**TESTA IL TUO Q.P. (Quoziente di Persuasione)**

**1. Sei nell’ufficio acquisti di una importante società a cui vuoi presentare i tuoi prodotti/servizi. Ti trovi davanti al direttore in persona. Sulla sua scrivania noti una sua fotografia e ti accorgi che ha frequentato la tua stessa Università. Cosa fai?**

A) Accenni al fatto che avete frequentato la stessa Università, subito, mentre vi presentate.

B) Gli fai notare che avete frequentato la stessa Università, alla fine dell’incontro

C) Non ti piace fare riferimenti personali durante gli incontri di business quindi non dici nulla

sull’Università in comune

D) Citi questa esperienza in comune, solo se è il cliente a tirare fuori l’argomento

**2. Sei con il Consiglio di Amministrazione dell’azienda per cui lavori e stai tentando di convincere i presenti ad implementare un certo sistema di misurazione dei costi perché pensi che sia di sicuro interesse. Sai che il Consiglio vuole contenere i costi e per questo hai preparato 3 soluzioni alternative che soddisfino questa esigenza.**

**Quale strategia applichi per aumentare la probabilità che i membri accettino almeno una delle tue proposte?**

A) Presenti solo la soluzione meno costosa

B) Offri prima la soluzione di costo intermedio e poi chiedi al Consiglio se vogliono ascoltare la

soluzione meno costosa

C) Descrivi prima l’alternativa più costosa, poi passi a quella intermedia e solo infine descrivi

quella più economica.

D) Chiedi al Consiglio a quale soluzione sono più interessati e dopo che ti hanno risposto,

presenti quella più vicina alle loro richieste

**3. La tua azienda sta per lanciare un nuovo prodotto e il tuo capo ti chiede di prendere alcune decisioni marketing a riguardo. Ti propone due possibilità per stimolare l’interesse del mercato:**

**1) proporre un prezzo molto conveniente e limitarlo a pochi giorni**

**2) proporre lo stesso prezzo e limitarlo ad un ristretto numero di pezzi**.

**Secondo te …**

A) È più appetibile il prezzo basso valido per un periodo limitato di tempo

B) È più persuasivo il prezzo basso limitato ad un ristretto numero di pezzi.

C) Le due soluzioni persuaderanno i consumatori a comprare, entrambe nello stesso modo

D) Nessuna delle due offerte stimolerà gli acquisti

**4. Domani devi incontrare un cliente potenziale. Nella vostra conversazione precedente è emerso il suo vivo interesse per la tua proposta.**

**Allo stesso tempo sai che non rientra tra le sue priorità di acquisto, in questo momento.**

**Secondo la tua esperienza, quale tra i seguenti approcci persuaderà il cliente ad accettare la tua offerta, nel più breve tempo possibile?**

A) Puntare su cosa il cliente si perderà rifiutando la tua offerta.

B) Porre l’enfasi sui vantaggi e i benefici della tua offerta

C) Chiedere al cliente di sottolinearti tutte le sue obiezioni in merito alla tua offerta

D) Far sì che il cliente si impegni nell’accettarla e poi chiudere la vendita facendo leva sul

desiderio del cliente di essere coerente con l’impegno assunto

**5. Immagina di essere un candidato politico che ha appena fatto una mossa falsa perdendo credibilità con il pubblico. Ora immagina di voler recuperare la fiducia persa, promettendo di risolvere i problemi e le ingiustizie della sua città. Anche il tuo principale avversario ha puntato sulla stessa strategia in passato. Nell’iniziare il tuo prossimo discorso politico, su quale di queste affermazioni faresti propaganda, per recuperare credibilità?**

A) Il mio concorrente “non è andato molto lontano” nella lotta contro le ingiustizie

B) Ho già ottenuto il consenso di molti nella lotta contro le ingiustizie

C) Anche se il mio avversario ha una buona reputazione nella lotta contro le ingiustizie…

(parli prima dei punti di forza del concorrente e subito dopo evidenzi quanto sei più forte tu).

