Убеждение

Скрытые психологические стратегии влияния без манипуляций

Патрик Кинг

«В этой книге представлены проверенные и практические методы и приемы, которые помогут вам овладеть умением убеждать».

Брайан Трейси, всемирно известный оратор и автор бестселлеров «Психология продаж», «Достижение максимума» и «Сила обаяния»

BYBLOS

Патрик Кинг

Убеждение

«Библос»

2019

УДК 316.6
ББК 88.5

Кинг П.

Убеждение / П. Кинг — «Библос», 2019

Как добиться от людей того, что вам нужно, – изящно и незаметно? Какие фразы и слова убеждают, направляют и защищают? Если хотите получить поддержку, успешно вести переговоры, отстоять свое мнение и стать авторитетным лидером, эта книга поможет вам одержать победу и занять то положение, которого вы достойны. Вы овладеете явными и скрытыми методами убеждения. Большинство книг по убеждению предлагают хитрости, которые якобы позволяют контролировать сознание, однако это миф. Здесь собраны только научно проверенные методы, сформулированные лучшими исследователями, маркетологами, лидерами и переговорщиками в мире. Вы узнаете, как изменить мышление людей – причем незаметно.

УДК 316.6
ББК 88.5

© Кинг П., 2019
© Библос, 2019

Содержание

Об авторе 6
Book-Kit 7
Введение 8
Глава 1. Эффект бабочки 10
Глава 2. Понимать свою аудиторию 12
Сосредоточьтесь на тех, кого можно убедить 13
Не все полюбят вас 14
Как узнать, что человек поддается убеждению 15
Что мне это дает? 16
Сила воли и убеждение 17
Глава 3. Эмоциональный долг 18
Глава 4. На каком языке говорят люди (стили общения) 20
Аналитическое общение 21
Интуитивное общение 22
Функциональное общение 23
Личностное общение 24
Глава 5. Симпатия как связующее звено 25
Конец ознакомительного фрагмента. 26

Патрик Кинг
Убеждение
Скрытые психологические стратегии влияния без манипуляций

Данный перевод книги «УБЕЖДЕНИЕ. Скрытые психологические стратегии влияния без манипуляций» печатается по соглашению с TLL Literary Agency.

© Patrick King, 2019
© ООО «Библос», 2020

* * *

Об авторе

Патрик Кинг – автор бестселлеров, которые продаются по всему миру, а также востребованный коуч и тренер по навыкам общения. Он по собственному опыту знает ценность навыков общения, потому что именно они помогли ему подняться над заурядными достижениями и начать успешную карьеру. Умение вписаться в любую ситуацию и в любые обстоятельства, считает он, невозможно переоценить. С этим умением любой разговор пройдет как по маслу.

Патрика хорошо знают как специалиста по социальному взаимодействию и коуча по устному общению из Сан-Франциско. Его можно найти в GQ Magazine, TedX, Forbes, NBC News, Huffington Post, Business Insider, Men's Fitness, Inc., ATTN, Real Simple Magazine и Creative Live. Благодаря высокому эмоциональному интеллекту и пониманию особенностей человеческого взаимодействия он стремится помочь преодолеть эмоциональные барьеры, внушить уверенность людям и вооружить их инструментами, необходимыми для успеха. Никаких трюков и уловок, только тщательный анализ человеческой психики, сдобренный практикой реального общения, отшлифованного и доведенного до совершенства за три года обучения на юридическом факультете. Когда он не занят тем, что помогает клиентам «завоевать мир», то выступает солистом в кавер-группе, исполняя хиты 1980-х годов, или же готовится к очередному забегу на 10 километров.

Book-Kit

Добейтесь нужного вам результата без конфронтации и навязчивости.

Убеждение не ограничивается удачей в переговорах или сделках, от него зависит ваш успех и влияние во всех аспектах жизни. Как эксперт по социальным навыкам и харизме, автор международных бестселлеров Патрик Кинг точно знает, как добиться желаемого, произвести впечатление, демонстрировать уверенность и внушать симпатию. Только с помощью навыков убеждения можно воплотить свои мечты в жизнь.

Научитесь отстаивать свою точку зрения – в любой ситуации.

• Незримое влияние эмоционального долга.
• Как незаметно посеять идеи в чужой голове.
• Конкретные фразы, слова и стиль общения для убеждения и влияния.
• Классические психологические мотиваторы.

Станьте мастером выстраивания межличностных отношений.

• Психологические модели поведения.
• Ментальные и лингвистические инструменты, меняющие восприятие.
• Стили общения, умение говорить на одном языке с людьми.
• Принципы убеждения Адольфа Гитлера и его путь к власти.

Приобретите социальное влияние и силу убеждения – без манипуляции.

Умение убеждать дает возможность преобразовать свою жизнь и отношения. Никто не сделает всю работу за вас, придется приложить усилие и самим добиться того, о чем вы мечтаете. Убеждение открывает многие двери.

Вы научитесь получать желаемое, при этом обходиться без конфликтов и не внушать антипатию. Навыки убеждения значительно облегчат вашу жизнь, так как вы научитесь понимать людей и использовать универсальные ментальные триггеры.

Введение

Когда я учился в третьем классе, мода на фитнес охватила всю страну. Думаю, назначение Арнольда Шварценеггера советником президента по фитнесу сыграло не последнюю роль, все безумно радовались тому, что Терминатор наконец-то получил такой почетный пост. Естественно, это было до того, как Терминатор стал губернатором Калифорнии, – простите, отвлекся.

