Heinz Ryborz

Beeinflussen Überzeugen Manipulieren

Seriöse und skrupellose Rhetorik



WALHALLA FACHVERLAG

Tabla de contenido

Información del título

- Cubrir
- Breve descripción

Vista rápida

1 Por qué el libro te ayudará

- situación
- La ventaja para ti
- Conceptos básicos para comprender las técnicas de influencia, persuasión y manipulación.
- ¿Son los métodos de manipulación éticamente cuestionables?

2 Los nuevos factores de influencia

- Confianza
- Coraje y perseverancia
- empatía
- Cercanía y conexión
- Interés propio
- Haz lo inesperado
- flexibilidad
- humor
- credibilidad

3 técnicas para conquistar personas
- Sonrisa
- Simpatía y similitud
- comprender a los demás seres humanos
- Felicitaciones
- La técnica de Barnum
- Las técnicas de Rowland

4 técnicas de influencia
- Técnica de atracción
- generar atención
- satisfacer las necesidades
- Técnica de reciprocidad
- Técnica de compromiso y coherencia.
- Ingeniería de cumplimiento
- Técnica de autoridad
- Principio de escasez
- Opciones de colores
- Establecer puntos de anclaje
- Repetición estereotipada
- técnica de contraste
- Tecnología de imagen
- Abordar los sentimientos

Autopresentación

Mantenerse en contacto

momento

Combinación de técnicas

Ejemplo: proceso de influencia

5 Influir con el poder del lenguaje

Lenguaje y conocimiento de la realidad.

Idioma e información

Usar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas

Metáforas

Frases y refranes

cuentos

Girar

Logre más con menos palabras

El “cómo” es más importante que el “qué”

lenguaje positivo

palabras mágicas

Palabras tabú

transmitir ideas

6 Influencia con el lenguaje corporal

El lenguaje de la ropa.

El estilo de hablar

Observación minuciosa y lectura de la mente.
Señales positivas
Engaños y mentiras
7 Convencer con éxito
Recoge a tu pareja donde esté
Clarificar valores y necesidades
Reconstruir el hilo de pensamiento del interlocutor.
Convencer con preguntas
Preguntas de implicación: instrumento de los expertos
Cuando convencer con argumentos es fácil
¿Qué pasa si tu pareja dice que no?
Resistencia a la disolución
8 Evita la manipulación
La manipulación es algo cotidiano.
Desinformación
Cuidado con caerte
Falsos argumentos
Fraude mental
Mentir
Falsas garantías
No seas víctima de la esponjosidad
La táctica del hombre de paja

Falsas analogías
Manipulación del lenguaje
Manipulación de imagen
Manipulación a través de normas, reglas, convenciones.
Técnica de rumor
Manipulación emocional
Disonancia cognitiva
Manipulación en las relaciones.
Así te proteges de la manipulación
9 Cómo se manipula la gente a sí misma
ilusiones
Profecías autocumplidas
Mensajes subliminales
La memoria se manipula a sí misma.
Libérate del autoengaño y vuélvete autónomo
10 seminarios/referencias literarias.
Seminarios a cargo del Prof. Dr. Heinz Ryborz
Referencias de literatura
Estudios
Índice
LEJOS
CDE

- FG
- HIK
- LMNOP
- QRS
- TUV
- WZ

Extractos de las regulaciones referenciadas

- StGB (extracto)
  - § 186 Difamación
  - § 187 Difamación

Heinz Ryborz

Beeinflussen Überzeugen Manipulieren

Seriöse und skrupellose Rhetorik



WALHALLA FACHVERLAG

Influir - Convencer - Manipular incluyendo libro electrónico
de Heinz Ryborz
1ra edición

© WALHALLA Fachverlag , Ratisbona

Este libro electrónico es sólo para uso personal. Todos los derechos, en particular el derecho de reproducción, distribución y traducción, están reservados. Ninguna parte de la obra puede reproducirse, duplicarse o distribuirse de ninguna forma sin el permiso por escrito del editor.

Nota: Nuestras fábricas siempre se esfuerzan por informarle lo mejor que saben. Sin embargo, el editor no asume ninguna responsabilidad por la exactitud técnica o del contenido. Si es necesario, puede obtener información vinculante de su abogado.

Contacto:
Walhalla Fachverlag
Haus an der Eisernen Brücke
93042 Regensburg
Tel. (09 41) 56 84-0
Fax. (09 41) 56 84-111
Correo electrónico walhalla@walhalla.de
Web http://www.WALHALLA.de

Breve descripción

El poder del lenguaje

9 factores de influencia

Ganar y convencer a la gente

Vea a través de la manipulación y desvíela hábilmente.

Utilice el lenguaje corporal conscientemente

El arte de la influencia positiva

Si sabes hablar bien, ¡las cosas son más fáciles! El éxito y la felicidad en la vida son el resultado.

El profesor Heinz Ryborz, autor de best sellers y experto en retórica, muestra cómo convertirse en una personalidad convincente.

Con una influencia positiva, siempre se crea un resultado beneficioso para usted y las personas con las que habla.

- Las técnicas mentales probadas y fáciles de aprender te ayudarán a ganar más carisma y carisma.
- Comprender a las personas, hacer amigos: el arte de una perspectiva diferente agudiza tu perspectiva.
- Comprender las técnicas de influencia: cómo protegerse de la manipulación y el autoengaño.

Ganar personas: por ideas, por metas, por uno mismo.

Libro electrónico incluido: El libro electrónico está incluido en el precio de compra de la edición impresa. Esto permite el uso digital móvil.

autor

Profesor Dr. Heinz Ryborz estudió ciencias naturales y psicología en Berlín. Ocupó altos cargos en la industria y ahora forma directivos. Numerosas publicaciones. El autor mas vendido.

Vista rápida

1 Por qué el libro te ayudará

2 Los nuevos factores de influencia

3 técnicas para conquistar personas

4 técnicas de influencia

5 Influir con el poder del lenguaje

6 Influencia con el lenguaje corporal

7 Convencer con éxito

8 Evita la manipulación

9 Cómo se manipula la gente a sí misma

10 seminarios/referencias literarias.

Índice

Extractos de las regulaciones referenciadas

1 Por qué el libro te ayudará

situación

La ventaja para ti

Conceptos básicos para comprender las técnicas de influencia, persuasión y manipulación.

¿Son los métodos de manipulación éticamente cuestionables?

situación

Cuando dos personas se encuentran y empiezan a hablar, ya comienza el proceso de influencia mutua. Si es una influencia positiva (blanca), ambos se benefician de ella, es una influencia en la que todos ganan.

Pero ahora también influyen estafadores, estafadores, estafadores matrimoniales, engañadores, vendedores retorcidos y asesores dudosos. Muchas personas se dejan influenciar por estos tipos en detrimento de ellas mismas; sólo el manipulador tiene la ventaja. Esta influencia es una influencia de ganar-perder (negra). A continuación utilizaré la palabra manipulación para describir esto.

La cultura humana se ha desarrollado a través de influencias positivas. Una influencia positiva se produce, por ejemplo, en la educación, la enseñanza, las relaciones, la amistad, la autoinfluencia y la terapia. Con influencia positiva cambias el mundo para mejor.

Mi creencia es: la influencia positiva conduce a un mundo mejor. La capacidad de influir es una de las habilidades humanas más importantes. Ganarse a la gente es un requisito previo para influir. Sólo si te ganas a la gente lograrás tus objetivos.

En la historia cultural de la humanidad ha habido grandes maestros en el arte de influir. Por ejemplo, Moisés hizo creíble para el pueblo de Israel que Dios les había hablado. Luego hizo que los israelitas salieran de Egipto. Anteriormente, esto parecía imposible para todos los israelitas debido al enorme ejército de Faraón. Este logro nunca hubiera sido posible con unas pocas recetas sencillas. Se necesita mucho más para acercar a las personas a ciertos valores y actitudes. Los grandes maestros de influencia como Lao Tse, Buda, Jesús, Pablo, Catón, Lincoln y otros pudieron hacer esto. Este libro le muestra lo que es necesario.

La ventaja para ti

El libro le indica qué factores de su personalidad necesita fortalecer para poder influir en ellos con éxito. Recibirás técnicas efectivas para esto. También te muestra cómo conquistar a la gente. Los procedimientos eficaces y probados son la llave al corazón del prójimo.

Además, este libro le ofrece una variedad de técnicas de influencia para todas las situaciones de la vida. Las técnicas se basan en la realidad, la persona, los motivos y el comportamiento general de las personas. La ventaja particular es que puedes combinar las técnicas para cualquier situación.

Un ejemplo de combinación de técnicas es: llamar la atención – despertar confianza – comprender a la otra persona – expresar sentimientos positivos – dar beneficios.

Robert Cialdini en su libro “La psicología de la persuasión” sólo dio cinco técnicas que sólo pueden utilizarse en unas pocas situaciones. Esto significa que se está perdiendo amplias opciones de aplicación. Además, sus técnicas sólo utilizan desencadenantes. El desencadenante desencadena automáticamente un determinado comportamiento en la otra persona como estímulo. Sin embargo, estas técnicas no tienen nada que ver con la persuasión. La persuasión requiere apelar a la perspicacia, el argumento y la razón.

La ventaja de mi libro para usted es que también se presentan las técnicas de persuasión, así como las técnicas de manipulación. Aprenderá cómo protegerse eficazmente de ellos. Usted se beneficiará de mi larga experiencia de vida, de la gran experiencia de los participantes en mis seminarios y de lo que muchas otras personas han compartido conmigo.

Finalmente, aprenderá cómo las personas se manipulan a sí mismas en detrimento de ellas mismas. Te enseñaré técnicas sobre cómo protegerte del autoengaño, cómo liberarte de él y cómo ver las cosas y a ti mismo más como son. Así es como te conviertes en una persona autodeterminada.

Las técnicas presentadas utilizan los últimos hallazgos de la ciencia y la investigación.

Conceptos básicos para comprender las técnicas de influencia, persuasión y manipulación.

Según Luc Ciompi, los tres niveles de piloto automático del ser humano son de gran ayuda para comprender los procesos de influencia, persuasión y manipulación.

En el nivel 1 del piloto automático, las personas reaccionan de forma refleja y en su mayoría inconsciente con sus automatismos determinados genéticamente. La psicología ha utilizado para ello el término automatismos afectivos. Las influencias en el nivel del Piloto automático 1 son particularmente exitosas porque el influencer desencadena en la persona automatismos de los que le resulta difícil escapar. El influencer positivo utiliza este automatismo tanto como el manipulador. Mientras que el influencer positivo impresiona a su amada con sentimientos reales, el estafador matrimonial finge sentimientos e intenciones falsos para quedarse con los ahorros de su víctima.

La defensa contra tal proceso de manipulación sólo puede tener éxito si se conciencia el automatismo mediante el entrenamiento y se aumentan las facultades de la razón. Aunque los influenciadores positivos y los manipuladores utilizan las mismas técnicas, sus intenciones difieren significativamente: el influenciador positivo ayuda a su contraparte a obtener ventajas, el manipulador solo obtiene ventajas para sí mismo, mientras que su víctima sufre el daño.

El nivel 2 de piloto automático tiene automismos afectivos que se han desarrollado a partir de las experiencias individuales de la persona. Al menos el llamado “sentido común” es eficaz a este nivel, aunque todavía tiene algunos déficits. El manipulador utiliza la debilidad de la razón para manipular con acciones destructivas, provocando errores de pensamiento, faroles, mentiras, desinformación, etc. Además de mentir, fanfarronear y desinformar, el influencer positivo también tiene que centrarse en las debilidades del “sentido común” de su contraparte. No debe sobrecargar la razón de sus semejantes y debe adaptarse a ella. En este caso se aplica nuevamente lo

siguiente: una influencia en la que todos ganan es una influencia blanca, y una influencia sin victorias es una influencia negra, es decir, manipulación.

El nivel 3 de piloto automático incluye habilidades cognitivas altamente desarrolladas como lenguaje, matemáticas y filosofía. En esta etapa el hombre ha superado las restantes deficiencias lógicas del sentido común; es la etapa más alta de desarrollo.

Los métodos de persuasión que se presentan a continuación se basan en el nivel 3.

The Duden entiende la persuasión: "Usar argumentos para hacer que alguien crea que algo es verdadero o necesario". La persuasión ocurre de una manera clara y lógica. Si quiere convencer, explique abiertamente su objetivo, pero el proceso de persuasión y comprensión se ve dificultado por muchas deficiencias humanas. Se trata, por ejemplo, de ilusiones, errores de pensamiento, falta de concentración, ritmo frenético o deficiencias en la difusión de información. Por tanto, los procesos de persuasión suelen ser más difíciles de llevar a cabo que los de influencia. Convencer a las personas es más exigente y requiere que la otra persona tenga la capacidad de pensar de forma lógica. Si no se cumplen estas condiciones, las técnicas de influencia tienen más éxito. Las técnicas de ambos métodos se pueden combinar muy bien entre sí y los grandes maestros de la influencia ya utilizaban estas combinaciones.

¿Son los métodos de manipulación éticamente cuestionables?

Quizás se pregunte si las técnicas de manipulación, tan efectivas, son éticamente justificables. La opinión de Kant al respecto: “La acción es ética si las máximas de la voluntad pueden aplicarse en cualquier momento como principios de legislación general”. Esto sería una influencia beneficiosa para todos en el sentido de Kant y la moralidad de la responsabilidad se convierte en el criterio. Desde este punto de vista, la manipulación como una influencia sin resultados es reprensible. Sólo sirve al manipulador.

Todas las técnicas de influencia no son ni positivas ni negativas, sino más bien neutrales. Sólo la intención y objetivo del influencer permiten tener más información sobre el procedimiento.

Este manual presenta técnicas; no pretende influir en usted para que adopte un enfoque moral estricto. Eso no te haría flexible a la compleja realidad de la vida.

En mi experiencia, muchas personas utilizan técnicas de manipulación en algunas situaciones, por ejemplo, cuando un oponente malicioso actúa de forma imprudente. Cualquiera que siga siendo justo da la impresión de debilidad. El maligno no actúa según la regla de la reciprocidad. Entonces lo único que puede ayudar es la contramanipulación o la amenaza de sanciones.

La regla de la reciprocidad supone que si haces algo bueno por alguien, él te corresponderá con una acción positiva (ver también la página 53).

Por mi experiencia de vida, sé que la influencia beneficiosa para todos es el enfoque más recomendado para el éxito a largo plazo. Pero hay situaciones en las que estás lidiando con una contraparte abrumadora que quiere usar métodos de manipulación para ponerte en una posición extrema de ganar o perder. En tal caso, creo que es apropiado utilizar técnicas de manipulación. Yo mismo lo he practicado en tales situaciones y en repetidas ocasiones he descubierto

que lo hacía mejor que mi contraparte, que siempre estaba manipulando.

Le deseo mucho éxito en la aplicación de los conocimientos recién impartidos.

Heinz Ryborz

2 Los nuevos factores de influencia

Confianza

Coraje y perseverancia

empatía

Cercanía y conexión

Interés propio

Haz lo inesperado

flexibilidad

humor

credibilidad

Confianza

Para influir y persuadir, la confianza es el factor más importante. Sólo tendrás éxito si crees en ti mismo y confías en que conseguirás tu objetivo. Luego muestre el comportamiento necesario y no se deje impresionar por los contratiempos.

Ejemplo:

Un hombre cuya confianza en sí mismo no podía ser quebrantada por nadie fue el futuro canciller alemán Adenauer. En octubre de 1945 todavía era alcalde de Colonia. Debido a que se había negado a cumplir algunas órdenes del entonces gobernador militar británico, fue citado al cuartel general del brigadier Baraclough. Cuando Adenauer, entonces de 69 años, entró en la habitación de Baraclough, ninguno de los oficiales presentes le devolvió el saludo. Nadie le ofreció una silla, Adenauer tuvo que ponerse de pie. Le leyeron una carta informándole de su despido por incompetencia. Muchas personas se habrían retirado de la vida pública después de una experiencia así. Pero no Adenauer. Tenía una confianza real y profunda en sí mismo y no se dejó disuadir de su camino.

La confianza en sí mismo del Canciller Adenauer también tuvo que superar posteriormente varias pruebas de estrés.

Ejemplo:

Adenauer fue convocado una vez a Petersberg. Allí los "Altos Comisionados" quisieron entregarle la Ley Fundamental aprobada. Los responsables del protocolo habían planeado lo siguiente: Adenauer debería estar delante de los tres altos comisionados, no sobre la alfombra como lo hicieron ellos, sino sobre el suelo desnudo. "Cuando el embajador Francois-Poncet terminó su discurso", informó Adenauer, "se acercó a mí para estrecharme la mano. Pero rápidamente me lancé hacia él y logré subirme a la alfombra mientras nos dábamos la mano. En cualquier caso, yo también quería estar en la alfombra. A menudo nos intentaban humillaciones tan burlonas en aquel entonces".

Independientemente de lo que quieras influir en otras personas para que hagan, sólo con una confianza real y profunda en ti mismo podrás “subirte a la alfombra” en la vida y no quedar relegado a un segundo plano.

Los psicólogos Ambady y Rosenthal realizaron experimentos significativos sobre la confianza en uno mismo. A los participantes que no eran estudiantes se les mostraron grabaciones de video de 30 segundos de profesores universitarios al comienzo de un semestre y se les pidió que calificaran su apariencia. El trasfondo del experimento fue la cuestión de si se podían hacer predicciones sobre cómo serían evaluados los profesores por sus estudiantes al final del semestre a partir de su breve aparición. Y eso es exactamente lo que mostraron los resultados de las pruebas. Algunos profesores fueron calificados como confiados y confiados después de la breve prueba. Estos mismos profesores recibieron posteriormente mejores calificaciones de los estudiantes que otros.

Esto demuestra: ¡Cualquiera que tenga confianza en sí mismo puede esperar mucho!

Consejo práctico:

Si irradia confianza en sí mismo, la gente tendrá mucha confianza en usted, por ejemplo en su competencia , y por tanto influirá en los demás.

Importante:

Ciertamente no toda apariencia impresionante tiene que esconder mucha competencia . Pero si no actúa con confianza, no confiarán en usted.

Volver a la verdadera confianza en uno mismo. La confianza tiene un gran impacto en lo que eres capaz de hacer. Nuevos experimentos lo han confirmado.

Ejemplo:

R. Friedmann, profesor de gestión en la Universidad de Vanderbilt, realizó una prueba en 2008 con dos grupos de estadounidenses. Un grupo estaba formado por afroamericanos y el otro grupo por blancos. La prueba

constaba de 20 preguntas para exámenes orales de graduación. Luego se compararon los resultados. Como parte de esta prueba, los afroamericanos también debían indicar su origen étnico. Lo sorprendente fue que antes de que Obama fuera nominado como candidato presidencial, los estadounidenses blancos respondieron correctamente un promedio de doce de 20 preguntas, mientras que el grupo afroamericano sólo respondió a 8,5. Después del discurso de nominación de Obama, la prueba arrojó un resultado completamente diferente. Los logros de los estadounidenses blancos y negros eran ahora idénticos. Al parecer, los afroamericanos ahora creían en el famoso llamado de Obama: “Sí, podemos”. La autoestima aumentó y también el rendimiento.

Importante:

Henry Ford ya opinaba: “Tanto si crees que puedes hacerlo como si no lo crees, tienes razón”.

El conocimiento sobre la importancia de la confianza en uno mismo es antiguo. Jesús ya dijo en la Biblia: “Tu fe te ha ayudado”. Los judíos se consideran el pueblo elegido. Por eso no es de extrañar que entre ellos haya un número especialmente elevado de personas con mucho talento. La estrategia de creerse el pueblo elegido es, por tanto, muy eficaz.

La confianza en uno mismo está muy ligada a la autoestima , la seguridad en uno mismo y la confianza en uno mismo . Incluye la sensación de lograr lo que se desea a largo plazo. En el lenguaje cotidiano actual, todos estos términos se resumen bajo la palabra confianza en uno mismo. Ahora, ¿qué puedes hacer para aumentar tu confianza en ti mismo?

Cómo aumentar tu confianza en ti mismo

1. Practica la autoafirmación .

   Por la mañana y antes de irte a dormir, dite a ti mismo: Creo en mí mismo, creo en mí mismo muy fuertemente. Puedo hacerlo. Amplíe el texto con palabras que signifiquen mucho para usted. Ríndete a la sensación durante aproximadamente un minuto.

2. Toma conciencia de tus pensamientos y sentimientos .

   Si son negativos, diga "Alto". Si es necesario, haz esto varias veces para cancelarlo.

3. Piensa en tus éxitos .

4. Escriba dos o tres éxitos en un folleto por la noche. Los pequeños éxitos son suficientes.

5. Los errores son pasos hacia un mayor desarrollo. Aprende de los errores y no pienses en ellos.

6. Descubre los lados positivos de otras personas.

7. Cree que tienes el control de tu vida. Ellos también lo hacen.

8vo. Sólo si crees en ti mismo y te identificas con el objetivo irradiarás competencia y confianza y podrás influir en las personas.

9. Es necesario realizar el ejercicio al menos dos veces al día durante los primeros seis meses.

Para que la autoafirmación no conduzca al autoengaño, debe complementarse con el autoconocimiento. Quien sólo persigue la autoafirmación puede crear una ilusión de realidad. En el siguiente chiste, dos hombres han perdido la conexión con la realidad y carecen de autoconocimiento.

Ejemplo:

En un manicomio, varios reclusos se reúnen por la mañana. El profesor le pregunta cómo está. Un hombre en la última fila grita: “El Señor Dios me habló anoche”, a lo que otro responde: “No dije una palabra anoche”.

Quienes sólo practican el autoconocimiento muchas veces cometen el error de ver sólo las cosas negativas de sí mismos. La correcta síntesis entre autoafirmación y autoconocimiento requiere:

1. Tienes que reconocer lo que necesitas mejorar.
2. Te entrenas la habilidad con la voluntad.
3. La autoafirmación y la técnica de los pequeños pasos te ayudarán a encontrar la resistencia que necesitas.

No cometa el error de devaluar sus propios éxitos.

Ejemplo:

En un seminario hace unos 25 años, un hombre de 50 años dijo: “Tengo un millón de marcos alemanes en mi cuenta. Cuando pienso en Boris Becker, que ni siquiera tiene 20 años y ya tiene al menos diez veces más dinero en su cuenta, pierdo la autoestima”.

Le respondí: “Continuemos con tu perspectiva. Quien tiene 10 millones de marcos envidia a alguien que tiene 100 millones de marcos, quien a su vez envidia a un multimillonario y el multimillonario envidia a alguien que tiene 10 mil millones de marcos. Tal comportamiento no es un arte de vivir, porque la forma en que lo miras ahuyenta toda alegría de vivir. La autoestima sólo puede desarrollarse cuando disfrutas de tus propios éxitos. Quien sólo piensa en lo que aún no tiene pierde toda alegría de vivir. La codicia impide que surjan la autoestima y la confianza en uno mismo”.

Coraje y perseverancia

Si desea alcanzar sus objetivos, debe acercarse a las personas e influir en ellas para que consigan sus objetivos. Hay que tomar la iniciativa y utilizar técnicas de influencia. Necesitas coraje para hacer esto . Si te falta este coraje: ¿Qué te impide asumir el desafío? ¿Será quizás el miedo al fracaso , el miedo al rechazo ? Por supuesto, siempre es importante pensar en algo de antemano. Pero también hay que preguntarse cuál es la consecuencia de no intentarlo. ¡Solo probándolo sabrás más, serás valiente y ganarás la experiencia necesaria!

Desafortunadamente, muchas personas evitan esto. Fritz Riemann dijo: “La mayoría de las personas son grosellas secas en la vida. Quieres aprender a nadar sin mojarte”. Entonces, ¿cómo consigues desarrollar esa audacia necesaria?

La técnica de visualización es un método que ha ayudado a muchas personas.

Consejo práctico:

Piensa en lo que quieres hacer. Visualiza detalles. Imagínese acercarse a una persona y utilizar una técnica de influencia. Cuanto más detallado seas, mejor. Dedícate a los detalles hasta que sientas una sensación de logro. Vuelva a reproducir la película mental con la mayor frecuencia posible.

Llevo muchos años utilizando esta técnica. Esta técnica me ha ayudado mucho no sólo a influir sino también a realizar los sueños de mi vida . Si ya has realizado varias veces el ejercicio para aumentar tu confianza en ti mismo, descubrirás que este ejercicio también aumenta tu coraje.

La perseverancia es un factor crucial para influir en las personas. La experiencia nos enseña que los contratiempos son parte del éxito. Si no logras tu objetivo la primera vez, inténtalo una segunda y tercera vez, cambiando de táctica.

Importante:

Ya sea vendedor, deportista, científico o tenga otra profesión, lo siguiente se aplica a todos: ¡El éxito no es posible sin perseverancia!

Consejo práctico:

Cuando se trata de influir en las personas, a menudo sólo se llega a un sí a través de muchos "no". Sólo puedes ser persistente si también tienes paciencia . No se desanime. Pruébelo de otra manera la próxima vez. Este libro le brinda suficientes técnicas para hacer esto. La paciencia es la capacidad de soportar frustraciones y obstáculos para lograr una meta. Visualiza tu objetivo, desarrolla la paciencia.

Ejemplo:

El premio Nobel George Bernard Shaw sólo asistió a la escuela cinco años. Después de trabajar como cajero en una tienda durante cuatro años, decidió convertirse en escritor. Sus primeras cinco novelas fueron rechazadas por todas las editoriales de Estados Unidos e Inglaterra. Pero Shaw no dejó que eso lo desanimara. Se convirtió en crítico de teatro y comenzó a escribir obras de teatro. Pero ni siquiera con esto tuvo suficiente éxito como para poder vivir con estos ingresos. Muchos otros se habrían rendido, pero Shaw no. Sólo después de 22 años se consiguió el éxito deseado.

Recuerde esto cuando se sienta tentado a darse por vencido después de sus primeros intentos de influir.

empatía

Muestra empatía a tu contraparte , ponte en contacto con lo que te conecta con la otra persona. Este vínculo común entre ustedes es la humanidad . Con empatía eres capaz de comprender la situación de la otra persona. Eres sensible a los sentimientos, deseos y necesidades de la otra persona. Así fortaleces la relación entre tú y la otra persona.

Con tu empatía, puedes lograr un acceso profundo a tu interlocutor y ayudar a la otra persona a entrar en contacto con niveles profundos de sí misma a través de tu contacto sensible. Esto requiere escuchar con todo tu ser. Martin Buber también pide comprender la “cara” única de cada situación. Entiendes a tu contraparte y miras las cosas a través de sus ojos. Si su prójimo se siente comprendido por usted, también estará abierto a su influencia.

En su libro The Brain Whisperer, Kevin Dutton describe cómo Winston Churchill se comportó con empatía:

Ejemplo:

En el verano de 1941, Allen Ward fue reconocido por su valentía. Bajó del avión y se subió al ala del bombardero a una altitud de 4.000 metros para apagar un incendio en el motor. Sólo estaba sujeto con una cuerda alrededor de su cintura. Winston Churchill quedó tan impresionado que invitó al sargento a Downing Street para felicitarlo por su heroica hazaña. No se desarrolló ninguna conversación entre los dos hombres durante la visita. El soldado que desafiaba a la muerte estaba tan avergonzado en presencia del gran político que no podía responder a las preguntas más simples de Churchill. Así que Churchill intentó un enfoque diferente: “Debe sentirse muy avergonzado e inferior en mi presencia”. “Sí, señor”, respondió Ward. “Entonces estoy seguro de que comprenderá lo cohibido e inferior que me siento en su presencia”, respondió Churchill. Con eso se rompió el hielo.

Se informa de otro incidente sobre Winston Churchill en el que una vez más demostró su capacidad de empatizar .

Ejemplo:

Hacia el final de un banquete estatal al que asistieron dignatarios de la Commonwealth, Churchill observó a un invitado que guardaba un salero de plata en el bolsillo de su chaqueta y se disponía a salir de la habitación. Churchill pensó en cómo podría prevenir el robo pero también evitar un incidente embarazoso. Luego tomó el pimentero y lo guardó en su bolsillo. Luego se acercó al ladrón, sacó del bolsillo el pimentero robado, lo colocó sobre la mesa frente al ladrón y le dijo: “Nos han vigilado, sería mejor que devolviéramos las cosas a la mesa. "

También en este caso Churchill se puso al nivel de la otra persona. Haciéndose pasar por ladrón, logró influir en la gente.

Consideremos otra situación:

Ejemplo:

Si un marido le dice a su esposa: “Llego a casa del trabajo agotado y tú salaste demasiado la sopa”, se pone en una situación desagradable porque la esposa se siente muy devaluada por esta afirmación. Además de la sopa demasiado salada, también tiene problemas con su esposa. Con empatía podría haber evitado su error. Si le hubiera dicho a su esposa: “La sopa hoy no sabe tan bien como siempre”, su mensaje habría sido recibido con mayor éxito.

Muestra empatía. La empatía te hace sensible a las necesidades, deseos, intereses y sentimientos de tu pareja. La empatía también influye positivamente en situaciones muy amenazantes. Los asesinos sólo son capaces de cometer su crimen si ven a sus semejantes como un objeto o los perciben como un enemigo. Entonces no hay ningún vínculo entre los dos. Si la víctima logra despertar empatía en el asesino, el acto de violencia no se producirá. Hay varios casos en los que la víctima sobrevivió utilizando esta estrategia.

Junto con el coraje y la confianza en uno mismo, la empatía es el factor más importante en el arte de influir. Entonces, ¿qué se necesita para fortalecer esta habilidad tan importante?

Importante:

La empatía sólo puede desarrollarse cuando, al tratar con ellas, se abandonan todas las opiniones y juicios preconcebidos sobre las personas. A pesar de todas las similitudes, cada situación es nueva y única, por lo que no debe haber ninguna reacción predeterminada o automática.

Consejo práctico:

La empatía requiere presencia mental , lo que significa entrar en contacto directo con la situación. Comprensión y comprensión intelectual, es decir, bloqueo de análisis , interpretaciones , interpretaciones , etc.

Los siete disruptores de la conversación impiden la empatía:

- Dar consejos: “Deberías...”
- Reconfortante: “No está tan mal...”
- Hablando de ti mismo: “Me pasó algo mucho peor...”
- Interrogatorio: “¿Cuándo empezó todo esto...?”
- Lástima: “Lo siento por ti...”
- Comando: “Tranquilízate...”
- Dar explicaciones: “Habría llamado antes si...”

