



## Le strategie di persuasione di Tom Sawyer

### Ovvero come imparare a fare business da un simpatico monello

Il cuore della [Programmazione neuro linguistica](#) (PNL) è il modellamento, cioè la possibilità e la **capacità di imparare, facendole proprie, le strategie di eccellenza utilizzate da persone di successo**, reali o inventate.

In questo caso, ad esempio, ci viene in aiuto Tom Sawyer, il pestifero ragazzino creato da Mark Twain, protagonista del brano “Un lavoro di tutto riposo”, brano che trovate inserito in questa stessa newsletter. Tom, infatti, rappresenta un efficace modello per aiutarci ad imparare strategie utili su come usare la comunicazione persuasiva e le giuste leve della motivazione per ottenere qualcosa che ci interessa.

Dopo aver letto il brano, vi invito perciò a rispondere a questa semplice domanda: “Cosa si può imparare sulla persuasione, sulla motivazione ma anche sul business da un esempio decisamente originale e poco canonico, come il protagonista del racconto?”

Dal mio punto di vista, ho estrapolato alcuni insegnamenti, che vi propongo come stimoli di riflessione. Ecco, quindi, le strategie vincenti di Tom:

#### 1. **Fare domande, piuttosto che suggerire soluzioni**

Nel caso specifico, Tom Sawyer, piuttosto che affermare con forza che a Ben Rogers sarebbe piaciuto pitturare lo steccato oppure dire “preferisco lavorare”, chiede al suo amico: “Tu che cosa intendi per lavoro?”. Con questa domanda, spiazza il suo compagno di giochi e lo porta a indebolire le sue certezze.

#### 2. **Cambiare prospettiva**

Dicendo “Non capita tutti i giorni di poter imbiancare uno steccato”, Tom trasforma il significato del suo impegno da lavoro ad avventura esclusiva e, in un certo senso, creativa; da fatica, difficoltà a sfida avvincente.

#### 3. **Dare valore a ciò che si vuole proporre, creare l'idea dell'esclusiva**

“No, non posso davvero, zia Polly ci tiene molto a questo steccato...”; “Sì, il lavoro deve essere fatto alla perfezione. Non c'è ragazzo su mille, su duemila, forse, che sappia imbiancarlo come si deve.”; “Anche Jim voleva provare ma lei (zia Polly) non ha voluto...”.

#### 4. **Estendere il business, allargare il campo di applicazione dell'idea vincente**

Anziché limitarsi a riposare un po', per poi riprendere a tinteggiare quando Ben Rogers si fosse stancato, Tom Sawyer decide di sfruttare l'effetto imitazione per continuare a dipingere lo steccato, guadagnando anche altre cose di valore per lui... Perché mettere un freno, infatti, se si può ottenere di più?

Forse anche voi siete arrivati a individuare queste stesse strategie di persuasione o, magari, forse, a riconoscerne delle altre, altrettanto efficaci.

In quest'ultimo caso, oppure se avete un vostro metodo personale per essere convincenti nella comunicazione e avete voglia di dividerlo, scrivete il vostro post nella mia pagina di [Facebook](#): potrà essere l'inizio di un interessante dibattito con tutti gli amici presenti in questo divertente social network.

*Massimo Fancellu*