grande segredo do princípio da Afinidade.

Abordamos também o **princípio de escassez**, em como alguns recursos podem gerar vendas, por exemplo, no caso da Decolar.com, encontramos situações como "*Últimos lugares*", "*Preço limitado*", entre outros, são maneiras de adiantarmos esse processo de venda, fazendo com que o cliente fique desesperado caso ele não consiga comprar o produto ou o serviço.

Por último, falamos sobre o **princípio do compromisso e coerência**. Segundo Cialdini, nós tomamos muitas decisões baseadas em experiências anteriores. Um dos exemplos compartilhados foi do *MailChimp*, mostramos que podemos criar uma lista de até dois mil e-mails, assim podemos conhecer bem a plataforma, como seus recursos, e design. Quando ultrapassamos essa quantidade de dois mil e-mails, se eu quiser continuar usando a plataforma, preciso fazer um upgrade.

Baseado na minha experiência anterior, que foi positiva e achei que o MailChimp me atendeu muito bem, não vou pensar duas vezes. Eu preferia fazer o *upgrade* do plano, porque a minha experiência foi muito boa. Então, conseguimos identificar também, de maneira muito clara, o princípio de coerência e compromisso.

É isso pessoal! Muito obrigada por vocês estarem em mais um curso comigo. Se tiverem dúvidas, lembrem-se, utilizem o recurso de dúvidas no fórum, assim podemos interagir e trocar várias ideias e juntos conhecermos outras maneiras de resolver problemas no nosso dia a dia.