Sea consciente y concéntrese en la percepción para que ningún otro pensamiento pueda interferir.

El método de escucha abierta de Carl Rogers, que veremos en la siguiente sección, le ayudará a desarrollar la empatía.

Cercanía y conexión

la gran importancia del acercamiento , la cercanía y el vínculo.

Ejemplo:

Max S. fue durante varios años un exitoso estafador en serie. Siempre hubo mucho dinero involucrado que necesitaba para su exigente estilo de vida. Le gustaba influir en otras personas para que hicieran cosas que no habrían hecho sin su influencia. El lema de Max S. era: “Acercarse a otras personas, prestarles atención , crear cercanía y vínculo . Así es como logras lo que quieres”.

Además de su confianza en sí mismo y su carisma positivo, su receta para el éxito fue el contacto suave : “Creo contacto tocando suavemente el brazo y acariciando con cuidado parte de la espalda de la otra persona. Esto hace que la gente se sienta valorada y querida por mí. Este enfoque pone a dormir las habilidades de pensamiento crítico de la mayoría de las personas”.

Max logró lo que quería, pero su fraude fue descubierto y ahora está en prisión.

Incluso en las comunidades religiosas, el sentimiento de pertenencia reduce significativamente la resistencia a la influencia. Conozco a un señor mayor, muy simpático, que por lo demás es muy crítico, pero sus compañeros de creencia ya le han estafado dos veces una considerable suma de dinero.

Se puede crear mucha influencia sobre la base de las relaciones interpersonales y un sentido de comunidad. El líder de la secta Jones demostró hasta dónde puede llegar esto cuando pidió a sus seguidores en las selvas de Guyana que bebieran un jugo de frutas que contenía cianuro. Unos 900 miembros siguieron su petición y murieron.

Estos ejemplos dejan claro qué métodos de influencia pueden utilizarse para desconectar el cerebro crítico. Pero volvamos al objetivo real: utilizar la influencia con fines positivos. Después de todo, no querrás terminar en prisión.

Vinculación

Desarrollas la fuerza para acercarte y tomar contacto desde tu autoestima y con valentía. Con su enfoque, crea cercanía con otras personas y la base para construir un vínculo. La ciencia ahora sabe que no sólo los humanos, sino todos los mamíferos necesitan cercanía. Cualquiera que tenga, por ejemplo, un perro u otra mascota, lo sabe. Los investigadores hablan de una necesidad de cercanía. Esta necesidad se aplica no sólo a la proximidad espacial, sino también a la proximidad espiritual. Si las personas tienen los mismos objetivos, es decir, cercanía espiritual, también se produce atracción. Todo el mundo sabe lo rápido que los buceadores, esquiadores o montañeros se encuentran y se ponen en contacto.

Importante:

El vínculo entre dos personas surge a través del intercambio emocional tras acercarse. El intercambio de emociones es parte del proceso de vinculación. La influencia mutua de las emociones conduce a un intercambio de energía . La sinergia es el resultado.

que requiere unión

La capacidad de vincularse no requiere que le guste la otra persona, pero la incapacidad de vincularse a menudo implica que las personas busquen fallas en los demás. Ya no reconoces los lados positivos de otras personas. Si haces eso, no te sentirás como este hombre:

Ejemplo:

“Hay tres cosas que no me gustan: mi suegro, el gorro con pompón y la pasta. Ahora imagina cómo me siento cuando mi suegro se sienta frente a mí con un gorro y come fideos”.

Algunas personas son capaces de acercarse a otras sin formar un vínculo. Pero el sello distintivo de las personas exitosas es acercarse y crear vínculos. Así es como puedes influir en otras personas.

Las personas que desconocen sus emociones o incluso las bloquean tienen dificultades considerables. Están significativamente restringidos en el desarrollo de apegos. Para poder construir vínculos con otras personas hay que mostrar una postura abierta . Para ello, es importante irradiar sentimientos positivos y por tanto calidez. Una persona fría que no se atreve a mirar ni a tocar a la otra persona no crea vínculos. El maestro influencer Max S. había descubierto la receta del éxito del tacto suave. Con su capacidad para crear cercanía y vínculos, convenció al guardia de la prisión para que lo ayudara a escapar. Ahora Max está afuera, pero ella está adentro.

Interés propio

Podrás influir en tu contraparte si la ayudas a satisfacer una necesidad. Por lo tanto, el interés propio de otras personas es una buena base sobre la cual generar influencia. Lo que juega un papel importante en este proceso son las palabras que usas para dejarle claro a la otra persona que sus necesidades están siendo satisfechas. La influencia, por tanto, consiste en el contenido (la cosa) y el envoltorio (las formulaciones).

Ejemplo:

William Sommerset Maugham escribió una novela a una edad temprana que se vendió muy mal. Su editor no estaba dispuesto a gastar más dinero en publicidad , por lo que el autor decidió ayudar a su manera. Publicó un anuncio de matrimonio en varios diarios: “Joven millonario, amante de los deportes, culto, musical, de carácter agradable y sensible, desea casarse con una muchacha joven y bonita que se parece en todos los aspectos a la heroína de la nueva novela de WS Maugham”. - Seis días Posteriormente el libro se agotó en todas las librerías.

En este caso, bastaba con despertar la esperanza de que una necesidad sería satisfecha para influir en alguien. La publicidad también crea muchas ideas asociadas con un producto. A menudo, esas esperanzas nunca se cumplen. Más adelante hablaremos más sobre cómo abordar el interés personal .

Haz lo inesperado

Influyes en la otra persona cuando te comportas de manera diferente a lo esperado. La sorpresa es la base de tu éxito.

Rudolf Lang nos cuenta la siguiente historia sobre el mariscal de campo von Blücher:

Ejemplo:

En una ocasión, Blücher tuvo que conceder un premio a un soldado. Blücher - de buen humor - le preguntó: "Hijo mío, ¿qué preferirías tener: la Cruz de Hierro o 100 táleros?" El soldado respondió: "Su Excelencia le permite hacer la pregunta: ¿Qué valor material tiene la orden? " - "De honor. Aparte de eso, probablemente valga medio tálero." – "Excelencia, entonces le pido la Cruz de Hierro y 99 táleros y medio". Blücher no esperaba esta respuesta. Prendió la Cruz de Hierro en el pecho del soldado y pagó 99 táleros y medio de su propio bolsillo.

Es cierto que la táctica de hacer lo inesperado es difícil para las personas porque requiere mucha autodirección.

Ejemplo:

Una vez viví cómo un hombre en un bar le decía en voz alta a la persona con la que estaba hablando: "Eres un gran idiota". De repente todo quedó en silencio y todos los presentes miraron a la persona insultada. Esperaron ansiosamente para ver qué pasaría después. Pero la persona ofendida simplemente sonrió y respondió: "¿Y qué? ¿Cuál es el problema?" Todos en el público se rieron de esta respuesta.

Pero cuanto más nos afecta la situación, más difícil resulta reaccionar con habilidad.

Ejemplo:

El mariscal Richelieu sorprendió una vez a su esposa con el jefe de cuadra en una situación obvia. Simplemente dijo: "Imagínese, señora, la vergüenza que habría pasado si alguien más, no yo, hubiera entrado en la habitación".

¿Cuál es el procedimiento para reaccionar inesperadamente? Simplemente haz lo contrario de lo que la otra persona espera.

Ejemplo:

Una vez Max caminaba por la calle. Un hombre emocionado se acerca a él y lo abofetea. El hombre dice: “Ahí lo tienes, Jankel”. Max se ríe. El hombre pregunta: “¿Debería darte otra bofetada?”, a lo que Max responde: “Solo me río porque no soy Jankel”.

Consejo práctico:

- Cuando alguien te critique, no respondas inmediatamente, sino di: "¿Puedes decirme cómo llegaste a esa opinión?". Voy a pensar en ello."
- responde con hostilidad , haga la pregunta: “Veo que tienes preocupaciones. ¿Puedes explicarme cuáles son?”, respeta el punto de vista de la otra persona sin adoptarlo tú mismo. Harás que la otra persona sienta que la estás tratando con respeto y su hostilidad se reducirá.
- Si ha cometido un error, es mejor admitirlo que trivializarlo o admitirlo poco a poco durante un largo período de tiempo.
- Sé valiente y vive nuevas experiencias.
- Un obstáculo importante para experimentar con cosas nuevas es el perfeccionismo .
- Rompe las convenciones de vez en cuando .

No existen reglas ni convenciones que sean siempre válidas. La flexibilidad es mucho más importante que cualquier regla. Esto nos lleva a la siguiente sección.

flexibilidad

La flexibilidad es la capacidad de captar correctamente situaciones nuevas y afrontarlas en consecuencia. Si un método de influencia no tiene éxito, se prueba otro.

Desafortunadamente, hay personas que tienen dificultades con esto.

Ejemplo:

En un seminario, un alto ejecutivo me dijo: “No me agrada mi jefe. De hecho , lo odio ”. Le recomendé a la señora que le dijera algo agradable a su jefe. "¿Ésta persona? ¡No, nunca!”, dijo. Intenté que lo hiciera desde una perspectiva diferente: “Imagínate darle crédito al jefe. Están haciendo un experimento con él, por así decirlo. De esta manera observas la influencia que tienes sobre él. Al actuar y él reaccionar, realmente tienes poder sobre él”. Incluso este enfoque extremo, ciertamente, no logró convencer a la dama. Ella respondió: “Odio a esta persona. No, no haré eso".

Este odio convirtió a la dama en rehén, de modo que no tuvo la libertad interior para actuar con flexibilidad. Al mismo tiempo, estos sentimientos extremadamente negativos le impidieron acercarse a su jefe. Pero, sobre todo, la empleada carecía de autoestima, lo que le facilitaría hacer cumplidos y actuar de forma espontánea y flexible.

humor

ver el humor incluso en una situación grave . El humor es la capacidad de percibir y expresar elementos graciosos o divertidos.

Ejemplo:

Una vez, un coronel tuvo que acompañar a Federico el Grande a una iglesia. El soldado había sido ignorado repetidamente para ascensos. En su sermón, el pastor habló varias veces de Beelzebub, el jefe de los demonios. Después de la iglesia, el coronel le dijo al rey: “Hace veinte años que no voy a la iglesia. Pero hoy he visto que en el infierno las cosas son iguales que en la tierra: Beelzebub sigue siendo coronel”. Friedrich comprendió y ascendió al coronel a general.

Utilizando el humor puedes influir en las personas con más éxito. Un chiste, una frase ingeniosa o una anécdota alentadora ayudan a introducir una discusión difícil y a generar confianza mutua. Conocerás el dicho: La risa une a las personas.

La broma fue una de las herramientas de influencia más importantes del ex presidente estadounidense Ronald Reagan. Con un chiste relajaba muchas situaciones, a menudo delicadas, ya que podía contrarrestar cualquier chiste con otro. Incluso las conferencias más difíciles las terminaba con una broma, de modo que los empleados salían de la sala con una sonrisa.

Ejemplo:

El vendedor Klein había fracasado en repetidas ocasiones en vender su colección de gafas a un óptico. Lo intentó una y otra vez. Cada vez que iba, el dueño de la tienda le decía: “La tienda está llena. No tengo tiempo". La última vez que el vendedor dijo: "Volveré más tarde. ¿Cuándo le conviene?", el óptico respondió: "Será malo en las próximas semanas. Ya ves lo que está pasando aquí. Dos empleados están enfermos. No tengo un minuto para mirar tus gafas. No tengo tiempo."

A pesar del rechazo, Klein volvió a visitar la tienda después de cuatro semanas. Pero antes de entrar en la tienda vio un periódico en un quiosco cercano. Y entonces tuvo una idea. Entró confiado en la óptica, se acercó al óptico y le dijo: "Hoy te he traído ZEIT". Luego colocó la revista ZEIT en el mostrador para el cliente. El cliente se rió y dijo: “Sí, ahora tenemos tiempo. Entonces desempaque sus muestras. No debería llevar más de veinte minutos”.

Consejo práctico:

Lea libros de chistes para ver una perspectiva humorística oculta en una situación del futuro. Piensa en algunos de los errores que has cometido. ¿Qué aspecto divertido puedes ver en esto? Si encuentra un paralelo con un chiste en una situación, inclúyalo en la conversación, por ejemplo: "La situación me recuerda la siguiente historia ..."; esto relajará la conversación.

credibilidad

Si quieres influir en alguien, todos se preguntarán si eres creíble. La credibilidad determina su influencia. ¿Qué afecta su credibilidad?

Factores que influyen en la credibilidad

Se confiará en ti si

- Exuda autoestima y confianza en uno mismo.
- saber lo que quieres
- Mostrar interés en otras personas.
- tener una apariencia externa positiva
- mostrar una mirada abierta y tranquila
- tener un carisma optimista
- Evite el espectacularismo y el perfeccionismo.
- tratar con la otra persona con un espíritu de asociación

Como sabes, estos comportamientos también pueden ser falsos. Para no caer en falsas promesas de seductores mágicos, se debe cumplir un requisito imprescindible más:

Lo más importante en credibilidad es la unidad de palabra y acción. Lo que alguien dice debe corresponder a los hechos , es decir, a la verdad . Una persona sólo es creíble si puedes creerle.

En la siguiente anécdota, rápidamente se hizo evidente la veracidad de una afirmación.

Ejemplo:

Luis XIV tuvo una vez una cita con el cardenal Mazarino. Sin embargo, el rey no lo recibió y se disculpó a causa de una migraña. El cardenal no dijo nada y regresó al anochecer. “¿Y su migraña, señor?”, preguntó al rey. “Ella se ha ido”, respondió el gobernante. El cardenal sonrió y dijo: "Sí, la vi salir; llevaba un vestido azul".

Desafortunadamente, no todas las mentiras se descubren tan rápidamente.

Ejemplo:

Cuando el ex Canciller Adenauer tuvo que guardar cama durante algunas semanas, lo visitó el futuro Ministro Federal de Correos, Stücklen. Adenauer se quejó con él del Ministro de Finanzas. Adenauer: “Lo peor es que miente.” Stücklen dijo: “¿Él también?” Después de tres o cuatro segundos Adenauer dijo: “¿Qué quieres decir?”

Para no ser víctimas de seductores secretos y del aluvión de publicidad, necesitamos métodos sofisticados. Pero más sobre eso en el Capítulo 8.

En las ventas hay opiniones muy amplias sobre la veracidad de las declaraciones.

Ejemplo:

El vendedor Martin Limbeck escribe en su libro “Aún no ha comprado”: “No es la secretaria quien firma el pedido, sino quien toma las decisiones. Tienes que tener una conversación con él. Incluso si hay que dejar algo fuera de la verdad o ampliar un poco la verdad. Lo único que nunca debes hacer es mentir”.

La pregunta, por supuesto, es obvia: ¿No es también una mentira la omisión y la ampliación? Por ejemplo, si se omite información importante, la verdad se reemplaza por una mentira.

Estas “ perspectivas creativas ” siempre han desempeñado un papel. Muchos chistes judíos involucran el trabajo del casamentero. En él, el casamentero debe atribuir muchas ventajas a los socios propuestos. Como los pobres también tienen que luchar por su sustento, mienten y fantasean. El significado de todos estos chistes es más profundo, concretamente en un pensamiento tácito. Después de eso, no importa qué defecto tenga la pareja ofrecida, porque todo el mundo tiene defectos y éstos sólo pueden ser tolerados a través del amor. En el chiste que sigue, el mediador finalmente deja escapar la verdad.

Ejemplo:

Candidato a matrimonio: "¿Escuché que la chica que propones es fea?"

Mediador: “Sé feliz. ¡Las mujeres hermosas son infieles!

“¿Ella tampoco tiene dinero?”

"Oh, las mujeres ricas son muy exigentes".

"¿Se dice que el padre quebró dos veces?"

"¿Así que lo que? ¿Te vas a casar con el viejo o con la chica?

“¿Y ella también debería beber?”

La casamentera respondió: “¿No puede cometer ni un solo error?”

Consejo práctico:

Dado que muchas personas tienden a confiar ciegamente en los demás, es importante sospechar. Esto no es necesario en todos los contactos humanos, pero siempre es necesario cuando hay mucho en juego. Ahora bien, no son sólo los humanos los que tienen debilidades. Con cada producto o lo que es, hay un pro y un contra. Quien, además de los aspectos positivos, menciona una pequeña desventaja, parece más creíble.

3 técnicas para conquistar personas

Sonrisa

Simpatía y similitud

comprender a los demás seres humanos

Felicitaciones

La técnica de Barnum

Las técnicas de Rowland

Sonrisa

Con tu sonrisa le demuestras a la otra persona que te sientes positivo ante su presencia y la reconoces. Sonreír tiene un efecto enorme en otras personas. Un proverbio chino dice: “La sonrisa que envías te regresa como felicidad”.

Esto no significa una sonrisa. Cuando sonríes genuinamente , tus músculos se mueven alrededor de tu boca y alrededor de tus ojos. Asegúrate de sonreír con toda tu cara. Recuerda: cuando tienes una cara seria se activan 65 músculos, mientras que cuando sonríes solo se activan diez. Entonces, ¿por qué quieres desperdiciar energía y esforzarte demasiado?

Paul Ekmann descubrió que cuando sonríes genuinamente , los músculos externos del ojo se activan. Un máximo del diez por ciento de las personas puede hacerlo voluntariamente. ¿Qué debes hacer para sonreír convincentemente? Llegará a su destino por un desvío. Si tienes un sentimiento positivo, automáticamente muestras una sonrisa genuina.

Consejo práctico:

Imagina una situación en la que te sentiste muy cómodo o en la que te sentirás muy cómodo, por ejemplo un encuentro con un amigo de la infancia muy cercano al que no ves desde hace mucho tiempo. Tuvieron muchas experiencias positivas juntos. Ahora él está frente a ti y puedes sentir tu alegría: ¡tu sonrisa es real!

Simpatía y similitud

Si eres simpático y similar a tus semejantes, tienes una influencia sobre ellos.

compasión

No podrás influir en nadie para que haga algo si no te agradan. Tus posibilidades de ser influenciado aumentan significativamente cuando aumentas tu índice de simpatía. Lo crucial aquí es cuál es tu actitud hacia la otra persona. Si tienes una actitud negativa hacia esta persona, tu carisma también será negativo. Cuando tienes una actitud positiva, irradias sentimientos positivos. Si tu nivel emocional promedio es negativo, se irradia hacia afuera.

Ralph Emerson dice: "Lo que eres grita tan fuerte en mis oídos que no puedo oír lo que dices".

La combinación de confianza en uno mismo y carisma positivo conduce al carisma . Es una herramienta muy eficaz para influir. Cuanto más fuerte creas en ti mismo y en tus objetivos, más positivo será tu carisma. Esto también aumenta tu carisma. A las personas que no se quieren a sí mismas y están insatisfechas consigo mismas tampoco les agradará quienes las rodean. También proyectan sus dudas hacia afuera. El grado de familiaridad que tenga con la persona tiene un impacto directo en su simpatía . En ventas, esto se utiliza para crear familiaridad con las visitas repetidas.

Consejo práctico:

Practica el manejo de las emociones . Sea consciente de sus sentimientos. Si tiene un sentimiento negativo, diga "Alto". Luego piense en cosas positivas para desarrollar sentimientos positivos.

semejanza

Nos gustan las personas y las encontramos simpáticas si son similares a nosotros. La similitud se refiere al origen, aficiones, estilo de vida y opiniones. Para influir en el uso

del principio de similitud, se necesita más conocimiento sobre la persona objetivo. Presta atención a lo que te dicen tu contraparte u otras personas. Observe y analice:

- Qué intereses tiene la persona objetivo?
- ¿Qué cree que es bueno y qué cree que es malo?
- Cuáles son sus principales temas de conversación ?
- ¿Qué idioma habla?
- ¿Cuáles son sus palabras?

Ejemplo:

La persona a la que intentas impresionar tiene un gran interés en el fútbol y las carreras de coches y habla de ellos con frecuencia. Obtenga información sobre estos temas, por ejemplo en el periódico o en Internet, y vea programas de actualidad en la televisión. La próxima vez que su persona hable sobre los temas, gane puntos con sus comentarios sobre la conversación.

Digamos que a la persona de tu interés le encanta el mar y la buena cocina. Habla con ella sobre recetas de cocina y tus experiencias de vacaciones en el mar. Si le das a tu persona objetivo una nueva receta, la habrás conquistado.

comprender a los demás seres humanos

Si intentas influir en alguien con argumentos sin saber más sobre él, a menudo provocarás resistencia. Sin embargo, si estás interesado en él y tratas de comprenderlo, tienes la llave de su corazón. Cuanto más habla, más revela lo que le gusta y lo que no le gusta. Sólo así sabrás en qué basarás tu influencia más adelante.

Pero, ¿qué debes hacer para que la otra persona se abra más a ti? Puedes lograr este objetivo utilizando la técnica de la escucha empática.

Escucha empática y abierta.

Lo más importante es no mirar a la otra persona a través de tus propios lentes y dejar de lado tu propia biografía. ¿Cuál es el requisito previo para comprender a otras personas?

Importante:

Interésate por la otra persona y escúchala sin interrumpir.

Consejo práctico:

Evite los siete disruptores de la conversación para comprender mejor a otras personas (Capítulo 2).

En el siguiente ejemplo, la madre utiliza tres elementos que interrumpen la conversación: acusa, habla de sí misma y da consejos:

Ejemplo:

Max, de 16 años, llega a casa de la escuela. Parece frustrado. La madre dice: “Max, dime qué tienes. Quiero entenderte. Quiero que te sientas bien”.

Max: “No quiero hablar de eso, me da mucha vergüenza”.

Madre: “¡Max, dime qué tienes!”

Max: "Saqué un seis en matemáticas, no me gusta el profesor y la escuela." - "¿Tienes un seis y ya no te gusta la

escuela?" La madre está molesta: "Estamos haciendo lo mejor para ti, con eso estarás bien después. A mí tampoco me gustaba la escuela cuando era niña. Y tampoco me gustaba el profesor de matemáticas. Pero seguí yendo a la escuela..."

Detendremos el ejemplo en este punto y lo continuaremos en el Capítulo 7.

La mayoría de la gente cree que escuchan con empatía. Pero ese no es el caso. Muchos oyentes no quieren comprender a la otra persona, sino que simplemente proyectan en ella sus propias experiencias. O evalúan inmediatamente las experiencias de los demás y se cierran así a su mundo. No quieren bajar la guardia y evitar experimentar el mundo de la otra persona como una experiencia nueva.

Importante:

¡Muestre apertura! No proyecte sus propias perspectivas y experiencias sobre la otra persona. La escucha sensible no sólo crea mejores relaciones con otras personas, sino que también reconoces sus deseos , intereses y motivos . Sólo así se puede ejercer una influencia exitosa basada en la individualidad de otras personas.

¿Cómo debemos proceder para aplicar la escucha empática? Existen cuatro técnicas para lograr que la otra persona se abra y le hable sobre sí misma.

1. Declaraciones espejo

Repita lo que dijo la otra persona con diferentes palabras. Pero es necesario mantener el mensaje central.

Ejemplo:

R: "La situación es algo inusual".

B reflexiona: "Todo esto todavía es nuevo para ti".

Ventajas: Usted (B) informa lo que ha entendido. Si la persona con la que está hablando (A) cree que ha

identificado una discrepancia, puede corregir el malentendido de inmediato. Al reflejarse en usted mismo, hace que su pareja sea más consciente de lo que está diciendo y, antes de continuar hablando, comprende mejor su situación. La persona con la que estás hablando a menudo añade algo a su afirmación, y lo que luego se dice suele ser la esencia. Muestras tu interés, lo que tiene un efecto positivo a nivel de relación.

2. La pregunta adicional

Si haces una pregunta tras otra durante una conversación, creas la impresión de un interrogatorio. El resultado es que la persona con la que estás hablando cerrará su mente ante ti. La pregunta: “¿Podría contarme más sobre esto?” no es apremiante. Por otro lado, la pregunta por qué debe evitarse en cualquier caso, ya que para la mayoría de las personas parece una acusación y desencadena una justificación.

Es bueno utilizar la pregunta de seguimiento porque lleva a profundizar en aspectos individuales de una declaración. Lo usas para preguntar sobre sentimientos con el fin de que tu pareja haga una declaración más profunda, por ejemplo:

- “¿Qué significa... para ti?”
- “¿Me pregunto cuánto te importa...?”
- “¿Qué sientes cuando...?”

3. La pregunta aclaratoria

La pregunta aclaratoria debe utilizarse si una parte del mensaje del interlocutor inicialmente parece tener sólo un significado menor. Sin embargo, cuando se mencionan estas palabras, suelen surgir afirmaciones más profundas.

Tales palabras son: quizás, en principio, de alguna manera, en sí mismas, posiblemente. Estas palabras suelen ser utilizadas por la pareja cuando todavía hay incertidumbre para ellos. Sin embargo, para obtener la mayor cantidad de

información posible, es importante hacer una pregunta abierta, por ejemplo:

- "¿Qué quieres decir con... en realidad?"
- “¿Tal vez para ti eso significa...?”
- “Quizás estés diciendo...”

4. Declaraciones (reflexiones emocionales)

Rogers utiliza declaración para describir una declaración sobre los sentimientos del interlocutor, que se incorporan directamente a la conversación.

Ejemplo:

R: “Tenía muchas ganas de que llegaran las vacaciones. Ahora tengo fiebre y no puedo viajar”.

B: "Estás decepcionado".

Las declaraciones le proporcionan una herramienta eficaz. Si lo usa, a menudo logrará que la persona con la que está hablando se abra más. Estas declaraciones deben formularse como una declaración y no como una pregunta. No tienes que preocuparte por equivocarte con tus sentimientos: tu pareja te corregirá si es necesario. No es necesario que la sensación coincida exactamente.

Consejo práctico:

Esfuércese por comprender mejor al interlocutor. Su tono de voz y lenguaje corporal te dan pistas sobre su estado emocional. Con la técnica de la escucha empática, puedes crear una relación particularmente positiva con otras personas. Con tus declaraciones en combinación con los reflejos de las mismas, desencadenas, por así decirlo, un volcán interior en la otra persona. Recibirá información para sus técnicas de influencia que ningún otro enfoque puede proporcionarle.

En el libro “Comunicación con el corazón y la mente” (ISBN 978-3-8029-3443-8), también publicado por Walhalla

Fachverlag, encontrará numerosas formulaciones de afirmaciones y otros ejemplos.

Felicitaciones

Un cumplido es una declaración de elogio dirigida a una persona. Los elogios se refieren a los logros y éxitos de una persona, su apariencia externa o sus valores internos.

El cumplido es una de las estrategias más efectivas para influir en los sentimientos. Mark Twain dijo una vez: “Puedo vivir de un cumplido durante cuatro semanas”.

Casi siempre encontramos agradable a alguien que nos hace un cumplido. Estamos mucho más abiertos a sus deseos que sin el elogio recibido. Un cumplido también sirve para tener una influencia positiva.

Por supuesto, un elogio debe ser creíble. Con un argumento increíble conseguirás lo contrario de lo que deseas, mientras que formulaciones descuidadas, rutinarias y torpes pueden en realidad hacer daño.

Ejemplo:

Una señora me dijo que incluso cuando está muy resfriada y no da la mejor impresión, un representante le dice: "Te ves bien otra vez". Ella ya no puede oír eso.

En un seminario, durante un ejercicio de entrevista, un joven le dijo a una señora: “Tu vestido te queda genial. ¿Comprado barato durante las rebajas de verano?” – Los demás participantes rugieron de alegría.

Resulta que no es fácil formular un cumplido eficaz. Supongamos que notaste algo positivo en la otra persona. Los siguientes patrones le ayudarán a formular el pensamiento.

Patrón para cumplidos

1. *Brevedad*

   Súper, excelente, excelente, etc.

2. *Razón*

- "He aprendido mucho sobre adquisiciones desde que trabajo con usted".
- "Desde que llegaste aquí, el ambiente en el grupo se ha vuelto positivo".
- “Te debo a ti haber logrado este éxito”.

3. *Comparación*
    - "Tu argumento es mejor que el de cualquier otra persona".
    - "Estás en el departamento sólido como una roca".
    - "Tú eres el sol en mi vida".
4. *La regla de tres*

    “Muchas personas son trabajadoras. Algunos son creativos. Es muy raro encontrar ambas cosas combinadas en ti”.
5. *Destacando*
    - "Tu opinión es particularmente importante para mí".
    - "Me gustaría mostrarles en particular las ventajas que aporta el sistema".
6. *Pregunta retórica*
    - "¿Sabe que es un gran activo para nuestro departamento?"
    - “¿Cómo es posible olvidar todo lo demás en tu presencia?”
7. *formulación si-entonces*
    - "Si no fuera alemán, desearía ser suizo".
    - “Si no te tuviéramos...”

8vo. "*Eres …*

único, extraordinario, inteligente, sensible, etc.”

9. *Refuerzo social*

"Todos aquí están impresionados por su carisma positivo".

10. *unicidad*

“Tienes muchas ventajas. Lo que me impresiona son aquellos en los que eres único, es decir...”

En su libro “Compliments”, Gloria Beck señala otros patrones básicos de formulación además de estos diez.

Consejo práctico:

En primer lugar, hay que reconocer algo positivo en otras personas. Para ello, es importante mejorar la apertura y la percepción. Sólo entonces formulas el cumplido.

Construye la actitud: Hay cosas positivas por descubrir en cada persona. Entrena tu capacidad de observación y tu capacidad para formular cumplidos. Puedes dar cumplidos eficaces, especialmente cuando utilizas la técnica de Rowland.

La técnica de Barnum

La técnica de Barnum es muy adecuada para crear una conexión positiva con el interlocutor. Esta técnica utiliza el efecto Forer . Bertram R. Forer fue un profesor de psicología que llevó a cabo un experimento muy interesante en la década de 1940.

El efecto anterior

Forer les dio a los estudiantes formularios de pruebas de personalidad para que los completaran. Luego les entregó la evaluación del test con declaraciones sobre su personalidad. Luego, los estudiantes deben evaluar la confiabilidad de la prueba. Cada afirmación se calificó de 1 (menos cierta) a 5 (muy cierta). Los estudiantes le dieron una puntuación media de 4,2.

