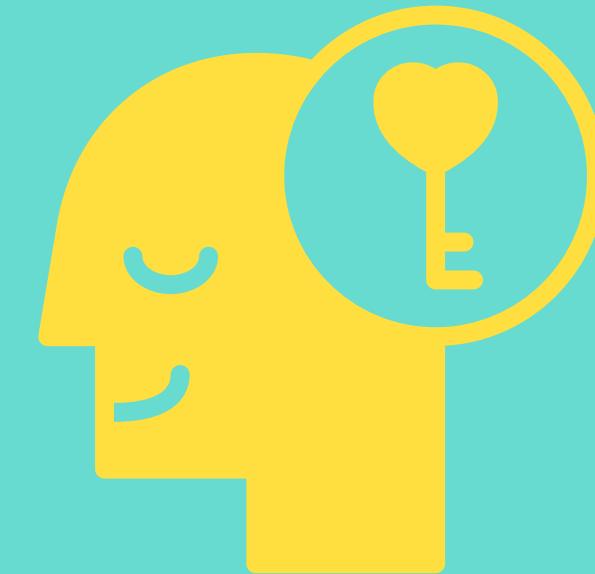
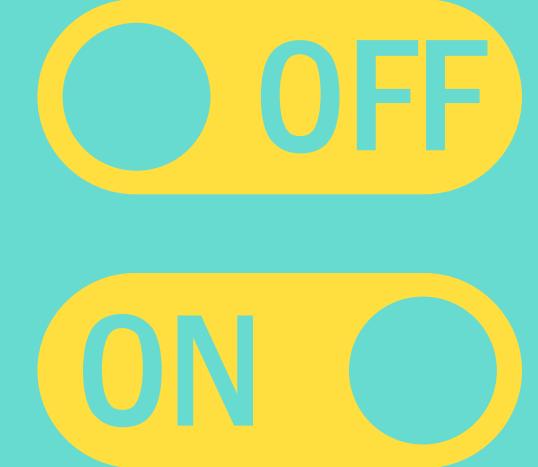




# COMUNICAÇÃO, ORATÓRIA E INFLUÊNCIA NA PRÁTICA.

Profa Msc. Aline Vasconcelos

# Bem-vindos à experiência de hoje!



# Olá! Sou Aline Vasconcelos.



Jornalista Corporativa com foco em Inovação, CX e Transformação Digital, certificada em Gestão de Mudanças Organizacionais, professora universitária, mestrande em Comunicação com Investigação em Divulgação Científica pela Universidade Federal do Maranhão, especialista em Assessoria de Comunicação para empresas públicas, privadas e terceiro setor. Co-autora do livro Relacionamídia: Manual de Relacionamento com a Mídia. Possui atuação forte em Media Training.

Atualmente atua com Comunicação Corporativa em Transformação Digital e Inovação, com experiência em Gerenciamento de Projeto com Metodologias Ágeis e divulgação científica. Há mais de 13 anos integra o time da Equatorial Energia e trabalha para os negócios da holding. Atua há mais de 7 anos como docente em pós graduações nas áreas de Administração, Comunicação, Marketing, Mídias Digitais, UX, Transformação Digital, Inovação e Gestão de Pessoas. Consultora independente em Comunicação, Marketing e Capacitações Organizacionais.

# Objetivo:

Desenvolver competências pessoais e organizacionais, no trato com o outro, utilizando técnicas de inteligência emocional adequadas para cada tipo de relação comunicacional.

# Você se comunica bem?

teste



# O TRIPÉ DA COMUNICAÇÃO

CONTEÚDO

ESTRATÉGIA E INTENÇÃO

SUCESSO NA  
COMUNICAÇÃO

TÉCNICA

# Medo de que?

A dificuldade em se comunicar e **em se fazer entender** é universal e atinge a uma parcela enorme de pessoas em todo o mundo.

Dependendo do nível de um indivíduo, falar em público, vender algo, se dar bem com as pessoas ao redor pode pesar nas habilidades individuais e cognitivas de alguém e **gerar graves consequências**.