Мне очень хорошо запомнился этот период, потому что моя учительница всем сердцем приняла массовую фитнес-истерию и заставляла весь класс бегать целую милю (1,6 км) каждый день в течение трех месяцев. Управляться с тридцатью неугомонными, невоспитанными восьмилетками с неофициальным диагнозом СДВГ (синдром дефицита внимания и гиперактивности) было непросто, особенно если мы не понимали, зачем всё это нужно. Для нас, детей, фитнес был таким же абстрактным понятием, как ипотека, и интересовал нас ничуть не больше.

Чтобы вывести целый класс на раскаленный трек, когда температура поднималась до 32 °С, без упрашивания не обойтись, и я действительно помню, как в первые дни она только и делала, что упрашивала нас.

Дети, как и взрослые, редко радуются прямому и навязчивому убеждению. Мы ворчим и тянем волынку, если нам приказывать, но если подсластить пилюлю, добавить стимулы и поощрения, то общество вполне сносно функционирует. Другими словами, нужно было срочно найти мотивацию для моего класса, чтобы не повторился сценарий «Повелителя мух».

Причем наша учительница сразу поняла, что нужно мотивировать детей тем, что никак не связано с фитнесом, поэтому решила устроить нам соревнование с *четвертым классом*, который якобы заявил, что бегает быстрее, чем мы.

И награда соответствовала вложенным усилиям: в честь того класса, который покажет лучшее среднее время, учительница обещала устроить пицца-вечеринку – с апельсиновым соком, конечно.

Вот это самая подходящая мотивация для восьмилеток!

Хотя пицца-вечеринка стояла для нас на втором месте – после желания обогнать «старших». Неожиданно бег превратился в хобби, даже для больного Бобби, который почти всё время ходил, а не бежал.

Мы полюбили ежедневные пробежки; *вот так* маневр моей учительницы стал первым примером блестящей тактики убеждения.

Она смогла вдохновить нас на действия, которые объективно можно было бы назвать ежедневным мучением. Не акцентируя внимание на необходимости пробежать милю на жаре, она изменила наше отношение к задаче и превратила бег в грандиозное соревнование (ведь победить четырехклашек – важное достижение), повод сплотиться и трудиться ради общей награды, а главное, отстоять честь класса.

Это самый эффективный метод убеждения – стимулировать людей, используя для этого их мотивацию, или страхи, или, наоборот, их заветные желания.

Чаще всего ваши желания противоречат желаниям окружающих. Наверняка вам неоднократно приходится убеждать людей принять спорное и непопулярное решение. Сопротивление неизбежно, и это не ваша вина – люди руководствуются собственным восприятием, представлением и «багажом». Однако основная цель остается неизменной.

Что делать, если парадный вход забаррикадирован? Пробраться через окно или заднюю дверь, или через дымоход.

Другими словами, нужно проникнуть в психологию человека, понять, что его стимулирует, и использовать это, чтобы вдохновить на действия и добиться своей цели. Нужно найти

методы убеждения, которые привлекут людей, заставят их мыслить по-другому и, наконец, поддержать ваш путь.

Это корень убеждения – понять, что в большинстве ситуаций нужен более грамотный, аналитический подход, а не усердное пустословие и бравада. Все люди разные, и нужно мотивировать их, а также использовать конкретные фразы и эмоции.

Это не сборник методов, которые волшебным образом заставят людей плясать под вашу дудку, это книга о *человеческом инжиниринге* и о том, как использовать мышление и склонности людей. Когда вы знаете, как человек мыслит и что стимулирует его, то привлечь его внимание нетрудно.

Позже я узнал, что наша учительница выдумала это соревнование, но всё равно меня восхитила ее гениальная задумка – как сделать группу детей послушной, сговорчивой и управляемой.

Пиццу мы, конечно же, съели, а я получил ценный урок: дети и взрослые руководствуются одними и теми же базовыми стремлениями, которые лежат в основе методов убеждения.

Глава 1. Эффект бабочки

Не все из нас гении убеждения, хотя, поверьте, это еще не трагедия. Многие из нас не стремятся стать вторым Уинстоном Черчиллем, да и не нужно. Однако это не значит, что мы не можем развивать в себе навыки, которые помогут нам достичь цели и убедить людей делать то, чего мы хотим.

Каждый харизматичный, влиятельный человек, которому вы доверяете, был «создан» – в том смысле, что его учили, как вести за собой людей и как убеждать.

Реальный мир не имеет ничего общего с тем, к чему готовит нас школа. Можно выучить геометрию и столицы стран, но как эти знания помогут вам во взрослой жизни достичь того положения, к которому вы стремитесь? Умение эффективно общаться с людьми – вот что позволит вам добиться доверия и уважения, которые окажут позитивное воздействие на вашу повседневную жизнь. А если когда-нибудь вы обретете власть, умение эффективно общаться с людьми, которые занимают более низкое положение, будет жизненно необходимо для того, чтобы удержать эту власть!

Представьте, что вы лидер, не умеющий убеждать. К чему это приведет?

Скорее всего, к анархии. А также презрению, ожесточению, вопиющей безответственности, непродуктивности и общей неудовлетворенности людей, которыми вы должны руководить. Департаменты и сотрудники могут вполне сносно функционировать по отдельности, но без грамотной координации и общей цели они будут действовать друг против друга. Подобная ситуация может уничтожить любую компанию и дружеские отношения.