Ahora podría pensar que se trata de una prueba muy precisa. Pero ese no es el caso. Forer había dado a cada estudiante el mismo perfil de personalidad.

¿Cómo es posible tal resultado? Para responder a la pregunta, lea un extracto de su texto:

El análisis del personaje anterior

“Tienes una gran necesidad de agradar y apreciar a los demás, pero también muestras una tendencia a ser autocrítico. Puedes lidiar bien con tus debilidades. Tienes algunas cualidades que aún no has podido utilizar adecuadamente.

Exteriormente pareces tener el control, pero ocasionalmente te sientes inquieto y ansioso. A veces te preguntas si tomaste la decisión correcta y actuaste. Aprecian el cambio cuando no es demasiado grande. Te sientes incómodo cuando estás restringido”.

Probablemente ya hayas descubierto de qué se trata el efecto Forer . Estas son descripciones generales que se aplican a todos. Pero se leen como si estuvieran hechos individualmente.

El psicólogo Paul Meehl quedó impresionado por el texto de Forer, lo reformuló y creó las llamadas “declaraciones de Barnum”. Phineas Taylor Barnum fue un maestro de ceremonias estadounidense que influyó en muchas personas para que acudieran a su circo. Las declaraciones de Barnum son oraciones que atraen a la mayoría de las personas, por ejemplo:

- "Tienes la impresión de que todavía tienes mucho potencial sin explotar".
- “A veces te sientes tratado injustamente porque otros te subestiman y no aprecian tu trabajo”.
- "Algunas de sus esperanzas pueden no ser realistas, aunque están justificadas".

Estas frases son adecuadas para establecer rápidamente un contacto positivo con el interlocutor. Se siente comprendido por ti. Cuando alguien se siente reconocido por otra persona le da ese atractivo especial. Sin embargo, sólo puedes lograr este efecto si describe a la persona con la que está hablando tal como se ve a sí misma y no como es. Esta es la única manera en que su contraparte se sentirá "recogida".

Consejo práctico:

Describe a tu contraparte usando oraciones de Barnum. Si siente que lo han descrito incorrectamente, lo sabrás por sus reacciones. En esta situación, utilice la técnica de bifurcación descrita por Ian Rowland . Más sobre eso en la siguiente sección. Te sorprenderá lo rápido que puedes establecer un contacto positivo con la otra persona.

Las técnicas de Rowland

Ian Rowland se hizo conocido por sus revelaciones sobre las técnicas verbales de los adivinos y lectores de cartas profesionales. Las técnicas de Rowland que desarrolló se pueden utilizar con éxito para influir porque hacen que la persona se sienta particularmente bien comprendida.

Ejemplo:

“Eres una persona de mente abierta y te acercas a los demás. Valoras el contacto con la gente y una buena conversación, pero hay que cumplir las condiciones. Si el ambiente no es el adecuado, también puedes estar muy retraído”.

¿Quién contradecirá estas frases? Las declaraciones contienen incluso una contradicción. Pero el éxito radica en el hecho de que su interlocutor acepta inconscientemente lo que le conviene.

La gente escucha selectivamente. Olvidan rápidamente lo que no les conviene. Sin embargo, tenga cuidado de no proporcionar detalles precisos en sus declaraciones. De esta manera te mantienes flexible. Trabaje con los pares de opuestos como diligente – relajado, escéptico – relajado. Rowland mejoró la técnica de Barnum con la técnica de la bifurcación.

Ejemplo:

Utilice la siguiente afirmación sencilla de Barnum: “Tiendes a ser muy autocrítico”. – Si la otra persona está de acuerdo, puedes profundizar la afirmación: “A veces eres muy duro contigo mismo y te molestan los errores que cometes y que otros cometerían”. Ni siquiera pensar en ello. A veces te interpones en tu propio camino y tu lado autocrítico te frena en algunas ocasiones." - Sin embargo, si la otra persona rechaza esta afirmación, profundiza la afirmación en la dirección opuesta: "Pero tú has aprendido a superar la tendencia y descansan en él mismo."

Importante:

¡Presta atención a la persona con la que estás hablando! Según su reacción, decide si profundizas o disminuyes los rasgos del carácter.

Rowland llamó a las técnicas que desarrolló “ lectura en frío ” y las aplica en ventas, gestión y otras áreas. Destaca que sólo utiliza las técnicas de forma éticamente positiva.

Ahora a los elogios ya anunciados utilizando la técnica Rowland.

Ejemplo:

Un cumplido normal es: "Te aprecio como persona abierta".

Rowland lo expresa de esta manera: “Tengo la impresión de que tienes una mente más abierta que muchas otras personas. Definitivamente se ha aprovechado tu actitud positiva. Pero continúas comprometiéndote con ello porque se adapta a tu naturaleza; tu actitud positiva te ha ayudado más que perjudicarte. Así que sigue confiando en ello”.

¿Quién contradeciría este cumplido? Con este procedimiento evitas el riesgo de “ adelgazar ”. El efecto positivo del cumplido de Rowland es establecer un proceso de relación dinámico con el comportamiento de otras personas y la situación humana.

Pero: no cometa el error de comparar a alguien con una persona o grupo específico.

La técnica de Rowland también se puede utilizar bien en ventas, especialmente con clientes indecisos.

Ejemplo:

“Tengo la impresión de que algo en ti se resiste a lo que te estoy explicando. Cuando dejas de lado esta resistencia obstructiva, te das cuenta de lo que te estás perdiendo. Eche un vistazo puramente objetivo a la oferta. Entonces mira cuánto bien te trae”.

Consejo práctico:

Utilice técnicas de Rowland para conquistar a la gente. No mucha gente conoce estas técnicas.

4 técnicas de influencia

Técnica de atracción

generar atención

satisfacer las necesidades

Técnica de reciprocidad

Técnica de compromiso y coherencia.

Ingeniería de cumplimiento

Técnica de autoridad

Principio de escasez

Opciones de colores

Establecer puntos de anclaje

Repetición estereotipada

técnica de contraste

Tecnología de imagen

Abordar los sentimientos

Autopresentación

Mantenerse en contacto

momento

Combinación de técnicas

Ejemplo: proceso de influencia

Técnica de atracción

¿Qué se necesita para que otras personas lo perciban como atractivo? Un aspecto cuidado, una vestimenta adecuada a la situación y el atractivo de su persona sin duda influyen en ello. Pero otros componentes son mucho más eficaces. Ya han sido mencionados parcialmente en los capítulos anteriores. Por su gran importancia, se resumen aquí nuevamente.

1. Autoestima , confianza en uno mismo , confianza en uno mismo

   Puede desarrollar la autoafirmación y una sensación de éxito utilizando la técnica de afirmación mencionada.

2. Carisma positivo

   Practicar técnicas para controlar los pensamientos y las emociones te ayudará a lograrlo.

3. Interés, empatía, aprecio y respeto.

   Interésate por tus semejantes y muéstrales aprecio . Esto aumenta tu atracción. Con las técnicas de escucha atenta y abierta, así como con las técnicas de Rowland, muestras empatía y pareces simpático.

4. Similitud en valores y actitudes

   Las personas con las mismas actitudes y valores se gustan. Por lo tanto, busque similitudes y similitudes e inclúyalas en la conversación.

5. Satisface los deseos de quienes te rodean sin dejar que se aprovechen de ti. Cumple con tu promesas .

   Si tienes todos estos puntos en mente, inspirarás confianza y serás creíble.

6. Crear compromiso .

   Sin embargo, asegúrate de mostrar más cercanía o distancia según la situación y el comportamiento de

quienes te rodean.

Temas de conversación vinculantes y no vinculantes

Temas de conversación con los que creas conexión y cercanía:

- Familia
- Preocupaciones y planes personales.
- hijos, hermanos
- Opiniones políticas (en el caso de la igualdad)
- Busca consejo
- Experiencias y actitudes personales.

Temas de conversación no vinculantes que te ayudarán a mantener la distancia:

- Clima
- Tráfico en la carretera
- Vecindad
- Trabajar
- Programas de televisión o películas.

7. En general, entrene su comportamiento de contacto .

Digamos que estás en el tren o en el aeropuerto. Encuentre una persona que crea que está dispuesta a tener una conversación. Haga preguntas abiertas, primero sobre el medio ambiente y luego sobre un tema actual:

- "¿Qué tipo de clima has experimentado en los últimos días?"

Después de haber hablado un rato, mencione los temas actuales del día:

- "Cómo te sientes acerca de...?"
- "Qué piensas de ...?"
- “¿Qué crees que debería hacerse?”

Estrategias de defensa:

No te dejes cegar por la apariencia de alguien. No juzgues a tu contraparte por sus palabras, sino por sus acciones y hechos.

Consejo práctico:

Aumente su atracción con ejercicio regular. Practica tu comportamiento de contacto y comunicación con las personas que te rodean.

generar atención

¿Recuerdas al maestro de ceremonias y talento del espectáculo Phineas Taylor Barnum? Al principio de su carrera, su jefe le dio una lección.

Ejemplo:

Cuando Barnum todavía era asistente del dueño del circo, vino a Maryland con el circo. La mañana del día de la inauguración, caminó por la ciudad con un traje nuevo. Pronto una multitud enojada le pisó los talones, le rompieron el traje y trataron de lincharlo. La gente pensaba que era el asesino Avery liberado injustamente. Barnum finalmente logró convencer a la gente de que lo siguiera al circo. Allí quería demostrar que él no era Avery. Cuando llegaron al circo, el director de pista confirmó que había corrido la voz de que Barnum era Avery. La multitud se calmó y se dispersó. Por supuesto, Barnum quería saber de su jefe por qué le había gastado esta broma. Dijo: “Eso fue una ventaja para todos nosotros. Para tener éxito necesitas atención, atención ”. Barnum había aprendido la lección.

Ésta es sólo una de las actividades posteriores de Barnum.

Ejemplo:

Barnum compró el cadáver de una supuesta sirena en Japón. En realidad, la criatura era una combinación perfecta de mono y pez. Luego difundió en todos los periódicos la noticia de la captura de una sirena en las Islas Fiji, que ahora exhibiría en su museo de América. Al mismo tiempo, envió grabados en madera que representaban sirenas. Por supuesto, la gente acudió en masa al museo para admirar a la sirena y participar en la discusión. Barnum incluso escribió cartas anónimas contra sus actividades para que su nombre siguiera apareciendo en las revistas.

Importante:

¡Atrae atención positiva o negativa! Así es como influyes y triunfas. Barnum no fue el único que influyó en las

personas llamando la atención.

Ejemplo:

Una vez, Oscar Wilde fue invitado a una gira de conferencias sobre el tema “El Renacimiento inglés, el arte por sí mismo”. Wilde se hizo conocido más por sus modales que por su trabajo. Durante su conferencia, Wilde parecía bastante repulsivo debido a su presentación y su voz era muy artificial. Pero su conferencia en sí fue muy ingeniosa y fue un éxito total.

La actuación de Wilde fue sobriamente calculada. Le gustaba jugar con los opuestos. El contraste entre su apariencia y su ingeniosa expresión inquietaba a la gente y, aun así, se sentían atraídas por él.

El efecto de un comportamiento tan paradójico parece particularmente impresionante. El atractivo de una actuación unidimensional pronto se agota. Si quieres llamar la atención durante un período de tiempo más largo, debes parecer misterioso. Demuestra que eres algo distinto de lo que aparentas ser. No importa si este otro lado es negativo, como la ropa y las poses de Oscar Wilde. Incluso el casi santo Mahatma Gandhi confesó sus sentimientos de ira y venganza.

Llamas la atención cuando asocias tu nombre con algo que te diferencia de los demás. Esta puede ser una ropa característica. Para un colega mío era la pajarita; el cantante Udo Lindenberg, por ejemplo, siempre lleva sombrero.

Estrategias de defensa:

No te dejes cegar por los efectos del espectáculo. Compruebe críticamente el contenido de la sustancia.

Consejo práctico:

Atrae la atención como un imán atrae las limaduras de hierro. Ten el coraje de diferenciarte de los demás. Lo especial ciertamente puede provocar contradicciones. Si quieres llamar la atención no sólo unas cuantas veces sino a largo plazo, debes tener esto en cuenta. Incluso una gran cantidad de conocimientos y formación especializados

resultan aburridos a largo plazo. Se requieren señales contradictorias para lograr efectos a largo plazo.

satisfacer las necesidades

Una necesidad es tu deseo de algo con el esfuerzo de obtenerlo. Cada persona tiene una variedad de necesidades. Una vez satisfecha una necesidad, aparece la siguiente y quiere ser satisfecha.

Wilhelm Busch escribió: “Todo deseo, si se cumple, inmediatamente tiene hijos”.

Abraham Maslow cree que las necesidades superiores sólo surgen cuando se satisfacen las necesidades básicas. Aunque esto es común, no siempre es así.

jerarquía de necesidades de Maslow
Autorrealización
(Libertad)
reconocimiento
(estatus, influencia, poder)
Relaciones sociales
(familia, amigos, redes)
Seguridad
(seguridad de existencia, protección, seguridad)
Necesidades físicas
(comer, beber, respirar, moverse, dormir, digerir, sexualidad)

La publicidad estimula la búsqueda de validez y prestigio utilizando símbolos de estatus. Esto puede satisfacerse, por ejemplo, con un reloj caro y un coche caro. Gracias a la posesión de estos símbolos de estatus, la persona debería destacarse entre la multitud. La visión general de motivos recopilada por Heinz Goldmann es adecuada para trabajos prácticos de influencia. Esto se muestra en forma abreviada a continuación.

Lista de verificación: motivos primarios abordables
Validez

Prestigio , reconocimiento, aprecio, envidia, poder, superioridad, respeto, estatus, vanidad.
Seguridad
Confianza, ayuda, prueba, confiabilidad, contrato, estabilidad.
curiosidad
Descubrimiento, juego, experimento, misterio, experiencia.
Contacto (referencia)
Pertenencia, grupo, amistad, popularidad, simpatía.
Aspiración de ganar
Dinero, ingresos, ganancias, riqueza, beneficio, capital, ahorro
Amar
Erotismo, sexo, cariño, ternura, coqueteo.
Conveniencia
Descanso, recreación, relajación, movimiento, juegos, deporte.
Salud
Larga vida, relajación, recreación, bienestar.

Para saber más sobre los deseos de alguien, hay que preguntarle. Nos ocuparemos de esta investigación muy individual y precisa más adelante en el Capítulo 7. Conocer los motivos le ayudará mucho a influir con éxito en las personas. ¿Cómo debemos proceder con la influencia?

Ejemplo:

Digamos que alguien quiere ser admirado por la otra persona. A esta persona también le gustan los relojes. En este caso, el influencer tiene que subrayar que un reloj caro es una obra de arte técnica y que hay pocos ejemplos de ello. Como propietario, esto le hará destacar entre la multitud. Todo el que vea tu reloj en tu brazo te admirará. Además, estos relojes aumentan de valor. Si tu nieto hereda este reloj, estará orgulloso de ti.

Consejo práctico:

Presente lo que desea influir en la otra persona para que haga algo que satisfaga sus necesidades. Déjele claro

verbalmente cuánta alegría experimentará si decide hacerlo, y mencione las alegrías que se perderá si aprovecha la oportunidad. .

Estrategias de defensa

Analizar las necesidades que aborda la publicidad. Compruebe si el producto realmente puede satisfacer la necesidad. ¿Conoce sus propias necesidades? Si no, descúbrelos. Presta atención a las circunstancias en las que eres fácilmente manipulable. Esto le ayudará a controlarse mejor y a evitar influencias externas. Reconocer qué necesidades son reales y cuáles no. La autoconciencia te ayuda a reconocer con qué facilidad eres influenciado.

¿A veces compras cosas que nunca pensaste? Aquellos que gastan su dinero en necesidades sugeridas a menudo ya no les queda dinero para satisfacer sus propias necesidades reales.

Descubra qué es importante para usted en la vida. ¿Qué deseas? Escribe tu propia lista de deseos. Si los revisa varias veces, a menudo pensará en deseos que anteriormente había suprimido. Después de cada revisión, reescribe la lista. Protéjase del comportamiento de compra impulsivo con una lista de compras. Entrénate para comprar sólo lo que está en la lista.

Técnica de reciprocidad

El Duden define el término "reciprocidad" con la explicación "reciprocidad". ¿Qué significa eso exactamente? El dicho latino “Do ut des – te doy como tú me das” expresa claramente lo que hay detrás de él.

Cuando utilizas la regla de la reciprocidad para influir en alguien , das algo para poder recibir algo de la otra persona, es decir, conseguir que se cumpla tu deseo. Con tu trabajo adelantado, aumentas las posibilidades de que la otra persona haga lo que tú quieres.

Durante la crianza, los padres enseñan al niño:

“No le debes nada a nadie.” La mayoría de las personas se sienten culpables cuando no siguen la regla. Incluso hay desagrado hacia aquellos que desafían la regla. Rápidamente se ganan mala reputación y se les conoce como “gorrones” a quienes les gusta ser el blanco de las bromas.

Ejemplo:
R: “Por favor apóyenme. Estoy enfermo, tengo un catarro bronquial, quiero ir a Ostende”.
B: “Como gorón, ¿tienes que ir a uno de los balnearios más lujosos del mundo?”
R: “Nada es demasiado caro para mi salud”.

Si es generoso, tiene muchas posibilidades de obtener concesiones.

Pero la regla de la reciprocidad también se aplica en otra dirección. Si muestras arrogancia y agresividad, esto generará rechazo y hostilidad.

Ejemplo:
Cuando el famoso pianista Ignacy Jan Paderewski estaba en Boston, un limpiabotas le ofreció sus servicios. El pianista miró al niño sucio y le dijo: "No, pero si te lavas la cara te doy veinticinco centavos". "Está bien", dijo el niño,

corrió a un pozo y se lavó. Cuando regresó, Paderewski le entregó la moneda. Pero el lustrabotas inmediatamente se lo devolvió con estas palabras: “Tome, señor, tómelo y córtese el pelo”.

El automatismo de la reciprocidad funciona aunque no hayamos pedido el favor. Si alguien hace algo bueno por nosotros, incluso las personas poco comprensivas se congracian con nosotros. Nos sentimos obligados a devolver el favor a la otra persona. El automatismo interno obliga a la mayoría de las personas a reaccionar de esta manera.

Es posible que se sienta incómodo invirtiendo en lo desconocido. Aunque la mayoría de las personas responden según la regla de la reciprocidad, existen excepciones. El hecho es que en ocasiones pueden no lograr su objetivo, pero en grandes cantidades la tecnología es rentable.

Consejo práctico:

Una variante de la táctica de la reciprocidad es la siguiente: acercarse a una persona con una petición que muy probablemente no cumplirá. Si esto no sucede realmente, indique su solicitud real. Es fundamental que presente su retiro a la segunda solicitud como una concesión. Su segunda petición bien puede ser una gran petición para el éxito de su enfoque. Sin embargo, es importante que la solicitud rechazada anterior sea mayor. Eso sí, no debes excederte con la altura.

Los efectos de los desencadenantes

El procedimiento según la regla de reciprocidad es una técnica de influencia cuya eficacia fue demostrada experimentalmente por Cialdini. La aplicación de la regla de reciprocidad actúa como un detonante -un impulso desencadenante- del que la otra persona no puede escapar. Así es como consigues que la gente haga lo que quieres. Cialdini describió esto como el llamado fenómeno de clic-zumbido. También ha investigado otras técnicas de influencia que desencadenan comportamientos automáticos en las personas, entre ellas:

- Técnica de compromiso y coherencia.
- Ingeniería de cumplimiento
- Técnica de autoridad
- Técnica de escasez

Estas técnicas, que se presentan con más detalle en las siguientes secciones, se conocen desde hace miles de años y han sido utilizadas por maestros influyentes. El logro de Cialdini reside en haber demostrado su eficacia en experimentos.

Los procedimientos se presentan en las siguientes secciones.

Consejo práctico:

Influencia según el principio de reciprocidad. Dale algo a tu objetivo para que te devuelva el favor cuando le pidas algo más tarde.

La técnica de renegociación del rechazo requiere presentar el rechazo como una concesión, por ejemplo: "Entiendo que esto no es posible para usted y lo retiro". Luego haga su segunda solicitud. Este deseo expresado ahora debe ser un poco más modesto que la primera petición.

Estrategias de defensa:

No es fácil rechazar la estrategia del principio de reciprocidad. Lo más fácil sería simplemente rechazar el primer favor. Pero no se sabe si la otra persona hizo la oferta desinteresadamente. La otra opción es simplemente aceptar la oferta. Sin embargo, si descubres que fue un truco para manipularte, no tomes represalias. Este podría ser el caso si desea influir en la otra persona para que realice una compra con el pequeño obsequio.

Técnica de compromiso y coherencia.

Al comprometerte, estás diciendo algo y comprometiéndote. Esforzarse por ser coherente significa apegarse a un curso de acción o decisión. Se activa el siguiente automatismo: tan pronto como tomamos una decisión o adoptamos una posición, se activan fuerzas psicológicas. Estas energías nos instan a comportarnos de manera coherente con el compromiso. Incluso nos hacen reaccionar para justificar nuestra decisión anterior. Esto significa que nos influenciamos a nosotros mismos para tomar la decisión correcta. Dice el refrán: “Quien dice A debe decir también B.” Y Leonardo da Vinci dice: “Siempre es más fácil resistirse al principio que después”.

Si sigues el principio de coherencia, es una técnica muy exitosa para influir en los demás. Una vez que logras que alguien adopte un comportamiento o un punto de vista, tienes muchas posibilidades de lograr que lo mantenga. Si consigues que alguien te haga un pequeño favor, normalmente puedes influir en él para que haga algo que poco tiene que ver con el primer pequeño favor.

Ejemplo:

El investigador de mercado Daniel J. Howard preguntó por teléfono a los residentes de una ciudad estadounidense si aceptarían la visita de un representante de una organización de lucha contra el hambre que quería vender galletas. Los beneficios se recibirían de los operadores de un comedor social.

La única pregunta sobre el consentimiento dio lugar a un consentimiento del 18 por ciento. Sin embargo, si la persona que llamó inicialmente hizo la pregunta: “¿Cómo estás hoy?” y esperó la respuesta antes de hacer su solicitud, esto tuvo un impacto significativo: de las 120 personas llamadas, 105 respondieron a la pregunta con “bien” o “muy”. bien". ". Ahora el 32 por ciento estuvo de acuerdo con la visita, casi el doble. Pero lo más sorprendente fue que el 89 por ciento de los que estuvieron de acuerdo también compraron galletas.

Ejemplo:

Digamos que te falta una moneda para hacer una llamada telefónica. Las posibilidades de éxito al recibir una moneda como regalo de otras personas son aproximadamente 1 entre 15. Sin embargo, si pides la hora antes de pedir la moneda, estadísticamente tus posibilidades se duplicarán.

Lo fascinante de la tecnología es que puedes influir en otros para que hagan más y más cosas a través de pequeños compromisos. La táctica se conoce en ventas como la táctica de “el pie en la puerta”. Esto le permite reducir gradualmente la resistencia.

El principio de coherencia también sirve para obligar a otras personas.

Ejemplo:

Müller sabe por su colega Meyer que ya ha pensado mucho en aumentar las ventas. En una reunión, Meyer dice: "Creo que sería muy bueno si pensáramos en aumentar las ventas". El colega Müller reconoce la oportunidad de poner todo el trabajo en manos del Sr. Meyer y dice en voz alta delante de todo el grupo: "Sr. Meyer quiere que en la próxima reunión nos presente sus ideas para aumentar las ventas. ¡Esto es excelente!"

Si el señor Meyer no aclara inmediatamente que simplemente quiere exponer sus ideas como todos los demás, dice que está de acuerdo. Esto significa que si no aclara inmediatamente la afirmación de Müller, difícilmente podrá eludir su “obligación”.

Una variante de la táctica de coherencia son las especificaciones escritas. Por esta razón, es una práctica común en muchas empresas registrar las ventas u otros objetivos de desempeño por escrito.

La conducción de la conversación también se basa en el principio de coherencia.

A continuación se muestran algunos ejemplos de cómo la coherencia es importante en el enfoque retórico:

Ejemplo:

Inicio de la discusión de precios.

- Vendedor: "¿Le gusta el producto y lo importante es el precio?"
- Cliente: "Sí".
- Vendedor: “Si estamos de acuerdo aquí y ahora, ¿puedes realizar el pedido?”
- Cliente: "Sí".

para despertar el interés

- Vendedor: "¿Es la reducción de costos algo importante para usted?"
- Cliente: "Por supuesto".
- Vendedor: "Si nuestra propuesta reduce sus costos y aumenta sus ganancias, ¿haremos negocios?"

Conversación de persuasión entre matrimonios:

- Mujer: “Cariño, ¿no sería mucho más beneficioso comprar muebles muy buenos y que duren mucho tiempo en lugar de comprar muebles baratos con frecuencia?”
- Marido: "Sí".
- Mujer: “¿Queremos comprar muebles de alta calidad este mes o el próximo?”

Ejemplo:

El científico Thomas Moritary y un colega llevaron a cabo el siguiente experimento: Moritary se sentó sobre su toalla en una playa concurrida cerca de otros visitantes y colocó su radio portátil a su lado. Luego dejó su lugar y se alejó. Apareció un ladrón, colega de Moritary, tomó la radio portátil y se fue. De 20 personas, sólo cuatro querían impedir el robo.

El experimento modificado en la playa arrojó otro día un resultado sorprendente. Esta vez el profesor pidió ayuda a los demás invitados. Dijo: “Sólo estaré fuera unos minutos. ¿Sería tan amable de cuidar mis cosas?” – Esta vez 19 de 20 personas intentaron evitar el robo.

La técnica del balón bajo

La técnica del balón bajo es una variante especial del principio de coherencia: le pides a alguien que haga algo o llegas a un acuerdo con él. Después de aceptar el acuerdo, mencionas cosas desventajosas que no mencionaste antes.

Cialdini y sus colegas llevaron a cabo el siguiente experimento:

Ejemplo:

Se pidió a los estudiantes que participaran en un experimento sobre procesos de pensamiento. Cuando llamaron, algunos de los estudiantes fueron informados sobre la hora de inicio del experimento: las 7 a.m. De ellos, sólo el 24 por ciento aceptó participar.

Otra parte de los estudiantes utilizó la táctica de pelota baja. Para ello, los experimentadores primero preguntaron a los estudiantes si querían participar en un estudio sobre los procesos de pensamiento. Sólo después de haber respondido (el 56 por ciento dijo que sí) los experimentadores mencionaron la hora de inicio, las 7 a.m. Ninguno de los estudiantes retiró su compromiso inicial. El 95 por ciento cumplió su promesa y se presentó a las 7 a.m.

Cialdini ha confirmado la táctica del balón bajo en muchos otros intentos, incluso con su vecino Tim. Le prometió a su novia que cambiaría, por lo que ella canceló su matrimonio con otro hombre. Sin embargo, Tim no cambió. ¿Cómo reaccionó su novia? Explicó que había notado fortalezas en Tim que no había reconocido antes.

Consejo práctico:

Practica la técnica del compromiso y la constancia . Como todas las técnicas de influencia, puedes utilizarlas en beneficio o perjuicio de tu contraparte.

Estrategias de defensa:

Sin embargo, tenga cuidado de no dejarse aprovechar por esta técnica. Sea consciente de sí mismo y escuche su "instinto". Si ya lo sientes con fuerza, en la mayoría de los casos el peligro ya es grande. Tienes más éxito cuando sientes el primer sentimiento que surge dentro de ti. Estos mensajes vienen del corazón. Esta percepción requiere

atención plena. Escuche el mensaje del sentimiento. Pregúntese también: ¿Me involucraría nuevamente en esto si hubiera sabido lo que sé ahora? Si tu respuesta es no, deja de ser consistente y lárgate.

Ingeniería de cumplimiento

El principio de conformidad –también conocido como confirmación social o procedencia– establece que la mayoría de las personas toman decisiones basadas en las acciones y pensamientos de la mayoría. Las investigaciones han demostrado que alrededor del 80 al 90 por ciento de las personas son conformistas. El maestro de ceremonias Barnum, mencionado anteriormente, dijo: "Nada atrae tanto a una multitud como una multitud". Por eso se puede influir en muchas personas mediante la técnica de la conformidad .

Ejemplo:

La señora Müller le dice a su marido: “Meyer se fue de vacaciones al Mar del Norte con su mujer y sus hijos. El Mar del Norte se anuncia en la televisión. Mucha gente pasa allí sus vacaciones. Deberíamos viajar allí también”.

Si quizás el Sr. Meyer y su familia viven en circunstancias similares a las de la familia Müller, el efecto del principio de conformidad se ve reforzado por la similitud ya mencionada.

Influir según el principio de conformidad es el enfoque más común para persuadir y manipular. La mayoría de las personas no se dan cuenta cuando actúan en consecuencia. El comportamiento gregario de otros se basa en una conclusión errónea: lo que muchos hacen está bien. ¡Pero mucha gente también puede estar equivocada!

Cualquiera que influya con las estadísticas también sigue el principio de conformidad , por ejemplo utilizando referencias. El principal impacto de la presión grupal sobre las decisiones individuales también se basa en el principio de conformidad.

Consejo práctico:

El principio de conformidad es un enfoque exitoso para influir. Utilice también los efectos de referencias y estadísticas.

Estrategias de defensa:

En situaciones de incertidumbre, la mayoría de la gente sigue a la multitud. Sin embargo, hay muchas situaciones en las que la mayoría de las personas se equivocan. Por eso es necesario tomar tus propias decisiones. Es necesario tener en cuenta dos cosas. Debe comprobar tanto la exactitud como la integridad de la información. Basta con tener dudas razonables sobre la exactitud de la información. Sea crítico y cuestione todo. El siguiente paso es pensar en los pros y los contras de la posible decisión.

Es cierto que el proceso es un poco complicado. La gran ventaja para ti es que cometes menos errores. Así que desarrolle sus habilidades de pensamiento crítico.

Técnica de autoridad

Una verdadera autoridad ha demostrado habilidades profesionales y sociales. Existe una fuerte presión en la sociedad para adaptarse a las opiniones de quienes tienen autoridad. Dado que las autoridades reales tienen mucho conocimiento y experiencia, a menudo tiene mucho sentido seguirlas como guía si son dignas de confianza. Quienes tienen el estatus de autoridad (por ejemplo, médicos, abogados) pueden influir con especial facilidad en la mayoría de las personas.