**COMUNICAÇÃO NÃO É  
O QUE VOCÊ FALA.**

**É O QUE O OUTRO  
ENTENDE.**



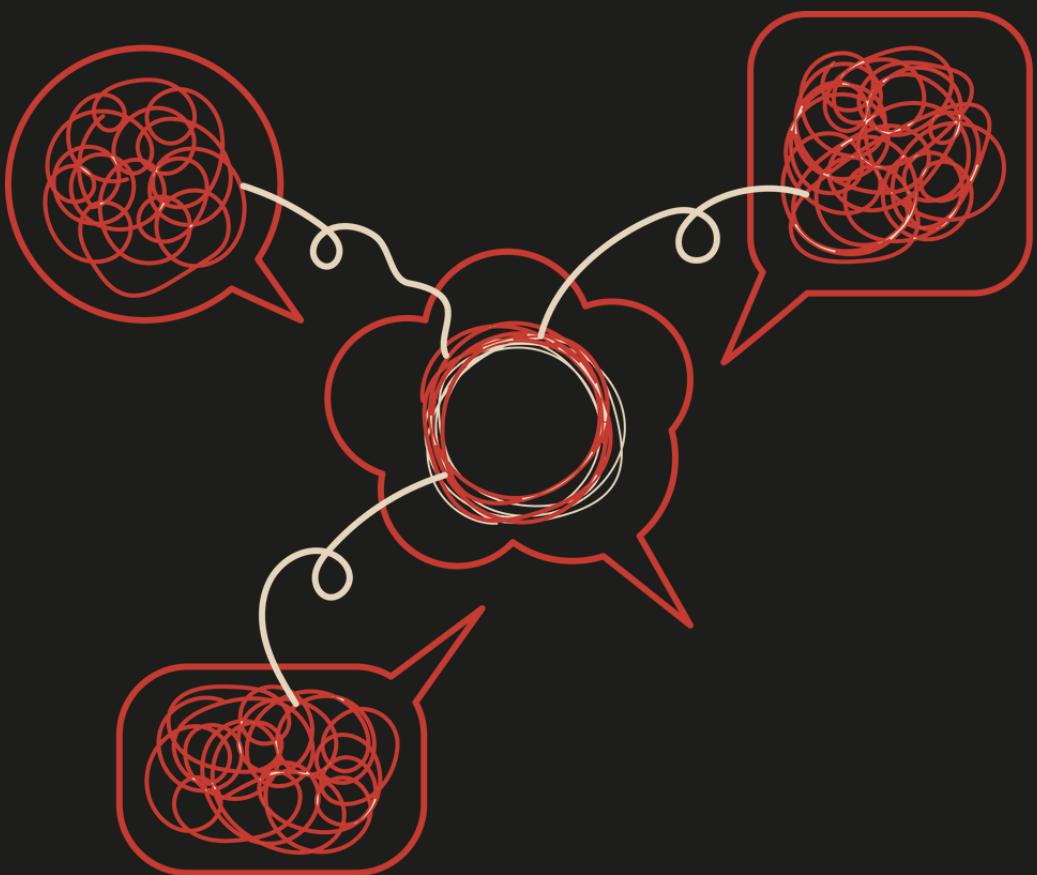
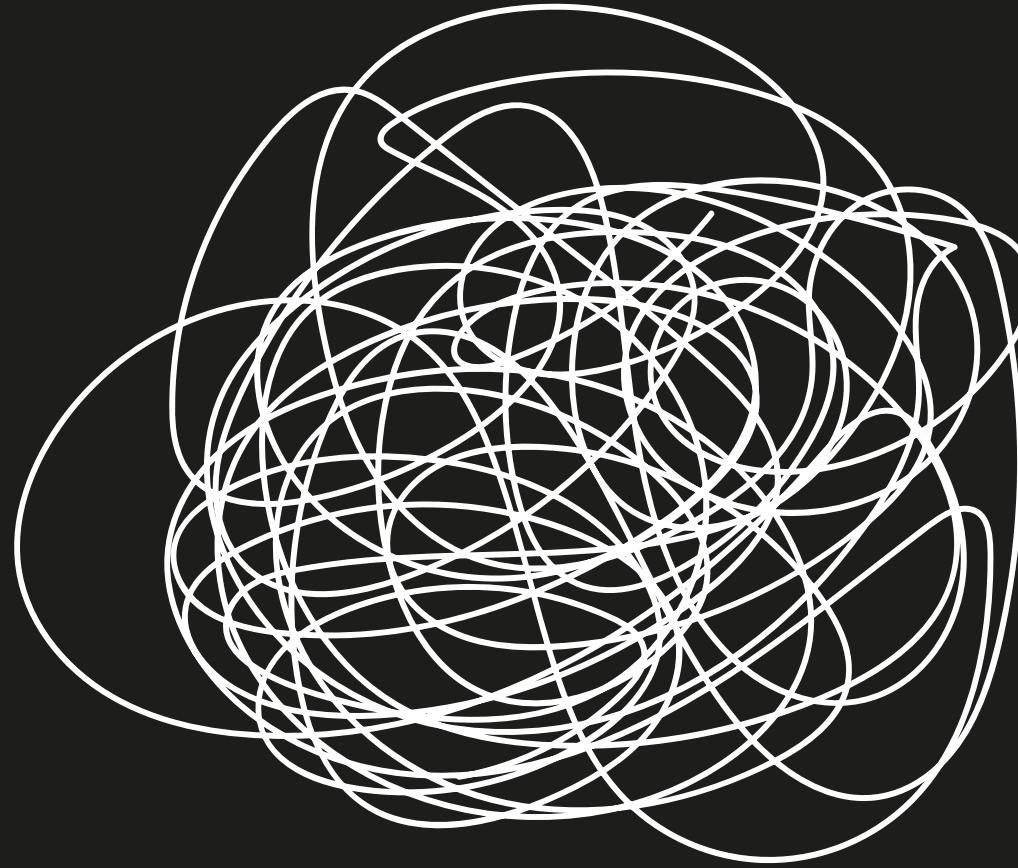
# ENTENDIMENTO

