

GISLENE ISQUIERDO

MAPA DA PERSUAÇÃO



**SE EXPRESSE DE
FORMA PODEROSA E
INFLUENCIE PESSOAS**

academia

TRECHO ANTECIPADO PARA DIVULGAÇÃO. VENDA PROIBIDA.

GISLENE ISQUIERDO

MAPA DA PERSUAÇÃO

**SE EXPRESSE DE
FORMA PODEROSA E
INFLUENCIE PESSOAS**

academia

TRECHO ANTECIPADO PARA DIVULGAÇÃO. VENDA PROIBIDA.

Copyright © Gislene Isquierdo, 2023
Copyright © Editora Planeta do Brasil, 2023
Todos os direitos reservados.

Preparação: Valquíria Matioli
Revisão: Wélida Muniz e Tamiris Sene
Projeto gráfico e diagramação: Maria Beatriz Rosa
Capa: Helena Hennemann | Foresti Design

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Angélica Ilacqua CRB-8/7057

Isquierdo, Gislene

Mapa da persuasão: se expresse de forma poderosa e influencie
pessoas / Gislene Isquierdo. – São Paulo: Planeta, 2023.
224 p.: il.

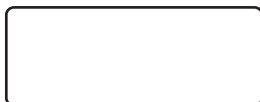
ISBN 978-85-422-2321-7

1. Oratória 2. Comunicação 3. Persuasão I. Título

23-3893

CDD 808.51

Índice para catálogo sistemático:
1. Oratória



Ao escolher este livro, você está apoiando o
manejo responsável das florestas do mundo

2023
Todos os direitos desta edição reservados à
EDITORA PLANETA DO BRASIL LTDA.
Rua Bela Cintra, 986, 4º andar – Consolação
São Paulo – SP – CEP 01415-002
www.planetadelivros.com.br
faleconosco@editoraplaneta.com.br

	Carta ao leitor	5
	Introdução	9
PARTE I.	DESTACANDO-SE E EXALANDO CONFIANÇA	19
PARTE II.	CONQUISTANDO A ATENÇÃO E GERANDO FASCÍNIO	73
PARTE III.	ENCANTAMENTO, MAGNETISMO E PERSUAÇÃO	121
PARTE IV.	DETALHES QUE FARÃO “A” DIFERENÇA PARA VOCÊ E PARA O MUNDO	195
	Músicas citadas nesta obra	222
	Saiba mais sobre a autora	223

PARTE I

Destacando-se e exalando confiança

academia

Prepare-se para ter acesso ao que muito provavelmente ninguém te contou, mas que você precisa **saber e dominar** para ter uma comunicação influente e persuasiva.

Se você quer falar de forma magnética...

Se quer que a confiança na sua fala vaze pelos seus poros...

Se quer falar e ser ouvido...

Se quer ser reconhecido...

Se quer se destacar e ter visibilidade, fechar novos, melhores e mais negócios...

Você precisa **saber e dominar** o que compartilharei na Parte I deste livro.

CAPÍTULO 1

A técnica que vai elevar ao máximo a probabilidade do sucesso na sua fala

Tempo não é dinheiro. Dinheiro a gente perde, trabalha e ganha mais.

Tempo é vida. Eu honro seu tempo. Honre o tempo do outro, honre o tempo do seu público. Falar em público, levar sua mensagem, falar bem não tem a ver com você; mas sim com gerar valor na vida do outro. Quando faz isso, você verdadeiramente influencia pessoas.

— Gislene Isquierdo

Todas as vezes que você for fazer algo, falar, apresentar, ler, assistir a alguma coisa, se questione: *o que quero com isso? Qual resultado eu quero alcançar?* Assim, eu te pergunto: qual RESULTADO você quer alcançar ao ler este livro? Vamos nos projetar no futuro! Imagine que você terminou a leitura deste livro e está super, ultra, mega UAU satisfeito... Qual RESULTADO você alcançou?

Essa é uma pergunta *muito* importante! Repare que utilizei a palavra RESULTADO, e não *expectativa*. Eu não te perguntei qual a sua *expectativa* ao ler este livro, perguntei qual RESULTADO você quer alcançar.

— Mas por que isso, Gi? Não é praticamente a mesma coisa?

