

La ciencia de la persuasión: 6 tips probados para seducir a los clientes

Publicado en: [Comunicación](#)

Desde hace 60 años, varios investigadores han estudiado los factores que nos influyen a decir “sí” las peticiones de los demás. Te sorprenderá saber que existen 6 reglas universales que guían el comportamiento de todos los seres humanos.

La cantidad de información almacenada en el cerebro, nos obliga a utilizar determinados atajos “short cuts” que guían nuestra toma de decisiones. El siguiente video establece 6 factores de influencia universales, que al ser comprendidos y empleados éticamente, podrían incrementar significativamente nuestras probabilidades de persuadir a quienes nos propongamos.

1- Reciprocidad

Las personas se sienten obligadas a recompensar con la misma forma de comportamiento, regalo o servicio que reciben. Es por eso que son más propensas a decir que “sí” a aquellos a los que les debe favores. Ser el primero en ofrecer algo, personalizarlo y sorprender son factores clave en este sentido.

2- Escasez

Las personas quieren más de lo que menos pueden tener. Es sabido que la escasez de un recurso aumenta significativamente su demanda. Por esta razón, no basta con exponer los beneficios del producto o servicio que estamos ofreciendo, sino que tenemos que mostrarlo como algo único y exclusivo.

3- Autoridad

Las personas son siempre más propensas a seguir el consejo de un experto. Por lo cual, es importante transmitir signos de conocimiento creíbles antes de intentar influenciarlas.

4- Consistencia

A las personas les gusta ser consistentes o consecuentes con lo que dicen y hacen. Por eso son más propensas a aceptar peticiones relacionadas con un pequeño compromiso asumido anteriormente.

5- Simpatía

Las personas tienden a decir “sí” más fácilmente a quienes les caen bien, a quienes le resultan simpáticos. Y esa simpatía se logra a través de las similitudes, los halagos y la cooperación. Por eso, es indispensable para las marcas empatizar con sus consumidores.

6- Consenso

Cuando las personas no se sienten seguras, se fijan en las acciones y los comportamientos de otros para tomar sus decisiones. Exponer las opiniones y los ejemplos de otros consumidores como argumento de venta, también constituye una estrategia altamente efectiva a la hora de influenciar su comportamiento.

—

Foto vía: elartedelaestrategia.com