Si está dispuesto a adquirir conocimientos usted mismo a través de la literatura especializada o de Internet y además piensa de manera crítica, puede obtener un estatus de autoridad a través de su propia investigación. Con la información que recibe, puede defender su objetivo con la otra persona.

Ejemplo:

Karl Müller intentó deducir en su declaración de impuestos un viaje de negocios, pero Hacienda lo rechazó. Por eso, Karl Müller investigó en Internet las últimas sentencias de los tribunales financieros. Tuvo suerte y encontró una sentencia del Tribunal Federal de Hacienda que pudo utilizar. Müller conoció todos los detalles y las razones del veredicto del juez. Basó su objeción y sus pruebas en el veredicto. A Hacienda no le quedó más remedio que ceder ante la sentencia del tribunal más alto. La objeción de Karl Müller tuvo éxito. Ni siquiera necesitó la ayuda de un asesor fiscal. La sentencia del Tribunal Federal de Hacienda -máxima autoridad judicial-, aplicada por Müller a su situación, constituía la “autoridad” con la que podía influir.

Importante:

Si desea influir en la autoridad, proporcione las fuentes exactas donde las encontró. Por supuesto, menciona el nombre de la autoridad.

Consejo práctico:

Si su contraparte discute con autoridad, haga preguntas, por ejemplo:

- ¿Cómo se llama el experto?
- ¿Cuál es su área de especialización?
- ¿Qué logros ha alcanzado la “autoridad” para ser considerada experta?
- ¿Qué dijo exactamente el experto?
- ¿En qué revista publicó su opinión el experto y cuándo? ¿Cuál es la redacción exacta? – Déjanos mostrarte el texto.
- ¿A qué situación se refieren las declaraciones del perito?
- ¿Por qué el caso de la publicación es idéntico al caso comentado?

Estrategias de defensa:

Escuchar las opiniones de quienes tienen autoridad puede tener sentido. Nadie es capaz de saberlo todo. Sin embargo, hay tres situaciones en las que esto lleva a decisiones incorrectas.

1. La autoridad tiene una opinión errónea. En este caso, el propio experto no tiene conocimientos suficientes. Hoy en día, incluso a los actores o deportistas se les pregunta a menudo sobre áreas que desconocen. Su popularidad les otorga un “estatus de expertos”, lo cual es un gran error.

2. El experto tiene un interés personal en la cuestión. Por ejemplo, las empresas han pagado a científicos para que realicen investigaciones. Aunque los “resultados” sirvieron a los intereses económicos de las empresas, la investigación manipulada presentó hechos falsos al cliente.

3. La autoridad se expresa sobre temas que no pertenecen a su área.

En estos tres casos, la autoridad misma es el problema.

Principio de escasez

El principio de escasez es un enfoque poderoso para influir en las personas. Lo escaso o raro despierta el deseo. Cuanto más difícil es lograr u obtener algo, más atractivo parece. Por ejemplo, si una colección de sellos contiene un error de imprenta, cuanto menos haya, más valiosa será. Lo que a menudo hace que los bienes escasos sean interesantes no es la intención de la gente de utilizarlos, sino la de poseerlos.

Este principio también es particularmente eficaz porque cuando los recursos son escasos, hay que competir con otras personas para adquirirlos. Por eso, por ejemplo, en las subastas se consiguen precios especialmente altos: dos interesados que hacen ofertas cada vez más altas acaban en tal estado de excitación que les impide pensar con claridad. Aquí nuevamente se hace evidente el fuerte efecto del automatismo interno.

Consejo práctico:

Influencia con el principio de escasez . Muestre cuán rara es la oportunidad ofrecida o la cosa en cuestión. Haga entrar en juego a otras partes interesadas y aumente así el impacto de su influencia.

Estrategias de defensa:

Presta atención a tus sentimientos: un mayor nivel de excitación es una clara señal de alarma. Piensa en lo que te atrae de la oportunidad o la causa. ¿La intención es usarlo o poseerlo? Por ejemplo, si desea utilizar el objeto, el valor de uso para usted aumentará nuevamente debido a la escasez. Si usted se encuentra bajo presión emocional al competir con otros por una oportunidad única o un producto escaso, su deseo de poseerlo sólo aumentará. El valor de aquello por lo que compites con otros no aumenta.

Por lo tanto, piense detenidamente en lo que es importante para usted. Si desea poseer el artículo, determine de antemano el monto de su oferta. Si quieres usar la cosa u objeto, apégate al valor de uso, porque esto no tiene nada que ver con la escasez. Con este enfoque te proteges de convertirte en víctima del automatismo.

Opciones de colores

Henry Kissinger, asesor de seguridad nacional y secretario de Estado durante la presidencia de Richard Nixon, creía que podía tomar mejores decisiones que el presidente. Pero no se le permitió hacer esto en su oficina. Su trabajo consistía en presentar sugerencias al presidente para su toma de decisiones. Entonces, ¿qué hizo Kissinger para lograr que el presidente tomara las decisiones que personalmente favorecía? Siempre le presentó a Nixon tres o cuatro opciones. Pero "coloreó" estas decisiones de modo que la propia posición de Kissinger le pareciera a Nixon la mejor.

El método de colorear es una técnica popular para expresar las propias inquietudes. Se mencionan ambos lados (los pros y los contras) de la cuestión. La ventaja de este enfoque es que se logra más credibilidad que si sólo se resaltaran los aspectos positivos de un tema.

Consejo práctico:

A menudo será más fácil influenciarlo si sugiere alternativas a la otra persona. Si luego utiliza también la evaluación de los pros y los contras , esto aumentará su credibilidad .

Estrategias de defensa:

No dudes que las alternativas que te presentan en realidad representan todas las posibilidades. A menudo, la mejor alternativa para usted no se encuentra entre las que se le anuncian. Pregunta por otras alternativas y, sobre todo, piensa por ti mismo. Cuestiona también si se han aplicado todos los criterios decisivos para seleccionar las alternativas.

Importante:

En su libro "La llave de la cerradura", Tom Poppe trae a la libertad la sabiduría de los místicos islámicos (sufíes): "He intentado toda mi vida estar atento a las alternativas", dijo la oveja, "puedo masticar y Puedo morder." – y agrego: tu libertad es mayor de lo que piensas.

Establecer puntos de anclaje

Fijar anclas es una técnica sencilla para influir en las personas. Supongamos que desea adquirir una computadora portátil nueva. Ya te has decidido por un modelo concreto. Ahora un amigo te cuenta que compró un portátil así hace una semana por 550 euros. Puedes ver este portátil en una tienda por 490 euros. Esta oferta te parece barata porque la cotización de tu amigo ya te ha fijado un “punto de anclaje” de 550 euros. Este ancla fija tu pensamiento, como el ancla fija un barco. Por eso cualquier precio por debajo de los 550 euros te parece barato.

Pero: el ancla también actúa en la otra dirección. Si tu amigo te hubiera dicho que un precio de 460 euros sería barato reaccionarías diferente porque el precio de 490 euros ya no te resultaría atractivo.

Ejemplo:

Este fenómeno ya ha sido descrito por los premios Nobel de economía Daniel Kahneman y Amos Tversky. En sus experimentos, ambos hicieron que personas estimaran el porcentaje de estados africanos miembros de la ONU. Echaron un ancla preguntando si era menos del 70 por ciento. Al establecer este ancla, los participantes adivinaron el 45 por ciento. Cuando los investigadores preguntaron si era más o menos del 10 por ciento, la respuesta fue diferente porque los participantes estimaron que era el 25 por ciento.

Importante:

La gente siempre cae en la trampa tendida por el punto de anclaje. Con Anker puedes influir fácilmente en las personas, incluso en la vida cotidiana.

Ejemplo:

Los psicólogos de Würzburg Thomas Mussweiler y Fritz Strack encargaron a un estudiante que vendiera su viejo coche a un concesionario de coches usados. El estudiante primero echó el ancla preguntando si su coche valía más o menos de 2.500 euros. Las valoraciones de los

profesionales para este ancla fueron superiores a las de un ancla de 1.000 euros.

El punto de anclaje tiene un impacto importante en la jurisprudencia. Desempeña un papel importante en la determinación de la sentencia.

Ejemplo:

La psicóloga de Würzburg Birte Englich y sus colegas demostraron la influencia del punto de anclaje en las decisiones de los jueces. El equipo de psicólogos presentó un caso ficticio pero realista ante 19 jueces de un tribunal regional para que tomaran una decisión. Por ejemplo, si el fiscal había pedido 34 meses de prisión, los jueces impusieron una media de 28 meses; si el fiscal sólo había pedido dos meses, los jueces sólo impusieron 19 meses. Esto demostró que los jueces se guiaron por las anclas de los fiscales.

Otros experimentos demostraron que, además de los jueces, también los abogados defensores seguían las anclas.

Consejo práctico:

Utilice la técnica del anclaje. Esta es una forma muy eficaz de influir en otras personas en función de sus intereses.

Estrategias de defensa:

Evitas el riesgo de ser víctima de la técnica del anclaje si observas criterios objetivos para la evaluación. Estos criterios pueden ser, por ejemplo:

- Valor de mercado
- Casos comparativos
- Criterios de expertos.
- Evaluar

Los criterios objetivos deben ser independientes de la voluntad de ambas partes.

Por ejemplo, un agente inmobiliario quiere venderle una casa y le propone su contrato estándar. Haga que el agente le muestre el contrato en virtud del cual la propia empresa compra una casa. Un conocido mío rechazó una vez un contrato que le presentó su arquitecto. Hizo que un banco

le diera un contrato que un arquitecto debía cumplir cuando construyera para el banco. Como era de esperar, hubo una gran diferencia entre ambos contratos.

Repetición estereotipada

El principio de repetición es de gran importancia a la hora de influir. Mucha gente es víctima de ello una y otra vez. Basta pensar en el papel que desempeña esta tecnología en los anuncios de periódicos, televisión y radio. Después de repetir el mensaje muchas veces, finalmente aterrizó en el subconsciente de las personas. Creen en las promesas y compran el producto.

Pero la influencia a través de la repetición no sólo se utiliza en la publicidad, sino también entre las personas.

Ejemplo:

Una vez una señora mostró gran interés en uno de mis buenos amigos. Aunque la conoció, no estaba tan entusiasmado con ella como ella con él. “Ella no es mi tipo”, me dijo hace 25 años. Aún así, a través de la repetición, ella logró plantar el mensaje en su cerebro de que ella era la pareja adecuada para él, y se casaron apenas unos meses después.

Muchas personas tienen grandes dudas sobre sí mismas: mensajes frecuentes como “no puedes hacerlo” o “no sirves” han provocado déficits en el cerebro e incluso las víctimas los consideran correctos. El resultado suele ser muy profundo. Cuando le explico a la gente cómo pueden borrar el almacenamiento mediante la autoafirmación, no creen que sea posible, precisamente porque supuestamente son tan "negativos" o "incompetentes".

Consejo práctico:

Si quieres influir en alguien mediante la repetición, evita las formulaciones negativas.

Supongamos que no quieres irte de vacaciones a España como tu pareja, sino a Suecia. En este caso, la frase: “no quiero ir a España” sería completamente errónea. El subconsciente de la pareja no es capaz de percibir el “no”. Por lo tanto, tu redacción debe ser: “Quiero ir a Suecia”. De esta manera anclarás tu mensaje en el subconsciente de tu pareja.

Estrategias de defensa:

Tu subconsciente reacciona a todas las influencias, positivas o negativas, si eres consciente de las influencias que te afectan, menos llegarán a tu subconsciente. Por eso es tan necesario el entrenamiento de la atención plena. Pero como es muy difícil estar atento todo el día, hay que evitar las influencias negativas. Puedes hacerlo viendo menos televisión y buscando distracciones. Las experiencias en la naturaleza son momentos de silencio y sólo unos minutos pueden ayudar a aclarar la mente.

técnica de contraste

La forma en que se juzgan las cosas está influenciada por el contexto en el que se perciben. Un hombre parece más atractivo al lado de una mujer muy bonita que si se le notara solo. Si un recaudador de fondos afirma que el vecino donó 100 euros, la probabilidad de recibir 50 euros como donación es alta. La donación probablemente no sería tan elevada si el vecino hubiera aportado sólo 10 euros.

Contraste significa opuesto. La técnica del contraste funciona mediante yuxtaposición. De esta manera influyes en el proceso de percepción y evaluación.

Ejemplo:

"Gané nuevos clientes".

Mejor: "Mientras que el año pasado perdimos clientes, este año ya he ganado diez clientes".

"Terminamos este año con una pérdida".

Mejor: "Con nuestras pérdidas, estamos en el medio del promedio de la industria".

Utilice el efecto de contraste también de otras formas. Traiga una buena sugerencia tan pronto como la junta esté presente y otros colegas no hagan sugerencias. Esto es mejor que llevar su propuesta a una conferencia donde hay muchas propuestas.

Consejo práctico:

El éxito de la técnica de contraste es notable cuando se utiliza con frecuencia. Habla en comparaciones para presentarte mejor. El contraste resalta aún mejor lo que estás representando.

Ejemplo:

En la campaña electoral presidencial de 1988, Jesse Jackson utilizó el contraste y la metáfora para desafiar los patrones de percepción racial de sus oyentes blancos.

Reemplazó este patrón por uno socioeconómico. En un discurso ante audiencias blancas y negras, dijo: “No se trata tanto de la cuestión de blancos versus negros, sino del hecho de que las barracudas se comen constantemente a los peces pequeños. No clasifican los peces pequeños por color. Sólo les importa el tamaño”. Jackson llamó mucho la atención con esas frases.

El método de contraste se utiliza a menudo en las conversaciones. El siguiente ejemplo trata sobre una conversación entre Karl y su superior Peter. En él, Karl expresa su deseo de tener más independencia y poder de decisión.

Ejemplo:

Karl: “Me gustaría tomar más decisiones yo mismo sin tener que preguntarte todo. Siempre pierdo tiempo preparándome para la entrevista. Tampoco puedo comunicarme contigo de inmediato. Siempre siento que estoy en la escuela y tengo que informar y preguntarle al profesor si lo que quiero hacer es lo correcto. Tengo que hacerlo de la manera que quiero hacer mi trabajo. Entonces, de lo que estoy hablando es de un tipo diferente de colaboración. Me preocupan dos enfoques diferentes: preguntar '¿Está bien esto?' versus 'Quiero hacer eso porque es muy necesario'".

Pedro: “Lo dijiste muy bien. Quiero que me digas: 'Quiero decir, tengo que hacer esto para lograr mis objetivos'. Pero también quiero poder ayudarte a conseguir lo necesario para lograr tu objetivo. Pensaré en cómo haremos esto”.

Tanto Karl como Peter trabajan muy eficazmente con el contraste. Ambos han expresado sus deseos.

Al utilizar el método de contraste, es importante asegurarse de que el contraste se seleccione correctamente; de lo contrario, la conversación se dirigirá en una dirección desfavorable.

Estrategias de defensa:

Cuestiona el contraste: “¿Qué tiene que ver una cosa – tu afirmación – con la otra – el contraste?” Esta pregunta deja

clara la intención de la técnica del contraste, la técnica pierde su eficacia.

Tecnología de imagen

Influir con las palabras siempre es un riesgo porque las palabras pueden malinterpretarse. Las palabras que otros utilizan para influir en nosotros nos hacen pensar y a veces incluso “entendemos” lo contrario. Las palabras a menudo desencadenan asociaciones que el hablante no pretendía.

Lo visual, las imágenes no necesitan palabras. ¿Porqué es eso? A pesar de la gran importancia del lenguaje para la comunicación humana, el sentido de la vista representa alrededor de las tres cuartas partes de la percepción total. Creemos que lo que vemos es verdad sin examinarlo. El sacerdote jesuita Baltasar Gracián dijo: “La verdad se ve mayoritariamente, sólo excepcionalmente se escucha”.

Como ocurre con la música, las imágenes trascienden el pensamiento racional . Las imágenes llegan a los patrones emocionales y de pensamiento que las interpretan en el cerebro sin necesidad de decodificarlas. Tan pronto como se activan las experiencias del pasado, las imágenes son superiores al lenguaje.

Importante:

Las palabras pueden ponerte a la defensiva y desencadenan discusiones y discusiones. Te comunicas directamente con imágenes. A menudo puedes lograr tu objetivo incluso con maquetas o bocetos. Los símbolos tienen el mismo poder, ya sean puramente visuales o descripciones de los símbolos.

Ejemplo:

El emperador romano Nerón adoró al sol como a un dios durante muchos años. Un día miró al sol y vio una cruz en él. Esta visión de la cruz sobre el sol lo convenció de la superioridad del cristianismo sobre el culto al sol. Se convirtió al cristianismo y lo declaró religión del estado. Todos los intentos de conversión anteriores habían fracasado, hasta esta experiencia.

A continuación se muestran algunos ejemplos que ilustran la influencia de las imágenes.

Ejemplo:

- Una empresa de automóviles anuncia su nuevo descapotable con fotografías de jóvenes en un viaje de vacaciones.
- Un arquitecto influye en los posibles compradores mostrándoles fotografías de las casas que ha diseñado y construido.
- Una esposa convence a su marido para que vaya a un lugar de vacaciones con fotografías en un folleto de viajes.

La siguiente experiencia me convenció personalmente de la eficacia de las imágenes:

Ejemplo:

Hace unos 30 años me propuse una meta que quería alcanzar. Desgraciadamente, mis recursos económicos no eran suficientes para ello. Además, no había posibilidades de lograr el objetivo de mis deseos. Sin embargo, compré una foto grande de mi objetivo y la pegué al papel tapiz de mi estudio con cinta adhesiva. Por las razones mencionadas, al cabo de un tiempo abandoné el objetivo. Sin embargo, dejé la imagen del papel tapiz en su lugar porque quitarla habría destruido el papel tapiz. Sin que yo lo quisiera, la imagen siguió influyendo en mi subconsciente y después de tres años ya había cumplido parte de mi deseo.

Tú también puedes utilizar el gran poder de las imágenes para influir en ti mismo . Algunas personas ven erróneamente la autoinfluencia como algo negativo. El investigador del cerebro Gerald Hüther escribe en su libro "Instrucciones para un cerebro humano": "Si dejas el desarrollo de tu cerebro a su suerte, el desarrollo no será óptimo". del mundo exterior son determinantes.

Volvamos al poder de los símbolos . Un símbolo no sólo tiene un significado, sino también un mayor número de contenidos. El símbolo de Luis XIV era el sol. No en vano

todavía hoy se le conoce como el “Rey Sol”. El sol se puede interpretar en muchos niveles, como el estado de ánimo positivo, la alegría , la alegría , las energías creativas o la conciencia divina. Las asociaciones que desencadenaron el símbolo no requieren explicación. El símbolo de Luis XIV hablaba directamente a sus subordinados y transmitía más que las palabras.

¿Con qué símbolo te quieres identificar? Con esto no me refiero a los llamados símbolos de estatus , como un coche o un reloj de marca caro. Cuando te identificas con el símbolo, ganas fuerza y carisma para influir mejor.

Los colores también son símbolos . El rojo es el color de la energía y la voluntad. Cuando una mujer usa ropa roja, afecta sus sentimientos de una manera completamente diferente que la ropa negra. Por lo tanto, los colores juegan un papel importante en el proceso de influencia.

Como ser humano, tienes el don de construir ideas pictóricas en tu conciencia. Esta habilidad se llama imaginación. Esta capacidad humana innata para imaginar imágenes está presente en todos nosotros; en algunos es más pronunciada que en otros. Puedes entrenar esta capacidad de imaginar imágenes mediante la práctica, por ejemplo utilizando imágenes o la realidad. O puedes imaginar el símbolo sin una plantilla usando tu capacidad de imaginación.

Consejo práctico:

Supongamos que ha elegido el sol como símbolo. Toma una fotografía de un amanecer. Mira la foto. Luego cierra los ojos e intenta imaginar el sol. Algunas personas tienen dificultades con esto al principio. Sin embargo, el entrenamiento regular conduce al éxito.

A algunas personas les resulta mucho más fácil imaginar un amanecer completo sin una plantilla. El siguiente texto es un apoyo para ayudarle:

Ejercicio: Amanecer en el mar

Imagínese que está parado en la playa temprano en la mañana. El cielo todavía está oscuro. El mar ruge. El cielo se vuelve rojo y luego amarillo.

Ahora el sol sale del agua como un disco. Los rayos del sol forman un puente de luz para ti. Se está volviendo más brillante a tu alrededor. Sientes una sensación agradable en tu piel. Se sienten cómodos.

Ahora imagina el sol saliendo en tu corazón. Ves el disco amarillo cada vez más claramente. Sientes el calor acogedor que irradia ella dentro de ti. Todo tu cuerpo está lleno de ello.

El sol interior es el núcleo divino dentro de ti que te brinda una gran seguridad interior. La luz está dentro de ti y la luz está a tu alrededor. El sol en el horizonte brilla sobre ti, tu sol interior brilla hacia la inmensidad, hacia el infinito. Te has convertido en el centro de luz. La luz está dentro de ti. Tu eres la luz.

Si amas la montaña, imagina un amanecer en la montaña. Para ello, imagínese estar en una terraza a gran altura en las montañas, por encima de las nubes, con una vista ilimitada.

El ejercicio provoca un aumento en tu nivel emocional . Aumentas tu carisma positivo y ganas estabilidad emocional. Tu autoestima se fortalece y pareces más simpático ante los demás.

Estrategias de defensa:

La defensa contra la influencia de la imagen sólo es necesaria si las imágenes son negativas. Estas imágenes negativas provocan sentimientos negativos en usted. Por lo tanto, elimine dichas imágenes de su entorno.

Abordar los sentimientos

Un método muy eficaz de influencia es vincular el objetivo de la influencia con los sentimientos :

1. Vincula los sentimientos positivos con la meta y ofrece la perspectiva de una recompensa.

2. Si es necesario, mencione también los sentimientos desagradables si se pierde el objetivo.

Importante:

Este enfoque se basa en el conocimiento de que se puede lograr más provocando sentimientos en otras personas que discutiendo.

La publicidad también procede de este conocimiento. Por ejemplo, una sociedad de construcción anunciaba una casa unifamiliar con una mujer desnuda en una bañera, con césped verde y árboles jóvenes al fondo.

Aquí hay un ejemplo de mi propia experiencia sobre cómo activar sentimientos para lograr una meta.

Ejemplo:

Hace años intenté convencer a mi esposa para que hiciera un viaje a las Maldivas. Quería crear muchas ideas positivas para mi esposa que ella asociaría con ese viaje. Las ideas positivas conducen a sentimientos positivos . Como también quería influir en las personas con imágenes, fuimos al zoológico de Colonia. Mientras estábamos frente a un gran acuario, le dije a mi esposa: “Mira, qué peces tan coloridos. Imagínate nadando en el agua entre estas maravillosas criaturas.” A lo que mi esposa respondió: “Cuando veo las bocas de los peces tragando, me siento muy incómoda”.

Entonces mi influencia salió completamente mal porque mirar al pez despertaba sentimientos negativos . En mi enfoque, había cometido un error que mucha gente comete: sacar conclusiones de sus propios deseos y motivos sobre los de otra persona. Después del fracaso, no

hablé del viaje durante dos días. Luego traté de inspirar su imaginación con un enfoque diferente.

Le dije: “Imagínate que estamos en una isla desierta, a más de diez mil kilómetros de casa. El sol está brillando. Estás parado en la playa. Las ramas de una palmera se mueven en una ligera brisa que te acaricia. La suave brisa ondea la superficie del mar. Tienes una amplia vista del océano. Estás en una isla de ensueño”. Pude ver en los ojos brillantes de mi esposa que estaba abrumada por sentimientos positivos. Por la tarde se decidió y decidió juntos el destino Maldivas.

Esta vez había elegido las imágenes apropiadas para influenciarme. Así que ya no tuve que discutir lo mal que se sentiría si se negara a sí misma estas experiencias.

La influencia entonces se habría producido así:

“Imagínese que está en una cama de hospital con una enfermedad terminal. El médico le dijo que sólo le quedan seis semanas de vida. Ves un reportaje sobre las Maldivas en la televisión. Sabes que nunca volverás a llegar allí. Pero podrías haber viajado allí antes. ¿Cómo te sentirías entonces?

Quizás este tipo de influencia te moleste y tengas un sentimiento negativo al respecto. Desafortunadamente, la referencia a la realidad no siempre se percibe como agradable. Es una experiencia milenaria: la gente no quiere escuchar la verdad porque es desagradable. ¿Pero no es mejor ver la verdad y dejar de ceder a las ilusiones en lugar de ser víctima de ellas?

Volvamos a nuestro viaje a Maldivas.

Continuación del ejemplo:

Cuando pasamos unos días en las Maldivas, mi esposa dijo: “Es el viaje más hermoso que he experimentado jamás”. Su actitud hacia las criaturas en el agua también había cambiado. Todavía habla maravillas de tocar a un joven tiburón ballena y conocer mantarrayas.

Quizás, dado este cambio, ya no veas mi influencia como una manipulación reprobable . Como ahora había un resultado beneficioso para mí y para mi esposa, no hubo manipulación. ¿No es generalmente bueno buscar nuevas experiencias que no limiten la vida sino que la amplíen? Experimentar también significa experimentar.

sentimientos y placer

Las investigaciones han descubierto que buscamos placer en cada momento de nuestra existencia de vigilia. Nos esforzamos por aumentar nuestros buenos sentimientos, que esperamos a través de ciertos eventos y expectativas. Existe el concepto de “ espacio de recompensa ” interior. Con este radar del placer en mente, nuestra mente está ocupada con posibles eventos o acciones. Evaluamos cada una de estas opciones según el grado de sensaciones placenteras (recompensa o placer) y el nivel asumido de sensaciones desagradables (dolor). Lo que consideramos positivo nos atrae, lo negativo nos repele.

Jeffrey S. Burgdorf y Joseph R. Moskal examinaron el alcance de las digresiones en un estudio. Casi la mitad de los sujetos de prueba deambularon con sus pensamientos por espacios imaginarios, simplemente no estaban en el ahora. Con su radar interno de placer , la mente siempre busca más satisfacción.

Importante:

Las actividades del radar del placer son mayores cuanto menor es la satisfacción respectiva.

¿Qué significan los resultados de la investigación moderna? Haga a su contraparte nuevas ofertas para satisfacer sus deseos . Muestre cómo su objetivo le ayuda a encontrar nuevos placeres. La alegría llega cuando inspiras tu imaginación.

Pero no pierda el contacto con la realidad como el médico personal del elector de Brandeburgo. Prescribió un talismán seleccionado según el horóscopo para las enfermedades. Sólo unos pocos enfermos podrían resistirse a tal fantasía: la salud eterna, sin esfuerzo ni sacrificio.

Tal influencia es manipulación , porque es una influencia en la que todos ganan. Sólo el engañador obtuvo ganancias, aunque fuera por poco tiempo. En prisión no pudo disfrutar de los frutos de sus obras.

Consejo práctico:

Influye en ti mismo asociando tu objetivo con sentimientos positivos hacia la otra persona. Trabaja con los sentimientos de otras personas. Utilice lo que aprecia, pero también lo que teme.

Los sentimientos muchas veces te influyen más que las discusiones. Por lo tanto, utiliza el poder de tu imaginación para abordar o despertar los sueños de las personas. Sin embargo, aproveche la oportunidad para desencadenar sentimientos positivos al contacto. Por tanto, sed amables. Dile a la otra persona lo que te parezca digno de elogio, por ejemplo: “El nuevo peinado te queda bien” o “Me alegro de verte”.

Cuantos más sentimientos positivos provoques, más simpatía recibirás. Recuerdo la sonrisa. De esta manera, generará simpatía y confianza y, por lo general, influir aún más en las emociones tendrá éxito.

Una gran ayuda es tener una actitud fundamentalmente positiva hacia otras personas. La práctica de dejar salir el sol en tu corazón también ayuda, ya que consolida tu nivel emocional positivo, que no se altera fácilmente.

Consejo práctico:

¿Qué oportunidades ha perdido hasta ahora para crear una atmósfera positiva hacia su contraparte? ¿Qué quieres hacer al respecto? Por lo tanto, influye positivamente en el estado de ánimo de tu pareja cuando establezcas contacto.

No actúes simplemente por una exuberancia de sentimientos positivos. Combina las emociones con la razón.

Pero también necesitas un “por qué” detrás de tus objetivos. Este “por qué” surge de una simple pregunta: ¿Qué hace que valga la pena vivir la vida para usted? Por

ejemplo, personalmente disfruto especialmente del buceo, el snorkeling, el montañismo, la naturaleza en general y los nuevos conocimientos, por nombrar sólo algunos ejemplos. Reconoce tu propia visión y mantenla viva pensando en ella. El entusiasmo surge de esta alegría de vivir. Así es como ganas influencia sobre otras personas.

Estrategias de defensa:

Las emociones influyen en el pensamiento. Si estás de humor eufórico , evalúas las situaciones de forma demasiado positiva. Lo mismo se aplica al revés. En el rango medio de emociones, el pensamiento no se ve afectado. El manipulador también utiliza este hecho porque intenta desencadenar fuertes sentimientos positivos o negativos. La apelación a los sentimientos pretende anular el pensamiento crítico del interlocutor. Así el manipulador consigue sus objetivos. Influir en las personas que tienen miedo es especialmente eficaz.

Lidiar con los sentimientos

Importante:

Presta atención a tus sentimientos, sé consciente de ellos y trázalos con cuidado. Reconoce que alguien está tratando de influenciarte emocionalmente. Haga preguntas críticas. Pregunte por razones objetivas.

Autopresentación

A menudo no serás juzgado por tu desempeño, sino por tu apariencia y tu autopresentación . ¿Porqué es eso?

La evaluación de una persona no se basa en las características reales, sino sólo en las características percibidas por la persona, y su interlocutor sólo utiliza una parte de esta selección para emitir un juicio. A partir de estas percepciones reducidas, el observador infiere propiedades adicionales que a menudo son falsas. La mayoría de la gente ni siquiera es consciente de este enfoque.

Si quieres influir en las personas, no debes tolerar las opiniones erróneas de los demás sobre ti, sino más bien influir en las opiniones de los demás sobre ti.

Importante:

Crea una imagen de ti mismo que beneficiará tu proceso de influencia. Ni siquiera es necesario que la imagen sea correcta. Basta con que la otra persona crea en ello.

