

La Persuasione nella negoziazione - Step 5

Gli effetti persuasivi del linguaggio figurato

Come sappiamo, nel lavoro del Valutatore Immobiliare – dalla presentazione della stima alla conduzione di una trattativa complessa – la competenza tecnica è indispensabile, ma non sempre sufficiente. Chi interagisce con noi sulla base del nostro elaborato, infatti, non ragiona soltanto con i dati: ragiona anche con immagini, sensazioni, analogie. Ecco perché il linguaggio figurato è uno degli strumenti più potenti nella comunicazione professionale.

L'uso di Metafore, similitudini e immagini sono veri acceleratori di comprensione. Rendono visibile ciò che normalmente è astratto: valore, rischio, equilibrio economico, scenari di mercato.

Anche i migliori negoziatori lo sanno: se il tuo interlocutore riesce a visualizzare ciò che stai dicendo, è già a metà strada verso l'accordo. Le ricerche riportate in *Instant Persuasion* sono chiare: il cervello umano memorizza con facilità ciò che può immaginare e fatica a trattenere concetti astratti.

Gli approcci persuasivi del linguaggio figurato

Ecco perché il linguaggio figurato funziona davvero...

“Questa proposta è un ponte tra le parti.” → una immagine immediata, solida, evocativa.

“Questa proposta facilita la collaborazione reciproca.” → corretto ma neutro, non lascia un'impronta.

Ecco la differenza: **un'immagine crea aderenza**, un concetto apatico crea distanza.

Un esempio tipico, quando un conduttore chiede la riduzione del canone in una revisione del canone (a Milano Corvetto o a Torino Santa Rita), è naturale che il proprietario percepisca la richiesta come una perdita: *“Non stiamo svalutando il bene: stiamo alleggerendo una bilancia già carica, così da mantenerla stabile e in equilibrio più a lungo.”*...è enormemente più efficace di: *“Una riduzione del canone permette la continuità contrattuale.”*

La **metafora della bilancia comunica equità**, stabilità, tenuta nel tempo: concetti che parlano da soli. Un esempio pratico, che mi sento di portare in questo articolo, è come si negozia anche nel quotidiano, ovvero nel presentare, per noi, una perizia al cliente: quando consegna la valutazione di un appartamento in un contesto dinamico (es. come Firenze – Campo di Marte o Bologna – Mazzini), puoi incontrare clienti che considerano la stima “un documento statico”.

E quindi invece di affermare: *“La perizia è aggiornata periodicamente.”* È molto più efficace dire che: *“Una valutazione non è una fotografia da mettere in un cassetto, ma un film che segue passo dopo passo l'evoluzione della realtà del mercato.”*

L'immagine del film introduce l'idea che **la valutazione vive, si adatta, accompagna.**

Altra cosa a noi professionisti cara (... e di cui abbiamo sempre bisogno!) è il tempo.

Spiegare la necessità di avere il tempo necessario per stilare una Due Diligence completa di immobili complessi (es. a Roma Garbatella o Genova Castelletto), le verifiche urbanistiche richiedono tempo.

E quindi è molto incisivo asserire che: *“Una Due Diligence è come una TAC dell'immobile: serve a vedere ciò che l'occhio non coglie. Senza, rischiamo di ignorare dettagli che domani possono diventare situazioni problematiche”* anziché giocarsela con un telegrafico *“Occorrono verifiche tecniche approfondite.”*

Anche aiutare un proprietario a comprendere il gap tra prezzo richiesto e valore di mercato, può occorrere, se un venditore di un immobile a seguito della nostra valutazione non accetta un adeguamento di prezzo, possiamo evitare scontri dicendo: *“Il mercato è una corrente. Possiamo nuotare controcorrente, ma consumeremmo tempo e opportunità. Meglio posizionarsi nella corrente giusta, quella che porta gli acquirenti verso di noi.”*

La **corrente spiega, senza giudicare**, perché conviene adeguarsi ai valori di mercato.

I vantaggi concreti del linguaggio figurato

Usare il linguaggio figurato in modo professionale permette di semplificare concetti complessi senza svilire il contenuto tecnico e allo stesso tempo ridurre incomprensioni in trattative delicate. Quindi permette di creare sintonia emotiva e fiducia e anche di aumentare autorevolezza percepita: chi sa spiegare bene, viene considerato competente.

Nella negoziazione immobiliare, questa differenza è decisiva: tra essere ascoltati ed essere ricordati.

Il linguaggio figurato non sostituisce i dati, li valorizza.

È uno strumento che ogni negoziatore (e Valutatore!) dovrebbe integrare nelle proprie procedure professionali per trasformare analisi tecniche in messaggi chiari, solidi e memorabili.

Stay tuned on E-Valuations!