Conhecimento embarcado  
Estado emocional  
Percepção prévia  
Constância  
Expectativa  
Imagem  
Conteúdo



41% das pessoas possui  
medo de falar em público

19% medo da morte  
19% medo de doenças  
22% medo de problemas financeiros  
22% medo de insetos  
32% medo de altura  
**41% medo de falar em público**



## CAUSAS DO MEDO

A possibilidade de não se sair bem  
Ser julgado  
Não conhecer o assunto  
Falta de experiência em falar em público  
Superestimar ou subestimar o seu potencial

# [alguns exercícios para combater o medo]

1- RESPIRE LENTA E PROFUNDAMENTE ALGUMAS VEZES.

2-NÃO ESTIMULE O NERVOSISMO: imponha uma atitude **tranquila** ao seu corpo.

3- ASSUMA UMA POSTURA FÍSICA FIRME E DECIDIDA: cabeça alta, coluna reta, peito erguido, olhar e passos firmes sem hesitações, semblante tranquilo e alegre. o conjunto demonstrará autoconfiança.

4-ESQUEÇA A AVALIAÇÃO ALHEIA: seja você mesmo.

# Para ser hiperpersuasivo





## A Comunicação possui 3 Elementos Básicos

**Quem fala?**

Agente que transmite  
a mensagem.

**Para quem fala?**

Indivíduo  
receptor da mensagem

**O que fala?**

A mensagem.

# Questionário pré argumentativo

1- Qual seu propósito geral com essa comunicação?

- ( ) comunicar
- ( ) convencer
- ( ) celebrar uma ocasião especial

2- Qual é o seu propósito específico? Sua agenda?

3- Qual a sua tese central? A ideia que pode ser traduzida em uma frase?

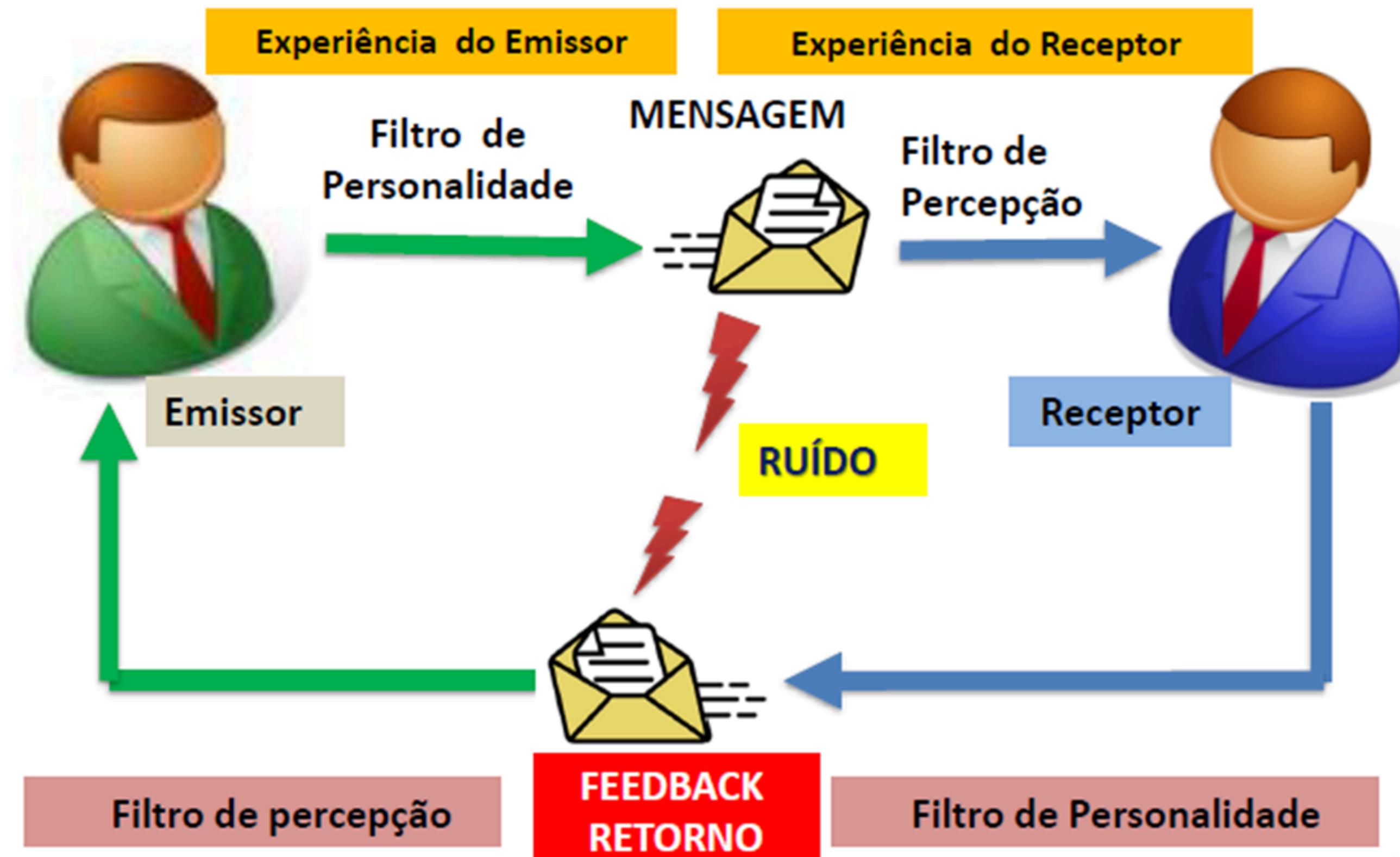
4- Quais são os principais subtópicos de sua tese central? Exemplo: linha cronológica, relação causa-efeito...