Para lograr este objetivo, primero debes saber cómo te ves ante los demás. Sólo entonces podrás cambiar tu efecto y transmitir la imagen necesaria. Es de gran ayuda saber de tu entorno cómo le afectas. Para ello, pregúntale a tus amigos o a tu pareja, quienes sin duda pueden hacer declaraciones realistas.

Ya conoces algunos de los requisitos para tener un efecto positivo en otras personas. Pero, ¿cómo se demuestra competencia y se gana la confianza?

Lista de verificación: mostrar competencia y generar confianza

1. Preséntese como un experto.

   "Ya he resuelto con éxito tareas como ésta y otras similares".

Proporcione evidencia de su condición de experto. Habla de tus éxitos, pero no te excedas.

2. Escribir un libro.

   Cualquiera que escribe un libro es reconocido como un experto.

3. Habla sobre tu motivación .

   "Disfruto haciendo esto".

4. Destacarse en la empresa a través de los siguientes comportamientos:

   - Hacen sugerencias de mejora .
   - Eres voluntario para un trabajo desafiante.
   - Te esfuerzas por realizar un trabajo que mejore tu imagen.
   - Presentan nuevas ideas cuando hay personas importantes en la reunión.
   - Creas buenos contactos con tus compañeros.

5. Háganos saber con qué personas importantes mantiene contacto .

   "En la conferencia de técnicos tuve una conversación muy estimulante con el jefe del grupo de investigación de Siemens".

6. Asista a conferencias y eventos para conocer personas influyentes en su industria.

7. Piensa qué perfil quieres darte.

   Por ejemplo: eres conocido por identificar problemas dentro de la empresa y/o con los clientes y ofrecer soluciones.

8vo. Tus acciones deben coincidir con tus palabras.

   - Se basan en valores .

- Su objetivo es un enfoque en el que todos ganen .
- No intentes utilizar trucos injustos para lograr tus objetivos a expensas de los demás.
- Muestran carácter.

Después de este programa orientado a largo plazo, he aquí un procedimiento para impresionar a su contraparte e inspirar confianza durante la primera conversación. ¿Qué información quieres revelar sobre ti durante la primera conversación para crear la imagen deseada de ti mismo en la persona con la que estás hablando?

Lista de verificación: impresionar en el primer contacto

1. ¿A qué persona quieres impresionar?
2. ¿Qué quieres lograr?
3. ¿Qué dirás? Piense en los siguientes puntos:
   - Cuál es tu lema para ti? Este lema debería
     - ser breve y eficaz
     - Despertar la curiosidad y el interés
     - Mostrar beneficios
   - Traiga evidencia de esto.
   - Utilice ejemplos, palabras figuradas, historias con metáforas.
   - Explica por qué la otra persona debería elegirte.

Ejemplo:

El lema publicitario del formador de ventas Hermann Scherer es: "Le garantizamos un 20 por ciento más de ventas en seis meses, garantizado por escrito si lo desea".

Por supuesto, también debes proporcionar las pruebas necesarias para respaldar tu eslogan.

No es fácil desarrollar un eslogan publicitario individual para uno mismo. Tiene que contener una breve declaración sobre en qué se diferencia de los demás. El texto no debe tardar más de 30 a 45 segundos en hablar. No desesperes si al poco tiempo no has desarrollado el texto. Después de haber ayudado a empresas y directivos a desarrollar este tipo de textos, sé por experiencia que, por lo general, esto no se puede lograr en un corto período de tiempo.

En la siguiente conversación, la proporción de hablar y escuchar debe ser de alrededor de 50:50. Para comenzar, debes contar algo sobre ti mismo para generar confianza. Por lo tanto, haga esfuerzos avanzados mediante la autopromoción antes de hacer preguntas.

Estrategias de defensa:

No se deje impresionar por los simples efectos del espectáculo y la charla de su contraparte. Haga preguntas críticas. Pregunte: "¿Podría explicarme esto con más detalle?"

Si la otra persona quiere disculparse porque supuestamente este tipo de explicaciones toman demasiado tiempo, responda: “Solo da algunas palabras clave” o “Un breve ejemplo me basta”.

No tengas miedo de decir: "No respondiste mi pregunta" o "Tu respuesta fue interesante, pero no fue una respuesta a mi pregunta". Por eso los repito. Entonces ...".

Mantenerse en contacto

No sólo es importante crear contactos. Estos también deben mantenerse, de lo contrario perderás tu influencia. Sin embargo, no te mantengas demasiado en contacto, de lo contrario dañarás tu influencia porque irritarás a la otra persona. Sin embargo, cualquiera que se sienta seguro y asuma que la relación es tan estable que no necesita mantener el contacto muchas veces se equivoca.

Hay diferentes maneras de mantenerse en contacto.

Lista de verificación: manténgase en contacto

1. Construya un puente hacia la próxima cita
    - Ofrezca a su objetivo información que pueda ayudarle.
    - Pídale información a su persona objetivo.
    - Llame a su persona objetivo antes de las vacaciones o en ocasiones especiales, como su cumpleaños.
2. Organizar reuniones aleatorias con personas importantes.

    Organice reuniones “aleatorias” con quienes toman las decisiones, por ejemplo, reunirse con ellos puramente “por casualidad” por la mañana cuando comienza a trabajar o durante el día. Por supuesto, esto no será necesario si de todos modos te encuentras con personas importantes con regularidad.
3. Hazte miembro de clubes donde hay personas importantes para ti.

    Clubes de este tipo son, por ejemplo, un club de golf, un club de arte o un club deportivo.
4. Tomar acuerdos y decisiones individuales .

Acuerde con la gente en qué intervalos deben realizarse las reuniones. La otra opción es adaptar tu comportamiento de contacto a las reacciones de la otra persona.

Estrategias de defensa:

Dígale a la persona con la que está hablando cómo imagina que serán sus contactos. Exprésate cuando te sientas presionado.

momento

El momento oportuno significa elegir el momento adecuado para actuar . Es el momento que ofrece mayores posibilidades de influir en el éxito. La sincronización eficaz requiere una comprensión empática de la situación de la otra persona y del proceso de relación mutua.

Ejemplo:

Digamos que has tenido muchos problemas en la tienda y regresas a casa agotado. Si tu pareja te está apremiando para que mires un catálogo y elijas nuevos muebles para el salón, este no es el momento adecuado. Sería mucho mejor para que la influencia tuviera éxito si primero pudieras recuperarte un poco.

Una situación desfavorable es, por ejemplo, que su jefe haya tenido que soportar duras críticas por parte de la junta directiva, un mal momento para hablar con él sobre un aumento salarial.

El momento oportuno juega un papel importante en el complejo proceso de influencia . Si un vendedor hace su oferta al cliente demasiado pronto, normalmente no tiene buenas posibilidades. Las siguientes ofertas a menudo sacan de la mente del cliente potencial la primera. Por otro lado, quien sea el último en negociar con el cliente a menudo gana el proceso de influencia.

Ejemplo:

Un vendedor le ha enviado una oferta al cliente y ahora está sentado frente a él negociando el precio. Ya ha acomodado al cliente en cuanto a precio. Para conseguir aún más descuentos, el cliente pregunta: "¿Cuál es su último precio?" El vendedor supone, con razón, que el cliente quiere enfrentar a los proveedores entre sí. Entonces dice: “Veo que están en el proceso de obtener una visión general de la situación del mercado. ¿Cuándo terminarás con esto? Mientras tanto renegociaré con mi proveedor. "Luego hablaremos sobre qué otras adaptaciones son posibles".

Se acordará una nueva fecha entre todos. Con este enfoque, el vendedor ha conseguido quedar el último en la negociación final. Si además pregunta al cliente en la cita de seguimiento: “Si estamos de acuerdo aquí y ahora, ¿puedes hacer el pedido aquí y ahora?”, se ha puesto en la posición óptima para conseguir su objetivo.

Este enfoque para utilizar el tiempo en el proceso de influencia requiere la capacidad de proceder con paciencia y sin miedo. Quienes se dejan llevar mucho por sus emociones tienden a ser apresurados e impacientes . Por eso es muy importante controlar tus propias emociones. Cómo lograrlo y las técnicas para lograrlo se pueden encontrar en mi libro “Comunicación con el corazón y la mente”, también publicado por Walhalla Verlag.

La prisa y la impaciencia tienen otras desventajas. ¿No has tenido ya la experiencia de que, aunque eres capaz de aumentar cada vez más tu propio ritmo, esto significa que cometes más errores, lo que crea problemas adicionales? Esto no habría sucedido si te hubieras tomado el tiempo necesario. Sin prisas, obtienes más margen de maniobra en las situaciones y eres capaz de reaccionar con mayor flexibilidad.

Menos prisa y más paciencia también te ayudarán a tener una percepción diferente del tiempo, entonces sentirás que el tiempo pasa más lentamente. El control emocional te lleva a una mayor estabilidad emocional y te da más distancia de todas las situaciones. Te proteges de actuar apresuradamente y logras ver la realidad tal como es.

El cambio en la forma de afrontar las cosas y de tener las emociones bajo control crea posibilidades completamente nuevas que previenen el miedo y las prisas . Aquí se explica cómo dominar el arte del cronometraje .

Ejemplo:

Una vez, un granjero acudió al conde para renovar el contrato de arrendamiento de la tierra que estaba cultivando. El Conde ya había bebido demasiado y blandía un rifle cargado. “Sólo prorrogaré el contrato de arrendamiento si le enseñas a hablar a mi perro”, le gritó

el conde al granjero. “Si no lo haces, te dispararé en el acto”, asintió el granjero y se llevó al perro a casa. Cuando el granjero apareció en la finca con el perro, su esposa le preguntó: “Hombre, ¿qué quieres con el perro?” El granjero le contó su experiencia con el conde. "Nunca podrás enseñarle a hablar al perro", dijo su esposa. “Señora”, explicó el granjero, “logré negociar un período de cinco años”. “Está posponiendo lo imposible”, dijo la mujer. “No del todo”, respondió el granjero. “Tengo cuatro posibilidades: Primero, el Conde podría morir durante este tiempo. En segundo lugar, ya no podía estar entre los vivos. En tercer lugar, el perro podría morir. Cuarto, es posible que aún pueda hacer que el perro hable”.

Otra técnica de influencia es confundir el momento de la otra persona. Puedes lograr esto si presionas a la otra persona para que se dé prisa y la presiones.

Ejemplo:

Hace mucho tiempo, un marchante de arte muy conocido negoció con el multimillonario Rockefeller sobre un cuadro, pero no pudo tomar una decisión. Por eso el marchante de arte le puso una fecha límite a Rockefeller. También señaló que una vez vencido el plazo, el cuadro se enviaría al extranjero porque otro rico mecenas del país estaba interesado en el cuadro.

Por ejemplo, la técnica de utilizar el tiempo para ayudar a influir en su pareja también se utiliza entre sexos. Muchas jóvenes han vinculado más estrechamente a la pareja deseada con ella, insinuando discretamente que otros hombres también estaban tratando de encontrarla.

Consejo práctico:

Practica el control emocional y evita las prisas y la impaciencia . Sólo dominarás el tiempo cuando reconozcas el momento favorable en el proceso de influencia y lo utilices a tu favor. Esto requiere empatía y comprensión de todo el proceso.

Estrategias de defensa:

Reconoce cuando alguien te está presionando por el tiempo o está utilizando tácticas de procrastinación.

Puedes resistir la presión del tiempo con tu estabilidad emocional. Usted responde a las tácticas dilatorias fijando citas y contactos frecuentes. Da razones por las que la otra parte necesita reaccionar rápidamente.

Combinación de técnicas

Las técnicas de influencia

Desencadenar sentimientos positivos

- Dirigirse a las personas por su nombre
- carisma positivo
- Reconocimientos y elogios
- Mostrar interés en la otra persona.
- empatía
- señales corporales positivas

comunicación positiva

- comprender a los demás seres humanos
- Mostrar apertura
- Escucha activa y abierta con reflejo de declaraciones y sentimientos.

Evitar:

- Prejuicios
- Justicia
- Culpar
- Luchar
- habla de ti mismo

generar atención

- no seguir convenciones
- violar las expectativas
- hacer algo extraordinario
- hacer algo especial
- Efectos del espectáculo de puesta en escena.
- impresionante presentación
- señalar referencias
- reputación positiva y credibilidad

Reconocer y satisfacer deseos y motivos.

Presentar la perspectiva de cumplir motivos existentes que prometen placer.

Información comprensiva

- no desinformar
- Ampliar la imagen de la realidad a través de nuevas perspectivas

Influir con los sentimientos

- Influir con sentimientos positivos y negativos.
- Utilice un comportamiento afectivo

Influencia a través de la repetición

Repetir mensajes

Influir con el lenguaje

- Insertar imágenes
- Cuenta historias
- lenguaje positivo
- Preguntas
- Metáforas
- técnica de contraste
- Analogías
- palabras mágicas
- Girar
- Etiquetas
- Proverbios
- transmitir ideas

Utilizar automatismos conocidos.

- reciprocidad
- consistencia
- Escasez
- prueba social

Las técnicas de influencia que se dan aquí se pueden combinar en gran número.

Ejemplo:

- Atraer la atención a través de actuaciones especiales – mostrar sentimientos positivos – comprender a la otra persona – mostrar beneficios

- Desencadene sentimientos positivos – influya en ellos con imágenes – cuente historias
- Cumplimiento placentero de motivos existentes, cumplidos, cumplimiento de deseos (ver el siguiente ejemplo en la siguiente sección)

Los factores desencadenantes de la prueba social, la reciprocidad, la coherencia y la escasez pueden utilizarse individualmente o en combinación en cualquier proceso de influencia. Sin embargo, en la mayoría de los casos, los desencadenantes deben combinarse con otras técnicas de influencia descritas. Si se combinan sólo tres técnicas de influencia, el número de enfoques posibles se amplía a ocho. El número de combinaciones posibles aumenta enormemente cuantas más técnicas combinemos entre sí. Sin embargo, enumerarlos todos individualmente daría como resultado una obra de varios volúmenes.

Consejo práctico:

Para acceder al gran número de combinaciones posibles o técnicas de influencia, es más adecuado un enfoque diferente. Una vez que comprendas la esencia de las técnicas, podrás combinarlas usando tu creatividad . De esta manera, podrá adaptar su enfoque de influencia a la persona en cuestión, su historia y la situación. Recibes el mejor apoyo de tu cerebro con sus cien mil millones de células nerviosas. Además de eso, también desarrollas tu personalidad, pero sobre todo desarrollas tus habilidades intuitivas de influencia adquiriendo tus propias experiencias.

Enfoque cuasilógico o lógico-sistemático

En el primer capítulo se señaló que las personas en el nivel 2 de piloto automático pueden ser influenciadas con explicaciones plausibles. Según Ernst P. Fischer , la verosimilitud o el sentido común o los simples clichés mentales crean la ilusión de una claridad que no es así. Por eso los resultados de tales juicios también se denominan cuasilógicos. Sólo en el nivel 3 del piloto automático es posible la cognición lógica (el proceso de percibir y reconocer). Con el conocimiento lógico-sistemático se

pueden comprobar los juicios según el principio de verosimilitud .

El sufí Idries Shah, por ejemplo, se burla de las deficiencias del intelecto humano en la siguiente historia.

Ejemplo:

Una noche, Nasrudín corrió por las calles de la ciudad gritando: “¡Ladrones! ¡Ladrones!" Después de que se calmó, la gente le preguntaba: "¿Dónde estaba el ladrón?" - "¡En mi casa!" - "¿Lo viste?" - "No." - "¿Cómo sabes que había un ladrón?" contigo?" - "Estaba acostado en mi cama cuando recordé que los ladrones entran en las casas sin hacer ruido y se escabullen en silencio. Como no podía oír nada, supe que había un ladrón en la casa, ¡tontos!

En esta historia, Nasrudín comete un error de pensamiento. La afirmación de una consecuencia necesaria es lógicamente falsa (ver también el Capítulo 8).

Aquí hay otra falacia.

Ejemplo:

Un padre le dijo a su hijo bizco: “Hijo mío, lo ves todo dos veces”. “Qué tontería”, respondió el hijo. "Si eso fuera cierto, entonces vería cuatro lunas allí arriba y no dos".

Errores en el pensamiento

Estos errores de lógica incluyen, por ejemplo:

- Presentar opiniones como hechos.
- Presentar simultaneidades como conexiones causales.
- derivar declaraciones generales de un caso individual

Según Daniel Kahnenman y Amos Tversky:

- Simplificaciones en blanco y negro

- extrapolación lineal para el alivio emocional más rápido posible
- no considerar consecuencias o interacciones

Según Erich Brendl, estos son clichés de pensamiento:

- Satisfacer las necesidades inmediatas a expensas de las necesidades a largo plazo.
- Descuidar cosas importantes por cosas urgentes
- Concentración en algunas características.

Además, los errores incluyen:

- Paralogismos o silogismos
- argumentos falsos , es decir, fraude mental en general
- Proverbios , razonamiento circular.
- prueba social
- enlaces incorrectos
- argumentación deficiente
- Mentiras , falsas garantías , vaguedades
- Tácticas del hombre de paja , falsas analogías
- Manipulación del habla y la imagen.
- Normas , reglas , convenciones
- Rumores y manipulación emocional
- Disonancia cognitiva

Estos errores de pensamiento se presentan en el Capítulo 8, al igual que la manipulación de las emociones con miedo,

porque éstas son las técnicas del manipulador.

Surge una pregunta: ¿Es necesario, en cada caso de influencia, proporcionar evidencia a un nivel que evite los errores de razonamiento mencionados anteriormente? ¿No tiene que corresponder su enfoque a la frecuencia de recepción de su homólogo?

La Biblia usa parábolas para ilustrar. No presenta un alto nivel de argumentación. El enfoque de Buda, a su vez, fue adaptar su presentación al nivel de la audiencia. Entonces, ¿qué necesitas hacer?

Consejo práctico:

Cuando miras más profundamente, el problema está en otra parte. Si asumimos que usted practica una influencia beneficiosa para todos , su contraparte percibirá su actitud positiva . Dado que no se trata de lógica pura, sino de una interacción entre conocimiento y emoción - la lógica afectiva - los sentimientos tienen una influencia decisiva. Si los sentimientos son positivos, esto es crucial para el éxito de la influencia.

Ejemplo: proceso de influencia

Situación: Silvia y Karin son dos amigas que se conocen desde hace años. Karin quiere convencer a Silvia para que pase unas vacaciones en la montaña con ella. Silvia aún no ha estado en la montaña, le encanta el mar y la playa.

- Karin: “Silvia, siempre eres una persona feliz. Siempre disfruto estar contigo (elogio). ¿Te gustaría pasar unas vacaciones en la montaña conmigo?

- Silvia: “Karin, sabes que me encanta el agua y la playa. Por eso no voy a la montaña”.

Explicación: Dado que inicialmente se rechazan las vacaciones en las montañas, no hay ninguna posibilidad de éxito si Karin aboga por las montañas. Es mejor que Karin intente averiguar qué le interesa a Silvia. Sólo con este conocimiento es posible una influencia exitosa.

- Karin: “¿Qué es lo que tanto te gusta del mar, Silvia?”

- Silvia: “Me fascina la amplia vista que tengo de la playa. Puedo desconectarme muy bien. Y creo que es agradable nadar en el agua. Me siento rodeado de montañas”.

- Karin: “Tienes razón. También me fascina la amplia vista del mar (de acuerdo). Experimentar la inmensidad de la llanura es una experiencia muy especial. Pero la experiencia en las alturas también tiene una cualidad muy especial. ¿Alguna vez has experimentado esto antes?” (Despertar curiosidad).

- Silvia: “No, cuéntame más sobre eso”.

- Karin: “Debido a su altura, las montañas siempre han sido asociadas más con la esfera divina del cielo que con la tierra. Cuando subo en telecabina a Riederalp, en el Valais, no sólo

el coche se queda en el valle. También dejo abajo mis pensamientos cotidianos. La góndola me lleva hasta los Alpes, que se encuentran en una terraza a 2000 metros. Desde allí tengo una amplia visión a lo lejos; experimento la altura como una experiencia espacial completamente nueva. Siento lo que dijo Rilke. Lo llama Valais: "La tierra se detuvo a medio camino entre la tierra y el cielo". Esta experiencia de altura es un estado de conciencia muy especial. Por eso los monjes en Asia han meditado a altitudes de 2.000 metros o más durante miles de años para aprovechar esta circunstancia beneficiosa".

- Silvia: "Lo que dices suena muy prometedor. Estoy interesado en una nueva experiencia. Pero no quiero dejar de nadar".

- Karin: "En Bettmeralp hay un lago maravilloso donde podemos nadar. El lago está a sólo veinte minutos a pie desde Riederalp. ¿Alguna vez has nadado a esa altura?

- Silvia: "Me interesa".

Karin sabe que a Silvia le gustan las flores y le interesan los colores. Por eso intenta utilizar este hobby para influir aún más en las personas.

- Karin: "En Riederalp hay flores que destacan especialmente entre las flores del valle. Las flores de los Alpes tienen un color incomparablemente intenso. La razón es que la radiación cósmica provoca una mayor concentración de color en las flores. Eso es lo que hace que las flores sean tan únicas".

- Silvia: "Me interesa mucho eso".

Karin busca otro motivo para convencer a Silvia de que visite Riederalp y le hace otra pregunta.

- Karin: "¿Qué significado tiene la naturaleza para ti?"

- Silvia: “Encuentro seguridad y serenidad en la naturaleza”.
- Karin: “La zona del Valais a la que quiero ir con vosotros también se conoce como un lugar de fortaleza porque mucha gente lo ha experimentado así. ¿Quieres experimentar un área conmigo como nunca antes lo has hecho?
- Silvia: “Karin, ¿cuándo nos vamos?”

5 Influir con el poder del lenguaje

Lenguaje y conocimiento de la realidad.

Idioma e información

Usar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas

Metáforas

Frases y refranes

cuentos

Girar

Logre más con menos palabras

El “cómo” es más importante que el “qué”

lenguaje positivo

palabras mágicas

Palabras tabú

transmitir ideas

Lenguaje y conocimiento de la realidad.

Cómo se obtienen ideas y conocimientos sobre la realidad ? Obtienes la mayor parte de esto a través de tus sentidos. El sentido de la vista te da una parte diferente de la realidad que el sentido del oído. Perciben la realidad de forma filtrada. Se escuchan ondas de diferentes longitudes como luz, sonidos, calor o nada en absoluto. La naturaleza lo ha diseñado para que sólo notes lo que es importante para ti.

Las palabras son etiqueta.

El idioma actual es una riqueza de experiencias de nuestros antepasados, recopiladas a lo largo de decenas de miles de años. Incluso con un vocabulario limitado, nuestro idioma permite capturar y hablar sobre una amplia gama de eventos. El lenguaje crea un sistema de simplificación y, por tanto, permite la acción. Benjamin Whorf escribe: “Nuestra lengua materna es un acuerdo sobre cómo se debe desglosar conceptualmente el medio ambiente. Las lenguas cortan la naturaleza, al cortar crean las palabras en el léxico. Pensamos en el mundo como si fuera una colección de cosas que corresponden a las palabras. Proyectamos las condiciones de nuestro lenguaje en el universo y las vemos allí”.

Ejemplo:

Walter Porzig deja que un granjero exprese su asombro en el planetario: "Entiendo que se pueden calcular las órbitas de las estrellas, pero ¿cómo han descubierto sus nombres?"

Al parecer el granjero supone que los nombres de las estrellas existen desde hace miles de años. Pero eso es un error. Lo que aún no existía en la conciencia de las personas aún no tenía nombre. Sólo los descubridores de las estrellas les dieron un nombre a su criterio y discreción. Para los niños es evidente, al igual que para muchos adultos, que las palabras reflejan fielmente la realidad. Pero ese no es el caso.

El lenguaje determina los límites de tu mundo.

Si dejamos el mundo de lo tangible, se vuelve aún más abstracto. La palabra “viento” da la impresión de que el viento también existe. ¿Pero dónde está el viento cuando no sopla? No hay viento, sólo existe el proceso de soplar.

Tomemos los conceptos abstractos de “ fama ” y “ honor ”. Si no hubieras escuchado los términos, no serías capaz de pensar en ellos. Sólo cuando conozcas los términos y el contenido con el que están llenos podrás pensar en lo que no ha aparecido previamente en tu conciencia o sólo ha aparecido de una manera vagamente confusa.

Importante:

El filósofo Ludwig Wittgenstein dice: “Los límites de mi lenguaje son los límites de mi realidad ”. Sólo puedes pensar y comunicar aquello para lo que tu vocabulario tiene palabras. Sólo lo que se dice puede decirse y repetirse. Esto también significa que cuando amplías tu vocabulario con palabras adicionales, superas los límites de tu cabeza.

Por eso los publicistas y los filósofos también crean nuevas palabras. Por ejemplo, una caja de ahorros se describe a sí misma como “money-right” o anuncia sus grandes almacenes con “Happy Hi-Fi Nights”.

Si adoptas las palabras de tu contraparte, adopta también su punto de vista . Hoy en día ya casi no se utiliza la palabra “guerra”, sino que se habla de “medidas de mantenimiento de la paz”. Si utilizas estas dos palabras acríticamente, también adoptarás el punto de vista trivializador. La gran experiencia contenida en el idioma te ahorra mucho esfuerzo y trabajo para expresarte. Por otro lado, puede contener actitudes anticuadas y que te impidan actuar con realismo .

La apertura es necesaria. Cuestionar imágenes y palabras descaradas que pretenden persuadir a otros a ver la realidad de una manera que ya no es apropiada. Si sabes qué es el lenguaje, reconoces sus grandes posibilidades pero también sus limitaciones , reducirás tu dependencia de las seducciones a través del lenguaje.

¿Se pueden definir las palabras con precisión?

Surge la pregunta: ¿Se puede determinar el uso seguro del idioma? El filósofo Immanuel Kant dijo: “Sólo en matemáticas existen definiciones claras”. El autor, periodista y ganador del Premio de Medios de Comunicación por la Cultura Lingüística Wolf Schneider, como alpinista aficionado, se pregunta: “¿Dónde empieza el Matterhorn? No arriba, hay unidad, abajo”. Pero no quiere decidir dónde está exactamente el fondo. Wolf dimitió: “El Matterhorn no se puede definir. La palabra se deshilacha hacia abajo, como tantas otras palabras”.

Hay muchas razones por las que no es posible realizar definiciones precisas. Cuando alguien escucha una palabra, nadie piensa exactamente en lo que piensa la otra persona. Comprenderá las palabras solo si tiene un mínimo de experiencia común con el interlocutor.

Para Martin Buber, la comprensión diferente de los términos comunes es realmente beneficiosa. Esto hace que las personas se esfuercen más en entenderse entre sí. La falta de limitabilidad tiene una gran ventaja. La mayoría de las palabras han permitido llegar a un entendimiento sin demasiados fallos a lo largo de los siglos. Wolf señala que el vocabulario de la era espacial es 90 por ciento igual al de la era de las diligencias. Si todas las palabras tuvieran una definición estricta, habría sido necesario crear sus palabras con imaginación.

Si se piensa en las pocas palabras nuevas que han adquirido un atractivo generalizado en el último siglo, se habrían producido enormes problemas lingüísticos. La magia de las palabras es que están abiertas a un mayor desarrollo.

Karl Jaspers dice: “Tal como se han desarrollado las palabras, contienen el secreto de preservar una riqueza de significados adormecidos para despertar en cualquier momento”.

Consejo práctico:

Amplía tu vocabulario porque también ampliarás los límites de tu pensamiento. Lea libros desafiantes. Mire programas desafiantes en la televisión. Intente llamar a las cosas familiares de otra manera. Un vocabulario más amplio te hace más independiente y no tienes que adoptar palabras escritas previamente. Al decir nuevas palabras en voz alta, las absorbes mejor y te liberas de rutinas estrechas.

Idioma e información

Una función del lenguaje es transmitir información. La información se intercambia, por ejemplo, en conversaciones.

Miremos una tabla y veamos qué información transmite.

1. Tamaño

Lo primero que llama la atención es su tamaño. Puede ser una mesa pequeña o una mesa grande.

2. Forma

¿Es una mesa redonda o cuadrada? La forma hace declaraciones sobre la habilidad del fabricante o posiblemente sobre sus herramientas. ¿La mesa se produce en masa o se hace a medida?

3. Materiales

La madera de la mesa muestra cuándo se cortó la madera. También recibirá información sobre el crecimiento de la madera.

4. Condición

En la tabla se puede ver si ha sido muy usado y cuidado. También hay mucha otra información sobre la tabla. ¿Quién trabajó con la mesa? ¿Qué pueden decir las tallas existentes sobre las preferencias de sus usuarios, etc.?

Importante:

La cantidad de información sobre la tabla es ilimitada. Sin embargo, nadie puede hacer nada con una cantidad ilimitada de información. La selección y evaluación se realiza de acuerdo a los respectivos intereses. Cada pieza de información que se le ha proporcionado ya ha sido seleccionada y evaluada entre muchas otras. Por ejemplo, si alguien está interesado en una mesa ingeniosamente

diseñada, elegirá la información de manera diferente a alguien que solo necesita una mesa para trabajar. Por lo tanto, dos personas con intereses diferentes seleccionarán información diferente y la utilizarán como base para su decisión.

Consejo práctico:

Toda la información que se le proporciona ya ha sido seleccionada en función de intereses y criterios de decisión. Esto siempre conduce a una reducción de la información. A menudo el informante ni siquiera es consciente de la limitación impuesta. Por tanto, es posible que alguien manipule de forma completamente inconsciente.

La mayoría de las veces la información va precedida de preguntas. Para obtener la información que desea, debe hacer la pregunta correcta.

Ejemplo:

Un hombre con un problema legal acudió a un abogado y le pidió información no vinculante. El abogado se lo aseguró. Al cabo de unos días el hombre recibió una factura. Molesto, el hombre llamó al abogado y le dijo indignado: “¡Solo quería información no vinculante y usted me envió una factura!” El abogado respondió: “Mi información no era vinculante, pero no gratuita”.

La aclaración no siempre llega de inmediato, como en el siguiente ejemplo:

Ejemplo:

Una mujer llama al médico porque su marido está a punto de morir. Antes de que el médico llegue al paciente, éste ya ha muerto. Cuando el médico finalmente toca el timbre, la mujer abre y dice: “Doctor, usted viene gratis, mi marido ya está muerto”. El médico luego dice: “En vano, no en vano”.

