



OS 3 PILARES DA MAESTRIA SOCIAL!

1. 1: COMUNICAÇÃO

1.1. 2 Vias da Comunicação

1.1.1. Via de Entrada

1.1.1.1. Todos os canais de entrada

1.1.1.1.1. Aquilo que você ouve

1.1.1.1.2. Aquilo que você lê

1.1.1.1.3. Aquilo que você vê

1.1.2. Via de Saída

1.1.2.1. Todos os canais de saída

1.1.2.1.1. Aquilo que você fala

1.1.2.1.2. Aquilo que você escreve

1.1.2.1.3. Aquilo que você demonstra

1.2. 3 Estados da Comunicação

1.2.1. Observação

1.2.1.1. Observar significa colher informações (indicadores), é muito mais do que apenas estar olhando (ou estar quieto)

1.2.1.1.1. Calibragem que permite ler as situações, comportamentos, pessoas..

1.2.2. Expressão

1.2.2.1. Expressão significa comunicar e ser compreendido, é muito mais do que apenas falar.

1.2.2.1.1. Calibragem que permite entregar da melhor forma, mediante a como as pessoas conseguem entender.

1.2.3. Calibração

1.2.3.1. Estado microcalibrado.

1.2.3.1.1. Fluidez dos dois estados acontecendo simultaneamente.

1.3. Funcionamento da Comunicação

1.3.1. Espacial (Proxêmica)

1.3.1.1. O uso do espaço

1.3.1.1.1. Público

1.3.1.1.1.1. Até 2m

1.3.1.1.1.2. Social

1.3.1.1.2.1. De 4m a 70cm

1.3.1.1.3. Pessoal

1.3.1.1.3.1. De 1,2m a 40cm

1.3.1.1.4. Íntimo

1.3.1.1.4.1. Abaixo de 40cm

1.3.2. Não-Verbal

1.3.2.1. 93%

1.3.2.1.1. 55% Corpo (Cinésica)

1.3.2.1.1.1. Postura

1.3.2.1.1.2. Movimentação

1.3.2.1.1.2.1. Forma de Andar

1.3.2.1.1.2.1.1. ex: palestra.

1.3.2.1.1.2.2. Posições de cabeça

1.3.2.1.1.2.3. Gestos

1.3.2.1.1.3. Contato Visual

- 1.3.2.1.1.4. Expressão Facial
- 1.3.2.1.1.5. Fisicalidade
- 1.3.2.1.2. 38% Voz (Paralinguagem)
- 1.3.2.1.2.1. Volume (potência vocal)
- 1.3.2.1.2.2. Tonalidade (modulação)
- 1.3.2.1.2.3. Ritmo
- 1.3.2.1.2.4. Timbre
- 1.3.3. Verbal
- 1.3.3.1. 7%
- 1.3.3.1.1. Oratória
- 1.3.3.1.1.1. Falar com CLAREZA, de forma que o máximo de pessoas entende e se atrai.
- 1.3.3.1.1.1.1. Ex: Magnetismo..
- 1.3.3.1.2. Assertividade
- 1.3.3.1.2.1. Falar exatamente o que se quer falar, nem menos, e nem mais.
- 1.3.3.1.2.1.1. Ex: Pedir algo sem rodeios.

1.3.3.1.3. Controle de Frame

1.3.3.1.3.1. Levar a interação pra onde se quer

1.3.3.1.3.1.1. Ex: nunca ficar sem "ter o que dizer".

1.3.4. CHAVE

1.3.4.1. A comunicação é um fio. Ligando e aproximando ponto A do ponto B.

2. 2: RELACIONAMENTOS

2.1. Relações

2.1.1. Transformar qualquer interação inicial em uma relação.

2.1.1.1. Ex: se você conversou por 30 segundos, você não fez networking.

2.2. Networking

2.2.1. A habilidade de se conectar rapidamente com pessoas desconhecidas com um propósito profissional.

2.2.1.1. CHAVE

2.2.1.1.1. Conexão

2.2.1.2. Approach (diferenciado)

2.2.1.2.1. Estabelecer o Ponto em Comum

2.2.1.2.2. Iniciar com Geração de Valor

2.2.1.2.3. Eliminar o "já esperado"

2.2.1.3. CAI

2.2.1.3.1. Conexão

2.2.1.3.2. Autoridade

2.2.1.3.3. Interesse

2.2.1.4. Ecossistema Apropriado

2.3. Axis

2.3.1. A manifestação suprema da inteligência social em um ambiente novo.

2.4. Mastermind

2.4.1. A manifestação suprema da inteligência social em um círculo social.

3. 3: PERSUASÃO

3.1. Persuadir à uma ação

3.2. Persuasão x Manipulação

3.2.1. Mesmas ferramentas. Intenções diferentes.

3.2.1.1. PERSUASÃO: 1 - Você acredita que é POSITIVO! 2 - AMBOS se beneficiam.

3.2.1.2. MANIPULAÇÃO: 1 - Você não acredita que é POSITIVO 2 - Só VOCÊ se beneficia.

3.3. Vendas

3.3.1. Transformar qualquer pessoa em um COMPRADOR.

3.3.2. Tipos de Vendas

3.3.2.1. Vendas de IMPACTO

3.3.2.1.1. Realizada na mesma interação que o cliente toma conhecimento do produto.

3.3.2.2. Vendas construídas

3.3.2.2.1. Realizada ao longo de algumas interações com o cliente.

3.3.2.3. Vendas de High-Ticket

3.3.2.3.1. Representa, proporcionalmente, um alto faturamento interno.

3.3.2.4. Vendas de Low-Ticket

3.3.2.4.1. Representa, proporcionalmente, um baixo faturamento interno.

3.3.2.5. Caro x Barato

3.3.2.5.1. Não tem a ver com o preço do produto em si, mas sim com elementos do público

3.3.2.5.1.1. Percepção de Valor daquilo

3.3.2.5.1.2. Grau de Prioridade

3.3.2.5.1.3. Situação Financeira daquele público

3.3.2.6. Decisão de Posicionamento + Oferta.

3.3.3. Venda Sedutora

3.3.3.1. Segredos da Venda Sedutora.

3.3.3.1.1. Os 11 passos para FECHAR qualquer cliente.

3.3.3.1.1.1. Quais são os passos?

3.3.3.1.1.1.1. De Controle de Frame a limitador / limitação

3.3.3.1.1.1.2. Até chegar ao Fã-chamento.

3.3.3.1.1.1.3. Possível estudo do prospect.

3.4. Chaves

3.4.1. CONVENCER.

3.4.1.1. COM + VENCER: vencer comigo. (juntos)

3.4.2. INFLUÊNCIA.

3.4.2.1. Influir = fazer fluir. Influxo = gerar fluxo.

3.4.3. FECHAMENTO

3.4.3.1. Fechar um ciclo e chegar a um objetivo (ponto A a ponto B)