Даже вне контекста работы и служебной иерархии умение убеждать, руководить и влиять крайне важно.

Что вы за друг, если ваши друзья не доверяют вам, а вы не способны убедить их? Вы превратитесь в пустое место, в бесхребетного простачка, которого никто не слушает. Люди будут сомневаться, что вы действительно отвечаете за свои слова, а чувствовать это очень неприятно.

Убеждение и влияние касаются не только продвижения по корпоративной лестнице. Умение убеждать формирует впечатление, которое вы производите на представителей противоположного пола, влияет на цену, которую вам приходится платить, отражается на сплоченности вашей семьи и, конечно же, открывает доступ к хорошей работе и возможностям. Это и есть «эффект бабочки», когда взмах ее крыльев на одном краю земли может привести к порой непредсказуемым последствиям на другом краю. Такая вот метафора.

Умение убеждать также влияет на отношение к вам окружающих. Многие люди проживают день за днем в режиме круиз-контроля (автоматически, «на заданной скорости»), редко задумываясь о том, что пора вырваться из рутины и стремиться к большему. Инстинктивно большинство из нас ищут людей, за которыми можно идти, которые подскажут, что делать. Если ваши слова убедительны, люди с радостью доверятся вам.

Кем были бы Мартин Лютер и Мартин Лютер Кинг младший без способности убеждать и вдохновлять людей своими стремлениями?

Первый так и остался бы недовольным пастором, который в 1517 году прикрепил список из 95 тезисов к воротам церкви. У него накопилось несколько претензий к Римской католической церкви, которые он решил публично озвучить; если бы он не был убедительным, страстным лидером, этот список тезисов наверняка выкинули бы вон – вместе с его головой. Однако благодаря своим лидерским качествам и умению убеждать, он вдохновил исторический раскол Католической церкви.

Второй был бы простым баптистским проповедником, который признавал проблему расового неравенства в Соединенных Штатах и выступал против него. Наверняка, тысячи дру-

гих людей наблюдали ту же несправедливость и питали те же чувства, но ни один из них не смог возглавить сотни тысяч людей в маршах протеста и вдохновить целое движение.

Другими словами, без умения убеждать эти известные личности удостоились бы лишь сноски или примечания в учебнике по истории. Без способности вдохновлять и вести за собой их мечты никогда бы не обрели жизнь.

Когда смотришь на жизнь людей и обращаешь внимание на качества, которые позволяют им добиваться высокого уровня эффективности, то видишь, что умение убеждать играет первостепенную роль.

Итак, способность убеждать и вызывать доверие воздействует на качество вашей жизни. Чем больше вам доверяют, тем чаще люди готовы идти за вами в огонь и в воду. Умение строить доверие и убеждать (благодаря этому доверию) – одно из лучших пробивных качеств, на одном уровне с уверенностью в себе (или внушительным банковским счетом).

Когда вы вдохновляете людей, вы можете повысить их результативность. Неважно, стремитесь ли вы создать медиаимперию или просто хотите выбрать, в каком ресторане поужинать.

Умение сплотить людей, чтобы достичь общей цели (или *вашей* цели), и позволило нам пройти путь от племен охотников и собирателей до великого мультикультурного общества, которое мы представляем собой на сегодняшний день. В этом и заключается разница между революционными реальными действиями и бесплодными размышлениями и мечтаниями на кухне.

Убеждение – начало всех действий, больших и малых.

Людьми управляют не благодаря бейджику или должности, а благодаря умению убеждать и вдохновлять на конкретные действия.

Глава 2. Понимать свою аудиторию

Я всегда любил кошек. Да, да, этих капризных любителей царапаться я считал идеалом преданности и дружбы. А потом я стал встречаться с девушкой, у которой жил пушистый крошечный ши-тцу – собака, которую настоящие мужчины считают недостойной внимания (один мой знакомый называет таких собачек «недоразумением»).

И оказалось, что очень приятно, когда на пороге дома тебя встречает собачка, которая не только признает твое существование, но и нуждается в твоем внимании и присутствии. Так что теперь я люблю собак. И, побывав по обе стороны баррикад, точно знаю, что мои убеждения вряд ли изменятся.

Многие пытались убедить меня в достоинствах кошек, но тратили время и силы впустую. Я опираюсь на собственный опыт. И никаких сомнений у меня нет.

То есть некоторых людей невозможно переубедить, что бы вы ни говорили и какие бы доказательства ни приводили. Они упрямые, закоснелые, и вам не удастся изменить их мнение.

Даже если вы усовершенствуете навыки убеждения и влияния, это не значит, что вы сможете превратить любого человека в своего ревностного последователя. И в этом нет ничего плохого, потому что вы будете знать, на кого направить свое внимание, тратить время и силы – на тех, кто поддается убеждению!

Сосредоточьтесь на тех, кого можно убедить

Некоторые считают, что умение убеждать – это способность покорить любого человека и преодолеть любые возражения. Они путают лидерство с манипуляцией сознанием, гипнозом и, возможно, чрезмерно увлечены «Звездными войнами». Если не брать в расчет физические и финансовые угрозы, то выбор человека всегда определяют внутренние цели.

Жизнь устроена так, что ваши навыки убеждения работают только с людьми, которые либо (1) не определились со своим мнением, либо (2) открыты для убеждения. Но они никогда не работают с людьми, которые уже сделали свой выбор.