— Não, não é!

Expectativa é quando você coloca a responsabilidade nas mãos do outro. **RESULTADO** é quando a responsabilidade vem para as suas mãos, e isso é extremamente poderoso.

Assim, se você... (imagine a cena):

- ✓ Vai a um restaurante com pessoas que adora, mas a fila está grande, e o restaurante, lotado, você tem que enfrentar a fila e, para completar, o serviço demora mais que de costume... Existe uma grande probabilidade de você sair de lá dizendo que o passeio foi uma “m👉...”.

Mas se você tiver traçado o **RESULTADO** desta forma aqui:

“Vou sair pra ver meus amigos, colocar o papo em dia e me divertir com eles”. Esse **RESULTADO** dependerá só de você! A expectativa depende do restaurante, da fila, enfim, de variáveis sobre as quais você não tem controle. Se divertir, colocar o papo em dia, não tem nada a ver com a fila nem com a demora dos pratos... mas com você! P.S.: 👉 = palavrão.

- ✓ Vai ao cinema com seu “amor” e o **RESULTADO** que você quer é ficar juntinho, se divertir, passar um tempo com essa pessoa, mas o filme é uma “m👉...”. O filme ser uma “m👉...” não muda nada! Por quê? Porque você especificou para si mesmo o que estava buscando e se divertiu, namorou, curtiu...

E isso vale para tudo na sua vida, inclusive para esta leitura! Inclusive, também, para quando você for conversar com alguém, fazer uma palestra, dar uma aula, fazer uma live, gravar um vídeo ou gravar um único Stories no Instagram; serve para quando você for dar um treinamento, apresentar um projeto, conduzir uma reunião, não importa. Sempre comece estabelecendo o **RESULTADO** que deseja alcançar.

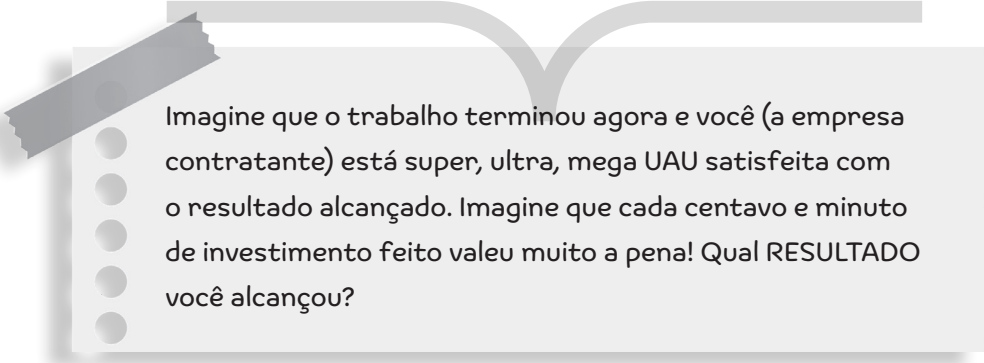
Vou te dar dois exemplos bem reais e práticos:

Exemplo 1

Em 2007, comecei a atender uma grande empresa global chamada Sandoz, pertencente ao grupo Novartis.* Comecei ministrando treinamentos para os estagiários de uma unidade que ficava numa cidade próxima à que eu morava. Não sei se você sabe, mas é muito comum uma consultoria de desenvolvimento de pessoas de São Paulo dar palestras, capacitações e treinamentos em empresas nacionais e multinacionais no interior. Mas uma consultoria do interior (a minha empresa é sediada em Londrina, que é uma cidade do interior do Paraná) dar treinamentos em multinacionais em outros estados e nas capitais não é nada comum.

Mas por que estou te contando isso?

Porque, em 2012, cinco anos depois de muito trabalho fazendo meu nome e o da minha empresa, fechei meu primeiro negócio com a Sandoz, em São Paulo. E adivinha qual foi a primeira pergunta que fiz na reunião de alinhamento do projeto?



Imagine que o trabalho terminou agora e você (a empresa contratante) está super, ultra, mega UAU satisfeita com o resultado alcançado. Imagine que cada centavo e minuto de investimento feito valeu muito a pena! Qual **RESULTADO** você alcançou?