5- Quais tipos de prova você vai usar na sua fala? Depoimentos, entrevistas, definições do dicionário, exemplos, metáforas?

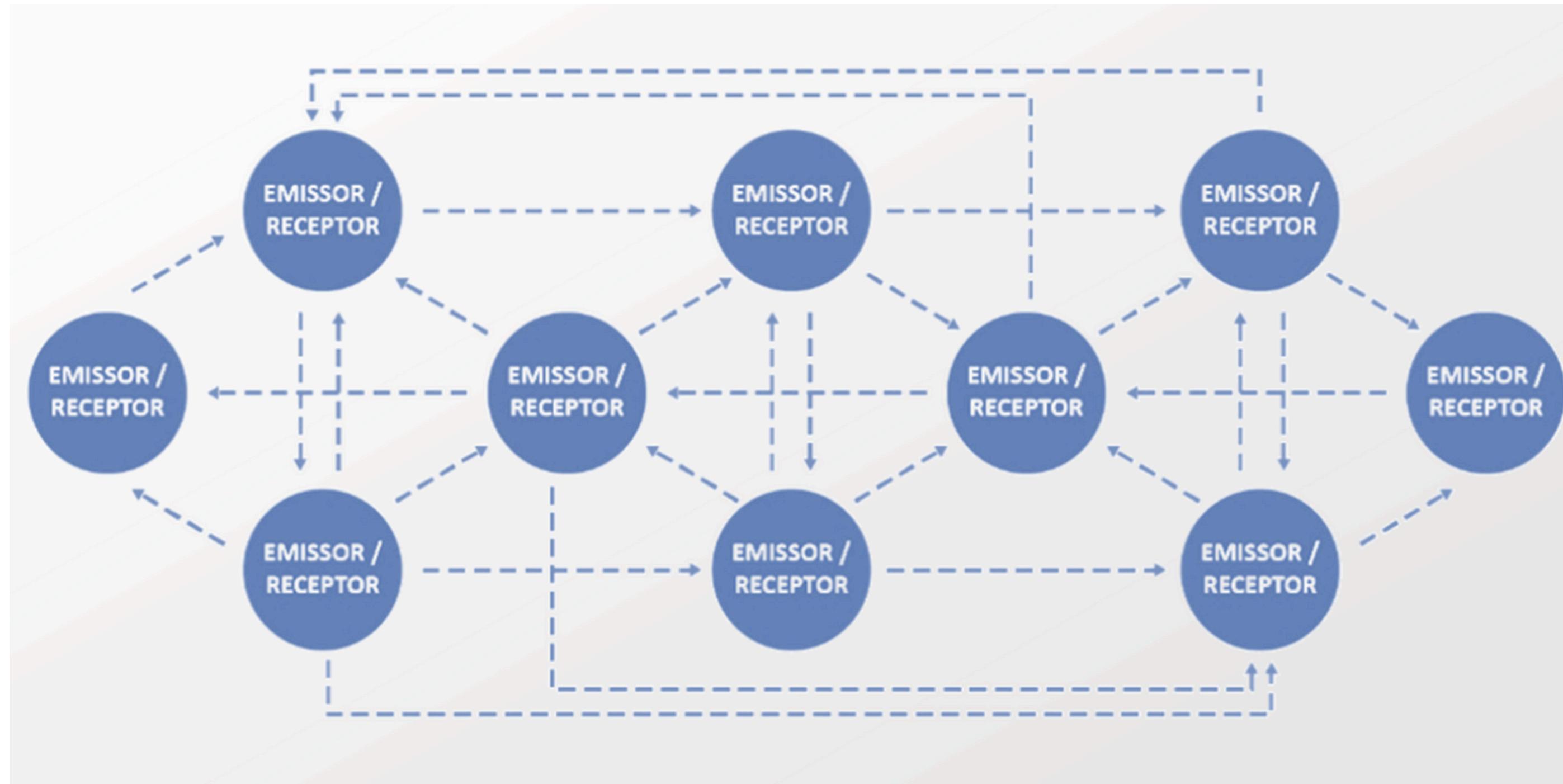
6- Quais tipos de fontes você cita na sua prova? Coloque-as para sua audiência! (revistas, blogs, entrevistas, livros...)

