

Золотая книга убеждения. Излучай уверенность, убеждай окружающих, заводи друзей

Автор:

[Ноа Гольдштейн](#)

Золотая книга убеждения. Излучай уверенность, убеждай окружающих, заводи друзей

Ноа Гольдштейн

Роберт Б. Чалдини

Стив Мартин

Психология влияния

Мы все хотим слышать «да» в ответ на наши просьбы или предложения. Жена ждет от мужа согласия в вопросе воспитания детей. Подчиненный надеется, что начальник одобрит его идею. Друг рассчитывает на помощь своих товарищей в трудную минуту. «Да» делает нас счастливыми, позволяет чувствовать себя значимыми и ценными. Так как же стать настолько убедительным, чтобы получать от окружающих все, что вам нужно?

Книга также выходит под названием «Будь тем, кому всегда говорят ДА. Черная книга убеждения».

Роберт Чалдини, Стив Мартин, Ноа Гольдштейн

Золотая книга убеждения. Излучай уверенность, убеждай окружающих, заводи друзей

Robert Cialdini, Steve Martin and Noah Goldstein

THE LITTLE BOOK OF YES

Copyright © Noah J. Goldstein, Steve J. Martin, Robert B. Cialdini 2018

© Андреев А.В., перевод на русский язык, 2019

© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2019

Предисловие

Джон Леннон говорил, что влюбился в Йоко Оно, когда в ноябре 1966 года увидел ее инсталляцию в лондонской художественной галерее «Индика». Чтобы разглядеть произведение, нужно было подняться на стоящую в полумраке шаткую лестницу. А затем, стоя наверху, посмотреть в глазок. Там мелкими буквами было напечатано одно-единственное слово.

Это было короткое, часто используемое слово. Однако оно настолько поразило Леннона, что он задумался: кто эта женщина, придумавшее такое? В постоянно меняющемся и нестабильном мире он почувствовал исцеляющую силу этого слова.

Очень многие могли бы подумать, что музыкант увидел «любовь». Но это было не так. Это было слово, которое, бесспорно, имеет отношение к любви, но является еще более часто используемым в самых разных социальных контекстах.

Этим словом оказалось «да».

«Да» способствует созданию и развитию отношений. Оно мотивирует нас на то, чтобы мы учились и открывали новые горизонты. Оно дает «добро» на осуществление проектов и планов, на то, чтобы мы использовали представившиеся нам возможности. «Да» побуждает человека идти на контакт с другими.

Все мы прекрасно знакомы с разочарованием, которое несет слово «нет». Несмотря на то что «да» – простое и короткое слово, услышать его от окружающих иногда бывает не так-то просто. Чтобы чаще слышать его от окружающих, нужно уметь убеждать их.

Эта книга состоит из двадцати одной короткой главы. Чтение каждой из них займет от пяти до десяти минут. В каждой из глав описан тот или иной аспект создания стратегии убеждения.

Уроки, которые вы почерпнете из этой книги, и выводы, которые сделаете, можно использовать в любой конкретной жизненной ситуации.

Вы можете пытаться «склеить» или улучшить отношения или просить у начальства поднять вам зарплату. Вы можете спорить с человеком в Twitter, просить о помощи у соседа или члена семьи или убеждать друга сделать что-то так, а не иначе.

Искусству убеждения можно научиться.

Иногда кажется, что кто-то имеет врожденный талант убеждения и влияния на окружающих. Но это совершенно не значит, что все остальные должны покориться судьбе и смириться с мыслью о том, что они не в состоянии убедить других. На протяжении нескольких десятилетий исследователи изучали принципы, методы и стратегии убеждения, которые действительно работают.

Авторы этой книги – всемирно известные специалисты, владеющие методиками эффективного убеждения. На этих страницах они предложат проверенные техники, которые помогут вам быть более убедительным и добиваться того, чего вы хотите.

В этой книге затрагивается целый ряд эффективных и этически корректных методов убеждения.

Например, в главе 13 под названием «Комплименты» описаны способы убеждения, с помощью которых вы можете повлиять на несговорчивого коллегу по работе. В главе 18 «Сравнение» даются советы, как наиболее эффективно вести переговоры и договариваться с людьми.

Каждый из принципов, изложенный в двадцати одной короткой главе этой книги, поможет стать более уверенным в себе, убедить тех, кто колеблется, расположить к себе окружающих, а также изменить сложившееся в обществе представление о вас.

Вы можете прочитать эту книгу от корки до корки за один присест или знакомиться с ее содержанием постепенно. Но ее авторы абсолютно уверены в том, что в результате вы станете чаще слышать слово «да» в личной жизни и на работе.