El primer ejemplo muestra: Tienes que hacer la pregunta correcta para obtener la respuesta correcta. Eso no es fácil. Todo el mundo tiene que aprender la técnica del

interrogatorio mediante la formación. Dado que esto es lo más importante pero al mismo tiempo lo más difícil en la comunicación, la técnica de las preguntas se trata en detalle en mi libro “Comunicación con el corazón y la mente” (ISBN 978-3-8029-3443-8).

Si alguien te hace una pregunta, ten cuidado de no informar demasiado. Esto sólo confundirá a su contraparte en lugar de brindarle claridad. Así que omita información que no sea de interés.

Consejo práctico:

A menudo algo se anuncia como información esencial sin conocer el interés de la persona a la que se le informa. Si necesita información importante, debe ser consciente de sus propios intereses y los del informante. Si no los conoces, pregunta por ellos. Necesita el conocimiento para considerar críticamente la información que recibe.

Tipos de información

1. La información ideal

Este tipo de información es cuando recibes toda la información parcial que necesitas para tomar una decisión. Esto supone que le ha contado al informante sus intereses . La información también debe basarse únicamente en sus intereses y no en los de otros. No se podrá realizar ninguna evaluación de partes de la información.

2. La información incompleta

En este caso, los informantes olvidan información importante o ellos mismos no la notan.

3. Información en color

Aquí la evaluación de los aspectos informativos ya está incorporada a la información. La información transmitida a menudo se pasa por alto. El discurso de muchos políticos se limita a verdades parciales que también se pasan por alto, por ejemplo cuando hablan de crecimiento cero.

4. Información malversada

A menudo una persona no recibe información importante. La información no se transmitirá si el informante teme acciones que le perjudicarán. Muchos directivos temen perderse información importante para su avance en la

empresa. Por eso tienen reservas a la hora de tomarse unas vacaciones más largas y continuas.

5. Desinformación

La información falsa transmite una situación que no se corresponde con los hechos. Un ejemplo fue la justificación de Bush para la guerra de Irak. Para justificarlo, afirmó que Irak tenía armas nucleares. Pero eso no se correspondía con los hechos.

Asimismo, muchas operaciones innecesarias son una realidad hoy en día. Impulsados por los bajos honorarios médicos que pagan las compañías de seguros de salud, algunos médicos intentan cubrir los costos hospitalarios mediante operaciones mejor pagadas.

Consejo práctico:

Sea especialmente crítico con toda la información. Tienes que conocer exactamente tus propios intereses. Para ello es necesario tener claros los intereses de quien proporciona la información. Si no es así, pregunta al respecto. La información general normalmente no es suficiente. Solicite detalles con las siguientes preguntas:

Cuando	–	después del tiempo
Dónde	–	según la ubicación
Qué	–	después del evento, hechos
Cómo	–	según procesos
OMS	–	según la persona
Por qué razón	–	según la razón

Distinguir entre hechos y valoraciones. Asegúrese de obtener sólo hechos como información. Haga preguntas más específicas, como "¿Dónde leíste eso?" Obtenga la fuente exacta. Pregunte: “¿Quién observó esto de cerca?”

No reciba reseñas hasta que tenga toda la información factual . Para tener una mejor idea, pregunte los motivos de la calificación que recibió.

Importante:

¡Haga preguntas críticas y escuche atentamente! Ve más profundo. Repita lo que dijo el informante con diferentes palabras. Esto no sólo ayuda a evitar malentendidos . El socio también suele añadir información importante.

Usar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas

Hay muchas maneras de ver la realidad . Un partidario del Partido Verde, por ejemplo, tiene una opinión diferente sobre la nueva construcción de la estación de Stuttgart que el jefe de Deutsche Bahn.

En su libro “El hombre unidimensional”, el filósofo social Herbert Marcuse escribió: “La mayoría de la gente sólo ve y reconoce un lado de las cosas. La gente ha perdido de vista otros aspectos”. Por eso es importante reconocer nuevos aspectos de la realidad. Para ello es necesario romper con los horizontes habituales.

Ejemplo:

Hace unos años hubo una crisis en la industria automovilística estadounidense. La alta dirección del grupo Chrysler quería convencer al Congreso para que concediera a la empresa un préstamo de unos tres mil millones de dólares. El Congreso se opuso a dicha ayuda porque creía que una empresa no debería recibir financiación gubernamental.

El jefe del grupo, Iacocca, citó la estimación de costes hecha por el Ministro de Finanzas. Sólo en el primer año, se gastarían 2.700 millones de dólares en prestaciones de desempleo y asistencia gubernamental. Además, trazó un paralelo entre la red de seguridad social para el individuo y la empresa. De esta manera logró darle un rostro a la empresa aparentemente anónima. También recordó a la gente que la gente tiene que tener trabajo para poder vivir. Por eso incluyó aspectos humanos en sus consideraciones. Describió a Chrysler como el problema de todo el país, e Iacocca describió las dificultades de Chrysler como la punta del iceberg de lo que andaba mal en Estados Unidos. En su opinión, la ayuda para la empresa automovilística es un laboratorio de pruebas para todas las demás empresas. Combinó aspectos racionales con emocionales. Con los términos “Estados Unidos”, “iceberg”, “laboratorio de pruebas” y “red de seguridad social”, utilizó imágenes atractivas y fáciles de entender para influir en las personas.

Iacocca utilizó perspectivas plausibles sobre por qué se debía salvar a Chrysler y logró su objetivo. Las nuevas perspectivas llevaron inmediatamente a la necesidad de apoyar a Chrysler.

Proporcionando nuevas perspectivas

Descubrir nuevas perspectivas significa interpretar una situación y evaluar correctamente su especificidad y significado. Comparte tu interpretación de una situación o cosa con otra persona y dale peso. Considera que su interpretación del asunto es más precisa que otra. Por lo tanto, también debe aceptarse su interpretación.

Piense en cómo los grandes fotógrafos transmiten su visión del mundo a través de sus fotografías. Eligen una sección de imagen específica para dejar claro su mensaje. Los nuevos puntos de vista difieren de los anteriores no en lo que enfatizan sino también en lo que omiten.

Lenguaje y pensamiento

El lenguaje y el pensamiento son clave para desarrollar nuevas perspectivas. Pensar es necesario para el necesario proceso de clasificación mental. Sólo entonces podrás hacer la valoración.

Ejemplo:

Un plomero excava en el jardín de una familia para descubrir una tubería de desagüe con fugas. El ama de casa dice: "¿Cómo puedes soportar este olor asqueroso?", a lo que el fontanero responde: "Para un fontanero, huele a huevos y tocino".

¿Qué dice la declaración del fontanero? Al parecer interpretó la situación de tal manera que le ayudaría a alcanzar el éxito económico. Las cosas bellas que asocia con él le ayudan a soportar las cosas desagradables en el trabajo. No piensa en los aspectos negativos de la situación , sino en los positivos .

¿Que pasó aquí? La imagen, el aspecto de “situación repugnante” fue reemplazado por el aspecto de “huevos y

tocino". Por tanto, la elección de las palabras determina la interpretación que crean.

Importante:

El lenguaje ayuda a tomar conciencia de ciertos aspectos de una situación que antes se percibían de forma bastante vaga. Usas el lenguaje para organizar el mundo; te ayuda a clasificar mejor las cosas. El lenguaje hace aún más. Dado que tu memoria funciona con el poder del lenguaje, el lenguaje te ayuda a recordar. Esto le permite recuperar información.

Pensamiento lateral

Haga un esfuerzo por romper con formas de pensar arraigadas. Trate de ver los hechos y las situaciones de manera diferente. Piense en soluciones alternativas a los problemas. Considere estilos de vida alternativos. Piense en lo que podría estar mal con lo correcto y en lo que podría estar bien con lo llamado incorrecto. El pensamiento lateral es la palabra clave.

Friedrich Nietzsche también enfatiza lo necesario que es separarse de las fijaciones. Por eso hace decir a Zaratustra: "Uno aún debe tener caos dentro de sí mismo para poder dar a luz a una estrella danzante". Y el budismo ve el apego como un obstáculo para progresar en el propio desarrollo.

Consejo práctico:

Tanto el pensamiento como el habla son necesarios para influir. Por ejemplo, si desea desarrollar una nueva interpretación de una situación, primero debe pensarla detenidamente. Sólo así tendrás un mensaje que podrás transmitir. Cada nueva situación requiere una nueva diferenciación.

Manipulación con nuevas interpretaciones.

Algunas personas creen que desarrollar nuevas perspectivas ya es manipulación. Sin embargo, ese no es el problema: desarrollar nuevas perspectivas no es ni bueno ni malo. Más bien, depende de las intenciones que hay

detrás. Si se prueban nuevos modelos explicativos , no se trata de manipulación. Más bien, es necesario hacer interpretaciones nuevas y plausibles de la realidad .

Comunicar nuevas perspectivas de manera efectiva

Si el artista quiere expresar su experiencia y su mensaje en un cuadro, tiene a su disposición toda una paleta de colores para pintar. Si desea transmitir un determinado punto de vista a su contraparte, tiene muchas palabras y símbolos para elegir. Tiene la opción de utilizar imágenes que se entiendan fácilmente. También puede utilizar imágenes que hagan pensar y desconcertar al oyente.

Técnicas para nuevas perspectivas y patrones de explicación.

El lenguaje permite traer claramente a la conciencia ciertos aspectos de una situación que antes no se percibían en absoluto o sólo se percibían vagamente.

Metáforas

Las metáforas ayudan a reconocer nuevas perspectivas al establecer conexiones entre diferentes conceptos, cosas o temas. Muestran similitudes y añaden nuevos significados. Esto sucede mucho más claramente que con otras formas de descripción. Las metáforas facilitan comprender una cosa frente a otras, clasificarla bien y mejorar su comprensión. En general, es popular leer y escuchar metáforas porque las imágenes expresivas son muy impresionantes.

Contrastes

El tema se aclara aquí aún más porque se tiene en cuenta lo contrario. A veces es más fácil decir lo que no es que explicar exactamente lo que es.

Etiquetas

Las palabras clave sirven para establecer una conexión con lo que se sabe.

cuentos

Las historias generan mucha atención. A menudo, los oyentes los recuerdan en los años venideros. Las historias suelen ser más largas que las metáforas , los eslóganes , los contrastes o los giros .

Girar

Los giros presentan un tema desde una perspectiva particularmente positiva, pero también desde una perspectiva débilmente negativa. Los giros siguen una estructura fija: presentación positiva, mención de desventajas menores, presentación positiva.

Las metáforas, los eslóganes, las historias y los giros se analizan con más detalle en las secciones siguientes del capítulo.

Metáforas

Las metáforas son un recurso estilístico de uso frecuente, especialmente en la literatura, y disfrutamos leyéndolas. ¿Qué es una metáfora? Una metáfora es la conexión entre un hecho y una imagen lingüística. Pero la imagen no proviene del mismo contexto. Aunque la metáfora sugiere una similitud, no siempre tiene por qué ser así. Este contenido adicional entre similitud y similitud es el mensaje.

Ejemplo:

Cuando Franz Josef Strauss volvió a enojarse con el Ministro de Finanzas, lo acusó: "Así como un perro no puede comprar salchichas, tú no puedes manejar el dinero".

Ampliando horizontes

Lógicamente nada se puede demostrar con ejemplos y comparaciones. Sin embargo, las simplificaciones aportan claridad . Llaman mucho la atención y tienen un impacto mayor que cadenas enteras de evidencia. El logro intelectual es a menudo mayor que el desarrollo de complicadas cadenas de evidencia.

Las metáforas te ayudan a comprender un tema en términos de un contexto que ya conoces, para que de repente puedas verlo en un contexto que es completamente nuevo para ti.

Importante:

A través de la comparación explícita , las metáforas nos llevan a reconocer nuevos patrones de pensamiento . Esta idea no se logra mediante ninguna otra forma de descripción. Las metáforas crean nuevas formas de ver la realidad, desarrollan ideas para describir mejor a las personas y los procesos.

Pero : no utilices imágenes descoloridas. Según Schneider, poner patas arriba imágenes descoloridas es en realidad un

truco.

Ejemplo:

El satírico serbio Brana Crucevic dice: “Me han concedido varias veces la otra cara de una medalla”.

Karl Kraus se burló una vez de un contemporáneo que se jactaba de saber 20 idiomas con estas palabras: "Si el señor Hauser permite dominar 20 idiomas, entonces se lo merecen".

Consejo práctico:

Cuando utilices una metáfora en una presentación, elige tus palabras con cuidado. Si lo haces de manera exagerada, darás la impresión de ser una persona emocional exuberante sin mucha razón. Por lo tanto, pruebe sus palabras y metáforas con sus colegas antes de usarlas.

El cumplido "Eres como una hermosa melodía de una canción de amor" probablemente impresionará a tu pareja, pero es más probable que rechace al cliente.

Ejemplo:

- Cuando la crisis del euro alcanzó su punto máximo en el verano de 2011, un banquero en la televisión eligió la siguiente metáfora: “La situación corresponde a un equipo de cuerdas escalando una montaña. Si un alpinista cae, el equipo de cuerdas aún puede sujetarlo. Si varias personas caen, todas caerán en la ruina”.
- Por casualidad, el premio Nobel de literatura George Bernard Shaw (1856-1950) se encontró en la calle con un crítico que a menudo había criticado su obra. Después de unas pocas palabras, Shaw dijo: “Me pareces el equivalente a un gallo”. “¿Qué se supone que significa eso?”, preguntó el crítico. "Eso es bastante simple", sonrió el burlón. “Un gallo hurga en un montón de estiércol para encontrar un grano. Pero están cavando en un montón de grano para encontrar un pedazo de estiércol”.

- En 2001, la oposición acusó al Ministro Federal de Finanzas Eichel: "Señor Eichel, usted sabía antes de las elecciones federales que las previsiones eran peores de lo que usted había presentado, engañó a los votantes". Son sólo unas pocas nubes en el cielo azul, no necesariamente representan un pronóstico de un período de mal tiempo".
- Los organizadores de la Feria del Libro de Frankfurt amenazaron en una ocasión con celebrar la feria en Munich en lugar de Frankfurt. El entonces Primer Ministro de Hesse, Roland Koch, dijo: "La educación pertenece a la ciudad de la sabiduría y no a la ciudad de las salchichas blancas".
- Hans-Jochen Vogel, alcalde de Múnich de 1960 a 1972, nació en Göttingen de padres bávaros. Sus oponentes políticos y enemigos del partido lo acusaron: "Es una pena, nuestro alcalde es un premio". Vogel respondió: "Si un caballo nace en Kuastö, ¿es un caballo o un Kuah?"
- Mark Twain: "Un banquero es un hombre que presta su paraguas y quiere recuperarlo tan pronto como brilla el sol".

Desarrollar metáforas

Para ilustrar el desarrollo de las metáforas, utilicemos la metáfora de la crisis del euro. ¿Cuál es la situación básica que es característica de muchas otras situaciones?

Si los miembros de una comunidad luchan por un objetivo común, todos deben comprometerse a respetar ciertas reglas. Si varias personas no logran hacer esto, el objetivo no se logra y todos los miembros sufren el daño.

La situación básica del euro se puede descubrir escalando una montaña:

■	El objetivo de un "euro estable"	→	Ascenso a la cumbre
■	cumplimiento de obligaciones	→	sin tropiezos ni caídas de los montañeros

■	Si sólo un miembro no cumple los requisitos (regla de estabilidad), los demás aún pueden solucionarlo.	→ Si un alpinista cae, todo el equipo de cuerdas aún puede sostenerlo.
■	Si varios miembros no cumplen los requisitos (regla de estabilidad), los miembros restantes ya no podrán cumplirlos y tendrán que compensar más.	→ Si varios escaladores caen, los demás no podrán arrastrar a los que caen con ellos.
■	El euro se derrumba y lleva a la ruina de todos.	→ Todos los escaladores caen.

Consejo práctico:

Proceda del siguiente modo al revelar imágenes: determine la situación básica, es decir, lo que es típico. Una vez que hayas hecho esta abstracción, busca situaciones concretas que contengan la situación básica. Diga “Eso es como...” y luego dé la comparación, o “Eso es como...” y luego dé el ejemplo.

Matthias Pöhm describió ejemplos del desarrollo de más de 100 metáforas en su libro “Countering in Pictures”. Estos ejemplos son una excelente manera de practicar el desarrollo de metáforas.

Frases y refranes

Las palabras clave son breves, memorables y contienen un mensaje condensado.

Ejemplo:

- durante las manifestaciones de los lunes en Leipzig, surgieron los lemas : “Somos el pueblo. Nos quedamos aquí".
- Durante la campaña electoral estadounidense, Barack Obama lanzó el lema: "Sí, podemos".

Las declaraciones claras, simples y comprensibles prevalecen y tienen más influencia que las declaraciones extensas y con base científica.

Los proverbios se transmiten de generación en generación en el vocabulario. Siempre se formulan en forma de oración completa que no se modifica.

Ejemplo:

- No dejes para mañana lo que puedas conseguir hoy.
- El hambre es la mejor cocinera.
- La práctica hace la perfección.

Un dicho, en cambio, no es una frase independiente, sino que debe estar conectado a otra frase.

Ejemplo:

- Mostrarle a alguien una neblina azul
- Expulsando al diablo a través de Belcebú
- Convierte a la cabra en jardinero

El proverbio contiene una experiencia generalmente válida en forma breve. Dado que los modismos no representan una oración completa, pueden incorporarse fácilmente a una oración. A menudo, en situaciones de incertidumbre, la gente se deja guiar por un dicho. Aunque el contenido de

un proverbio transmite una antigua riqueza de experiencias, cada situación es todavía nueva. Incluso con un dicho, hay que preguntarse si se aplica a la situación.

Consejo práctico:

Utilice palabras clave y refranes para influir.

cuentos

A menudo me encuentro con lectores de mis libros en seminarios y siempre me sorprende la precisión con la que recuerdan una historia de estos libros. Las historias no sólo fascinan a los oyentes en los seminarios. Generalmente, las personas se vuelven muy atentas cuando escuchan una historia. Las historias son unidades lingüísticas más grandes que las metáforas, los eslóganes o los contrastes.

Para ilustrar la influencia del pensamiento sobre los sentimientos , siempre recurro a la siguiente historia.

Ejemplo:

Kohn vive en Ámsterdam. Se acuesta en la cama y no puede conciliar el sueño. Rueda de un lado a otro en la cama. Su esposa está acostada a su lado, preocupada y le pregunta: “¿No te sientes bien? ¿Debería traerte un refrigerio?” Él responde: “Eso no me mejorará. Mañana tengo que devolver 1.000 florines al vecino Red y no los tengo." "Déjame hacerlo", responde la mujer. Se levanta, se acerca a la ventana, la abre y grita en la oscuridad a la casa vecina: “Red, Red, ¿puedes oírme?” Después de un rato, Red abre su ventana y responde: “¿Qué pasa? Luego grita a través de la ventana Darkness: "Red, mi marido no puede devolverte los 1.000 florines mañana." Entonces la señora Kohn cierra la ventana y se tumba en la cama junto a su marido. Ahora le dice con decisión a Kohn: “Ahora, tómatelo con calma. Ahora es Red quien no puede dormir”.

En su libro, Gail Fairhurst y Robert Sarr cuentan la historia del pequeño Willi, que ilustra lo importante que es el trabajo en equipo.

Ejemplo:

Hasta ahora Willi sólo había tenido que llevar pantalones cortos, pero quería pantalones largos. Para cumplir su deseo, su madre le compró un pantalón largo para Navidad. Pero los pantalones eran 15 centímetros demasiado largos y la madre no tuvo tiempo de acortarlos antes de la fiesta. Junto con la hermana de Willi y su abuela envolvieron los regalos y los pantalones y los

colocaron debajo del árbol de Navidad. La madre apagó la luz y se fue a la cama. Sin embargo, siempre tuvo que pensar en lo decepcionado que se sentiría Willi si no pudiera usar sus pantalones largos para Navidad. Así que a medianoche se levantó de nuevo, bajó las escaleras y se acortó los pantalones quince centímetros. Como a la 1 de la madrugada la abuela hizo lo mismo y a las 2 de la madrugada la hermana volvió a acortar los pantalones. A la mañana siguiente, Willi se prueba los pantalones. Está profundamente decepcionado porque los pantalones son incluso más cortos que los que normalmente tiene que usar.

La historia ilustra que es necesario hacer un esfuerzo. Pero la cooperación es aún más importante para que el esfuerzo no sea en vano.

Las historias de tus propias experiencias también tienen un gran poder de persuasión .

Ejemplo:

El líder del grupo, Max, está preocupado porque a su empleado Tim le va muy bien, pero no dice una palabra a los demás empleados. Max ve que el ambiente en el grupo está alterado y por eso habla con Tim.

Max a Tim: “Durante mis primeros años en la empresa yo era como tú. Creía que si no trabajaba continuamente no era suficiente. Cuando necesitaba cosas, iba a la oficina. Dije lo que necesito. Pero no dije nada más. Después de todo, dije que estaba aquí para trabajar y no para entretenerme. Después las señoras me dijeron que las trataba como si fueran completamente insignificantes, pero esa no era mi intención. Tal como lo veo hoy, las damas tuvieron que aprender de mí." Tim: "La descripción de su comportamiento también se aplica a mí. Supongo que eso es lo que querías decirme”.

La historia hizo que Tim cambiara su comportamiento.

Tengamos en cuenta: las historias nos llaman la atención. Nos cautivan y nos animan a mirar algo de otra manera. También despiertan sentimientos.

Girar

Al influir, es posible que te enfrentes al dicho: “Cada moneda tiene dos caras”. El orador normalmente quiere expresar que cada cara tiene un aspecto positivo y uno negativo. Para no exponerse a la sospecha de que se está simplemente blanqueando un tema, a veces es útil mencionar incluso un punto negativo que sea menor en relación con los aspectos positivos.

Su influencia se estructura entonces de la siguiente manera:

Presentar aspectos positivos

2. Menciona un aspecto negativo menor

Traiga otros aspectos positivos a la conversación.

Hay un cambio de positivo a débilmente negativo, luego “vuelve” a lo positivo. Para ello se utiliza el término giro. Si se exagera lo positivo o negativo se pierde credibilidad .

A continuación se muestra un ejemplo del uso de un giro.

Ejemplo:

Una mujer quiere influir en su marido para que compre una casa unifamiliar. Ella dice: “Sería maravilloso vivir en tu propia casa. Tendrías tu sala de pasatiempos, yo podría plantar verduras y flores en el jardín que todos podríamos disfrutar. Ya no tendríamos el ruido de los vecinos en el edificio de apartamentos y viviríamos sin pagar alquiler en nuestra vejez. Por supuesto, tendríamos que ahorrar durante algunos años y ya no podríamos realizar viajes costosos. Si vivimos en casa y nos sentamos en el jardín cuando hace buen tiempo, no extrañaremos mucho los viajes. Experimentaremos una actitud de vida completamente nueva”.

Logre más con menos palabras

Si hablas demasiado, dañarás tu causa y a ti mismo: cuanto más hables, más probabilidades habrá de que salga algo estúpido de tu boca. No tiene por qué ser tan extremo como en el siguiente ejemplo.

Ejemplo:

Después de que el zar Nicolás I ascendiera al trono ruso, estalló un levantamiento. Los insurgentes exigieron que se modernizara el país. Nicolás I hizo sofocar el levantamiento y los líderes recibieron la pena de muerte. Uno de los condenados fue Ryleyev. Sin embargo, durante la ejecución, la cuerda de la horca se rompió y Ryleyev cayó vivo al suelo. En aquel momento, tal acontecimiento se consideraba una providencia divina. El condenado fue indultado. Como Ryleyev suponía con razón que ya estaba salvo, se volvió arrogante y gritó: "En Rusia no pueden hacer nada bien, ni siquiera saben girar una cuerda". Un mensajero corrió inmediatamente hacia el zar y le contó sobre el fracaso. ejecución. Nicolás estaba molesto por esto, pero firmó el perdón. Entonces el zar se interesó por lo que Ryleyev había dicho sobre el milagro. El mensajero respondió sinceramente: "Su Majestad, dijo que en Rusia la gente ni siquiera sabe cómo torcer una cuerda." El zar respondió: "En este caso queremos demostrar que está equivocado". El zar rompió el perdón. Ryleyev fue ahorcado al día siguiente. Esta vez la cuerda no se rompió.

Es cierto que este es un ejemplo muy extremo. Por favor, piénselo: ¿se le ocurren situaciones en las que hubiera sido mejor no decir nada? ¿Hablar demasiado te ayudó? Una vez que las palabras salen de tu boca, ya no podrás retractarte.

Importante:

La burla y la ironía rara vez son apropiadas. La satisfacción a corto plazo que obtienes de ello no vale el precio que tienes que pagar por ello.

Consejo práctico:

No intentes impresionar con muchas palabras. Cuanto más hablas, menos fuerte pareces tu personalidad. La gente percibe gran parte del habla como un " lenguaje impotente ". Si hablas mucho, aumenta el riesgo de decir algo inapropiado. Ya decían los romanos: “Si hubieras permanecido en silencio, habrías seguido siendo filósofo”.

Para lograr el objetivo de hablar menos, es necesario controlar su comportamiento conversacional. Sólo podrás lograr tu objetivo si hablas más despacio y tomas descansos. Sólo entonces será posible controlar el comportamiento de su conversación.

Habla más lento

Los que hablan rápido son difíciles de entender. Tampoco te dan tiempo para pensar. Esta es la razón por la que los que hablan rápido a menudo parecen muy dominantes. Hablar más lento no es fácil de aprender. Hablar rápido ya es un hábito establecido. Cambiar estos hábitos inicialmente causa malestar. Para lograr su objetivo, tome medidas.

Consejo práctico:

Primero, practique hablar más lentamente en algunas declaraciones. Practique hablar despacio con la mayor frecuencia posible en todas las ocasiones. También pronuncie un texto en voz alta grabado a la velocidad que le parezca adecuada.

Tu hábito querrá que hables a tu ritmo habitual. No cedas a la presión, incluso si te sientes incómodo mientras haces el ejercicio. Este es casi siempre el efecto secundario de entrenar a una persona para que cambie su comportamiento.

Escuche la grabación. Notará que su velocidad al hablar no suena tan lenta como pudo haber sentido cuando habló.

La experiencia demuestra que incluso si algunas personas sólo hacen una pausa de un tercio o medio segundo, creen que duró varios segundos.

tomar descansos

Sólo hablarás menos y más sustancialmente si te tomas descansos. ¿Porqué es eso? Para muchas personas, la conducta de hablar es un automatismo difícil de detener. La gente habla rápido y, sobre todo, sin pausas, para que no quede tiempo para pensar antes. Mucha gente espera que se les ocurran las ideas correctas mientras hablan. Pero ese no es el caso del pensamiento hablado.

Hablar más despacio sólo es posible si también haces pausas . Las pausas tienen un efecto de mejora de la personalidad y te dan la oportunidad de pensar antes de hablar.

Consejo práctico:

Practica la técnica de la pausa . Sin embargo, el requisito previo para ello es poder hablar despacio. La técnica de la pausa te aporta muchas ventajas. Ganas tiempo para pensar. Pronto notarás que la técnica de la pausa te ayuda a controlar mejor tus emociones. Las pausas te permiten tener un estilo de hablar más superior.

No quiero ocultarles otra ventaja de la técnica de la pausa : llevo muchos años impartiendo formación en conversación y dialéctica. Hasta ahora, nunca he podido encontrar que alguien hiciera buenas preguntas sin detenerse o fuera capaz de reconocer déficits de lógica y premisas defectuosas del interlocutor.

El “cómo” es más importante que el “qué”

¿Cuál es tu reacción ante las siguientes frases?

- Oración 1: "Creo que podríamos... uh... y de alguna manera... uh... tal vez tengamos cierto éxito en el mercado".
- Frase 2: "Podemos y tendremos éxito en el mercado".

La frase 1 parece muy incierta y la afirmación que contiene no transmite ninguna certeza. La frase 2, en cambio, da una impresión completamente diferente. La oración 1 se llama " lenguaje impotente ".

En los EE.UU. se han realizado estudios sobre el efecto de este “lenguaje impotente”. Hombres y mujeres escucharon los testimonios de testigos masculinos y femeninos. Una vez se utilizó el “estilo de lenguaje impotente”, la otra vez se utilizó la “forma de lenguaje poderoso”. El resultado fue independiente de si la misma declaración estaba grabada o escrita. Al “lenguaje del poder” siempre se le dio mayor credibilidad que al “lenguaje impotente”.

Formas impotentes de lenguaje.

1. Restricciones: posiblemente, bajo ciertas circunstancias, tal vez, un poco, de alguna manera, más o menos

Aquí vuestro propio compromiso se debilita.

2. Amplificador : absolutamente cierto, muy cierto, absolutamente

Aunque estas palabras pretenden enfatizar la fuerza de una declaración, tienen el efecto contrario.

3. Palabras de relleno : um, mucho, queremos ver, como sabes

4. Formas interrogativas : Aunque la frase no es una pregunta, al final se alza la voz: ¿Te envié el

correo?

Aumentará la fuerza de su personalidad y su credibilidad cuando deje de utilizar las “formas impotentes del lenguaje”. Todas estas expresiones y alzar la voz cuando se hace una pregunta muestran una grave falta de confianza.

Consejo práctico:

de tu vocabulario las palabras de relleno, las restricciones, los intensificadores y las formas de preguntas inapropiadas.

Muchas personas tienen dificultades para separar el contenido de las declaraciones de la forma en que se expresan. La credibilidad se decide a un nivel muy fino. El lenguaje impotente tiene un impacto significativo en esto. En este contexto, volvamos a hablar despacio y a hacer pausas. Ambas técnicas le ayudan a dejar de utilizar palabras y formas de lenguaje desagradables.

lenguaje positivo

Mientras lee esta sección, no piense en un elefante blanco. ¿Entonces? ¿En qué estabas pensando? Por supuesto al elefante blanco. ¿Por qué pasó eso? El subconsciente sólo piensa en imágenes. No hay imágenes para “no”, “nunca”, “ninguno”, etc. Tu subconsciente no puede oír la palabra "no". Cuando le pides o solicitas a alguien que no haga algo, evocas una imagen y una acción que deseas evitar.