Конечно, следует всегда отталкиваться от того, что каждый человек находится в подвешенном состоянии и каждый открыт для новой информации.

Однако если, после того как вы потратили разумное количество сил, вы всё равно наталкиваетесь на сопротивление и человек не собирается менять свою точку зрения, то пора отказаться от невыполнимой задачи и двигаться дальше – чтобы не тратить время зря.

Одна из задач этой главы – подготовить вас к неизбежному отвержению. Точно так же, как я предпочел бы завести собаку, а не кошку, некоторые люди отвергнут ваши попытки убеждения по собственным причинам. Эта цена, которую придется платить за желание добиться своей цели!

И в этом нет ничего ужасного.

Не все полюбят вас

Всегда будет определенный процент аудитории, который останется глух к вашим словам. Что бы вы ни говорили, вам не удастся достучаться до них, – вдруг им не понравилось, как вы моргаете, или как вы разговариваете, или где вы родились. То есть часть аудитории вы потеряете еще до того, как зайдете в комнату, и этого следует ожидать. Знать это важно не только для реализации эффективного лидерства, но и для построения дружеских отношений и карьеры.

Разве каждое собеседование заканчивается удачно? Конечно, нет. Так что нельзя ожидать, что вы убедите 100 % людей в любом контексте.

Если не брать в расчет поистине исключительные случаи, эти люди не изменят свою точку зрения. Вычеркните их из списка и направьте свои усилия на тех, кто открыт и поддается убеждению. Чем быстрее вы наткнетесь на отказ, тем лучше; это позволит не терять время зря, а обратить внимание на тех, с кем у вас больше шансов и кто действительно важен.

Итак, что же нам делать с этим фактом? Попробуем определить, чего же мы ищем – как понять, открыт человек для ваших слов или вы тратите время впустую, пытаясь убедить его?

Как узнать, что человек поддается убеждению

Ответы на перечисленные вопросы подскажут, стоит ли вообще тратить время на убеждение или нет.

• У человека есть способности или возможности сделать то, что вы предлагаете?
• Ваше предложение поможет ему достичь его личной цели?
• Ваше предложение соответствует особенностям его личности?
• Он открытый и непредвзятый?
• Он раньше поддерживал похожие предложения?
• Его интересует только сегодняшний день или он способен обдумать долгосрочные цели?
• Насколько он объективен?
• Он руководствуется разумом или эмоциями?
• Какую *выгоду* он получит, если поддержит вас?
• Чем ему придется *пожертвовать*, если он поддержит вас?
• Согласившись с вами, он удовлетворит свои вторичные потребности?

К счастью, людей, поддающихся убеждению, намного больше, чем вы думаете. Многие считают, что убеждать стоит только тех, кто уже выразил позитивные намерения относительно чего-либо. Однако в эту категорию входят также люди, у которых недостаточно информации. Они сомневающиеся. Важно точно определить группу людей, которую можно убедить в кратчайшие сроки. Следующий шаг – проанализировать контекст и подход, который позволит убедить тех, кто поддается убеждению.

Что мне это дает?

Любой торговец подтвердит, что, чтобы удачно продать товар, нужно поставить себя на место другого человека. Акцентируйте его внимание на выгоде покупки или решении конкретных проблем и трудностей, с которыми он столкнулся. Другими словами, объясните, что ему это дает.

У всех людей, независимо от опыта, внешнего вида, образования и воспитания, есть два общих момента: все мы умрем и все мы эгоисты.

В той или иной степени каждый хочет знать: «Что мне это дает?» И поскольку этот вопрос мучает практически всех, чтобы убедить тех, кто поддается убеждению, нужно подойти именно с этой стороны. Многие потерпели неудачу, потому что акцентировали внимание на характеристиках предложения или решения. Это никому не интересно и абсолютно никак не влияет на убеждение.

Подчеркните, что действуете и в их интересах, когда предлагаете людям поддержать вас, вместо того чтобы объяснять реальные причины вашего предложения. Последний вариант выгоден только вам, а первый выгоден тем, к кому вы обращаетесь.

Чтобы получить желаемое, нужно сначала дать людям то, чего они хотят. Ставя их на первое место, вы заботитесь о собственных потребностях. Обратите внимание, что большинство вопросов, которые мы перечислили, прямо или косвенно призваны выяснить, соответствует ли ваше предложение эгоистичным потребностям людей.

К примеру, нужно принять простое решение – в каком ресторане поужинать. Прежде всего, вас интересует близость ресторана к дому этого человека; насколько он любит данную кухню; упоминал ли он раньше, что хочет сходить туда; насколько там дорого; насколько удобно доехать и т. д.

Важнейший фактор убеждения – страх упустить выгоду: помогите людям быть эгоистами. Это еще одна причина сосредоточиться только на тех, кого можно убедить.

Вот, что нужно знать о тех, кого невозможно убедить (по крайней мере, вам): вы никогда не сможете дать им то, что им нужно, или же они не могут себе представить, что вы принесете им пользу.

Вспомним, как Эйнштейн определял безумие: снова и снова производить одни и те же действия и ждать другого результата.

