

Убедить ЗА МИНУТУ ►

10 ШАГОВ
К ДОСТИЖЕНИЮ ЦЕЛИ

The
bestselling
iTunes
author

Тони
Райтон

Тони Райтон

Убедить за минуту. 10

шагов к достижению цели

Издательский текст

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=6707055

Убедить за минуту. 10 шагов к достижению цели: Центрполиграф; М.;

2014

ISBN 978-5-227-04965-0

Аннотация

Эти супербыстрые, легкие и эффективные стратегии научат вас, как заставить людей мгновенно отвечать вам «да». Ваши презентации станут более авторитетными, ваши аргументы – более убедительными. Даже в Facebook для вас откроется новый путь. Начинать прямо сейчас, вы убедитесь, что каждая техника потребует не больше минуты вашего времени, а может, даже меньше. Вы узнаете, как произвести сенсационное первое впечатление, невероятно быстро подняться по карьерной лестнице, зарабатывать больше денег и заключать сделки, услышите магию слова «ДА».

Содержание

ВСТУПЛЕНИЕ	4
ГЛАВА 1	6
ГЛАВА 2	18
Конец ознакомительного фрагмента.	21

Тони Райтон

Убедить за минуту. 10

шагов к достижению цели

ВСТУПЛЕНИЕ

Приветствую всех тех, кто решил освоить техники, которые позволяют каждому легко и быстро стать для всех весьма убедительным собеседником. Каждая техника, приведенная в книге, выполняется за минуту или быстрее. Все вместе они ведут к тому, что вы побуждаете окружающих склоняться к ответу «да» вместо «нет».

Вам не обязательно читать всю книгу от корки до корки. Начните с любого раздела той области, в которой вам хочется проявить себя наиболее убедительно. Некоторые из техник достаточно серьезны, тогда как другие даже забавны, однако все они призваны настроить людей, с которыми вы общаетесь, на лучшую восприимчивость к вашим посланиям.

Вы получите набор средств, подходящих для достижения цели в каждом конкретном случае. Пользуйтесь ими, но не отвергайте иные пути. Если вам удастся найти что-то работающее лучше, непременно воспользуйтесь. Не думайте, что все рекомендации действуют безошибочно и наверняка

ка. Стоит сначала опробовать техники, а потом решить, что именно вам подходит.

И наконец, несколько слов о правильном выборе приемов для каждого конкретного случая. Только если вы уверены, что этот прием единственно верный для данного человека, найдете убедительные доводы, что, в свою очередь, позволит вам услышать волшебное слово «да».

ГЛАВА 1

Три волшебных способа начать

Карен руководит спортзалом в центре Лондона. Ей хочется убедить клиентов посещать ее спортзал несколько раз в неделю, но куда больше ее устроило бы, чтобы большинство из них записалось к ней на постоянный тренинг. Карен очень много работает с каждым, но кажется, посетители предпочитают ни к чему не обязывающие разговоры подписанию реального долгосрочного соглашения.

К тому же многие, похоже, приходят в ее зал только для того, чтобы полчаса поболтать с приятелями, поглазеть на тренажеры, побродить вокруг, наполняя бутылки водой, и уйти домой, по сути почти ничего не сделав. Как известно Карен, многие из посетителей хотели бы сбросить лишний вес или подкачать мышцы, но зачастую обходятся без этого. А ей хочется помочь людям обрести хорошую форму и плюс к тому получить дополнительный доход, который напрямую связан с притоком клиентов.

Понятно, что долгосрочная программа тренировок стоит гораздо дороже, но Карен совершенно искренне убеждена в том, что подписать договор – намного

выгоднее для обеих сторон.

Давайте начнем прямо сейчас работать над тем, чтобы сделать вас более убедительными. Мы подошли к трем главным способам, которые помогут заставить людей стать более восприимчивыми к вашим идеям. Воспользуйтесь ими и определите, какие работают лучше. А еще пусть это вас развлечет. Вот эти способы:

1. Волшебное прикосновение.
2. Изменение положения.
3. Самое убедительное слово в мире.

Волшебное прикосновение

Николас Гейген – эксперт по технике убеждения и очень увлечен своей работой. У него есть множество забавных исследований, к примеру, как на степень привлекательности женщины в глазах мужчины влияет макияж. Или мое любимое: «Размер бюста и автостоп. Исследования в полевых условиях». Кроме шуток. Догадываетесь, к каким выводам он пришел?

