Perswazja a manipulacja

MODUŁ 5

Czym jest wpływ społeczny?

- Perswazja = przekonywanie z poszanowaniem klienta.
- Manipulacja = wpływanie dla własnej korzyści kosztem klienta.
- W sklepie obuwniczym: etyczna rekomendacja vs fałszywa presja.

Zasady wywierania wpływu (R. Cialdini) - przypomnienie

1. Wzajemność – klient docenia uprzejmość.
2. Zaangażowanie – chcemy być konsekwentni.
3. Społeczny dowód słuszności – robimy to, co inni.
4. Autorytet – ufamy ekspertom.
5. Sympatia – kupujemy od lubianych.
6. Niedostępność – cenne to, co rzadkie.

Manipulacja w reklamie i sprzedaży

- Greenwashing – udawanie ekologii.
- Fałszywe promocje.
- Szantaż emocjonalny.
- Ukryte koszty.

Perswazja w komunikacji online

- Klient analizuje opinie i komentarze.
- Uczciwa komunikacja = lojalność.
- Unikaj clickbaitów.
- Buduj relację

Etyczna komunikacja ekologiczna

- Informuj o realnych działaniach firmy.
- Używaj faktów, nie haseł.
- Unikaj greenwashingu.