Это безумие – пытаться убедить тех, кто не принимает вас. Это никак не связано лично с вами, и целиком и полностью связано с ними. Если вы способны объективно доказать ценность ваших слов и заставить их признать это, возможно, вам удастся обойти их защиту. Но пока вы не научились этому, нужно тратить свои силы на тех, кто восприимчив, и на тех, кто жаждет информации, и превращать их в ревностных поклонников вашей идеи! На каждого человека, которому не понравится ваш метод убеждения, найдется минимум один человек, в сердце которого вы найдете отклик.

Сила воли и убеждение

И в завершение несколько слов об известных диктаторах – Фиделе Кастро и Иосифе Сталине. Наша сила воли не безгранична. Легко отказаться от пончика один раз, но, если этот пончик постоянно маячит у вас перед глазами и люди неоднократно предлагают его съесть, в конце концов, устав сопротивляться, вы сдадитесь.

Кастро и Сталин любили проводить совещания в четыре часа утра, потому что люди чувствовали себя изможденными, их сила воля ослабевала, они мечтали только об отдыхе. Они быстрее соглашались на любые предложения, потому что хотели вернуться в кровать и спасти остаток ночи. То есть в такой момент они стремились как можно быстрее получить право на долгожданный сон, и их желание пересиливало любые возражения, которые вызывали те или иные предложения.

Вероятно, не каждый человек поддастся вашим уговорам, но вы можете «подловить» его в тот момент (или специально создать такую ситуацию), когда усталость и измотанность сработают в вашу пользу.

Глава 3. Эмоциональный долг

Один из самых эффективных методов убеждения – использовать закон взаимности. В кафе недалеко от моего дома работает бариста, которая периодически угощает меня бесплатным круассаном – примерно раз в две недели. Мелочь, но она показывает, насколько я люблю это кафе. Уверен, она делает это, потому что я – знакомое лицо, которое иногда веселит ее шутками. Она начинает готовить мой заказ, как только видит меня в очереди.

Сомневаюсь, что у нее есть корыстные цели, – она просто добавляет капельку радости в мой день. Поэтому когда она предложила мне участвовать в благотворительности, которой она занимается, я сразу согласился. Почему? Из-за эмоционального долга, конечно же, но в основном я хотел показать, что ценю всё, что она делает для меня.

Закон взаимности встречается на каждом шагу. Когда кто-то делает что-то хорошее для вас, даже мелочь, вы почти всегда чувствуете желание ответить тем же. И даже если ваш ответный жест намного превышает ценность его поступка, вы не станете колебаться, потому что в любом случае сравняете счет. Это позитивный вариант правила «око за око».

Человеческой природе свойственно чувствовать себя в долгу перед теми, кто делает нам добро, и мы почти инстинктивно говорим: «В следующий раз – моя очередь» – или что-то похожее. Почему?

Можно назвать две основные причины. Во-первых, принято добром отвечать на добро. Именно так вы демонстрируете свои личные качества и соответствуете щедрости и доброте, которую проявили по отношению к вам. То есть это желание отвечать ожиданиям окружающих. Во-вторых, никому не хочется казаться неблагодарным или, того хуже, слепым и забывчивым.

В любом случае, если вы, как лидер, делаете что-то для людей, то сможете использовать их эмоции для успешного убеждения.

Закон взаимности эффективен потому, что действует на уровне подсознания. Зачастую люди даже не подозревают, что участвуют в круговороте обоюдополезных дел. Они могут и не осознавать, что, реализуя свои внутренние стремления, они на самом деле действуют в ваших интересах. Они знают только одно – им хочется доверять вам и следовать за вами.

Лучший способ сделать это грамотно и незаметно – стимулировать людей небольшими добрыми жестами и делами, которые позволяют добиться их расположения.

Эти действия демонстрируют, что вы принадлежите к определенному типу людей: «Патрик такой щедрый человек. Я всегда это знал».

Люди устроены так, что склонны преувеличивать добро, которое вы делаете им, и у них только одно желание – ответить вам тем же. Как минимум, они совершенно по-другому посмотрят на вас, намного позитивнее.

Если кто-то помог вам с проектом на работе или принес вам кофе, потому что у вас не было времени сходить за ним, как вы будете относиться к этому человеку? С огромным дружелюбием и сердечностью, а также захотите ответить взаимной добротой. Причем это не значит, что вы должны сделать для него в точности то, что он сделал для вас. Если человек уделил вам время, то вы можете, например, пригласить его на обед. Взаимность принимает разные формы.

Закон взаимности действует безотказно, потому что можно вызвать практически автоматическую реакцию у людей, причем с минимальными усилиями с вашей стороны.

Помните, что, в отличие от очевидных примеров, которые мы перечислили, взаимность может принимать разные формы в зависимости от человека. Некоторые предпочитают оказать услугу или сделать подарок, но есть и другие способы отплатить за доброту – например, сказать ободряющие слова, похлопать по плечу или просто выслушать человека, когда у него тяжело на душе.

Взаимная доброта, в том числе основанная на эмоциональном долге, – достаточно прямолинейный метод убеждения.

Представьте, что вы сделали человеку одолжение – то есть вы уже принесли ему пользу. Теперь он воспринимает вас как источник позитива, как того, кто может быть полезен ему в будущем. Помните, что люди в основном эгоцентричны. Как птенцы, которые любят маму потому, что она их кормит.

Если человек добр по отношению к вам, он чувствует, что вправе рассчитывать на новые одолжения с вашей стороны, что в итоге принесет ему еще больше пользы. Он вошел во вкус и хочет еще.