* Novartis é uma empresa global com sede na Basileia, na Suíça, presente em mais de 150 países e, no Brasil, há mais de 85 anos. No mundo todo, são 121 mil colaboradores que contribuem para a melhoria da qualidade de vida dos pacientes, por meio do desenvolvimento e da comercialização de medicamentos inovadores. Para saber mais, acesse: www.novartis.com.br.

Meses depois, ainda em 2012, a Novartis (na época uma unidade que ficava na cidade de Resende, Rio de Janeiro) solicitou uma proposta de capacitação para multiplicadores da empresa. Seria um treinamento de técnicas de apresentação e oratória focado para quem, dentro da própria Novartis, ministrava os treinamentos. Eles precisavam treinar seis turmas, mas eu seria testada na primeira. Assim, se o meu treinamento gerasse o RESULTADO que buscavam, eu, automaticamente, fecharia os outros cinco contratos.

É assim que funciona! E olha que não fiz essa pergunta só para esse cliente ou só para esse projeto, eu faço essa pergunta sempre!

Enfim, minha empresa fechou os seis contratos e muitos outros negócios com esse mesmo cliente.

— Gi do céu! Que show! Mas como isso é possível?

— Simples, método Efeito UAU. Um método que tem seu embasamento científico na psicologia e na neurociência e que gera RESULTADO!

Exemplo 2

Vamos voltar um pouco no tempo.

Em 2004, meu filho Gabriel tinha acabado de nascer, e nessa época eu dava algumas palestras e atendia na clínica. Já havia trabalhado na área de recursos humanos desde 1998, quando ainda era estagiária de psicologia. O que eu buscava naquela época era fortalecer a minha atuação como psicóloga clínica, e uma das ações que eu realizava era ministrar palestras.

Uma igreja me contratou para dar uma palestra para os pais das crianças da catequese e o RESULTADO que a igreja queria era que eles soubessem lidar com as crianças, como corrigir, fortalecer a autoestima delas, ter uma comunicação assertiva e incentivá-las na fé.

Atenção:

Após “seu cliente” lhe responder qual RESULTADO ele quer, você precisa se questionar:

Eu consigo entregar esse RESULTADO? Eu garanto esse RESULTADO?

Se sim, continue o projeto, realize-o!

Se não, você consegue buscar ajuda para realizar esse resultado ou o melhor a fazer é dizer “não” e passar para outra pessoa?

— Por que raios isso é tão importante, Gi, ao ponto de você até interromper o exemplo 2? Por quê?

— Porque falar bem e ter um Efeito UAU nada tem a ver com falar de forma perfeita. Não tem a ver com você... Mas, como escrevi na frase de abertura deste capítulo:



academia



- Tempo não é dinheiro. Dinheiro a gente perde, trabalha e
- ganha mais. Tempo é vida. Eu honro seu tempo. Honre o
- tempo do outro, honre o tempo do seu público. Falar em
- público, levar sua mensagem, falar bem não tem a ver com
- você; mas sim com gerar valor na vida do outro. Quando faz
- isso, você verdadeiramente influencia pessoas.
-

Estamos numa era em que o volume de informação é tão gigantesco que chega a ser bizarro. Para você ter sucesso, para se destacar, ser influente, desejado, magnético, para ter um Efeito UAU, para ser contratado para uma palestra, treinamento, curso e depois ser recontratado várias e várias vezes pelo mesmo cliente, para seu valor ser diferenciado, para você ser referência, o tanto de informação que você passará na sua

fala não é o que será levado em consideração, mas sim o RESULTADO que você vai gerar na vida, na carreira, no negócio do outro.

É sempre sobre o outro... é sempre sobre RESULTADO.

— Ô, Gi, mas tem uma coisa me incomodando aqui... E eu? E o resultado que quero pra mim? Isso não conta?

— Conta, com certeza conta! Voltemos ao exemplo 2...

O RESULTADO que a igreja queria era: que os pais soubessem lidar com as crianças, que soubessem corrigir, fortalecer a autoestima delas, ter uma comunicação assertiva e incentivá-las na fé. Mas você se recorda de que eu disse que o que eu buscava naquele momento era fortalecer mais a minha atuação como psicóloga clínica? Pois é, aqui entra o RESULTADO que eu queria pra mim, aqui entra o RESULTADO que você quer pra você!