Другое его исследование основано на наблюдениях, сделанных в маленьком баре в городке на атлантическом побережье Франции. Вместе со своей сотрудницей Селин Якоб он обнаружил, какое мгновенное движение из арсенала языка тела может впечатляюще увеличить размеры чаевых, по-

лучаемых официанткой. Единственное движение!

В тот момент, когда клиент присаживается за столик, официантка проходит мимо, улыбается и спрашивает, что он желает выпить. Затем она разносит заказы вместе со счетом, а после ухода посетителя возвращается убрать столик и посмотреть, есть ли чаевые и сколько.

Николас и Селин проинструктировали официантку, что примерно в половине случаев ей следует легко прикоснуться к предплечью клиента в момент получения заказа. Как оказалось, вероятность того, что он оставит чаевые, подскакивала до 128 процентов.

Исследователи выяснили, что прикосновение создает в памяти скрытую неосознаваемую связь между двумя людьми.

Как сможете вы использовать волшебное прикосновение для заключения сделки? Способствовать достижению успеха? Привлекать других? Добиваться желаемого? В конце концов, официантка прикасалась к посетителю в момент приема заказа, а не тогда, когда подавала счет. Похоже, подсознание регистрирует и запоминает Волшебное Прикосновение и может среагировать на него даже через какое-то время.

Связь между прикосновением и убеждением отмечается не только в эксперименте с официанткой, но и во множестве других случаев. Например, быстрое прикосновение резко увеличивает число ответов при проведении уличных

опросов. А клиенты, получившие его от служащих при входе в магазин, проводили в нем намного больше времени и, как правило, тратили куда больше денег.

Особого внимания заслуживает то, к чему вы прикасаетесь. В соответствии с исследованиями Гейгена, это может быть исключительно предплечье. Прикоснувшись к другой части тела, вы, вполне возможно, оплатите за свои действия! Предплечье же считается не интимной частью тела, поэтому исключительно подходит для того, чтобы установить более тесную связь при общении. Достаточно прикосновения продолжительностью от одной до двух секунд.

- Пользуйтесь возможностями волшебного прикосновения в тех случаях, когда хотите установить связь на бессознательном, скрытом уровне.

Гейген пришел к выводу, что менеджерам стоит стимулировать персонал к «частым прикосновениям», поскольку работники лучше понимают, что выполняют ответственное поручение, а клиенты ощущают большее удовлетворение и удовольствие. Кто бы мог подумать, что простое прикосновение способно сразу всех так осчастливить!

Знаю наверняка, что вам было бы интересно узнать еще об одном исследовании Гейгена на тему «убеждение», оно связано с автостопом. Опираясь на полученные данные, можно

сделать однозначный вывод.

Для того чтобы определить влияние размера бюста голосующей девушки на процент предложений помощи, во Франции были протестированы 1200 водителей женского и мужского пола в ситуации автостопа. Двадцатилетняя девушка-ассистент с помощью бюстгальтера с изменяемым объемом чашечек визуальнo увеличивала или уменьшала объем груди. Она стояла на обочине дороги, где часто голосуют автостопщики, и голосовала, чтобы продолжить путешествие. Увеличение размера чашечек бюстгальтера голосующей девушки оказало весьма значительное влияние на увеличение числа водителей мужского пола, готовых оказать помощь, чего нельзя сказать о женщинах, согласившихся остановиться и подвезти попутчика.

А что, разве кого-нибудь удивляют результаты подобного исследования?

Изменение положения

Несколько лет назад меня по праву можно было назвать очень неудобным посетителем ресторанов. Я недолюбливал ресторанные столики, рассчитанные на двоих, где принято сидеть напротив друг друга, поскольку понял, что, располагаясь под углом 90 градусов, а не напротив партнера, мы, пожалуй, проводим время гораздо лучше. Конечно, если поразмыслить, можно найти в этом рациональное зерно. Положе-

ние строго напротив друг друга напоминает мне конфронтацию. Сродни готовности к отпору. Тогда как сидящий под углом 90 градусов по отношению к партнеру собеседник производит впечатление дружелюбия, готовности к соглашению.