Так или иначе вы создали взаимовыгодные отношения, где основная мотивация – дружелюбие и доброта друг к другу.

Глава 4. На каком языке говорят люди (стили общения)

Как ни странно, мне было непросто общаться с родителями во время тревожного, озлобленного подросткового периода. Отчасти потому, что я открыто бунтовал и пытался отстаивать свои права так, как умеют только подростки, однако отчасти и потому, что у нас троих (моих родителей и меня) были кардинально разные стили общения.

Даже когда мы стремились к одной и той же цели, наша манера общения возмущала одного из нас и вызывала гораздо больше разногласий, чем следовало бы.

К примеру, мой отец – человек аналитического склада ума, во всех отношениях благоразумный. Его манера общения не находила никакого отклика у подростка, который руководствовался личностными и эмоциональными представлениями.

У разных людей разные стили общения. И это не удивительно.

У нас разное воспитание, у нас разный опыт. И общаемся мы по-разному, в соответствии с теми условиями, в которых мы росли и учились. Кроме того, у нас есть врожденные предпочтения. Некоторые любят бейсбол больше, чем футбол. Такое случается.

Нет одного, идеального стиля общения, однако, зная склонности и предпочтения людей в этом вопросе, вам будет легче наладить с ними взаимопонимание и в итоге убедить их.

Если вы не знаете о разных стилях общения, скорее всего, вы изо всех сил пытаетесь изменить мышление людей или разговариваете с ними так, что неизменно получаете негативную реакцию. Если ваша цель – убедить кого-либо в чем-либо, нужно научиться говорить на их языке.

Кэтрин Стотхарт, коуч по лидерству и командной работе, в своей книге «Как ладить с людьми. Уверенность и харизма в общении с любым типом личности» пишет: «Большинству нелегко найти выход из затруднительной ситуации и подобрать ключ к сложным людям. Но что если знать секреты успешного общения с любым типом личности? Научившись распознавать стили взаимодействия окружающих, ладить с представителями разных стилей, а также предвидеть и предотвращать конфликты, вы сможете выбрать инструменты и стратегии взаимодействия в типичных ситуациях, чтобы оказывать влияние, управлять стрессом, сохраняя психологическую устойчивость, и понимать людей, использовать харизму и эффективно общаться с самыми разными людьми».

Можно выделить четыре основных стиля общения:

- аналитический;
- интуитивный;
- личностный;
- функциональный.

Одно из основных философских отличий каждого стиля – насколько человек опирается на эмоции и насколько на фактические данные.

Если всё общение человека строится на данных и анализе, он может сказать: «Хороший был год; у нас 10 %-ный рост продаж». Тот, кто предпочитает выстраивать эмоциональные связи при общении с окружающими, скажет: «Я доволен нашими результатами; кажется, у нас замечательный год».

Постарайтесь найти стиль, более всего подходящий вам, а затем взгляните на людей, которых хотите убедить, и подумайте, какой стиль подходит именно им. Вы найдете точки пересечения, которые нужно использовать, чтобы максимально эффективно сформулировать свои аргументы.

Аналитическое общение

Если вы аналитик, вам нравятся точные данные и цифры. Вы с подозрением относитесь к людям, которые не владеют фактами. Вам, как правило, нравится конкретный и тщательно обдуманный язык, а не абстрактный или «гибкий». К примеру, если кто-то скажет вам: «У нас хорошие результаты по продажам», – вы расстроитесь, потому что с такой формулировкой невозможно работать. Придется гадать, что же значат «хорошие результаты». Продажи повысились на 5,2 % или на 22 %? Вам нужна конкретная цифра.

Люди с аналитическим стилем общения недолюбливают тех, кто общается сердцем. Им не нравятся эмоциональные разговоры. Преимущество аналитического стиля – способность логически и объективно взглянуть на вопрос. Вы фильтруете информацию в голове, а не в сердце. Однако, согласно исследованиям, большинство потребителей принимают решение о покупке на эмоциональном уровне. Но когда их просят объяснить решение, они придумывают якобы логическое и аналитическое объяснение.

Каковы недостатки аналитического стиля общения? Во-первых, люди могут подумать, что вы бесчувственны и безразличны. Общаясь с эмоциональными людьми, сердечными и разговорчивыми, вы будете выглядеть ворчливым и некоммуникабельным. Вы превратитесь в зануду, потому что станете задавать вопросы, которые нарушат их сентиментальные излияния.

Кроме того, вы легко раздражаетесь и напрягаетесь, если люди используют слишком абстрактный язык. Вы склонны смотреть на мир бесстрастно и опираться на цифры. Это оказывает крайне негативное влияние, когда возникает деликатная ситуация, требующая дипломатических талантов.

К примеру, если вы – член рабочей группы, то наживете немало врагов в период продвижений, потому что окружающие могут подумать, что вы постоянно их критикуете. Особенно если в вашей рабочей группе есть лидер, оказывающий эмоциональное воздействие на команду. Он умеет мотивировать людей. Однако если вы постоянно скармливаете им факты и требуете от них логических объяснений, вы оказываете разрушительное влияние. Такое впечатление, будто вы точите на кого-то зуб.

Разговаривайте с этими людьми в том стиле, который им близок и понятен. Вы не обязаны отказываться от своего аналитического стиля. Но нужно учитывать эмоции, связанные с конкретной ситуацией, и незаметно добавить факты и логику так, чтобы эмоциональная аудитория, с которой вы общаетесь, услышала и поняла их.