7- Quais são outras fontes que geram credibilidade você pode usar no seu discurso que corroboram no seu ponto de vista/tese? Apoie-se no ethos dessas fontes macro.

# MODELO Kerzner



# Era da Verdade



# 5 papéis de comunicação na compra

- 
- 1. Iniciador**
  - 2. Comprador**
  - 3. Decisor**
  - 4. Influenciador**
  - 5. Usuário**

# Cinésica / Delivery da sua mensagem

Desde cedo aprendemos a observar o seguinte:

- Contato visual
- As expressões faciais
- Os gestos
- A Forma e a postura corporal
- A Aparência física

A cinésica é a forma como o corpo se comunica sem palavras e pelo movimento de suas partes.

Por meio de movimentos corporais observáveis, as primeiras emoções internas são expressas.

**Olhar enviesado , olhar para baixo ou  
olhar distante**

**Falta de confiaça, distância do assunto**

**Mãos no bolso**

**Coçar partes do corpo**

**Limpando a garganta,dizendo frases  
complexas**

**Insegurança**

**&**

**Aperto de mão frouxo/fraco**

**Ansiedade**

**Roer unhas**

**Voz fraca, instável**

**Manter contato visual muito tempo  
(+ de 7-10 seg.)**

**Causa desconforto**

**Olhar fixamente no silêncio**

**Contar fiapos/ mexer nas roupas**

**Desinteresse**

**Cruzar os braços**



**7% PALAVRAS**

**38% TOM DE VOZ**

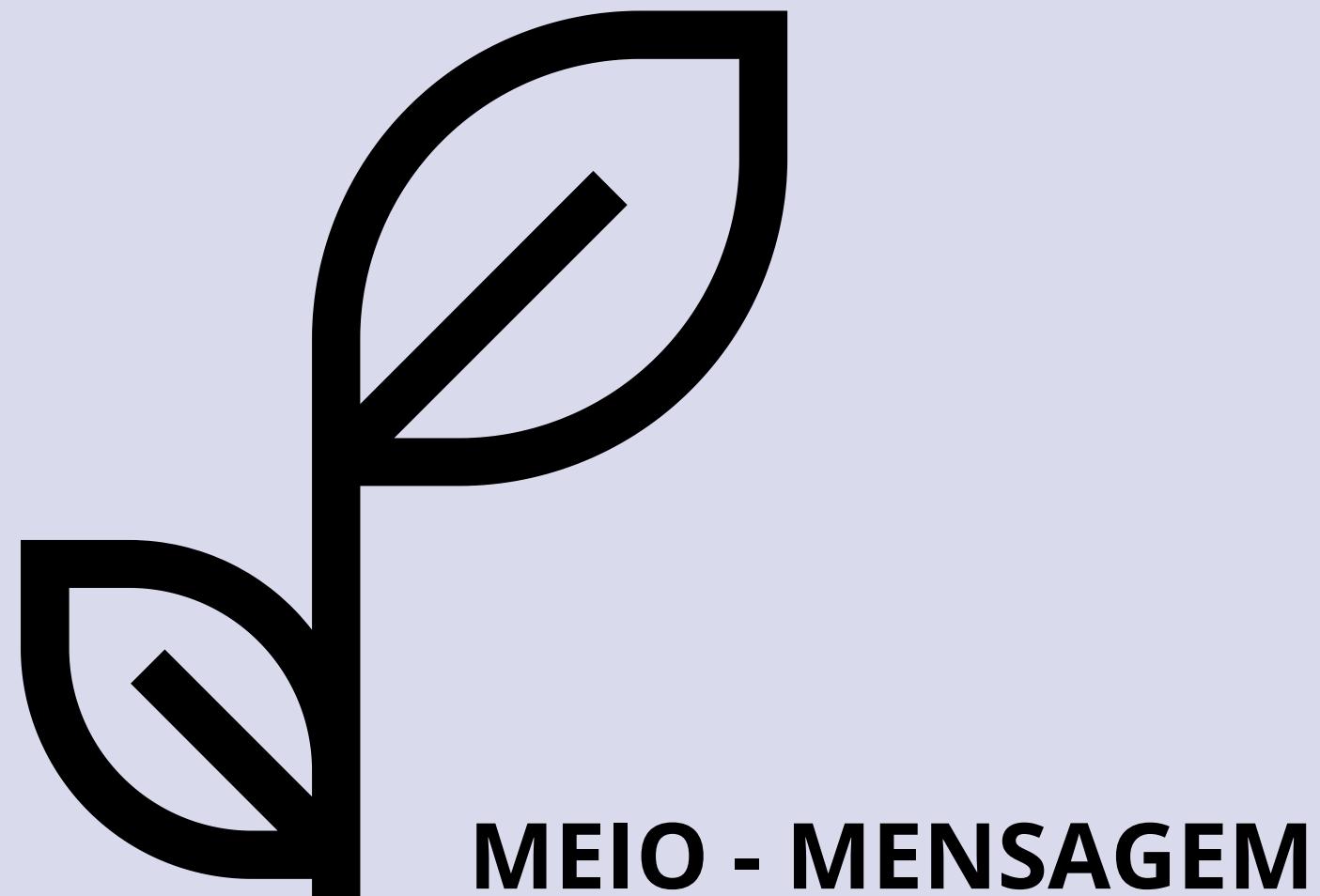
**55% POSTURA E GESTOS**

NOSSA COMUNICAÇÃO É  
ESSENCIALMENTE EMOCIONAL:  
**EXPRESSÃO VERBAL + CORPORAL**



# ESTRUTURA DA MENSAGEM

CONCLUSÃO



## PERFIL DE NEGOCIAÇÃO E COMPRA

Racional  
Lento

---



Emocional  
Lento

---



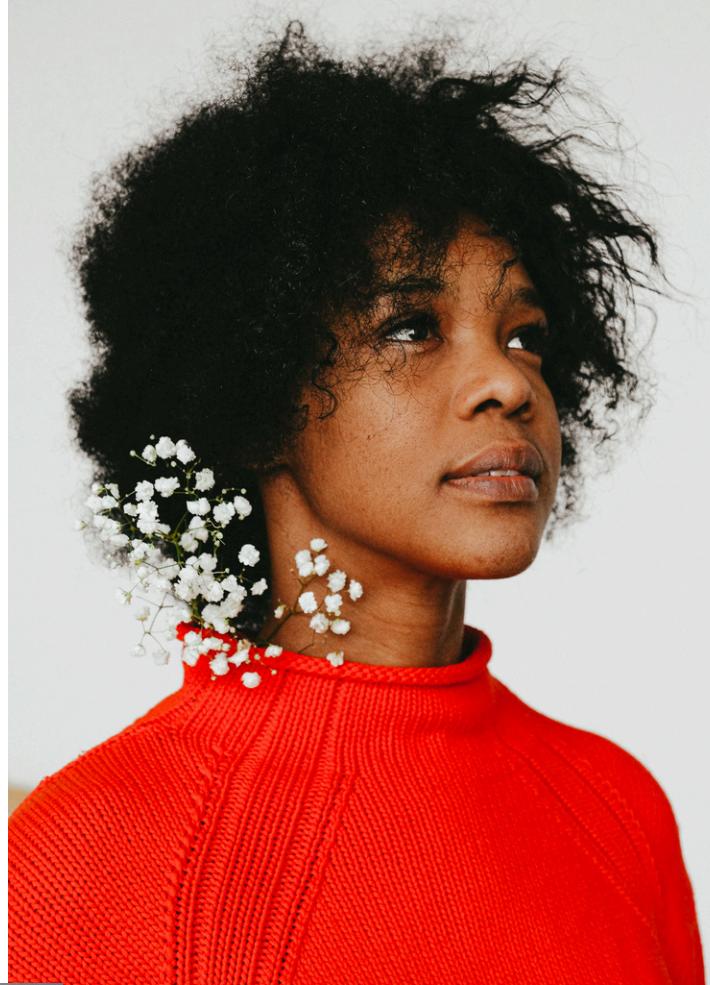
Racional  
Rápido

---



Emocional  
Rápido

---



**AS PESSOAS SEMPRE VÃO LEMBRAR  
da forma como você as fez sentir  
quando tratou com elas.**





**Conheça  
técnicas de  
comunicação**



**Tenha  
autocontrole  
e equilíbrio.**



# Carisma

- Nome da pessoa
- Repetir
- Sorrir
- Fazer o outro se sentir importante



Voz, postura  
e empatia.



**Adapte-se.**

# **TRAGO VERDADES**

**você não precisa ter uma opinião/resposta pronta sobre tudo**

**argumentar é diferente de se justificar**

“O que sabemos tem  
importância, mas quem nós  
somos importa muito mais.”