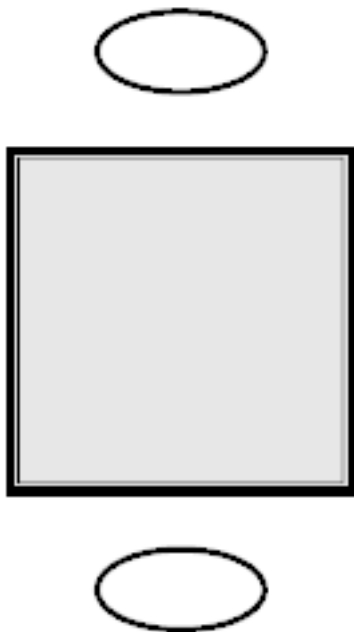
Интересно, почему рестораны с завидным упорством продолжают располагать места за столиками подобным образом? Недавно я вместе с другом побывал в превосходной закусочной «Айви» в Лос-Анджелесе. Столики, рассчитанные на двоих, с местами, расположенными строго напротив друг друга, стояли там так плотно, что я не смог проделать свой обычный трюк и поменять расположение мест за столиком. Брр! Физически я оказывался ближе к незнакомым людям, сидящим слева и справа от меня, чем к другу, который сидел прямо напротив.

Наиболее выгодная для убеждения позиция под углом 90 градусов по отношению к другому человеку или даже непосредственно рядом с ним. Это относится не только к ситуации убеждения. Так вам будет намного проще установить с кем-либо контакт.

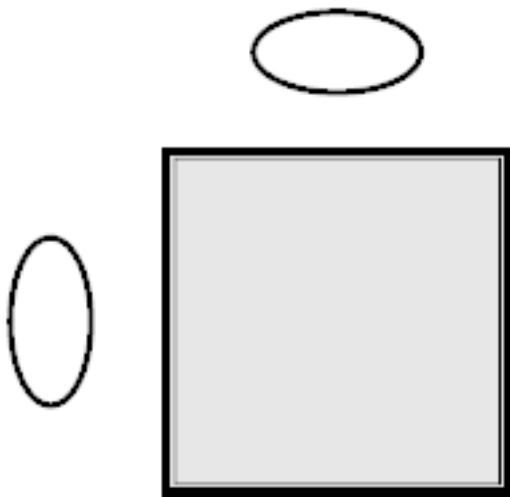
Так что я был тем самым неудобным посетителем ресторанов, который просил передвинуть, поставить по-другому столик или стулья. При правильном положении собеседников относительно друг друга складывается более спокойная и расслабляющая обстановка. Знаю, добиться этого не всегда возможно, но постараться следует – результат, поверьте, того стоит. Этот прием действует и в том случае, когда вы

беседуете с кем-то стоя.

- На рабочем месте на деловой встрече, при общении с друзьями или родными меняйте положение для улучшения качества общения и достижения своей цели. Располагайтесь с обеих сторон стола под углом 90 градусов – это более предпочтительное положение, чем строго напротив.



Плохое расположение для общения



Хорошее расположение для общения

Как только вы улучшите качество общения, ваш партнер станет более восприимчивым, а вы, в свою очередь, более убедительным.

Самое убедительное слово в мире

Словосочетание «*потому что*» имеет особую силу, так что нет ничего удивительного в его частом использовании при гипнозе. Исследования указали на его сильное гипнотическое воздействие, поскольку мы часто соглашаемся с тем, что следует после этого словосочетания, без дополнительных рассуждений. Жуть! В своем известном исследова-

нии социопсихолог Элен Лангер и ее коллеги отметили, что можно запросто, без очереди, например, скопировать документы, всего лишь используя в качестве аргумента *«потому что»*. Исследователи использовали три различных способа построения фразы.

«Можно я воспользуюсь ксероксом, потому что очень спешу?»

(94 процента успеха.)

«Извините, у меня всего пять страниц.

Можно я воспользуюсь ксероксом?»

(60 процентов успеха.)

«Разрешите воспользоваться ксероксом, потому что мне необходимо сделать несколько копий?»

(93 процента успеха.)

Последнее *«потому что»* имеет очень слабую аргументацию. Но взгляните на статистику – 93 процента успеха. Кажется, мы принимаем *«потому что»* совершенно не вслушиваясь в объяснение как таковое, воспринимая в этом качестве *«потому что»*. Вот что рассказывает по этому поводу в своей замечательной книге «Воздействие» доктор Роберт Циальдини: «В психологии убеждения *«потому что»* автоматически запускает механизм согласия». Он подразумевает принятие всего, что идет следом за ним. *«Это работает, потому что это работает»*.

Врачи, использующие метод гипноза в своей практике, прекрасно понимают силу словосочетания *«потому что»*.

Но оно может привнести некую ноту юмора в наш разговор. Инструктор и автор Джейми поставил задачу добиться скидки в магазине, используя в качестве аргумента фразу «*потому что* я хочу иметь скидку». Он говорит, что использование столь неубедительного довода — очень неплохая идея, поскольку именно в этом случае яснее проявляется реальная сила «*потому что*». Ему удалось подсчитать, что это срабатывает в 50 процентах случаев.

