



Construção de argumentação

Por: Patricia Pêcego

jornada: Além dos 8 segundos de atenção
Data: 23/11/2021

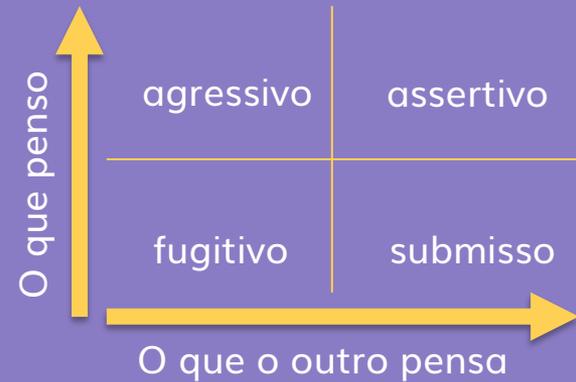
Inversão do processo

A empatia no processo de comunicação



CONEXÃO

ASSERTIVIDADE ESCUTA ATIVA



Como conhecer melhor o receptor?

**ESCUTA ATIVA,
OBSERVAÇÃO,
CURIOSIDADE E *UM
POUCO DE IMAGINAÇÃO***



Observação

Os 4 estilos de comunicação

Racional

- Valoriza os dados, os fatos, a organização, a lógica e a ordem.

Racional

Reflexivo

Reflexivo

- Valoriza as ideias, a criatividade, a originalidade e os conceitos

Pragmático

- Valoriza as ações, os resultados, as atitudes práticas e as decisões rápidas

Pragmático

Afetivo

Afetivo

- Valoriza as pessoas, os relacionamentos com os outros e o trabalho em equipe

Fatos X Interpretação



Observação

Fatos X Interpretação

90% do nosso sofrimento acontece por causa das nossas

INTERPRETAÇÕES

Se ater aos fatos traz mais
REALIDADE, CREDIBILIDADE

Muda o foco do ERRO para a NECESSIDADE

Tarefa

- Pensem em um tema que vocês gostariam de desenvolver uma abordagem atrativa. Saibam para qual público vocês querem comunicar.



O que é influência? Por que e como influenciar?

Para influenciar é necessário

argumentar

convencer

persuadir

Argumentar = Convencer + Persuadir

- Persuasão é uma das 10 habilidades mais importantes para o novo mercado de trabalho (Fórum Econômico Mundial)

Persuadir = entrar em um acordo equilibrado

Manipular = apenas um dos lados ganha

- Argumentar = Convencer + Persuadir

Convencer = razão

(dados e fatos)

30%

Persuadir = emoção

70%

(o que vamos ganhar e o que vamos perder se isto não acontecer)

Enquete:

Qual é a proporção de razão e emoção que eu devo ter em uma argumentação?

Argumentação para influenciar começa pelo pensamento assertivo: falar mais do outro e do que é importante para ele

1

- Público: quem é, o que sabe e o que pensa sobre o assunto?

2

- Quais são os pontos de conexão com o público? Como ele prefere?

3

- O que eu sei e o que eu penso sobre o tema? Como me sinto?

4

- Descrever assunto (o quê) e o objetivo

5

- Mensagens
- Evidências

6

- Benefícios para o público-alvo

6 passos

Exemplo

PÚBLICO

Colaboradores da Ambev de diversas áreas não estão cadastrados no MentorOn. Ideia nasceu dos colaboradores do RJ e veem como possibilidade de troca de boas práticas / achar experts em assuntos.

COMO ME CONECTO COM ELES?

Também sou colaborador da Ambev, algumas pessoas trabalham próximas a mim. O tema desenvolvimento profissional e troca de boas práticas são de comum interesse.

O QUE EU SEI E O QUE PENSO SOBRE O TEMA. COMO ME SINTO?

Existe muito conhecimento dentro da Ambev. São mais de 20 mil pessoas que podem se ajudar ao trocar este conhecimento e aprender uns com os outros. O aprendizado contínuo é parte da nossa existência. Ensinar fixa o aprendizado. Democratizar este conhecimento estimulando a troca irá fortalecer as pessoas e o ambiente colaborativo que a Ambev está trabalhando. O MentorOn veio para complementar o ecossistema de desenvolvimento da Ambev, a partir do interesse de cada um e da troca de conhecimento entre colegas, sem barreiras geográficas

Exemplo

DESCREVER ARGUMENTO / TEMA (O QUÊ)

A Ambev está pilotando uma solução conhecida como MentorOn para estimular a colaboração a partir da troca de conhecimento entre funcionários. O projeto piloto tem como objetivo entender a aplicabilidade da solução no dia a dia a partir da experiência do usuário. Por isso, é importante ter muitas pessoas participando. Para isso, basta baixar o aplicativo, se cadastrar e começar a utilizar sendo mentor e transmitindo o conhecimento que cada um tem ou sendo aprendiz a partir do interesse individual.

Exemplo

MENSAGEM 1

A ideia do MentorOn surgiu a partir da identificação que, na maioria das vezes, o conhecimento necessário para o enfrentamento de situações do dia a dia está dentro de casa, mas não é conhecida

Evidência 1 (dados e fatos)

Evidência 2 (situações reais)

MENSAGEM 2

O Mentor On possibilita a quebra de barreiras geográficas dentro da organização, ampliando o acesso a outras fontes de conhecimento.

Evidência 1 (dados e fatos)

Evidência 2 (situações reais)

MENSAGEM 3

O processo é autônomo. Mentor se inscreve conforme o seu conhecimento, aprendiz define mentor a partir deste conhecimento e ambos definem o processo que irão adotar.

Evidência 1 (dados e fatos)

Evidência 2 (situações reais)

Exemplo

BENEFÍCIOS E RESULTADOS ALCANÇADOS (POR QUE?)

Resolução de problemas com fontes de conhecimento conhecidas / crescimento do network interno / aprendizagem de forma autônoma e com colegas que vivem a mesma realidade / desenvolvimento pessoal e profissional / maior aprendizado sobre a organização

Atividade

Crie uma argumentação completa para o tema previamente pensado por você, a partir do modelo de criação de argumentação aprendido.

Você irá apresentar no próximo encontro.

PARTICIPANTE	TEMA	OBJETIVO	PÚBLICO
Camile	Cooperativismo	Ampliar número de cooperados	Não-cooperados
Valmir	Atendimento	Mostrar benefícios de ambos atendimentos	Cooperados (Presencial e Digital)
Camile e Valmir	Parceria Interna	Convencer as áreas sobre prazos / soluções	Áreas Internas da Cooperativa
Cavalcante	Parceria	Convencer a ser parceiro do pequeno varejo	Empresas Bens de Consumo (grandes)
Mayara	Captação de Recursos	Ampliar volume de doação	Pessoa física (seguidores do HdV)
Mayara	Investimento Social	Conquistar novos apoiadores e patrocinadores	Pessoa Jurídica (Resp. Social)
Wagner	Parceria	Conquistar clientes	Pessoa Jurídica (área de RH)
Rosi	História Profissional	Conquistar vaga no mercado	Recursos Humanos



Gratidão!

Preenham a avaliação

Acompanhem as atividades

Aguardem novidades



(11) 99900-0341



/COMPANY/
MARCAATIVA



@MARCAATIVA



PATRICIAPECEGO
@MARCAATIVA
.COM.BR



@MARCAATIVA



@MARCAATIVA