



## Vendendo Trator Limpa-Neve para Havaianos

### Objetivo desse Jogo

As pessoas emocionalmente inteligentes são capazes de transmitir mensagens claras e convincentes, que estimulam a abertura e a receptividade nos seus ouvintes. Este jogo vai ajudar os alunos a praticar habilidades de persuasão e empatia. Como? Na mais difícil de todas as situações: vendendo o invendável!

**Duração:** 30 minutos

**Material** (ao final do documento para impressão)

- Cartões Limpa-Neve Para Havaianos

### Sugestão para uma introdução divertida

"Algumas pessoas são pouco claras sobre o conceito quando tentam vender seus produtos. Já ouviu falar de uma empresa que anunciava seu produto como "Bom como qualquer outro, melhor do que alguns " ? Uma estação de rádio de Chicago tem o seguinte lema: "De todas as estações de rádio em Chicago, nós somos uma delas." Olhem o grau de loucura publicitária... E o anúncio de uma comédia musical: "Você vai rir até você parar. "

Podemos dizer com certeza que, se você quer ser persuasivo, você precisa trabalhar bem mais para transmitir uma mensagem convincente aos seus clientes. Vamos praticar isso agora ...

### COMO JOGAR

1. Converse com seus alunos sobre um conceito-chave da inteligência emocional: " **A capacidade de compreender as perspectivas dos outros e alinhar as suas próprias metas com os valores e objetivos da outra pessoa.** " Pessoas que se destacam nesta capacidade influenciam outras com sucesso. Elas têm alto poder de persuasão. Elas poderiam vender limpa-neves para havaianos!
2. Diga aos alunos que eles são todos parte de uma equipe de publicitários de primeiro time de uma famosa empresa de publicidade. Esta empresa é conhecida por ter clientes difíceis e produtos inusitados.

3. Divida os alunos em trios e dê a cada grupo um Cartão Limpa-Neve Para Havaianos. Cada cartão nomeia o produto e o público-alvo específico para quem esse produto deve ser vendido. O problema é que, superficialmente, não parece nem um pouco que esse público-alvo precise desse produto. De fato, superficialmente, parece que esse público-alvo rejeitaria o produto de cara. O desafio de cada grupo é ser criativo, inventar novas utilidades para o produto, e vender o invendável!
4. Cada grupo deve produzir uma propaganda de rádio de um minuto para vender seu produto para seu público-alvo. O comercial deve abordar três pontos:
  - a. como o produto vai tornar a vida melhor para esse público-alvo;
  - b. como esse público-alvo pode usar o produto de maneiras criativas, inusitadas e úteis;
  - c. como o produto corresponde de alguma forma a objetivos e valores exclusivos desse público-alvo.
5. Dê aos grupos 15 minutos. Os grupos devem primeiro discutir os pontos listados na etapa 4 e, em seguida, escrever uma peça publicitária de um minuto que aborde esses pontos de forma convincente e persuasiva.
6. Cada grupo vai ler seu anúncio de rádio para o resto da turma, como se a turma fosse seu público-alvo. Os alunos devem ouvir o anúncio, colocando-se na posição e mentalidade do público-alvo em questão. Os alunos irão avaliar o sucesso do anúncio, utilizando como critério o quanto o anúncio combina com o produto, e a criatividade nas suas novas formas inusitadas de utilização.
7. Parabenize todos, e puxe os aplausos.

## **PERGUNTAS PARA DEBATE**

- Nesta atividade, por duas vezes você foi convidado a adotar a perspectiva do outro. A primeira vez foi se colocando no lugar do seu público-alvo e vendo o seu produto pelos seus olhos. A segunda foi quando você estava ouvindo o anúncio de rádio a partir da perspectiva de um público-alvo diferente. O que você fez, para conseguir ver o mundo a partir da perspectiva do outro? O quão difícil ou fácil foi para você?

- O quão é difícil ou fácil para você entender a perspectiva de outra pessoa na vida real? Como a empatia pode mudar o seu relacionamento com colegas, professores e familiares?
- O que você acha que deve deixar de lado para poder ter empatia por pessoas das quais você discorda?
- Que estratégias sua equipe usou para vender este produto? O que você imagina sobre as necessidades, pensamentos ou valores de seu público-alvo?
- Você já esteve em situações onde sentiu que suas metas e as metas da outra pessoa simplesmente não combinavam? Como as habilidades que você aprendeu nessa dinâmica poderia ter te ajudado nessa situação? O que você poderá fazer de diferente, se você estiver diante de uma situação semelhante no futuro?

## **CARTÕES LIMPA-NEVE PARA HAVAIANOS**

Tacos de golfe para Administradores de Hospital

Cadeiras de Praia para Companhias Aéreas

Cachorro Quente para Vegetarianos

Chicletes para Associação dos Professores

Máquinas de Escrever para Companhia de Alta Tecnologia

Detector de Mentiras para Equipe de Partido Político

Viagem à Disney para Músicos da Orquestra Sinfônica Nacional

Gramado para Moradores de Apartamentos

Vitaminas para Agente Funerário

Cigarros para Atletas