A pergunta é: imagine que você terminou a palestra agora e está super, ultra, mega UAU satisfeita, qual RESULTADO alcançou?

A minha resposta foi: quero que os pais me vejam como referência para atendimento clínico, quero atrair novos clientes para a clínica e que eles falem de mim dentro das empresas em que trabalham, quero que isso gere novos contratos para palestras e treinamentos sobre comunicação e relacionamento.

Fiz a palestra e foi um sucesso, o resultado foi um verdadeiro Efeito UAU!

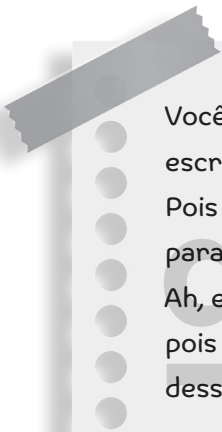
Essa é a pergunta que você se fará! Na verdade, sempre ensino meus alunos a fazerem essa pergunta pensando em todos os públicos. Vamos a um exemplo?

Você precisa saber o seguinte de uma empresa que te contratou para ministrar um treinamento:

1. Qual RESULTADO a empresa quer para si?
2. Qual RESULTADO ela quer para os participantes?

3. Qual RESULTADO ela trará para você, sua vida, sua carreira, sua marca...?

Começar respondendo qual RESULTADO quer alcançar é “A” técnica que vai elevar ao máximo a probabilidade do sucesso na sua fala. Parece simples, e realmente é! Mas também é muito, mas muito poderoso e fará “A” diferença! Pode confiar! E é justamente por aqui que começaremos o método Efeito UAU: pelo RESULTADO.



Você reparou que na Introdução deste livro eu já havia escrito a palavra RESULTADO toda em maiúscula?

Pois é, desde lá eu já estava chamando a sua atenção para isso!

Ah, e a partir do Capítulo 2, não vou mais escrevê-la assim, pois agora você já sabe e nunca mais se esquecerá do poder dessa palavra e dessa técnica!

Depois de responder a essas três perguntas, aí, sim, você começará a elaborar o que vai compor a sua fala, o que vai inserir ou deletar da sua apresentação. E é claro que, além de ensinar essa técnica, nós já vamos aplicá-la! Por isso, eu te convido a responder:

Qual RESULTADO você quer alcançar ao ler este livro? Vamos nos projetar no futuro... Imagine que você terminou a leitura e está super, ultra, mega UAU satisfeito... qual RESULTADO você alcançou?

.....

.....

.....

.....

Para alcançar tudo isso, você precisará de várias competências-chave, mas, fique tranquilo, pois você terá acesso ao mapa de todas elas aqui. Porém, antes de eu te entregar esses mapas, você precisa fazer um diagnóstico rápido e sincero de onde você está. Vamos fazer esse diagnóstico por meio de uma técnica chamada nível de satisfação (você aprenderá essa técnica lá no Capítulo 9).

Vamos lá?

Para começar, vou fazer doze perguntas e, para cada uma delas, você vai responder de 0 a 10.

0 significa exatamente o jeito que você não quer estar, ou seja, você está absolutamente insatisfeito.

10 significa exatamente o jeito que você quer estar, ou seja, você está absolutamente satisfeito, é o jeito UAU!