Digamos que estás esquiando con tu pareja. Gritan: “¡No te caigas!” ¿Qué sucederá entonces a menudo? El compañero se cae. Antes de ir al dentista, decirle a tu hijo: “No tienes por qué tener miedo” reforzará el miedo porque el niño escucha la palabra miedo.

Importante:

Evite los negativos. La gente espera un sí, no un no. Por supuesto, el consejo no debe usarse si alguien no quiere cumplir con una expectativa, por ejemplo: "No voy a ir".

En general, abordar el problema directamente es la mejor solución. Dichos mensajes directos, declaraciones positivas, son:

- "Puedes esquiar."
- "Todo estará bien, te sentirás mejor".

Estas frases le parecen más agradables a la otra persona que las órdenes. En cualquier caso conviene evitar dobles negativas como: “no tengo tiempo” o “no soy incapaz”. Recientemente, un periodista de un programa deportivo comentó sobre el desempeño de los jugadores: "No está nada mal". Como lo repitió varias veces durante el partido, por supuesto se notó especialmente. Mucho mejor sería la redacción: “Bien hecho” o incluso mejor: “excelente”. Por lo tanto, utilice palabras positivas en lugar de negativas.

A continuación se muestran más ejemplos de reformulaciones en textos positivos:

Ejemplo:

No soy responsable de esto	→	El responsable es el Sr....
Esta semana no es posible.	→	Es la semana que viene...
Esa no es mi culpa.	→	Mi sugerencia para una solución es...
No me entendiste correctamente.	→	Me expreso más claramente.
No, eso no es correcto.	→	Sugiero que aclaremos el asunto.
No te enojes.	→	Entiendo tu enfado.
No sé nada al respecto.	→	Hablaré con nuestro experto y te daré novedades.

Consejo práctico:

Utilice palabras positivas, evite las negativas. Si sigue este consejo, pronto descubrirá que utilizar un lenguaje como este también le educará para pensar positivamente. Se recomienda encarecidamente hacer aún más por su propio idioma. Schneider ha escrito varios libros excelentes sobre el tema. Para empezar, recomiendo “Alemán para toda la vida”. Lo que la escuela olvidó enseñar”.

palabras mágicas

Te dire un secreto

Las palabras “te diré una cosa” despiertan un interés particular en la gente. Cialdini describe en su libro “La psicología de la persuasión” cómo el camarero Vincent recibió más propinas.

Ejemplo:

Según las observaciones de Cialdini, Vincent siempre utilizaba la táctica con grupos de diez a doce personas. Cuando la primera persona del grupo hizo el pedido, comenzó la táctica. Rápidamente miró por encima del hombro al gerente, misteriosamente se inclinó sobre la mesa y le dijo en voz baja a la persona que tomaba su pedido: “Te diré una cosa. El plato que elegiste hoy no es tan bueno como siempre. ¿Puedo recomendar X o Y? "Los platos recomendados por Vincent eran incluso un poco más baratos que los que elegiste inicialmente. Esto le dio al camarero la impresión de que había hecho un favor especial a los invitados con esta información. Posteriormente, esto dio sus frutos para Vincent según la regla de reciprocidad. Gracias a que compartió sus conocimientos –su secreto– con los invitados, se ganó su confianza. Los invitados también siguieron sus recomendaciones de vinos caros y un postre exquisito. La combinación del "secreto" y la técnica de la reciprocidad ayudó a Vincent a obtener una gran propina: en Estados Unidos, a los camareros se les paga según el valor de los pedidos.

La palabra "o"

La palabra "o" crea grandes posibilidades de influencia. Cuando el camarero pregunta durante el desayuno: "¿Quieres un huevo duro o un huevo pasado por agua?", a menudo se elige una de las dos opciones. La pregunta: “¿Quieres un huevo?” no tiene tanto éxito. Si vas a comprar un traje, el vendedor te pregunta: "¿Quieres sólo el traje o también la camisa y la corbata a juego?".

La palabra “o” tiene aún más posibilidades. Si añades la palabra “o” a una pregunta, tu pregunta a menudo será respondida negativamente: “¿Quieres ir al cine hoy o...?” Debes alzar la voz.

Los experimentos han demostrado que puedes aumentar significativamente tus posibilidades de decir no si sacudes la cabeza mientras lo dices. Sin embargo, si asiente, aumenta sus posibilidades de decir que sí.

¿ Ella o tú?

Todos agradecen que se les dirijan directamente. Aprovecha este hecho dirigiéndote a tu contraparte como tú o tú. Si te diriges a la persona con la que estás hablando por su nombre, se sentirá valorada.

Incluso cuando era un niño pequeño, a menudo escuchaba su nombre y lo asociaba con atención y cuidado. Dirigirse a una persona por su apellido transmite respeto.

Ejemplo:

- "Heinz, ¿quieres salir a caminar?"
- "Señor Müller, ¿ha mirado los documentos?"
- “¿Necesita más pruebas, señor Meyer?”

La palabra " porque "

La palabra “porque” tiene un significado muy especial para nosotros. Incluso cuando éramos niños, escuchábamos mandamientos y prohibiciones con la justificación “porque” o “porque”.

Ejemplo:

La psicóloga Ellen Langer realizó una investigación sobre la palabra “porque” con personas que esperaban frente a la fotocopiadora en la biblioteca de la universidad. Cuando la psicóloga hizo la petición: “¿Quizás me dejarías entrar?”, el 60 por ciento de los encuestados cumplió su petición. Sin embargo, cuando hizo la solicitud en el siguiente formulario: “¿Quizás me dejarías entrar porque tengo que copiar algo?”, el 93 por ciento le hizo el favor. Ella

preguntó: “Sólo tengo cinco páginas. ¿Me dejarían entrar porque necesito copiar algo?”, el 93 por ciento también cumplió su petición. Si la palabra “porque” se utiliza sin motivo, se genera el consentimiento automático.

Importante:

Si utiliza la palabra "porque", será más fácil influenciarlo.

Otras palabras que ayudan a influir incluyen términos como beneficio , ventaja , valor estable, seguridad , nuevo, científicamente probado, garantía, confianza, mejorar, inversión .

Consejo práctico:

Utilice palabras mágicas, palabras con un significado muy especial. Esto incluye, por ejemplo: “Te contaré un secreto”.

Utilice construcciones de oraciones con las palabras "o", "porque", "porque".

El nombre de la persona con la que estás hablando y las palabras tú o tú son claves para el corazón de la otra persona.

Palabras tabú

Ya has aprendido palabras que no causan una impresión favorable . No se trata de la extensa zona de palabras de moda y clichés, sino que nos centraremos en las palabras "pero", "hombre", "en realidad", "siempre" y "otra vez", "nunca", así como en la fórmula. “Quiero decirte honestamente...”

Pero

A menudo se escucha “pero” combinado con “Sí, pero...”. Probablemente estés familiarizado con la situación: expresas una opinión y otra persona la comenta con un “Sí, pero...”. Su homólogo expresa un rechazo flagrante. El hablante no encuentra ni una pizca de verdad en su afirmación. Hay muchas personas que empiezan frases con la palabra “pero” por costumbre. Esto empeora el nivel de la relación. Convierte el “Sí, pero...” en un “Sí y...” Si el "pero" está en el medio de la oración, reemplácelo con la palabra "y".

Ejemplo:
Dicho con torpeza: "La fiesta de empresa fue muy divertida, pero cara".
Mejor: “La fiesta de empresa fue divertida y cara”.

De esta forma, la oposición en la oración se transforma en una equivalencia. Por lo tanto, utilice la palabra "pero" sólo si desea enfatizar un contraste.

Hombre

Nadie se siente abordado por la palabra “hombre”. Es una frase a la que le falta compromiso. Quien utiliza la palabra actúa como si fuera una norma. Pero los oyentes no se sienten así. El hablante casi siempre evita hacer su propia declaración.

De hecho

Mucha gente sólo usa la palabra como patrón de habla para decorar oraciones. Entonces, por ejemplo, surgen frases grotescas como “en realidad soy feliz” y muchas personas no se dan cuenta de que la palabra “en realidad” expresa una limitación. La siguiente frase también deja esto claro: “En realidad me gusta la sugerencia”. La palabra “en realidad” hace que la otra persona se sienta incómoda. Él siente que no dices lo que dices en serio. Por lo tanto: suprimir “en realidad”.

Siempre , otra vez, nunca

A menudo necesitas las palabras anteriores cuando criticas a los demás. Los términos “siempre” y “nunca” muchas veces no se corresponden con los hechos. Inician acusaciones desagradables y destruyen relaciones. Aparte de este daño, no tienen ningún beneficio. Si desea influir en la otra persona, no utilice estas palabras. Más bien, indique eventos específicos y deseos precisos. Entonces la palabra “nunca” se vuelve superflua.

Ejemplo:

“Tu tono me hizo sentir incómodo. Por favor, háblame más amablemente en tales situaciones”.

Quiero ser honesto contigo...

¿Por qué tienes que usar esas palabras cuando por lo demás estás siendo completamente honesto? El comentario provoca sentimientos desagradables en el oyente. No quieres parecer así. Si evita el cliché, no destruirá su credibilidad .

transmitir ideas

Mucha gente comete errores al comunicar información e ideas. Esta sección pretende mostrar lo que se debe tener en cuenta al transmitir información e ideas.

Mensajes cortos y específicos.

Si le proporciona demasiada información al entrevistador, puede abrumarlo hasta el punto de que no pueda absorber parte de la información, y esta parte podría contener la esencial. Por tanto, debes limitarte a las declaraciones que tu pareja pueda asimilar. La experiencia demuestra que no se debe superar un tiempo de 30 segundos. Después de este tiempo, se recomienda pedirle comentarios a su pareja. Sólo entonces se proporcionará más información.

La información debe ser específica. Cuidado con las generalizaciones y abstracciones. La persona con la que estás hablando quiere saber exactamente qué debe imaginar. Jacob Grimm lo llama "el poder figurativo fascinante de la palabra simple". Sin embargo, si el significado de la palabra no está claro, la persona con la que estás hablando tendrá que hacer suposiciones. Esto es confuso. Además, da una impresión de inseguridad con una redacción imprecisa.

Ponte en el lugar del oyente. ¿Les ofrece inmediatamente una descripción general rápida con una respuesta directa? ¿O le haces esperar hasta llegar al meollo del asunto? Describe una imagen que tengas en tu cabeza y que la otra persona pueda imaginar. ¿Te concentras en la situación de la persona con la que estás hablando?

Formulación de información.

A menudo, la persona con la que se habla recibe largas explicaciones en lugar de información. Los hechos sólo se exponen más tarde. La respuesta directa es siempre la mejor. Es fácil de entender y creíble. Sin embargo, cualquiera que sustituya la respuesta por explicaciones genera sospechas. Da la impresión de que oculta información que le es desfavorable.

Una buena forma de expresarlo es incluir algunas palabras de la pregunta en la respuesta.

Ejemplo:

Jefe: "¿Cómo quiere motivar a los empleados?"

Líder del grupo: “Quiero motivar a los empleados...”

A una pregunta de por qué, el "porque" introduce la respuesta. Las preguntas siempre deben responderse directamente. Si su pareja hace una pregunta de sí o no, la respuesta debe ir en esa dirección.

Ejemplo:

Usted: “¿También tuvo en cuenta los intereses a la hora de determinar los costes?”

Él: “Sí”.

Cuando el socio hace una pregunta, quiere información que le ayude a tomar una decisión. Por lo tanto, debes incorporar tu respuesta en los procesos de pensamiento de tu pareja. Desafortunadamente, la persona con la que estás hablando a menudo no recibe la información como la desea.

Ejemplo:

Su pareja quería comprar un VW usado por 3.000 euros. Pero ahora ha cambiado de opinión y te dice que le gusta más un tipo de coche diferente. Le preguntas: “¿Cuánto cuesta este auto?” A lo que ella responde: “Es un poco más caro, pero los beneficios hacen que valga la pena”. La mujer no respondió a su pregunta, pero hizo una declaración imprecisa sobre la comparación de precios. Si quiere pensar por sí mismo si los beneficios valen el dinero, la respuesta no le ayudará. Te falta la información necesaria para tomar una decisión.

Comentarios sobre el núcleo de la declaración.

Incorpore su mensaje central al pensamiento de su pareja. Por eso es tan necesario responder correctamente a la intención de la pregunta. ¿Qué quiere saber el socio?

Explique también el núcleo de su afirmación. Debe ser breve, preferiblemente menos de 30 segundos.

Formulación de retroalimentación

La retroalimentación –retroalimentación– le ayudaría y le daría más claridad. ¿Entendiste la pregunta de tu compañero tal y como pretendía? ¿Le dijiste lo que quería saber? La retroalimentación le dice cómo la otra persona interpretó su respuesta. Fomentar la retroalimentación es una parte importante de la comunicación. Al hacer la pregunta, obtienes la reacción de tu pareja a tu mensaje.

Ejemplo:
Se ha propuesto implementar un proyecto que permitirá ahorrar 20.000 euros al año. El jefe del departamento le pregunta: "¿Dónde quiere conseguir la gente necesaria para esto?" Usted le da la información: "Los sacaremos del proyecto sin importancia". Luego amplía su información diciendo: "Eso llevaría cuatro meses". de nuestro movimiento de proyecto menos importante. Podemos hacerlo así en proporción al beneficio”.
La pregunta de retroalimentación es: "¿Está de acuerdo en que estamos alejando a la gente del proyecto menos importante debido a los beneficios?"

6 Influencia con el lenguaje corporal

El lenguaje de la ropa.

El estilo de hablar

Observación minuciosa y lectura de la mente.

Señales positivas

Engaños y mentiras

El lenguaje de la ropa.

Dado que la comunicación no verbal también implica símbolos, en este capítulo nos ocuparemos de la ropa.

La ropa hace al hombre

Probablemente conozcas este dicho. Numerosos estudios han demostrado la influencia crucial que tiene la ropa en cómo te perciben otras personas. La gente saca conclusiones sobre su rango, habilidades y conocimientos a partir de lo que visten. Aunque no es lógico inferir la personalidad a partir de la ropa, la mayoría de la gente lo hace.

la ropa estaba muy claramente definido. El estricto orden social se disolvió más tarde, pero la sociedad moderna también ha vuelto a desarrollar convenciones. Ciertos roles están asociados con ciertas características de la vestimenta. Se espera que cada asistente ejecutivo use corbata. Cuanto más alto esté alguien en el nivel jerárquico, más convincentes se vuelven las convenciones. Los bancos, los empresarios y las figuras públicas visten trajes azul oscuro o gris oscuro. Incluso para las mujeres que ocupan puestos más altos, la ropa y las joyas no deberían estar demasiado a la moda. Se prefiere la elegancia atemporal como trajes, faldas, blusas y blazers.

La ropa se diferencia en estilos de ropa expresivos, neutros y funcionales. El estilo expresivo expresa tus propios estados de ánimo y sentimientos. El estilo neutro se adapta a las reglas sociales, no es especialmente moderno ni elegante. En el estilo funcional, la ropa se selecciona según la ocasión. Esto puede ser divertido o no. Cuando conocemos gente con ropa similar, normalmente asumimos actitudes similares.

Varios estudios en EE.UU. han demostrado incluso que la ropa influye en la disposición de las personas a ayudar. Si el peticionario y los sujetos de prueba estaban vestidos igual, la solicitud de una moneda para realizar una llamada telefónica fue concedida en más de dos tercios de los casos.

Si las dos personas vestían diferente, la petición se cumplió en menos de la mitad de los casos.

Vestida adecuadamente para la entrevista.

La situación requiere que usted parezca profesionalmente competente y serio.

Lista de verificación: qué ponerse para la entrevista

- Intente descubrir qué espera la otra parte de usted. Cumplen las expectativas. Juega el papel que quieras y vístete en consecuencia.
- Para las mujeres, es adecuado un traje o una chaqueta con falda de un color discreto. Los zapatos también deben ser de un color apagado.
- Elige el estilo clásico, no extravagante.
- Los hombres eligen un traje oscuro o una chaqueta con pantalón.
- El maquillaje de las mujeres debe ser sutil. Las uñas largas y muy coloreadas no son apropiadas.
- Los hombres deben estar bien afeitados. Los calcetines deben ser al menos lo suficientemente largos para que no se vea la pierna desnuda.
- La corbata puede parecer vivaz, pero no demasiado extrema.
- Los zapatos deportivos de hombre son tan inapropiados como los extravagantes zapatos de mujer. El calzado debe lucir bien cuidado.

Importante:

Los zapatos suelen contradecir el resto de la ropa. Arriba señalamos: Así quiero o tengo que ser. A continuación mostramos: Este soy yo. Evite tal señal y efecto.

Consejo práctico:

Presta mucha atención a tu elección de vestuario. Vístase para crear la impresión que desea crear.

El estilo de hablar

Usa tu voz para presentarte bien. Varios puntos contribuyen a su estilo de hablar.

paso

Si usted, como orador, quiere decir algo de manera enfática y más efectiva, debe hablar lentamente y en tono bajo. Por supuesto, debes mantenerte dentro del rango natural de tu voz. Una voz aguda crea la impresión de tensión, miedo y excitación e incluso puede hacerte perder credibilidad.

¿Sabes dónde está tu tono vocal natural ? Para averiguarlo, diga un texto en una cinta. Reproduce el texto varias veces. ¿Cómo clasificas el tono de tu voz?

Nivel de conversación

La necesidad de hablar más despacio y hacer pausas ya se señaló en el capítulo anterior. Una buena velocidad de conversación es de 100 palabras por minuto. Hablar despacio y sin pausas te hace dormir. Algunas personas hablan rápidamente para terminar la conversación. Sin embargo, luego parecen como si no tuvieran nada que decir.

Si hablas más de 110 palabras por minuto, tienes que plantearte si debes hacer una pausa o enunciar con claridad, porque las personas de tu alrededor tendrán dificultades o no te entenderán.

Descansos

Como orador, el ex Canciller Gerhard Schröder domina el habla lenta y la técnica de la pausa. Haz una pausa en los lugares correctos y dale a tu idioma impacto y dinamismo. Por supuesto, no puedes llenar las pausas con "um". Si tomas descansos con inteligencia y soportas el silencio, demostrarás una gran confianza en ti mismo.

Claridad y articulación

No creará una impresión positiva si habla con claridad y descuido. Si habla de forma clara y confusa, parecerá inseguro y de voluntad débil.

Una pronunciación clara y distintiva requiere una formación nítida de los sonidos, así como de las sílabas finales y secundarias, es decir, movimientos claros de la mandíbula. Cuando se sobrearticula, la palabra se acentúa en la primera sílaba. Eso parece antinatural.

volumen

Si tu voz es demasiado alta, pareces agresivo y demuestras falta de autocontrol. Si hablas demasiado bajo, parecerás débil, con poca vitalidad y poca confianza en ti mismo. Las personas que te rodean sospechan que no te sientes bien. El volumen bajo y el habla tímida pueden hacerte parecer tímido y ansioso.

Ritmo y curso del habla.

La gente percibe un ritmo de conversación animado como positivo. La voz rítmica es un flujo suave de palabras con fluctuaciones ligeramente periódicas. El ritmo desigual expresa falta de fiabilidad y falta de autocontrol.

Consejo práctico:

Hable en el rango más bajo de su voz, con pausas y un ritmo de habla lento. Hable con claridad y al volumen requerido . Intenta mantener tu voz rítmica sin caer en un ritmo rígido.

Observación minuciosa y lectura de la mente.

Puedes leer lo que sienten mirando el rostro de tu contraparte. Paul Ekmann fue profesor de psicología en la Universidad de California en San Francisco y es uno de los principales expertos del mundo en comunicación no verbal. La Asociación Estadounidense de Psicología lo nombró uno de los psicólogos más influyentes del siglo XX. Desde hace más de 40 años investiga cómo surgen los sentimientos, cómo se expresan y cómo leerlos en los demás. Al mismo tiempo, trabaja como experto en mentiras para el FBI y la CIA.

En su libro “Sentimiento y Compasión”, que escribió con el Dalai Lama, destacó los grandes beneficios de la mediación consciente. Según Ekmann, hay siete emociones básicas que se manifiestan de la misma forma en todas las personas:

- Dolor
- enojo
- Sorpresa
- Miedo
- asco
- desprecio
- Alegría

La expresión facial dura entre medio segundo y cuatro segundos, a menudo dura dos segundos. Cuanto más se reconoce la emoción, más fuerte es.

Según Paul Ekmann, existen varios tipos de expresiones faciales.

Expresión facial referencial .

Esta expresión es sólo ligeramente pronunciada. Indica una emoción que no estás sintiendo adecuadamente en este momento. Digamos que usted está enojado con alguien y se lo cuenta a su esposa. Según Ekmann, esto indica una emoción que no estás sintiendo adecuadamente en ese momento, casi “como si estuvieras diciendo la palabra ira” con la cara. Es por esto que en expresión referencial sólo se puede ver una parte de la expresión facial. Tal vez solo veas los párpados superiores ligeramente levantados, los labios ligeramente apretados o simplemente los ojos ligeramente arrugados.

Expresión facial parcial

Este es un sentimiento de debilidad que no debe mostrarse. Esta expresión involucra sólo una parte del rostro.

Microexpresión

Incluso si se intenta ocultar cualquier signo de emoción, aún se puede ver una microexpresión de corta duración, como una quinta parte de un segundo o menos. Esta microexpresión es muy significativa porque ocurre cuando realmente quieres ocultar algo. Esta microexpresión ocurre cuando la mente consciente no percibe la supresión del sentimiento.

Las expresiones microfaciales suelen extenderse por todo el rostro y también pueden ser parciales o poco pronunciadas. Si tienes hijos, ya habrás experimentado una precognición de emociones, por ejemplo cuando puedes reconocer el llanto inminente por el temblor de la barbilla o el oscurecimiento de los ojos.

Importante:

La primera aparición de una emoción suele ser un cambio sutil en la expresión facial. Si sabes a qué prestar atención, reconocerás los sentimientos de la persona con la que estás hablando, incluso antes de que se dé cuenta de sus emociones. Estos cambios también aparecen cuando la otra persona intenta ocultar sus sentimientos.

Tenga en cuenta: ahora sabe qué emociones se esconden detrás de la expresión facial. Pero no sabes qué desencadenó esta emoción . Sin embargo, el conocimiento le dará indicaciones claras sobre si está en el camino correcto para influir y si puede corregir si es necesario.

Consejo práctico:

Reconocer los sentimientos de otras personas es de gran ayuda. Si incluso notas el sentimiento en desarrollo de tu contraparte, esto será de gran beneficio para ti, ya que podrás reaccionar a él en una etapa temprana. Incluso puedes reconocer ante la otra persona lo que está sintiendo. Incluso notarás cuando la otra persona está a punto de ocultar sus expresiones.

Puedes encontrar más información sobre el lenguaje corporal en mi libro “Comunicación con el corazón y la mente” (ISBN 978-3-8029-3443-8). Si todavía te falta el trasfondo de una señal del lenguaje corporal, imita este gesto o expresión. ¿Cómo te sientes al respecto? Este procedimiento le ayudará a interpretar la señal.

Aumentar la capacidad de percibir.

Adquirir conocimientos del lenguaje corporal, incluidas las expresiones faciales, no es difícil. Se vuelve mucho más difícil percibir las señales . Esto requiere aumentar significativamente su capacidad de percepción.

Ejercicio:

Gire el brazo hasta que ya no pueda ver la esfera de su reloj. Ahora por favor responda las siguientes preguntas:

- ¿Qué tipo de números tiene tu reloj?
- ¿Dónde están los números?
- ¿El reloj tiene pequeñas líneas que muestran los minutos?
- ¿Hay algo escrito en el dial? Si es así, ¿qué?

Ahora eche un vistazo rápido. ¿Pudiste responder las preguntas correctamente? ¿Qué encuentras? Reconoce cuán inexacta es tu observación.

Consejo práctico:

Entrena tus poderes de observación . Pronto notas que percibes selectivamente. Entrena tus habilidades de percepción . Por ejemplo, mira una imagen. Luego mira hacia otro lado y luego vuelve a la imagen. ¿Qué diferencias notas? ¿Qué percibes ahora de manera aún más consciente?

Si no tomas descansos durante la conversación, no notarás en absoluto el lenguaje corporal de la otra persona durante la conversación. Necesitas descansos para que tu conciencia tenga el tiempo necesario para percibir.

Entrenando tu capacidad de observación , también mejorarás tu capacidad de concentración.

Señales positivas

Con autoestima , optimismo y pensamiento positivo tienes un aura positiva . Evite las señales negativas del lenguaje corporal, como los gestos faciales con las manos, los hombros encorvados, la postura tensa o la falta de contacto visual. También absténgase de cruzar los brazos sobre el pecho, alejar el cuerpo de la otra persona y esconder las manos.

Emociones como la ira, la ira y la ira suponen un peligro para todas las personas. Su ira, a su vez, desencadena la ira en la otra persona. El círculo vicioso se intensifica rápidamente. Es difícil no responder con ira al enojo de otra persona. Esto es especialmente cierto cuando la ira de la otra persona parece injustificada y moralista. Asimismo, la decepción por las acciones de la otra persona puede hacerte sentir muy enojado. Las personas que se enojan mucho suelen decir cosas de las que luego se arrepienten. Entonces es aconsejable no hacer nada y utilizar las energías de la ira más tarde mientras se hace jogging.

Importante:

Necesita una técnica para afrontar con éxito sus propias emociones negativas .

Conciencia de las emociones y conciencia de los impulsos.

En este caso es necesario entrenar la atención plena (la conciencia) para las emociones que surgen, así como la llamada conciencia de los impulsos . Para hacer esto, debes percibir el impulso impulsado por la emoción antes de ponerlo en acción.

Consejo práctico:

El entrenamiento ocurre así:

1. Percibir la percepción de la emoción emergente.
2. Hacer una pausa significa no reaccionar.

3. Registra que quieres decir o hacer algo (percepción de impulso).

4. Aún no lo dicen ni lo hacen.

5. Consideras si quieres ceder al impulso de actuar.

6. Después de tomar la decisión, habla de ventajas o desventajas, para luego actuar o no.

Inicialmente necesitarás una pausa de dos a tres segundos entre la percepción del impulso y tu reacción.

Al principio cuesta aguantar la pausa entre el impulso y la acción porque estás cambiando el automatismo de un hábito arraigado. La rutina actual se resiste a esto. Sin embargo, de esta manera te liberas de las limitaciones de la repetición y obtienes más libertad interior.

Necesita unas dos semanas de entrenamiento para lograr el éxito inicial. Se necesita energía y voluntad para tomar conciencia de los propios automatismos . Nadie podrá estar tan atento todo el día. Lograrás avances significativos si te tomas unos 15 minutos al día para hacer esto. El ejercicio también se puede realizar hablando con amigos.

Consejo práctico:

Descubra cuándo está reaccionando fuertemente emocionalmente de una manera de la que luego se arrepentirá. Preste especial atención a los factores desencadenantes críticos para no ser víctima de ellos.

La meditación de atención plena es una excelente manera de aumentar la conciencia de las emociones . Se entrena la percepción del flujo de aire de la respiración natural dentro de la nariz. Con este método también entrenas la percepción y el control de pensamientos y emociones.

Engaños y mentiras

Cuando se trata de temas que son importantes para usted, tiene un gran interés en conocer la veracidad de la información con la mayor precisión posible. Ahora engañar y mentir es parte del oficio de gente que manipula. ¿Puede el lenguaje corporal ayudarte a determinar si puedes confiar en la persona con la que estás hablando? ¿Está diciendo la verdad?

Una respuesta de antemano: no existe una señal clara en el lenguaje corporal que le indique con un 100% de certeza si la persona con la que está hablando está mintiendo. Para acercarse a la verdad se requiere de mucho esfuerzo.

¿Cuál es la dificultad del mentiroso?

La persona honesta puede responder preguntas sin ninguna carga. El mentiroso, por el contrario, primero tiene que pensar en las respuestas; no se sentirá cómodo. Por tanto, si prestas atención al comportamiento de una persona deshonesta, notarás signos de malestar. Pero antes de abordar esto, es importante tomar conciencia de otro fenómeno.

Tu comportamiento influye en el comportamiento de tu contraparte.

Recuerda que tu propio comportamiento influye en la otra persona. Si haces tus preguntas en un tono enérgico y acusatorio, a la persona con la que estás hablando le parecerá muy desagradable. Incluso una persona honesta se siente incómoda en esta situación.

Por tanto, adopte una actitud neutral y no sospechosa. Empiece por hablar con su contraparte sobre temas que no sean particularmente importantes. Presta atención a las señales de su lenguaje corporal , que tiene en su estado normal . Esto le facilitará notar cambios en el lenguaje corporal más adelante. Estos cambios serán más pronunciados cuanto más incómodas se vuelvan sus preguntas posteriores.

Señales del lenguaje corporal que aún no demuestran engaño

Estas señales incluyen, por ejemplo, la falta de contacto visual. Puede ser que no le gustes a la persona con la que estás hablando. O cree que el contacto visual te resulta incómodo y lo reduce. Los tramposos habituales no tienen dificultades con el contacto visual; de hecho, es más pronunciado que con las personas honestas.

Ejemplo:

El ex presidente estadounidense Bill Clinton se tocaba la nariz a menudo cuando se le preguntaba sobre el asunto Lewinsky. No se sentía cómodo con eso. Cuando Clinton mintió, mostró un lenguaje corporal diferente .

Cuídate. A menudo te darás cuenta si no mientes.

Importante:

Hay una serie de señales de malestar. Estos pueden ser un signo de engaño, ¡pero no tienen por qué serlo! En otras palabras, tales señales no prueban necesariamente un comportamiento deshonesto.

Patrones de comportamiento cuando las personas se sienten incómodas

Después de su pregunta, el encuestado muestra una reacción de estrés, tal vez incluso un comportamiento de distanciamiento, por ejemplo inclinándose hacia un lado o hacia atrás. También podría echar un pie hacia atrás, tensar la mandíbula o apretar los labios.

A esto le siguen gestos calmantes destinados a aliviar el estrés. Algunas personas se agarran la garganta, se frotan la nuca o se tocan el puente de la nariz. Probablemente estén pensando en cómo responder la pregunta. En el pasado, se interpretaba que este comportamiento significaba que detrás de él se escondían intenciones engañosas. Puede ser así, pero no tiene por qué ser así, porque muchas personas honestas también tienen reacciones similares cuando están estresadas.

