

Есть мнение, что заставить человека сделать что-то против его желания можно только под гипнозом. Между тем есть столь же эффективный, но совершенно безопасный способ влияния – грамотное убеждение. Смысл его в том, чтобы человек осознанно и самостоятельно согласился с вами, захотел сделать то, что вы от него ждете.

ПРАВИЛА УБЕЖДЕНИЯ

Вера. Легче убедить другого человека в том, во что веришь сам. Если к плохим привычкам вы относитесь терпимо, то вряд ли сможете побудить кого-то бросить курить, начать делать зарядку и быть разборчивым в связях.

Доверие и авторитет. Человек прислушивается только к тем, чей авторитет для него непрекаем. Если вы не стали таковым для сына или дочери, то попытки убедить их в чем-то будут бесполезны. Ваша задача – узнать, кому дети доверяют, и взять его в союзники.

Согласие. Согласиться с мнением оппонента не значит отступить от своих позиций. Но, приняв его точку зрения, вы переходите от спора к диалогу. Нет конфликта – нет сопротивления.

Соответствие. Человека разумнее убеждать, опираясь на его представления, образование, опыт. Невозможно убедить пятилетнего ребенка не есть много конфет, рассказывая ему о сахарном диабете. Как и взрослого, объясняя, что от сладкого «во рту появляются кариозные монстры».

Предпочтение. В своих поступках человек руководствуется личными предпочтениями. Не пытайтесь убедить мужа в необходимости ремонта, если он во всем ищет смысл, а вы не можете объяснить, зачем ему это надо.

К убеждающему разговору нужно готовиться: сформулировать предложение и доводы в его пользу, подумать о возможном несогласии и о том,

БЫТОВОЙ «ГИПНОЗ»



как его преодолеть. Но даже после блестящей подготовки можно проиграть, если использовать не те слова.

НУЖНЫЕ СЛОВА

- «Может быть», «возможно», «наверное», «кажется», «я не знаю»... Поменяйте их на «конечно», «разумеется», «безусловно», «точно»! Они добавят вашим высказываниям убедительности и уверенности.

- «Нет», «но», «однако», «да, но», «конечно, но»... Эти слова говорят о противостоянии. Вместо «Я понимаю тебя, однако...» скажите: «Я понимаю тебя (вкратце повторите сказанное собеседником) и поэтому...» Так вы сразу согласитесь и предложите диалог, вызовите готовность к взаимовыгодному сотрудничеству.

- «Это вас заинтересует», «тебе это понравится»... Забота в подобных фразах воспринимается как манипуляция. Просто предложите вместе изучить то, о чем хотите рассказать.

- «Вредно», «трудно», «не ошибаться», «растолстеешь», «проблемы»... Вы хотели предостеречь, оградить от

плохих последствий? Но тот, кому были адресованы подобные слова, услышит в них угрозу. Маркетологи часто используют негатив как побуждение к покупке. Но этот прием действует только на тех, кто не умеет критически оценивать информацию. Большинство людей лучше убеждают позитивные перспективы и возможности.

- «Ты должен», «вам нужно», «для вас важно»... Только сам человек вправе решать, что и кому он должен и что для него важно. Можно внушить мужу мысль, что он должен сделать жену счастливой. Но если он сам осознает это, счастливы будут оба, а не только супруга.

- «Поверьте мне (моему опыту)», «я забочусь о ваших интересах»... Но кто поверит в демонстративную искренность? Подтверждайте свое расположение более подходящими способами – представлением фактов, полной информации, объяснением выгод.

Кроме изложенных выше есть еще один закон эффективного влияния. Чтобы убедить человека, нужно учитьывать не только свои, но и его интересы. А это возможно только тогда, когда вы поймете истинные причины поступков, привычек и мнений вашего оппонента.

Татьяна ЧЕРЕПАНОВА