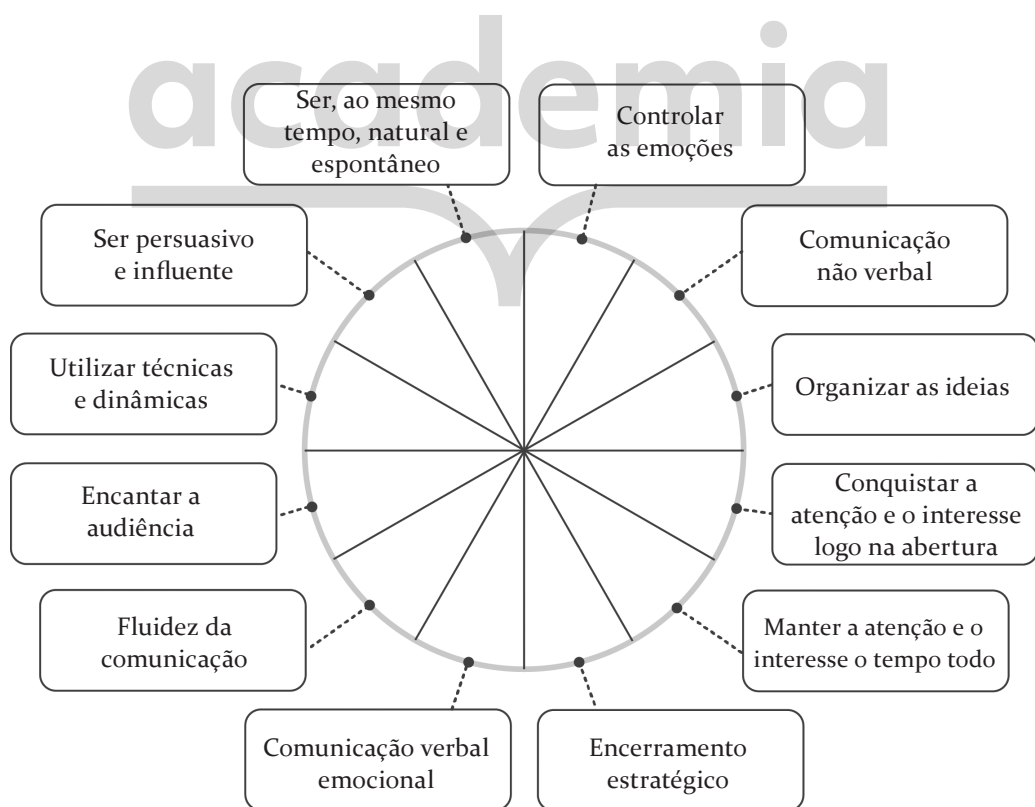
Vamos analisar o jeito como você está hoje. Esse diagnóstico é como se fosse uma foto sua de agora! Não se preocupe, não tem certo nem errado, só tem o jeito que você está neste momento: quanto mais verdadeiro você for, mais assertivo será o programa de desenvolvimento que traçaremos para você daqui para a frente!

Leia cada pergunta e, no espaço em branco, coloque o seu nível de satisfação de 0 a 10.

1. De 0 a 10, quão satisfeito você está com a sua habilidade de controlar as emoções ao falar diante de um público, ao expressar suas ideias e levar sua mensagem quando todos estão olhando pra você? ____
2. De 0 a 10, quão satisfeito você está com a sua comunicação não verbal (por exemplo, postura corporal, gestos estratégicos e utilização do espaço) ao falar diante de um público, ao expressar suas ideias e levar sua mensagem quando todos estão olhando pra você? ____
3. De 0 a 10, quão satisfeito você está com a sua habilidade de organizar as suas ideias para montar uma apresentação com início, meio e fim de forma atraente e magnética? ____
4. De 0 a 10, quão satisfeito você está com a sua habilidade de conquistar atenção e o interesse das pessoas logo na abertura da sua fala? ____
5. De 0 a 10, quão satisfeito você está com a sua habilidade de manter a atenção e o interesse das pessoas durante toda a sua fala? ____
6. De 0 a 10, quão satisfeito você está com a sua habilidade de fazer um encerramento estratégico que deixe um gosto de quero mais? ____
7. De 0 a 10, quão satisfeito você está com a sua comunicação verbal emocional (por exemplo, velocidade e entonação vocal, expressividade facial) ao falar diante de um público, ao expressar suas ideias e levar sua mensagem quando todos estão olhando pra você? ____
8. De 0 a 10, quão satisfeito você está com a fluidez da sua comunicação (por exemplo, ausência de vícios de linguagem, saber lidar com imprevistos) ao falar diante de um público, ao expressar suas ideias e levar sua mensagem quando todos estão olhando pra você? ____
9. De 0 a 10, quão satisfeito você está com a sua habilidade de encantar a audiência enquanto expressa suas ideias e leva sua mensagem? ____
10. De 0 a 10, quão satisfeito você está com a sua habilidade de utilizar técnicas e dinâmicas para engajar o público? ____

11. De 0 a 10, quão satisfeito você está com a sua habilidade de ser persuasivo e influente ao expressar suas ideias e levar sua mensagem diante de um público? _____
12. De 0 a 10, quão satisfeito você está com a sua habilidade de fazer todos os tópicos anteriores e ser natural e espontâneo ao mesmo tempo? _____

Agora, pegue um lápis preto ou, se preferir, lápis de cor e dentro de cada uma das fatias do gráfico a seguir preencha a sua roda da comunicação. Pense que o centro da roda é 0 e a borda é 10. Pinte cada uma das áreas segundo a análise anterior.