Одно небольшое предупреждение. Если один раз вам удалось убедить собеседника, это совершенно не значит, что в будущем вы будете слышать от него только положительные ответы.

Когда человек понимает, что его заставили согласиться нечестными способами, обманули его ожидания и «развели», он больше не будет соглашаться с тем, кто его подвел. Поэтому, чтобы постоянно слышать магическое «да», вам необходимо со всей ответственностью отнестись к использованию этих методов и технологий.

Возможно, одну из самых известных песен Леннона, «All You Need Is Love» («Все, что вам нужно, это любовь»), надо было назвать «All You Need Is Yes» («Все, что вам нужно, это ответ «Да»).

Ответственно используйте изложенные в книге принципы – и вы сможете слышать слово «да» гораздо чаще.

Давать

Если вы даете людям то, что они хотят, то на один шаг приближаетесь к тому, чего хотите добиться сами.

Результаты различных исследований неоднократно доказывали, что щедрость – это качество, которое очень помогает в жизни.

После того как человек дарил подарки, оказывал окружающим поддержку, помогал советом или делился полезной информацией, его начинали больше ценить. Более того, такой человек, по мнению исследователей, ощущал себя лучше и получал больше удовлетворения от жизни.

То, что вы кому-то что-то даете, имеет прямое отношение к тому, насколько убедительным вы являетесь. Причина очень проста.

Те, кто получил помощь, в будущем гораздо охотнее предоставляют ее в ответ.

Мы говорим о принципе взаимности и о том, что люди готовы отплатить той же монетой, то есть вести себя по отношению к человеку так, как он вел себя ранее по отношению к ним самим.

Этот принцип заложен в основу любого человеческого общества, членов которого обучают следовать ему с самого раннего детства. Ваши родители наверняка учили вас «обходиться с окружающими так, как вы хотели бы, чтобы обходились с вами самими». А ваши бабушки и дедушки наверняка говорили об этом принципе человеческого взаимодействия вашим родителям. Причина того, что поколения людей придерживаются этого морального закона, очень проста. Его соблюдение помогает людям более эффективно обмениваться ресурсами, которыми они располагают. В результате это приводит к увеличению и расширению сотрудничества, эффективности действий каждого из участников процесса, создаются прочные, взаимовыгодные связи.

Представьте себе простую ситуацию. Ваш сосед приглашает вас на вечеринку. И рассчитывает получить приглашение от вас, когда вы будете что-нибудь праздновать.

Именно так создаются крепкие человеческие отношения.

Коллега по работе соглашается вам помочь в сложную минуту (советом, информацией или собственным вкладом в ваш проект), потому что рассчитывает, что в будущем вы сами не откажете ему в помощи. Вы можете подумать, что жизнь устроена крайне цинично, а оказывающие помощь люди думают исключительно только о себе.

Вполне возможно, что частью людей движут именно такие мотивы, но сейчас мы говорим не об этом.

Принцип взаимности начинает работать, когда вы щедро делитесь чем-то.

Взаимность активируется в момент, когда человек оказывает помощь или производит любое другое конструктивное действие. То, что один из участников процесса что-то проактивно дал или предоставил, ставит получателей услуги в положение обязанных поступить так же.

Возникает социальное обязательство, и люди-получатели помощи или услуги с гораздо большей вероятностью скажут в будущем «да» тому, кто им эту услугу или помощь предоставил.

Социальное обязательство подменяет ситуацию осознанного решения, что и приводит к согласию.

Этот принцип прекрасно понимают маркетологи. Несмотря на то что бесплатный «пробник» товара или мобильное приложение не заставят всех протестировавших совершить покупку, значительная часть людей почувствует

себя обязанной компенсировать компании и полученный пробник или приложение. Этот принцип используют работающие в фондах благотворительности люди, осознающие, что набор открыток может подтолкнуть людей на то, чтобы они сделали пожертвование.

Пожертвования Американской ассоциации инвалидов-ветеранов увеличились почти в два раза после того, как адреса и фамилии получателей на конвертах писем с просьбами о финансовой помощи начали писать от руки.

Не будем утверждать, что помощь или подарок станут гарантией лояльности в будущем. Если к вам на улице подойдет незнакомец и предложит денег, вы вряд ли их примете, справедливо подозревая, что все это, скорее всего, сплошное надувательство. Но если вы даете или дарите искренне, без задней мысли и с определенной персонификацией, можно не сомневаться в том, что получатель запомнит ваш жест и будет готов помочь в будущем.

