

CONSISTENCIA

RAZÓN - RESONANCIA S(ocial) - RESPONSABILIDAD

Russell H. Granger
Los 7 Detonadores de la Persuasión
McGraw-Hill, México, 2009
Cap. 10, Pgs. 121-136

PERSUASIÓN

PREMISAS

- Somos esclavos de la consistencia y la conformidad.
- Desde el nacimiento desarrollamos una base de datos interna de creencias, valores y aprendizajes (actitudes) y las usamos como una guía fácil, segura, cómoda y económica -sin pensar- para tomar decisiones y generar acciones.
- Se nos requiere ser consistentes con lo que está en nuestra base de datos y conformes con la conducta de los grupos a los cuales pertenecemos.
- La consistencia y la conformidad son tendencias primarias gobernadas por la amígdala.

PERSUASIÓN

MEMORIA EMOCIONAL

- Toda decisión, todo aprendizaje está asociado a algún tipo o grado de emoción.
- Las decisiones se toman -finalmente- en coherencia con su valor emocional. Los datos y la lógica, si bien son importantes, son secundarios a la fuerza de los esquemas emocionales.
- De ahí la efectividad del *Detonador de la Amistad*.
- Debido a que en las actitudes el componente emocional es tan fuerte, la persuasión es mas efectiva si se trabaja coordinadamente con las emociones y percepciones del prospecto. Recuerde que la realidad, es como cada quien la ve.
- Trabaje con la amígdala de su prospecto, no en su contra!

PERSUASIÓN

ACTIVACIÓN DE LA GUÍA INTERNA (1)

Un estudio realizado en el Instituto de Antropología Evolutiva Max Planck, Leipzig, Alemania demostró que la conformidad social en la generación de opiniones empieza en la edad pre-escolar. (Journal of Child Development, Oct. 2011)

- Ser consistentes internamente nos proporciona seguridad y confianza. Y de paso es más económico y requiere menos esfuerzo.
- La amígdala ha guardado y clasificado todas las experiencias pasadas y nos proporciona un “mapa” o guía interna que nos ayuda a determinar la mejor opción.
- Esta opción es generalmente consistente con nuestra auto-imagen (tanto personal como social). Si la violamos nos sentimos incómodos y produciremos conductas que resuelvan la inconsistencia.
- Cada uno de nosotros tiene grupos de referencia con los cuales somos consistentes: a esto se llama conformidad (o resonancia social).
- Nuestra guía interna nos impulsa a ser internamente consistentes y socialmente conformes (la cual es una forma de consistencia externa).

PERSUASIÓN

ACTIVACIÓN DE LA GUÍA INTERNA (2) Consistencia

- La palabra
 - *El programa de recaudación (Cruz Roja)*
 - *Y mejor aún por escrito!*
 - *La “auto-extorsión” (Denver Rehab Clinic)*
- Los testigos
- El esfuerzo
- La elección interna
 - *El experimento del reciclaje de basura*



El foco estratégico
de la Consistencia es
el Compromiso:

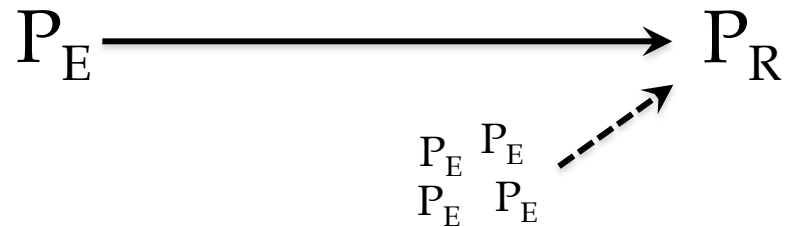
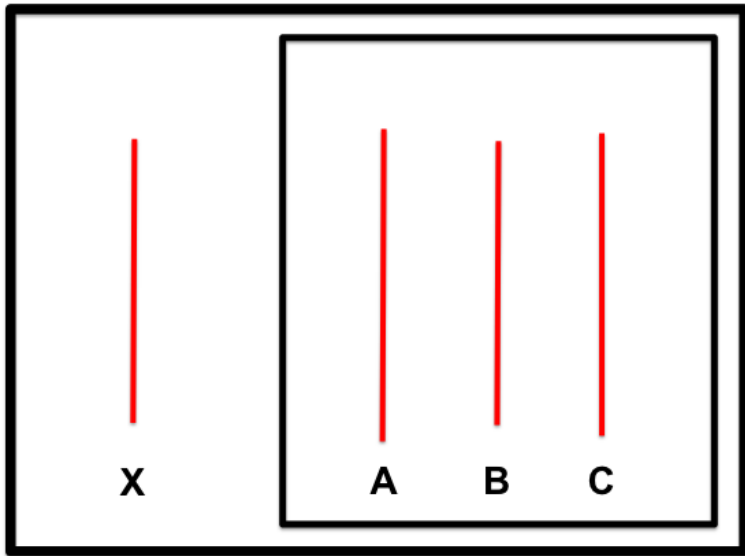
- *Hipódromo*
- *Radio*