- Когда вам хочется добиться своего, воспользуйтесь словосочетанием «потому что» для пущей убедительности. Похоже, люди готовы реагировать на это так, словно оно само по себе уже аргумент. Это работает:
- Потому что среднестатистический опрашиваемый, скорее всего, готов согласиться с вами.
- Потому что люди бессознательно принимают довод, идущий сразу за «потому что».
- Просто потому что!

Как можно использовать этот факт в повседневной жизни? Возможно, более захватывающе, чем в случае с распечаткой нескольких копий?

Так вот, возвращаясь к Карен, директору спортзала. Она изо всех сил пыталась наладить заключение долгосрочных соглашений. И всего через несколько недель у нее уже было четверо персональных клиентов. Карен клялась, что в этом

ей помог второй волшебный способ.

Прежде, когда кто-нибудь подходил на ресепшн договориться о персональных занятиях, она вела разговор, стоя за стойкой прямо напротив потенциального клиента. Теперь же, стоило подойти к ней, она выходила из-за стойки и становилась рядом с собеседником. Временами, не прерывая беседы, она, прогуливаясь, доходила с клиентом до больших окон, которые выходят в спортзал, останавливалась там, продолжая разговор о преимуществах персонального тренинга. В результате беседа становилась продолжительнее, клиент, казалось, больше расслаблялся и открывался.

ПАМЯТКА ПОРЯДКА ДЕЙСТВИЙ

*Используйте волшебное прикосновение к предплечью, если хотите установить с кем-либо скрытую бессознательную связь (от 1 до 2 секунд).*

*Смена положения.* На рабочем месте, на встрече, в компании с друзьями или в семье измените положение, чтобы усовершенствовать общение и добиться желаемого. Предпочтительнее всего садиться под углом в 45 градусов к партнеру, а не строго напротив него. То же относится к ситуации, когда вы стоите (максимум 1 минута на то, чтобы передвинуть окружающие предметы).

*Самое убедительное слово.* Если вы собираетесь следовать цели, воспользуйтесь словосочетанием «потому что», поскольку оно

само по себе воспринимается в качестве аргумента (срабатывает за секунды).

ГЛАВА 2

Пишите самые убедительные послания

Недавно Софи упустила прекрасного клиента, с которым общалась по имейлу. Он совершил ошибку, и Софи была уверена в том, что за свою рекламу он заплатил меньшую сумму, чем следовало.

Со своей стороны, она вежливо сообщила ему об этом, но обмен сообщениями привел к обострению, и клиент позволил себе грубость. В любой другой житейской ситуации Софи просто указала бы ему, куда пойти, уж слишком он вышел за рамки приличий. Но не в этой, ведь он же – клиент!

Исходя из этого, она постаралась сдержаться, когда читала его отписки по всем проблемам. Одна лексика, которую он использовал, чего стоила: «выполнение ключевых стратегий», «внедрение в жизнь инициатив, исходящих от клиентов», «организация управления». Почему иным людям так нравится говорить на подобном языке? И как случилось, что с самым перспективным клиентом так трудно оказалось найти общий язык?

Дело в том, что отношения в Сети стоит выстраивать так же, как мы выстраиваем свои личные взаимоотношения. Если вам удастся выстроить хорошие отношения в Сети, ваши партнеры покажутся вам более понимающими, а вы станете для них более убедительными. Именно ради этого давайте посмотрим, как можно наладить хорошие отношения с помощью электронной почты, а затем заставить лицо, в котором вы заинтересованы, ответить «да» на конкретные просьбы.

Общие принципы общения по электронной почте

- Как правильно читать почту
- Как правильно отвечать на сообщения

Особые требования

- Выдвигать требования, которые не воспринимаются как требования
 - «Да»-мужчины и «да»-женщины
 - Задавайте вопросы в форме, не позволяющей ответить «нет»

Как правильно читать электронную почту

Мой друг Мартин и его подружка постоянно ссорились. Часто цеплялись друг к другу, и я не мог понять, в чем дело. Когда они только сошлись, казались прекрасной парой. Затем приятель показал мне несколько сообщений и тек-

стов, которыми они обменивались. Все стало проясняться. «*Смотри*, это же совершенно очевидно, ты просто не можешь *увидеть*, что я пытаюсь сказать», – обыкновенно писал он. «Да, я действительно очень слабо *воспринимаю*

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.