В нашем перегруженном информацией мире, в котором мы получаем огромное количество неперсонализированных сообщений, даже минимальная уникальность сообщения выделяется и запоминается. Психолог Рэнди Гарднер в два раза увеличил количество людей, согласившихся пройти опрос, всего лишь приклеив к письму стикер, на котором от руки написал имя и короткое сообщение адресату. Действительно, конверт с написанным от руки адресом и именем получателя выгодно выделяется среди массы остальной корреспонденции с большим количеством счетов и писем с предложением потратить деньги. Если адрес и имя на конверте написаны от руки, значит, кто-то потратил на это время и персонализировал свое послание. Благодаря такому подходу человек сделал шаг в вашу сторону и таким образом побудил серьезно отнестись к тому, что он пишет, и, возможно, отреагировать на содержание письма.

По поводу принципа взаимности стоит хорошо запомнить следующее: только те, кто первым предлагает свою помощь и персонализирует свое предложение, являются теми, кто в состоянии убедить друзей, знакомых и коллег.

Поверьте, что умеющими наиболее эффективно убеждать людей являются не те, кто думает: «Кто может мне помочь?», а те, кто думает: «Кому я могу помочь?»

Советы

? Подумайте о человеке, которого вы бы хотели убедить, или который, как вам хотелось бы, мог бы для вас что-нибудь сделать. Что вы можете сделать для него, чтобы он оказался вам обязан?

? Подумайте о том, как персонализировать вашу просьбу: написать рукописное письмо или позвонить человеку, вместо того чтобы писать ему e-мейл.

? Заведите новую привычку и начинайте думать «Кому я могу помочь?», вместо того чтобы задаваться вопросом «Кто же может помочь мне?».

Обмен

Создайте вокруг себя культуру выгодного взаимобмена, от которого выигрывают все участники, включая вас самих!

Вы не замечали, что вскоре после того, как какой-нибудь водитель пропустил вашу машину в очереди вперед, вы, скорее всего, захотите пропустить впереди себя другого автомобилиста? Это происходит не каждый раз после того, как вас пропустили, но все-таки происходит. В данном случае ключевым является временной фактор. Если буквально через несколько секунд после того, как вас пропустили, вам предоставляется такая же возможность, то вы, скорее всего, так и поступите.

Такие действия являются принятой в обществе нормой поведения, а также в некотором роде разновидностью принципа взаимности. Мы говорим «в некотором роде», потому что на самом деле это все-таки разные вещи. Коллега по работе, тратящий свое время на то, чтобы помочь вам сделать ваш проект,

делает это исходя из предположения, что в будущем вы окажете ему подобную услугу. Сосед, который вызывается присмотреть за вашим домом, пока вы находитесь в отъезде, исходит из того, что сможет рассчитывать на то, что вы поступите так же, когда он уедет в отпуск.

Когда автомобилист пропускает ваш автомобиль, вам сложно заплатить услугой за услугу, потому что вы находитесь впереди его. Впрочем, это совершенно не значит, что вы не постараетесь отблагодарить этого водителя: мигнете «аварийкой», покажете большой палец или членораздельно произнесете губами «спасибо» в надежде на то, что водитель видит вас в вашем зеркальце заднего вида. Кроме всего перечисленного, вы, вероятно, постараетесь оказать такую же услугу другому водителю.

Когда мы не в состоянии отблагодарить за полученную услугу, мы сами оказываем эту услугу другим людям.

Подобное поведение положительно сказывается не только на городском движении и поведении в пробках, оно помогает строить отношения, дает возможность использовать успешные стратегии убеждения, что на руку всем нам.

В ряде крупнейших телекоммуникационных компаний были проведены исследования – ученые хотели выяснить, насколько часто сотрудники оказывали различные услуги своим коллегам. Фиксировали и изменение социального статуса тех, кто чаще всего помогал.

Оказалось, что сотрудники, щедро предлагающие помощь и жертвующие своим временем ради коллег, больше ценятся людьми и являются более популярными.

Зачастую эти люди менее продуктивны в своих непосредственных задачах, чем их коллеги. Понятное дело, что если вы тратите время на помощь другим, на вашу собственную работу у вас остается меньше времени.

К счастью, исследователи смогли выделить группу сотрудников, помогающих коллегам, повышая таким образом свой социальный статус, и при этом успешно выполняющих собственную работу. Как им это удавалось? Были ли они суперменами и супервуменами? Ни в коем случае.

Конец ознакомительного фрагмента.

Купить: <https://tellnovel.me/ru/noa-goldshteyn/zolotaya-kniga-ubezhdeniya-izluchay-uverenost-ubezhday-okruzhayuschih-zavodi-druzey>

Текст предоставлен ООО «ИТ»

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию: [Купить](#)