Интуитивное общение

Интуитивный стиль присущ тем, кто смотрит на общую картину. Конкретные детали их мало заботят. Они не любят копаться в цифрах, подробностях и статистике. Кроме того, они сразу переходят к сути дела. Им не нравится проходить весь логический процесс мышления, чтобы получить представление о различных деталях, которые и дают определенный результат. На это им не хватает терпения.

Им нужно почувствовать реальную проблему. И почувствовать, как ваши слова вписываются в общую картину. К примеру, некоторые люди (с функциональным стилем общения) объясняют что-то через пошаговый процесс. Они начинают с точки А, затем идут к точке Б, затем В, Г, Д и так далее. Если вы человек интуитивный, такое объяснение покажется вам скучным до слез. И, возможно, даже захочется спастись бегством через ближайшее окно. Вам не терпится сказать: «Понятно, понятно, какой же вывод вы сделали? В чем мораль сей истории?»

Один из неоспоримых плюсов интуитивного общения заключается в том, что вы общаетесь быстро и по делу. Вы человек действия. Вы спешите ухватить быка за рога. К тому же вы прекрасно воспринимаете масштабные идеи и мыслите нестандартно. Вам нравится бросать вызов общепринятым принципам, опровергать мифы и традиционные убеждения.

Людям с интуитивным стилем общения не хватает терпения, когда они попадают в ситуацию, требующую внимания к деталям. Поэтому они рискуют упустить важную информацию и, следовательно, принять неверное решение. Как правило, интуитивным людям сложнее всего общаться с теми, кто предпочитает функциональный стиль. Это как говорить по-испански с тем, кто говорит по-японски. Очень сложно. Интуитивным людям тяжело достичь взаимопонимания с теми, кто делает акцент на процессе, методичности, пошаговой работе и деталях.

Определите стиль общения собеседника и терпеливо объясните ему вашу мысль, и в то же время напомните ему общую картину. Это ускорит общение или, по крайней мере, позволит резюмировать часть информации, так что скучно вам не будет.

Функциональное общение

Вам нравятся процесс, детали и соблюдение сроков. Вы внимательны к мельчайшим подробностям. Вам также нравится передавать информацию поэтапно. Ничто не пугает вас так, как риск упустить деталь. Вы считаете, что если не хватает конкретного элемента, то решение окажется неверным. Вас это очень пугает.

Если вы мыслите функционально, то ваше преимущество – внимание к нужным деталям. Как правило, хорошо информированные решения имеют больше шансов на успех. Поскольку вы досконально прорабатываете детали, всё на месте, ничего не упущено. Когда вы в группе, на работе или в политической ситуации, люди часто обращаются к вам как к человеку, который способен грамотно реализовать программу. Почему? Они доверяют вашему вдумчивому отношению к процессу и деталям. Они знают, что вы не станете срезать углы и искать простые пути.

Еще одно преимущество функционального общения – вы можете принести значительную пользу своей группе, сыграв роль «адвоката дьявола». Вы ведь владеете всеми деталями. Следовательно, знаете все потенциальные слабые места. И можете обговорить разные сценарии и заставить команду думать, чтобы подчеркнуть преимущества и исправить несовершенства проекта.

Серьезный недостаток такого стиля общения в том, что вы кажетесь скучным и медлительным. Понимаете, большинство людей не располагают свободным временем. В наши дни, в наш век Интернета и скоростного общения, у людей развилась функциональная версия СДВГ. Мы хотим получать факты в коротком, резюмированном виде. Нам не нравится, когда всё разжевывают. Насколько возможно, мы предпочитаем готовые решения – не задумываясь, хорошо это или плохо.

Если вы общаетесь в функциональном стиле и увязли в деталях, то потеряете внимание аудитории. Особенно если вы общаетесь с теми, кто предпочитает общую картину и интуитивный стиль. Им не нравится разбираться в деталях. Они выслушают «вступление», а затем попросят вас пропустить середину и перейти сразу к выводу. Подробности их совершенно не волнуют.

Как же действовать в подобной ситуации?

Поскольку вы владеете деталями и знаете общую картину, вы можете дать достаточно информации, чтобы обогатить вступительную часть, и ровно столько деталей, сколько нужно для убедительного вывода, – и закончить на этом. Ничего лишнего. Знаю, это тяжело, потому что вам хочется копнуть глубже. Вы мечтаете добраться до сути внутренних процессов, проанализировать статистику, данные и цифры. Однако придется сопротивляться этим искушениям. Постарайтесь ограничиться лишь той информацией, которая необходима для формулирования вашего предложения, затем сразу объясните, зачем это нужно людям, и представьте вывод и только три основных фактора, которые подтверждают ваш вывод. Изъясняйтесь коротко, старайтесь заинтересовать людей.

Личностное общение

Если вам свойственен личностный стиль общения, вы цените эмоциональный язык. Общаясь с людьми, вы стараетесь максимально прочувствовать именно человеческую взаимосвязь, это вас мотивирует. Вы используете личностную связь как способ выяснить, что думают люди. Для вас важно понять не только их мысли, но и чувства. Вы умеете слушать, обладаете качествами дипломата. Вы способны сгладить конфликтные ситуации и, как правило, заботитесь о «здоровье» своих многочисленных отношений. Вас действительно заботят люди, вам нравится представлять себя на их месте и чувствовать то, что чувствуют они.

