

TECNOLOGÍA DE LA PERSUASIÓN / PERSUASION TECHNOLOGY

“Persuadir es generar experiencias sensoriales concretas que nos sean favorables”

PRE-SUASIÓN el preludio de la atención



¿Qué es?

- Preparar a los destinatarios para que ya estén receptivos a un mensaje antes de que este les llegue.

¿Cómo?

- Creación de “momentos privilegiados”.
Gestión de los “imanes atencionales”.



¿Qué me quieres decir con esto?

- Para conseguir lo que deseo no necesito alterar tus creencias con argumentos, sino guiar tu atención...

PERSUASIÓN de radio corto



(ELM) Elaboration Likelihood Model of Persuasion.

Dos rutas para cambiar actitudes:

1 RUTA CENTRAL:
cuando elaboro tu mensaje y sopeso tus razones para tomar una decisión.

2 RUTA PERIFÉRICA:
cuando se me convence mediante heurísticos o envoltorios.

Los 6 Principios Universales (all line) de la Influencia Social.



Automatismos que funcionan, nos han educado en ellos y al decidir nos evitan consumir energía mental.

Procesos de Influencia en las organizaciones (tendencias).

- Tácticas para dirigir. Patrones de influencia 360º.
- Técnicas de persuasión comercial B2B & B2C.
- Presentaciones persuasivas: de Aristóteles al “Discurso W. Disney”; el poder de la metáfora.

PERSUASIÓN de radio largo



Persuasión y mass media.

- Sensorialización de mensajes-audiencias.
- Advertising credibility.
- Retórica política.

@ Persuasión.

- La escalera digital al “sí”.
- Influencers y followers.



Persuasión cross cultural.

- Los patrones culturales de la mente.

Braininfluence y neuro-persuasión.



- The social media-brain vs the google-brain.
- Neurociencia: botones cerebrales y disparadores de emoción.