

TEXTO 5:

PNL & NEGÓCIOS

"RAPPORT INSTANTÂNEO" em Reuniões ou Comitês usando PNL.

por

Jane Herron

Você foi convidado para uma reunião com 8 pessoas que devem tomar decisões. Você está competindo com 3 outras firmas, e tem 45 minutos para fazer sua apresentação e vender sua idéia. Você quer conseguir "*Rapport* Instantâneo", mas como usar suas habilidades de PNL com 8 pessoas que você nunca encontrou antes?

Aqui estão 3 "pontos-chave" para criar o *Rapport* Instantâneo em reuniões.

1- Quando você entrar na reunião entregue seu material em mãos (você mesmo). Entregue pessoalmente seu material para cada membro do comitê, apresentando seu nome e o de sua companhia em tom de voz moderado e certifique-se que seu cartão está anexado na parte de cima do seu material.

O que fez com isso? Ao apertar suas mãos você está "forçando-os" a conhecê-lo sinestesticamente. Ao anexar seu cartão à parte superior de seu material, o cliente "vê" (visualiza) você ao vivo e a cores (em carne e osso) e então "visualmente" se lembra de seu nome em preto e branco através de seu cartão. Você está usando os olhos deles de duas maneiras.

Com esta introdução você estabeleceu uma ligação com todas as pessoas orientadas auditivamente (10%), visualmente (50%) e sinestesticamente (40%).

Você imprimiu uma identidade nos três níveis da mente inconsciente onde 80% de todas as escolhas de comportamento são feitos.

2- Preencha as expectativas profissionais que eles têm a seu respeito. Lidere a sala e a reunião ao posicionar-se no lado oposto da mesa onde está a pessoa que comanda a tomada de decisão. O grupo espera comprar daquele que for o melhor e mais competente.

Para criar esta imagem, use seu conhecimento de PNL conquistando-os usando primeiramente a parte visual de seus cérebros (o 1/3 superior), a porção auditiva (o 1/3 do meio) e a porção emocional ou sinestésica (o 1/3 inferior).

Para fazer isto, primeiro tome uma postura visual (posição de sentido, ombros para trás, cabeça para cima), em posição visual (como apresentador do TV e, além disso, fique pelo menos a 2,50m de distância da pessoa que toma a decisão) usando tonalidade visual (mais rápido, + alto, ritmo + entusiasmado) e, por fim, faça o grupo olhar para você quando você apresenta sua companhia e seu plano (material) através do uso de slides ou demonstração.

Certifique-se que você não está fazendo com que eles olhem para baixo, para o material, e então para cima, para você, para cima e para baixo. Os primeiros 10 minutos de sua apresentação devem ser "para cima sempre" de forma que você esteja acessando o terço superior das suas mentes. Esta é a 3a. parte visual e corresponde a 55% de sua mensagem.

# **Curso Técnicas de Vendas**

## **Módulo 11 - Leituras Complementares**



A seguir afaste-se da postura, posição e tonalidade, de visuais. Mude para postura, posição e tonalidade auditivas para acessar o terço médio do cérebro. Embora apenas 10% das pessoas na sala sejam auditivas, 38% da sua mensagem total vem através do som de sua voz.

Para fazer isso se afaste da cabeceira da mesa e comece a caminhar a volta da mesa e fale em tom "conversacional". Faça perguntas e espere pelas respostas dos membros do comitê. Qualquer que seja a resposta deles repita as suas palavras (7% da mensagem total) na linguagem deles para "abraçar" emocionalmente o ponto de vista deles (bom ou mau).

Então você pode externar seu ponto de vista.

Repetir é a melhor maneira de marcar as decisões deles, através do uso de suas próprias palavras.

As pessoas comprem pelas suas próprias razões não pelas suas! Ao usar de volta as palavras delas você está reconhecendo isso, e de alguma forma eles estão continuamente se conectando com você. Quando você repete as palavras delas use sempre um tom de voz baixo, neutro (como um apresentador de notícias na TV). Nunca use um tom agressivo ou defensivo. Quando apresentar seu ponto de vista sobre algum aspecto ou benefício acrescente alguma energia e entusiasmo ao seu tom de voz.

Lembre-se o tom de sua voz pode neutralizar hostilidade, resistência e objeções quando é baixo, e pode motivá-los para ação quando você adiciona melodia. Quase sempre você precisará neutralizar primeiro, e então motivar para uma nova ação. O tom é a conexão emocional para seus corações (o sexto sentido, fator decisório para comprar de você ou de algum outro).

3- Para completar a apresentação, sente-se. Lembre-se, se a pessoa que tomar a decisão é visual sente exatamente à sua frente, se a pessoa é auditiva, sente-se em ângulo em relação a ela. E, se a pessoa é sinestésica, fique do mesmo lado da mesa e sente-se ao seu lado. Quando você estiver falando, espelhe sua postura e esteja certo de manter-se em constante contato com sua proposta.

Você está agora se ligando com o último terço do cérebro, a porção emocional ou sinestésica.

Se as pessoas com poder decisório são visuais aponte algo na proposta e peça-lhes que sublinhem, chequem ou marquem os pontos-chave que você deseja que eles se lembrem (use um ritmo vocal + rápido). Você está fazendo com que eles vejam algo e sentindo isso enquanto tomam notas (olhando para baixo).

Se são auditivos (não precisam ver, mas precisam ouvir) não aponte coisa alguma. Prossiga mantendo contato com sua proposta e simplesmente diga-lhes o que você quer que eles se lembrem.

Seja específico e use um "ritmo" ponderado de voz.

Se sinestésico corra sua mão sobre cada página lentamente, acaricie, toque, segure a proposta com carinho, e olhe para baixo (para a proposta) use um ritmo de voz vagaroso. Você pode escolher fazer um pouco de cada um dos três procedimentos quando em dúvida sobre quem é o responsável pela decisão.

**Curso Técnicas de Vendas**  
**Módulo 11 - Leituras**  
**Complementares**



Agora que você usou suas habilidades de PNL, levante-se, aperte as mãos deles (despeça-se) e saiba que você usou as mais poderosas janelas de comunicação da mente inconsciente. Sua informação está profundamente enraizada nos computadores mentais deles.

Texto retirado de [http://www.golfinho.com.br/artigos/artimpr199509\\_12.htm](http://www.golfinho.com.br/artigos/artimpr199509_12.htm)