Неоспоримое преимущество личностного общения – склонность выстраивать по-настоящему глубокие личностные отношения. Вы добиваетесь колоссальной личностной близости. После общения с вами у людей остается чувство, что вы действительно понимаете их. Вы – клей, который удерживает ваш социальный круг. Люди бегут к вам за советом. Общение с вами мотивирует их. Вы играете роль духовного центра для друзей и родственников.

Однако у этого стиля есть один серьезный недостаток: вы принимаете всё слишком близко к сердцу. Кроме того, вы думаете сердцем, а не головой. Некоторые логические доводы вы легко отметаете в сторону, сбрасываете со счетов или делаете необоснованные допущения, а это может привести к катастрофическим решениям. Особенно в общении с людьми, которые уже подпортили себе репутацию.

Вы готовы встать на сторону человека в тех ситуациях, когда логическое мышление подсказало бы: «Постой-ка, этот человек не раз ошибался, зачем давать ему еще один шанс?» И не удивительно, что в случае неудачи вы чувствуете, будто вас предали. Вы часто смотрите на мир сквозь розовые очки, хотя он совершенно этого не заслуживает.

Если вы склонны к личностному общению и вам нужно построить отношения с аналитиком, придется отстраниться от своих чувств и сосредоточиться на цифрах, о которых он говорит, и попытаться осознать логические связи в информации, которой он делится. Конечно, любую информацию можно привязать к человеческим отношениям, иначе она кажется холодной и безличной, но постарайтесь свести это к минимуму. Иначе собеседник-аналитик сочтет, что вы принимаете решения, опираясь исключительно на эмоции, а не статистику, данные и логику (что намного разумнее, с его точки зрения).

Вы можете определить свой стиль и стиль людей, с которыми вы чаще всего общаетесь?

Говорите на том языке, который понятен людям, чтобы сформулировать свою мысль и затронуть то, что для них действительно важно. Иначе ваш язык покажется им тарабарщиной, а ваши методы убеждения обречены на провал.

Глава 5. Симпатия как связующее звено

Когда-то давно я работал личным тренером. С технической точки зрения я был выше среднего уровня. Я знал больше, чем многие тренеры, и мог составить такой план упражнений, что люди потом на ногах не стояли… в хорошем смысле. Однако многие тренеры знали больше, чем я, но не могли добиться успеха.

Главная задача личного тренера – мотивировать человека и помочь ему пройти через весьма неприятные испытания. Это отличается от профессионального контекста, когда, к примеру, вам не хочется заполнять очередную таблицу и вы ночами не спите из-за этого; тут вам предстоит физическое испытание – да такое, что вам будет тяжело встать с постели на следующий день.

Но мои клиенты никогда не испытывали проблем с мотивацией, потому что я им *нравился*. Мы были на одной волне, и моя основная задача заключалась в том, чтобы шутить и смешить их на протяжении всей тренировки. Они делали свои подходы и повторы, и сама тренировка казалась дополнением к веселому общению между нами.

Вот, что я имею в виду, когда говорю, что умение нравиться – связующее звено убеждения. Люди готовы в лепешку расшибиться и следовать за тем, кто им нравится, кто их очаровал. Если вам удастся заставить их забыть о той задаче, которую они выполняют, или придумать дополнительную мотивацию, чтобы добиться согласия и подчинения, – считайте, что вы на полпути к своей цели.

Итак, вам предстоит неприятная задача – объективно оценить себя: умеете вы *нравиться* людям, и в социальном, и профессиональном контексте?

Если вы менеджер или супервайзер, наверняка вы по-разному общаетесь с другими менеджерами и с подчиненными (или с теми, кто стремится руководить, и с теми, кто выполняет распоряжения). Даже если вы самый приятный человек на свете, вряд ли вам удастся выстроить со всеми отношения по принципу «равный с равным», потому что баланс власти разный.

По той же причине, по которой сложно или даже невозможно дружить с учителем в школе или вузе, несбалансированные отношения и на других уровнях не подчиняются тем же правилам, что нормальные дружеские отношения. Коллеги всегда жалуются на начальство и объем работы, иногда уже рефлекторно, а это, как вы понимаете, невозможно в присутствии человека, который взвалил на них такой объем работы.

Учитывая то, что иногда невозможно (а иногда и не нужно) выстраивать отношения и вызывать нормальную дружескую симпатию, ваше умение нравиться должно опираться на доверие, на способность создать такую атмосферу, чтобы люди слушали друг друга и чувствовали себя ценными и равными.

Этот момент стоит повторить, чтобы он отпечатался в памяти.

Вы не сможете наладить взаимопонимание с большинством людей, если находитесь на разных уровнях с ними – просто у вас разные проблемы и заботы. Поэтому нужно вызвать симпатию, учитывая потребности и стремления подчиненных, а для этого нужны доверие, признание и уважение.

Дело в том, что умение нравиться и производить положительное впечатление в любом социальном или профессиональном контексте – приобретенный навык. Приятные и очаровательные люди научились быть такими, какие они есть, и вы можете брать с них пример.

Как демонстрировать уважение, доверие и признание?

Через мелочи.

Если подумать, у большинства либо нет возможности познакомиться с людьми на более глубоком уровне, либо они просто ленятся. Они постоянно ищут легкий путь, стараются срезать углы и ускорить процесс.

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.