

# Habilidades de influencia 2

## Guía de seguimiento: Aspectos clave aplicables

ASPECTO TRABAJADO	COMPORTAMIENTO ESPERADO
<b>La estrategia de la escasez</b>	<p>Tendemos valorar más positivamente aquello que es más escaso, y a reaccionar antes delante de la posibilidad de perder lo que ya tenemos que de la de tener algo mejor.</p> <p>Para influir en los demás: Hacerles ver que nuestra idea / producto... o nosotros mismos somos un bien escaso (estamos muy ocupados, quedan pocos...).</p> <p>Cuando vendemos una idea remarcar lo que se puede perder en caso de no hacerlo, además de lo que se puede ganar en caso de sí.</p>
<b>La estrategia de enmarcar</b>	<p>La información a la que la persona está expuesta antes de tener que decidir condiciona su percepción y sus decisiones.</p> <p>Antes de pedir nada, darle una información, un comentario, un dato... a la persona que va a decidir, que vaya en línea y refuerce lo que después le pediremos.</p>
<b>La estrategia de la consistencia</b>	<p>Las personas tendemos a ser consistentes con las opiniones que expresamos.</p> <p>Facilitar que, antes de presentarle lo que queremos que compre o decida, la persona tome una postura inicial a favor de ese tema (Por ejemplo, a favor de innovar...).</p> <p>Eso lo podemos conseguir formulándole una pregunta o pidiéndole que haga un acto simbólico que vaya en la dirección que nos interesa.</p> <p>Antes de pedirle algo a alguien, recordarle que con anterioridad él mismo ya ha hecho cosas que van en esa dirección.</p>
<b>La estrategia del contraste</b>	<p>Las cosas nos parecen mejor o peor en función de con qué las podamos comparar.</p> <p>Si solo le das una opción (comprar o no comprar), la persona tenderá a comparar tu idea con no hacer nada. Y comparado con eso todo es muy complicado y caro.</p> <p>Asegúrate de poner 1 o 2 opciones al lado de "la tuya" que sean un poco más complicadas, complejas o caras. De esta forma, por contraste, la tuya parecerá mejor.</p>