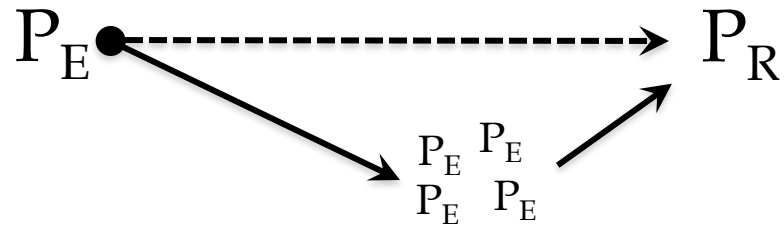
PE **R**SUASIÓN

ACTIVACIÓN DE LA GUÍA INTERNA (3) Conformidad

- La prueba social
- *Estadísticas*
- *Grupos de referencia*
- *Contagio social*



- El consenso
- *El experimento de Asch (1947)*



PERSUASIÓN

ACTIVACIÓN DE LA GUÍA INTERNA (4)

- Investigue como el prospecto ha actuado en el pasado en situaciones similares.
- Aprenda lo que valora, lo que aprecia, lo que le gusta y ajuste su programa a ese marco.
- No siempre la lógica, la racionalidad y los argumentos podrán sobreponerse al peso de las vivencias (experiencias emocionales) pasadas.
- Establezca una zona de consistencia donde el prospecto se sienta cómodo y seguro.
- Haga constantes referencias a lo que otras personas y/o grupos hacen en situaciones similares.
- Es 5 veces mas fácil persuadir a un cliente establecido que a un prospecto, porque aquel siempre estará dispuesto a ser consistente con sus decisiones y acciones pasadas.

PERSUASIÓN

REVISIÓN y REFERENCIA

- El sistema de guía interna nos obliga a ser consistentes: internamente con nuestras actitudes y externamente con nuestros grupos de referencia y a la cual se llama conformidad.
- La consistencia es aprendida. Una extensa base de datos todos emocionalmente connotados.
- Usamos esa información preferentemente porque es mas fácil y económico. No es necesario pensar.
- Ser consistentes es cómodo, confiable, seguro y nos da un sentido de identidad personal y social.
- La consistencia social (conformidad) nos simplifica la vida y favorece nuestras relaciones con los grupos de referencia.
- Es importante identificar la zona de consistencia del interlocutor.

PERSUASIÓN

ELEMENTOS TÁCTICOS

Sistemático o Heurístico	Política de gastos	Afiliaciones a clubes u organizaciones	<i>Status</i> social
Tolerancia o aversión al riesgo	Grupos referenciales	Conservador o liberal	Hábitos
Inclinaciones religiosas	Auto-imagen	Orgullo	Valores personales y sociales
Educación	Decisiones previas	Acciones previas	Documentos, artículos, libros
Metas	Sentido de compromiso	Sentido ético	NO ESTIMULE INCONSISTENCIAS. EVITE POLÉMICAS.

PE**R**SUASIÓN

Robert Cialdini

<i>El Principio de COMPROMISO- CONSISTENCIA</i>	APLICACIÓN
Las personas se alinean con sus compromisos definidos y relevantes.	Promueva compromisos públicos, activos y voluntarios.

PE**R**SUASIÓN

Robert Cialdini

<i>El Principio de CONFORMIDAD SOCIAL</i>	APLICACIÓN
La gente reacciona a la dirección de los demás, especialmente si son similares, interesantes o tienen autoridad.	Use el poder de los grupos de referencia siempre que esté disponible. Favorezca el consenso.

PERSUASIÓN



Juzguemos al hombre mas por sus preguntas que por sus respuestas. Voltaire