**Brené Brown**

Comunicação não  
é o que emitimos.  
Comunicação é o  
que chega!



# **Adquirindo novas habilidades sociais, emocionais e culturais**

Uma árvore tem sua raiz, mas ganha novos galhos e isso não a transforma em outra árvore.

Assim, não somos outra pessoa por termos desenvolvido habilidades a mais.





# EVITE!

- 1.GÍRIAS**
- 2.PALAVRÕES**
- 3.TERMOS INCOMUNS**
- 4.EXPRESSÕES INTIMAS**
- 5.TIQUES LINGUISTICOS**

**NEOCÓRTEX**

---

**RACIONAL  
PENSAR**



**EMOCIONAL  
OU LÍMBICO**

**SENTIR**

**INSTINTIVO  
AGIR**  

---

**REPTILIANO**

# Vícios que minam uma cultura saudável:

Desequilíbrio

Falta de Honestidade

Gatilhos Emocionais

Falha na análise de cenário

Aparência/ Forma

Inconstância

Embromation / Prolixidade



**Seus  
relacionamentos são  
a base do seu  
trabalho**

# Elementos universais para gerar rapport

## **Sorriso**

Chave universal do rapport, o sorriso transmite confiança e é um convite à interação interpessoal.

## **Otimismo**

O otimismo transmite firmeza e segurança.

## **Tratar a pessoa pelo nome**

Todos gostam naturalmente de ouvir o próprio nome, pois transmitem valorizados e reconhecidos.

## **Paciência**

Saiba ouvir o que a pessoa tem a dizer. Quando você entender o que seu cliente quer, poderá identificar seus reais desejos e valores.



# iscas argumentativas

A atenção se sustenta pela tensão e a tensão precisa ser obtida no início do discurso.