Se soltássemos essa roda numa descida, a sua comunicação fluiria ou seria truncada?

Cada vez que sua comunicação sai truncada, você perde oportunidades, fica para trás, se frustra... você se machuca e vai ficando cada vez mais ferido e fraco.

Chegou o momento de mudarmos isso! E, como você notou, uma das competências que verificamos no exercício anterior foi o controle das emoções e é por ela que vamos começar! No Capítulo 2, vamos falar sobre controle dos sentimentos e sobre o que você precisa fazer para vazar pelos seus poros confiança e segurança em qualquer situação, diante de qualquer audiência.

Mas, antes, eu tenho uma última pergunta neste capítulo:

De 0 a 10, quão comprometido você está em se desenvolver? _____

ANÁLISE DO MÉTODO EFEITO UAU

Abrimos o capítulo utilizando a técnica para atrair o interesse e ao mesmo tempo gerar curiosidade (cada título é feito pensando exatamente nisto: atrair seu interesse, gerar desejo para que você o leia): “A técnica que vai elevar ao máximo a probabilidade do sucesso na sua fala”.

Logo em seguida, trouxe uma frase de impacto. Poderia ter trazido uma frase de alguém famoso? Sim, mas coloca no seu radar que você também tem suas próprias frases de impacto. E que, sim, você pode utilizá-las para fortalecer a sua marca. Se você já viu meu perfil no Instagram (@gisleneisquierdo), pode reparar que faço isso lá. Pelo menos uma vez por semana, posto uma imagem com uma frase autoral de impacto. Você também pode, e deve, usar essa estratégia.



Utilizei várias vezes a técnica de persuasão do “porquê” (contarei sobre ela e outras técnicas de neuropersuasão no Capítulo 10).



Escrevo de uma forma mais acessível, evitando ao máximo o “tecniquês”. Uma fala/escrita acessível gera proximidade e conexão. E adivinha qual é um dos resultados que quero com este livro? Sim, quero que você se sinta conectado comigo!

Perguntas, por exemplo, eu escrevo assim:

— Ô, Gi, mas tem uma coisa me incomodando aqui... E eu? E o resultado que quero pra mim? Isso não conta?

Como você leu na Introdução, essa é uma técnica de neuropersuasão e, se você reparar, eu a utilizo em vários momentos. Eu entro na sua mente fazendo a pergunta, digo meu nome e, nesse caso, ainda com intimidade, pois você está me chamando de Gi em vez de Gislene!



Técnica de neuropersuasão do “imagine”. Eu levo você a criar a cena que eu desejo! Essa técnica é muito poderosa, já que, toda vez que você quiser que a pessoa esteja dentro da sua fala, completamente imersa, você pode utilizá-la.



Trouxe mais alguns elementos de autoridade contando, por exemplo, um trecho da minha história com a Sandoz e a Novartis.



Contei histórias e exemplos que praticamente materializavam na sua mente o que eu estava compartilhando com você.



Elevei a expectativa para o que ainda está por vir no livro. Inclusive, fiz isso dentro da própria análise quando escrevi: “Utilizei várias vezes a técnica de persuasão do ‘porque’ (contarei sobre ela e outras técnicas de neuropersuasão no Capítulo 10)”.

Viu só? O método Efeito UAU é UAU mesmo e funciona! Agora, me conta: de tudo o que você leu neste capítulo, quais foram seus três principais aprendizados?

academia

Convido você a partilhar comigo quais foram seus aprendizados! Seu feedback é muito importante para um escritor, assim é possível saber que esta leitura está cumprindo verdadeiramente o seu papel, gerando valor na sua vida!



leitor_ 1 min
Resultado#valor
Responder