D) La lotta contro le ingiustizie è un’area critica di questa Nazione.

**6. Immagina di essere un consulente finanziario. Hai un giovane cliente che a tuo avviso potrebbe rischiare un po’ di più nei suoi investimenti, per avere maggiori guadagni. Per persuaderlo ad aumentare il suo profilo di rischio e a guadagnare di più, su cosa fai leva?**

A) Sul fatto che molti altri come lui hanno peccato di eccessiva cautela (fai leva sulla riprova

sociale)

B) Su ciò che potrà guadagnare esponendosi di più (fai leva sul desiderio di ricchezza)

C) Su ciò che perderà se continua ad investire in questi titoli così poco remunerativi (fai leva sul senso di perdita).

D) Sull’importanza, nell’attività di consulenza finanziaria, di fare gioco di squadra

**7. Vuoi vendere i tuoi servizi professionali ad un’azienda di medie dimensioni che produce software. Loro non hanno mai comprato da te e sono incerti se restare fedeli al precedente**

**fornitore oppure cambiare, e concludere l’affare con te. Sarai più persuasivo se ...**

A) Fornirai una testimonianza della Microsoft che utilizza quotidianamente i tuoi servizi

B) Fornirai una lista completa di tutti i tuoi clienti

C) Parlerai del fatto che i tuoi clienti sono soddisfatti dei tuoi servizi, senza fare nomi particolari, per questioni di privacy

D) Fornirai le testimonianze delle aziende di medie dimensioni, tue clienti, che producono

Software.

**8. Devi fare una presentazione o un annuncio importante e hai appena ricevuto una nuova informazione su ciò che devi dire…qual è il momento giusto per introdurre quella novità?**

A) All’inizio della presentazione, per creare curiosità.

B) Durante la presentazione per catturare l’attenzione dei distratti

C) Alla fine, cosi la notizia rimarrà più impressa al pubblico

D) Non dovresti far riferimento al fatto che ciò che stai dicendo è una notizia nuova

**9. Il tuo capo ti ha chiesto di motivare la forza vendita affinché venga raddoppiato il fatturato annuale. Ti ha detto anche di fissare degli obiettivi per i venditori e di misurarne i risultati.**

**A tuo avviso, quale tra le seguenti strategie è quella più efficace per spronare i venditori a fare del loro meglio?**

A) Impostare per ogni venditore un obiettivo diverso, basato sul fatturato personale generato

l’anno precedente, ed informare ciascuno degli obiettivi dell’altro

B) Lasciare libero ogni venditore di fissarsi il proprio obiettivo personale e mantenerlo privato

C) Chiedere ad ogni venditore di dichiarare pubblicamente il proprio ragionevole obiettivo per

l’anno in corso.

D) Fissare per ogni venditore un obiettivo molto alto, praticamente irraggiungibile e comunicarlo singolarmente a ciascun venditore in modo che resti privato

**10. Ultimamente in ufficio ci sono spesso frizioni tra i tuoi collaboratori, e quindi decidi di fissare un meeting per ristabilire un clima di lavoro più produttivo e stimolante. La tua idea è quella di premiare ogni collaboratore per il proprio contributo e per l’impegno che mostra verso l’azienda.**

**Quale strategia decidi di implementare per ottenere il risultato desiderato?**

A) Fai ad ogni collaboratore lo stesso regalo, un regalo costoso su cui è impresso a caratteri

cubitali il logo dell’azienda

B) Non fai un regalo fisico piuttosto li ringrazi per il loro contributo

C) Fai ad ogni collaboratore un regalo diverso e personalizzato. Il regalo in sé non vale chissà

quale cifra economica ma ha piuttosto un forte significato ‘emotivo’.

D) Fai il regalo solo a quei collaboratori che hanno compilato la scheda di valutazione sulla

qualità dell’incontro