CITAÇÃO

DADOS NUMÉRICOS

PIADA

VISUALIZAÇÃO

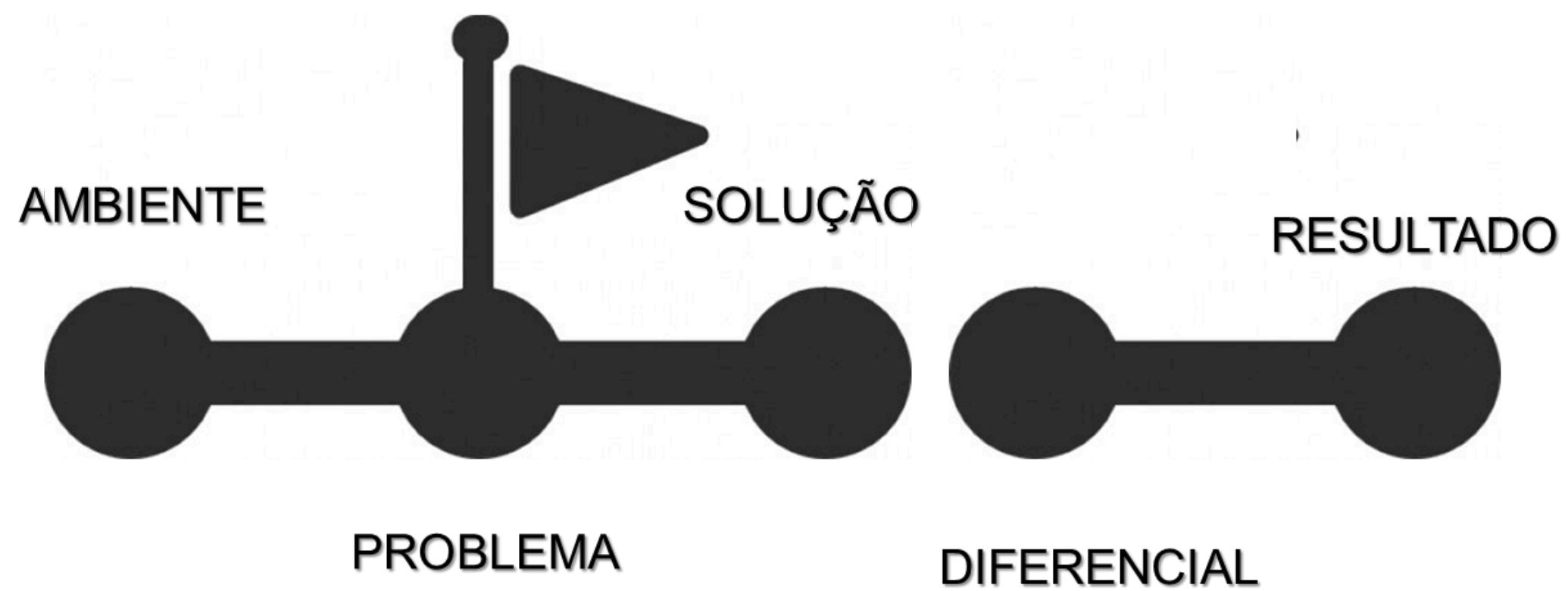
PERGUNTA

VISUALIZAÇÃO DA SITUAÇÃO

# **PITCH DE VENDAS**

1	ISCA DE ATENÇÃO- Qual seu gancho para capturar a atenção de sua audiência?
2	NECESSIDADE – Esclareça que problema você deseja resolver e como isso afeta diretamente a vida da sua audiência.
3	SOLUÇÃO – O que você pode fazer para mudar esse contexto? Aqui você pode usar o check-list ethos, pathos, logos (credibilidade, emoção e razão). É hora de caprichar nas provas e nas fontes.
4	VISUALIZAÇÃO – Conte para todos e os faça imaginar como seria diferente o contexto com a solução apresentada. Grandes estadistas e líderes inspiradores são experts na técnica de visualização.
5	CTA – O que você quer da audiência? Terminar uma apresentação com “bem, pessoal, é isso...” é o fim da picada! Você convida a se inscrever em um link? Assinar uma petição? Fazerem uma reflexão? Votarem em alguém? Clicarem em um botão? Do que você precisa?

# Pitch de vendas

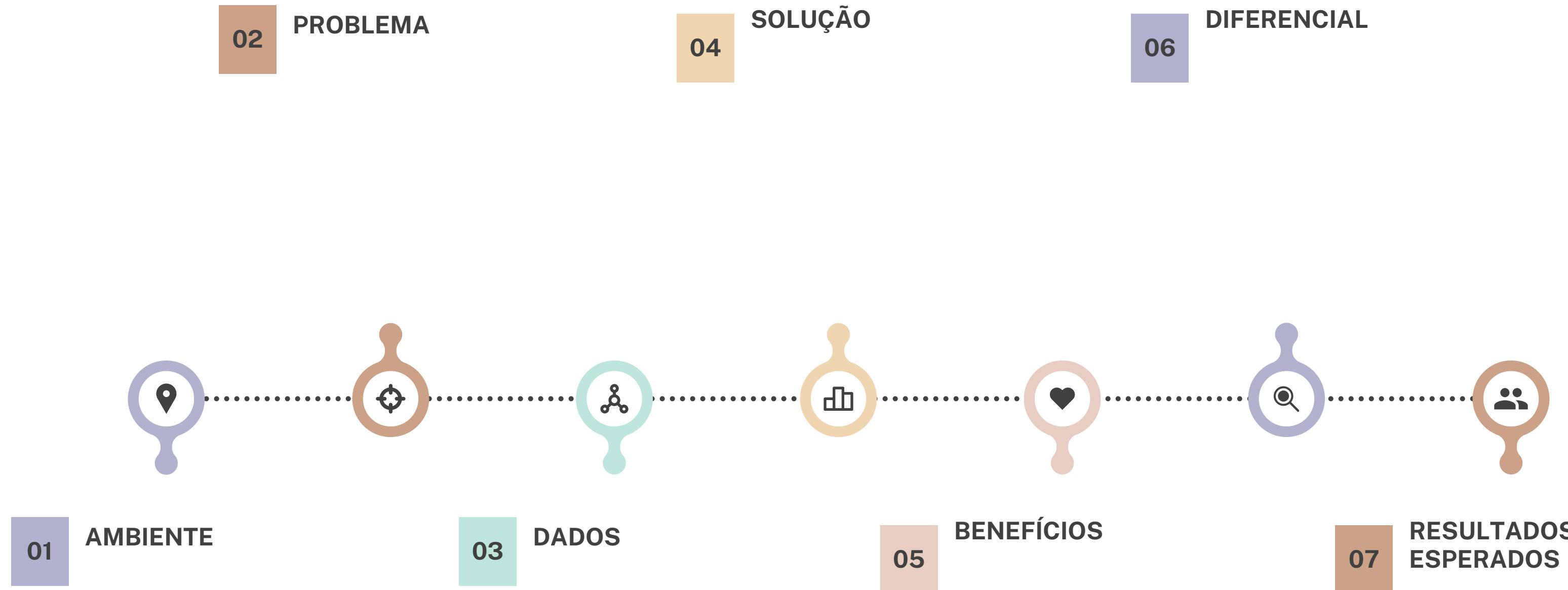


**CRIATIVIDADE**

Negócio:

Data:

# PITCH PARA APRESENTAÇÃO DE NEGÓCIOS



# Pratique intencionalmente

---

Seja simples  
Viva leve  
Perdoe  
Inove  
Experimente  
Ouse ter novos sonhos  
Conecte-se no *off line*  
Eleja quem fica ao seu lado  
Faça terapia  
Esforce-se!

# #obrigado