Reconocer señales de posibles mentiras.

Esta evidencia se basa en una falta de sincronía . Cuando responde afirmativamente a una pregunta, normalmente también hará un movimiento de cabeza que enfatice la afirmación verbal. Si no hay movimiento de la cabeza, esto es un indicio de mentira.

Ejemplo:

Un juez de alto rango en un seminario contó una experiencia de una audiencia judicial: "Un testigo declaró durante el interrogatorio: 'El Sr. X estaba conmigo en ese momento'. El testigo negó con la cabeza y comencé a sospechar. Después de que le hice varias preguntas críticas, el testigo admitió que había mentido".

Otro indicio de mentira, pero aún no una prueba clara de ello, es la falta de énfasis . Las personas suelen enfatizar las declaraciones usando la cabeza, las manos, los brazos, las piernas y los pies cuando dicen la verdad. Los gestos con las manos confirman tales afirmaciones, incluido levantar las cejas o levantar las rodillas.

Quien se esfuerza por mentir se abstiene de utilizar énfasis no verbal. Cualquiera que se ponga la mano delante de la boca mientras habla da la impresión de engañar. Las personas que quieren engañar suelen hacer posturas como apoyarse las rodillas con los dedos o acariciarse las mejillas, como si primero tuvieran que pensar en la respuesta. Las personas sinceras, por el contrario, intentan enfatizar una afirmación con movimientos enérgicos de manos y pies.

¿Existen señales más significativas para mentir?

La interpretación de las señales corporales a menudo conduce a resultados incorrectos, pero el lenguaje es más informativo. La razón de esto es que las señales obvias del lenguaje corporal son más fáciles de monitorear para la mayoría de las personas. Controlar las palabras y la pronunciación, por el contrario, es mucho más difícil.

En Inglaterra se llevaron a cabo experimentos para determinar la tasa de éxito de los televidentes, lectores de periódicos y radioescuchas a la hora de identificar a los mentirosos. Los espectadores de televisión sólo consiguieron el habitual resultado aleatorio, los lectores de periódicos alcanzaron una tasa de acierto del 64 por ciento y los oyentes de radio lograron un impresionante resultado del 73 por ciento.

Importante:

La voz y el lenguaje proporcionan pistas para una mayor expresividad.

Evidencias más claras de mentira

Los mentirosos hacen más pausas, hablan más despacio de lo habitual y titubean en su discurso. También se prometen más a menudo y palabras de relleno como “um” o “mh” son cada vez más comunes. También proporcionan menos detalles. Si le pides detalles a un mentiroso, normalmente simplemente repetirá lo que ya ha dicho.

Los mentirosos evitan la autorreferencia en su discurso. Es menos probable que utilicen pronombres como "yo", "mi", "mí". Son más comunes generalizaciones como “nadie” o “como uno sabe” . Las historias de los mentirosos también contienen poca o ninguna descripción de sus propios sentimientos. Además, en muchos casos los mentirosos no admiten fallos de memoria.

Lista de verificación: tenga cuidado con las mentiras al mantener una conversación

1. Permita que la persona con la que está hablando se relaje. Empiece por hablar con él sobre un tema inofensivo. Presta atención a su lenguaje corporal cuando se calme. De esta forma podrás reconocer su lenguaje corporal en condiciones normales.

2. Sólo entonces se procede al interrogatorio. Presta atención a los gestos estresantes y tranquilizadores que aparecen en tus preguntas. Cuanto más fuertes son los gestos, más preocupa a la otra persona la

pregunta formulada. Preste mucha atención a qué pregunta o información provocó qué gesto.

Ejemplo: Supongamos que es una entrevista de trabajo. Habla con su antiguo empleador. Si la otra persona se rasca la cabeza o se tira del cuello de la camisa, se siente incómoda. Esta es una indicación para profundizar en el tema.

3. Haz una pregunta y luego tómate un descanso. Espera y verás. Evite cualquier impaciencia y no presione a la persona con la que está hablando. Utilice el tiempo para una observación cuidadosa.

4. La calidad de su pregunta es particularmente importante. Cuanto más precisa sea tu pregunta, más difícil será para un mentiroso. Cuanto más la pregunta desencadene una reacción no verbal.

5. Haga preguntas que se complementen entre sí. Así es también como controlas la conversación. Piensa en las preguntas antes de la entrevista. Si no hace preguntas precisas, obtendrá poca información. Sólo haciendo preguntas precisas activarás más señales corporales y recibirás más información sobre la honestidad de tu contraparte.

6. Los gestos de estrés y calma le dan indicaciones claras de qué áreas necesita profundizar mediante más preguntas.

7. Si tiene la impresión de haber reconocido cambios significativos en la encuesta, cambie a un tema neutral. Preste atención a si todavía se pueden reconocer dichas señales. Luego regrese a los temas de la encuesta después de un rato. Si ahora observa señales inusuales que no estaban presentes en la conversación inofensiva, puede estar seguro de que ha identificado señales significativas.

7 Convencer con éxito

Recoge a tu pareja donde esté

Clarificar valores y necesidades

Reconstruir el hilo de pensamiento del interlocutor.

Convencer con preguntas

Preguntas de implicación: instrumento de los expertos

Cuando convencer con argumentos es fácil

¿Qué pasa si tu pareja dice que no?

Resistencia a la disolución

Recoge a tu pareja donde esté

¿Recuerdas a Max, de 16 años, en el Capítulo 3? Expresó su disgusto por la escuela y las matemáticas. Su madre dijo: "Cuando era niño tampoco me gustaba la escuela ni las matemáticas", habla de sí misma y no encuentra al niño donde está.

Qué otros perturbadores de la conversación utiliza la madre?

- "Verás cuán grandes son los beneficios de la escuela." (Aconsejo)
- "Padre y yo haremos un esfuerzo y haremos lo mejor para ti." (reproche)
- "Fuiste a una buena escuela secundaria." (valores)
- "Espera" (da un consejo)

Terminemos la lista aquí. Cada vez resulta más claro que la madre no responde al niño. Pero, ¿qué se necesita para encontrarse con su contraparte donde está?

Lista de verificación: recoja a la persona con la que está hablando

1. Evite los siete disruptores de la conversación .
2. Adopte una postura exploratoria. Se requiere curiosidad y apertura , lo que significa que hay que evitar prejuicios y críticas .
3. Acepta a la otra persona tal como es.
4. Escuche con empatía. Declaraciones y sentimientos espejo .
5. Sea consciente de sus propias suposiciones y evaluaciones . No permita que estos influyan en la conversación y sus reacciones.

6. Habla desde el corazón. Evite sermones y juegos mentales.

7. No mires a través de tus propios lentes. Experimente a su contraparte a través de sus gafas.

¿Cómo podría reaccionar la madre ante la afirmación de Max? “Obtuve un cinco en matemáticas. Ya no me gusta el maestro ni la escuela”.

Ejemplo:

- Madre: “¿Ya no tienes ganas de ir a la escuela?”
- Max: “La escuela ya no es para mí, me siento incómodo allí”.
- Madre: “Estás frustrada”.
- Max: “Ya no me gusta la escuela. No tengo deseos."
- Madre: “Estás decepcionada de la escuela”.
- Max: "Me siento muy incómodo en mi situación".
- Madre: “Estás preocupada”.
- Max: “Escribí dos cincos en latín mientras trabajaba. Ahora también en matemáticas. Mi transferencia está en peligro. Si me quedo ahí, puedo dejar la escuela inmediatamente”.
- Mamá: “Te sientes frustrada con la escuela porque tienes miedo de no ser promovida”.
- Max: "Sí, eso me preocupa mucho".

Ahora el verdadero problema se ha hecho evidente.

- Madre: “Ahora entiendo tu situación”.

La madre ha intentado ahora comprender a su hijo y ha evitado incluir su propia biografía en la conversación. El hijo se abre y el verdadero problema llega a la mesa. Ahora el hijo está interesado en resolver el problema .

- Max: “¿Ves una oportunidad de resolver mis dificultades sin dejar la escuela?”

Consejo práctico:

Si escuchas a las personas con compasión, te sorprenderá lo pronto que se abren a ti. Conoce gente donde están. Lleva algo de tiempo, pero cuando las personas se sienten comprendidas, tienes la llave de su corazón. Te ganas la confianza de cada persona.

Clarificar valores y necesidades

Sólo si estás bien informado podrás influir y persuadir. Mucha gente piensa que sus semejantes piensan y sienten de la misma manera que ellos. Pero eso es un gran error. Tienes que obtener información y hacer preguntas a la otra persona.

Preguntas sobre valores

- “¿Qué es particularmente importante para usted acerca de X (por ejemplo, casa, contrato, puesto, proveedores)?”
- "¿Cómo sabes que has encontrado la X correcta?"
- “¿Cuál es la segunda cosa más importante para ti acerca de X?”
- “¿Qué más es importante para ti acerca de X?”

También puedes hacer las preguntas de forma ligeramente diferente.

- 1a) “¿Qué es lo más importante para usted, por ejemplo, a la hora de comprar una casa?”
- 1b) “¿Qué es lo más importante para usted, por ejemplo, para aceptar una propuesta?”

Pregunte sobre los criterios que se deben cumplir, por ejemplo: “¿Cómo sabes que...?”

Alguien responde a la pregunta 1a: "No quiero pagar demasiado".

Pregunte: "¿Cómo sabe que no está pagando demasiado?" Una posible respuesta sería: "Si pago menos de lo indicado en el informe, al menos el diez por ciento".

Alguien responde a la pregunta 1b): “Que el socio me acomoda.” Pregunta: “¿Cómo sabes que el socio te acomoda?” Una posible respuesta sería: “Si el alojamiento del socio es al menos el 60 por ciento de mi alojamiento”.

Preguntas sobre necesidades

Por ejemplo, pregunte: “¿Qué esperas...?

- 2a)... ¿al comprar una casa?”
- 2b)... ¿de aceptar una sugerencia?”

Alguien responde a la pregunta 2a): “Espacio habitable suficiente para mi familia de cuatro personas”. Pregunte: “¿Cómo sabes que hay suficiente espacio habitable?” Una posible respuesta es: “Si la casa tiene al menos ocho habitaciones y dos baños. "

Alguien responde a la pregunta 2b): “Que yo también tengo una ventaja”. Pregunte: “¿Y qué esperan lograr con esto?” Una posible respuesta sería: “Que también repito”.

Consejo práctico:

Para poder convencer a otras personas hay que conocer sus valores y deseos . Para ello, formule las llamadas preguntas W. Estas preguntas le brindan más información que las llamadas preguntas de sí o no.

Ejemplos: ¿Qué viviste en tu viaje a Sudamérica? ¿Disfrutaste tu viaje a Sudamérica?

La primera pregunta proporciona mucha más información que la segunda. La segunda pregunta sólo lleva a la respuesta sí o no.

muy importantes para recopilar información . Probablemente estés familiarizado con el dicho: ¡El que pide, lidera! Sin embargo, si haces una pregunta tras otra, la persona con la que estás hablando se cerrará. Él percibe la conversación como un interrogatorio.

Importante:

Un uso excesivo de la técnica del interrogatorio (pregunta tras pregunta) crea la impresión de un “ comportamiento dominante ”. Utilice también técnicas de escucha, incluya elementos suaves en la conversación y así demuestre un “comportamiento de integración”. Por lo tanto, una conversación exitosa es una combinación de comportamiento de dominancia e integración .

Consejo práctico:

Necesitas muy buenas preguntas y técnicas para entender al interlocutor. Estas técnicas son la escucha activa y de apertura.

La actitud de escucha activa viene determinada por tres características:

- **Empatía** : Capacidad de ponerse en el lugar y en las experiencias de los demás.
- **Ritmo** : la capacidad de “acompañar” inicialmente a la otra persona en la conversación y no guiarla de inmediato, lo opuesto al pensamiento egocéntrico.
- **Afirmación** : Ves a tu pareja positivamente y lo aceptas. Le muestras interés sin juzgarlo ni juzgarlo. Le das cariño y reconocimiento. La comprensión sin benevolencia no es posible.

Importante:

La escucha abierta no es un diálogo . Más bien, controlas el monólogo de la otra persona. Sólo después de caminar lo diriges. Sé por experiencia que a muchas personas esto les resulta difícil al principio.

Reconstruir el hilo de pensamiento del interlocutor.

A menudo no se establece ningún contacto con los pensamientos de la otra persona. Sin embargo, faltan los requisitos para convencer a tu pareja.

Ejemplo:

Persona A: "Es demasiado complicado, no funciona".

Persona B: “Está bien. No es nada complicado. Déjame explicártelo”.

B no ha descubierto lo que A quiere decir con demasiado complicado. B interpreta “demasiado complicado” desde su punto de vista. Pero ¿qué significa realmente A? ¿Qué tan complicado es “demasiado complicado”? B no ha descubierto en absoluto qué línea de pensamiento concierne a A.

Ejemplo:

A: “Pensé detenidamente mi propuesta. Nos aporta muchas ventajas”.

B: "Eso no funcionará."

A: “Por supuesto que mi propuesta será un éxito. Nos aporta muchas ventajas”.

B: "Hay demasiadas incertidumbres".

A: “Desarrollé la propuesta con tres compañeros. Todo el mundo ve el éxito como yo”.

¿Qué hay de malo en ambos ejemplos? Se alternan demandas y contrademandas . El hablante no está interesado en los pensamientos de la otra persona.

¿Qué preguntas fundamentales es necesario responder juntos?

- ¿Cuáles son los criterios para el éxito del proyecto?
- Qué incertidumbres hay? ¿ Cuál es la probabilidad estimada de que ocurra el riesgo ?

- ¿Cómo se ha examinado el plan hasta ahora? ¿Cuáles aún deben considerarse?
- ¿Cuánto dinero hay que invertir? ¿ Qué tan alto es el riesgo y la probabilidad de que ocurra?

Lidiar con las objeciones

Si su interlocutor plantea una objeción, es un error responderle apresuradamente. Tienes que conocer los procesos de pensamiento que se esconden detrás de esto.

Ejemplo:

Digamos que alguien le dice: “No puedo implementar la reorganización. Mi pueblo los rechaza”. Una respuesta espontánea sería incorrecta. No sabes lo que quiere decir la persona con la que estás hablando, no conoces su proceso de pensamiento.

Esto necesita ser reconstruido. Luego verifique la conclusión junto con él.

Importante:

Explore el proceso de pensamiento del entrevistador haciendo preguntas como:

- ¿Cuál es la razón por la que a la gente no le gusta la reorganización?
- ¿Puede esto cambiar una vez que se reconozcan los beneficios?
- ¿Cómo se podría cambiar el proyecto para complacer a la gente?
- ¿Qué efecto tiene realmente el nuevo proyecto en las personas?

¿El interlocutor sólo teme dificultades que en realidad no son aparentes? Este punto se explora preguntando: “¿Qué hechos crees que hacen que la gente se oponga tan firmemente?”

¿ Qué hay detrás de las reacciones inmediatas ?

Con una reacción inmediata, la gente a menudo no tiene una idea clara de la situación. El asunto aún no ha sido analizado a fondo. Los estudios han demostrado que la proporción de consideraciones lógicas es sólo de alrededor del 20 por ciento. Las opiniones personales , los miedos y experiencias similares tienen la principal influencia. Los requisitos previos y las creencias previamente desarrolladas también influyen. Por lo tanto, no se dan los requisitos previos para una acción exitosa.

Consejo práctico:

rechazo de los entrevistados , haga preguntas. Pregunte sobre los procesos de pensamiento que subyacen a su rechazo:

- “¿Sobre qué hechos llegó a su opinión?” – La pregunta ayuda a separar las opiniones de los hechos.
- “¿En qué línea de pensamiento se basa tu opinión?”

Ayude a su pareja a examinar su razonamiento. Si reconoce lagunas y errores en su argumento a través de sus preguntas, estará abierto a sus pensamientos. El resultado es un diálogo beneficioso tanto para él como para ella.

Quizás incluso el entrevistador te convenza y cambies de opinión. Si tu pareja persiste en su rechazo , continúa cuestionándolo. Haga esto hasta que esté de acuerdo con él o lo haya inquietado.

Convencer con preguntas

explicar el proceso de persuasión .

Ejemplo:

Le propones a tu jefe realizar un proyecto que permitirá ahorrar a la empresa 40.000 euros anuales. Pero el jefe no está de acuerdo con esto.

- Jefe: “Eso no es posible. Ya tenemos seis proyectos en marcha”.
- Tú: “Tienes razón. Ya estamos ocupados con varios proyectos. ¿Cuál es el punto más importante al no realizar el proyecto?
- Jefe: “No tenemos suficientes empleados. Tendría que alejarlos de otros proyectos”.
- Usted: “Sí, tendríamos que retirar empleados de otros proyectos. ¿Cuántas personas crees que tendríamos que sacar de otros proyectos? La razón por la que pregunto es que es posible que necesitemos menos de lo que cree”.
- Jefe: “Necesitaríamos cuatro o cinco empleados. Nos faltan estos para completar los otros proyectos”.

Creen que sólo dos o tres personas son suficientes.

- Usted: “Me doy cuenta de que no podemos llevar a cabo el nuevo proyecto si necesitamos cuatro o cinco empleados. ¿Cómo verías las cosas si se necesitaran menos empleados?
- Jefe: "¿En cuántas personas estás pensando?"

Al hacer la pregunta, el jefe muestra su interés por la sugerencia.

- Tú: "¿Cómo ves las cosas si sólo se necesitaran dos empleados?"

Resumamos su enfoque. Hiciste tres preguntas:

1. La pregunta sobre el motivo del rechazo “¿Cuál es el punto más importante para no llevar a cabo el proyecto?”

2. Una pregunta cuantificadora: "¿Cuántas personas crees que necesitaríamos sacar de otros proyectos?"

3. Una pregunta hipotética: “¿Cómo verías las cosas si sólo se necesitaran dos empleados?”

La primera cuestión está relacionada con el reconocimiento . "Tienes razón. Ya estamos ocupados con varios proyectos”. Lo mismo ocurre con la segunda y tercera pregunta. El reconocimiento consiste en demostrar que el jefe tiene razón en un punto de todas las frases. El acuerdo en partes de la opinión promueve el proceso de persuasión.

Exponer el motivo de la pregunta tiene un efecto muy positivo. Esto le demuestra a tu pareja que estás comprometido a tomar la mejor decisión. La pregunta hipotética es: "¿Y si...?"

Enfoque de la persuasión

1. Reconocer parte de la opinión de la otra persona.

2. Haga preguntas para descubrir su estructura de pensamiento , razonamiento y las debilidades del mismo.

3. Proporcione un motivo para su pregunta que sirva para equilibrar sus comentarios con los suyos.

4. Haga una pregunta hipotética para ver si podría influir en la conclusión de su compañero.

5. Los puntos 3 y 4 no siempre son necesarios.

Preguntas de implicación : instrumento de los expertos

En muchos casos, las personas no tienen claras sus propias necesidades y motivos . Por lo tanto, no es útil preguntarle a la persona con la que estás hablando sobre su motivo al comienzo de la conversación. Tampoco encontrarás la solución adivinando. Haga preguntas de implicación . Las preguntas de implicación son preguntas de consecuencia .

Ejemplo:

Digamos que es un asesor financiero. Un cliente se acerca a ti y te dice: “Estoy interesado en formar un seguro para mi hijo”. El padre te dice su interés, pero no dice por qué quiere contratar el seguro. Él mismo no es realmente consciente de su motivo. Como asesor, ayuda al padre a obtener claridad sobre su motivo.

Pregunta de implicación negativa : ¿Qué pasa si... no lo es?

- Asesor: “Supongamos que no contrata un seguro educativo para su hijo. ¿Qué significaría eso?
- Cliente: “Entonces no es seguro que pueda financiar sus estudios”.
- Consejero: “¿Qué consecuencias tendría eso para su hijo?”
- Cliente: “Mi hijo tendría que financiarse sus estudios él mismo. Un porcentaje significativo de estudiantes nunca se gradúa debido a la carga de ingresos adicionales”.
- Consejero: “¿Eso sería importante?”
- Cliente: “Por supuesto. Si no tiene un título profesional, nunca conseguirá un buen trabajo. Además, ni siquiera habría completado su aprendizaje”.

- Consejero: “¿Qué significaría eso para usted como padre?”
- Cliente: "Tendría mala conciencia y me culparía a mí mismo".

Pregunta de implicación positiva : ¿Y si... es?

- Consultor: “Supongamos que contrata un seguro de formación. ¿Qué significaría eso para su hijo?
- Cliente: “Entonces no depende de trabajos a tiempo parcial. Entonces es independiente”.
- Asesor: “¿Y qué le aporta la independencia?”
- Cliente: “No necesita perder el tiempo con trabajos a tiempo parcial y su título estará seguro. Entonces mi hijo también tiene la oportunidad de estudiar en el extranjero durante uno o más semestres. Eso le da aún más ventajas”.
- Consejero: “¿Y eso qué significa para usted como padre?”
- Cliente: "Entonces estaré orgulloso de él y él me lo agradecerá".

Si el consultor sólo ofrece el producto ahora, el cliente se siente comprendido. El argumento del beneficio puede entonces ser muy breve. De esta forma, el consultor convence al cliente dejándole claro su motivo.

Con la pregunta de implicación negativa - "Suponiendo que no contrate un seguro educativo para su hijo, ¿qué significaría eso para su hijo?" - dirige los pensamientos de su interlocutor en una nueva dirección. Le dan una nueva perspectiva. La respuesta que recibe le dice más sobre el motivo de la persona con la que está hablando.

Consejo práctico:

Dale a tu interlocutor una nueva perspectiva. Con el puente retórico “Supongamos...” o “Y si...” y la siguiente pregunta de implicación, desencadenas procesos de pensamiento en el interlocutor. Así es como llega a una nueva perspectiva. También aprenderá más sobre su motivación cuestionando sus argumentos. Estas preguntas son:

- Por qué esto es importante para ti?
- ¿Qué significaría eso?

Importante:

Es fundamental que la persona con la que estás hablando responda las preguntas por sí misma. Las personas se convencen más fácilmente con argumentos que ellas mismas han descubierto.

Cuando convencer con argumentos es fácil

Consideremos un ejemplo sencillo para convencer.

Hans quiere irse de viaje con su amigo Karl. Se desarrolla la siguiente conversación.

Ejemplo:

- Hans: "Karl, ¿quieres ir de vacaciones conmigo?"
- Karl: "Depende de adónde quieras ir".
- Hans: "¿Cuáles serían tus vacaciones ideales?"
- Karl: “Me interesan dos cosas. Me gustaría participar en una expedición al desierto durante unos días. Otro deseo sería pasar unos días haciendo snorkel y buceando”.
- Hans: "¿Quizás le interesaría una combinación de ambos?"
- Karl: "Creo que eso sería muy bueno".
- Hans: "¿Son esos todos tus deseos?"
- Karl: “Sí”.

Ahora Hans le pide a Karl que decida si él también quiere esa combinación, a lo que él responde que sí. Hans ya estaba en la agencia de viajes y compró folletos.

- Hans: “Karl, entonces te recomendaría Egipto como destino de vacaciones. Luego podremos bucear y hacer snorkel en Hurghada u otro lugar del Mar Rojo. Luego participamos en un recorrido de varios días por el desierto. ¿Qué piensa usted al respecto?"
- Karl: “Estoy de acuerdo con eso. Entonces sólo tenemos que aclarar el plan exacto”.
- Hans: "Podemos empezar ahora mismo".

Hans desempaqueta los folletos de viaje sobre Egipto que trajo consigo.

Este proceso de persuasión fue muy sencillo, al fin y al cabo se basó en una situación óptima. Karl tenía deseos que también eran los de Hans. La agencia de viajes pudo

cumplir estos deseos. Después de revisar los folletos de viaje, ambos elaboraron un itinerario de viaje.

¿Qué pasa si tu pareja dice que no?

En el ejemplo anterior fue fácil. Karl había aceptado todos los argumentos de Hans. Pero la situación también puede ser diferente. Quiere convencer a su contraparte y presentar un argumento. Pero el socio dice que no. Desafortunadamente, la gente no está de acuerdo con todos los argumentos. Las opiniones suelen ser diferentes. Si presenta más argumentos después de decir que no, su pareja presentará más contraargumentos. La situación está empeorando.

Ahora, ¿cómo respondes a un no? Le preguntas a la otra persona: “¿Puedes decirme qué es lo que no te gusta?” Intentas averiguar qué piensa la otra persona y escuchas activamente. Te guardas todos los demás argumentos para ti y descubres los objetivos, intereses y resistencias de tu pareja.

Intentas entender al interlocutor. Se interesan por la otra persona y preguntan qué es importante para ellos. Aprendes más y queda claro qué podría convencerlo. El ejemplo que comienza en la página 91 ilustra dicho proceso de persuasión.

Pronto verás dónde residen las diferencias y similitudes y podrás comenzar el proceso creativo de buscar soluciones juntos. Estas soluciones les permitirán a ambos alcanzar sus objetivos.

Entonces el ambiente de la conversación es positivo. El intercambio de contraargumentos a menudo lleva a que la conversación se interrumpa. Quedará convencido con el enfoque ganar-ganar. El enfoque ganar-ganar va más allá del conocido compromiso. Este tipo de solución se puede comparar con la integración en la resolución de conflictos. El efecto del enfoque ganar-ganar es estar constantemente interesados en las opiniones de la pareja y realizar una escucha abierta.

Incluso si no tiene éxito, seguirá dispuesto a hablar. Puedes continuar la conversación en otro momento. También es

posible lograr un objetivo parcial. ¿Qué hace que el proceso no sea tan fácil?

Hay que realizar una escucha activa, abierta, sin interrumpir la conversación y, sobre todo, hay que respetar a la persona con la que estás hablando. Primero hay que comprender y luego convencer. Cuanto mayor sea su creatividad y flexibilidad y la de su socio, mejor logrará el objetivo de ganar-ganar.

Resistencia a la disolución

Es fundamental que sepas qué resistencia tendrá la persona con la que estás hablando si no la convences en el primer intento. Obviamente no quiere lo que tú quieres.

Haga preguntas a su interlocutor:

- ¿Puedes decirme qué no te gusta?
- ¿Qué te molesta?
- ¿Qué te detiene?
- ¿Cuál crees que debería ser?
- Por favor ayúdame a entenderte mejor. ¿Puedes contarme más sobre esto?
- Quiero entenderte mejor. Qué te hace pensar que...?
- Tengo la sensación de que todavía estás pensando en algo. ¿Puedo preguntar de qué se trata?
- Qué inquietudes tienes?
- ¿Qué es lo más importante para ti sobre...?
- Eso me suena a... ¿Podría ser?

Presta también atención al lenguaje corporal de la otra persona. De esta manera, sabrá por sus señales si el interlocutor puede tener resistencias y objeciones no expresadas. Anímelo a hablar, por ejemplo: “Tengo la sensación de que tienes algo más en mente que deberíamos abordar. ¿Puedo preguntar de qué se trata?

Consejo práctico:

Haga preguntas sobre resistencias y preocupaciones. Guarda silencio después de la pregunta. Mantenga la

pausa y espere a que la otra persona responda.

8 Evita la manipulación

La manipulación es algo cotidiano.

Desinformación

Cuidado con caerte

Falsos argumentos

Fraude mental

Mentir

Falsas garantías

No seas víctima de la esponjosidad

La táctica del hombre de paja

Falsas analogías

Manipulación del lenguaje

Manipulación de imagen

Manipulación a través de normas, reglas, convenciones.

Técnica de rumor

Manipulación emocional

Disonancia cognitiva

Manipulación en las relaciones.

Así te proteges de la manipulación

La manipulación es algo cotidiano.

Manipulación: ¿qué es?

En este capítulo queremos hablar de manipulación cuando el proceso de influencia conduce a desventajas para la otra persona. Además, se denomina manipulación a cualquier falsificación de hechos o circunstancias. El ciudadano medio cree que puede formarse su propia opinión sobre muchas cosas. Es fácil manipularlos y venderles las opiniones de otras personas como si fueran propias.

En la desinformación se omiten deliberadamente algunos hechos, se tergiversa el contenido y se falsifica intencionadamente. Los políticos y los profesionales de la publicidad utilizan trucos para intentar socavar tu mente. Tu conciencia debe ser manipulada hacia el estado mental deseado.

La manipulación es una estrategia que el socio no debería llevar a cabo. El manipulador engaña a la otra persona. Quiere que la otra persona haga algo que no es su intención. El comportamiento auténtico implica hacer una petición o revelar tus deseos. Para ello es necesario convencer, negociar y tener capacidad de compromiso. Esto no sólo lleva mucho tiempo, sino que también corre el riesgo de no tener éxito. La manipulación, por el contrario, suele conducir más rápidamente a la meta, por lo que se utiliza a menudo en la vida cotidiana.

Afecta la lógica y la manipulación.

La nueva imagen humana de la lógica afectiva fractal (pensar con sentimiento) según Ciompi ayuda a comprender el efecto de la manipulación . Explica: “Los afectos (emociones, excitaciones) influyen en el pensamiento. Para cualquier procesamiento de información, el estado de ánimo afectivo subyacente es primario y el contenido informativo es secundario”.

Por tanto, el manipulador crea sentimientos extremadamente positivos o extremadamente negativos para lograr su objetivo. En el estado normal de las

emociones, los poderes de cognición (percibir y reconocer conexiones) son mayores y la manipulación tiene las menores posibilidades.

Lógica afectiva y autoafirmación.

Ciompi destaca que las descritas “actitudes” (estados de ánimo) con los patrones de sentimiento, pensamiento y comportamiento han sido seleccionados por una sabia evolución a lo largo de millones de años como las mejores opciones para sobrevivir como ser humano. Opina que los elementos cognitivos y afectivo-lógicos siguen siendo los que tienen más probabilidades de permitirnos sobrevivir. Por eso la multiplicidad y contradicción de visiones del mundo es un enriquecimiento, mientras que cualquier restricción a una versión de la verdad es un mal. Por tanto, una actitud de respeto mutuo y tolerancia es tan necesaria como la demarcación y la autoafirmación .

Los sentimientos positivos como la alegría y el amor, el deseo y el placer deben prevalecer en los afectos. Estoy completamente de acuerdo con Ciompi en su opinión de que se deben perseguir sentimientos como la alegría y el amor. Sin embargo, esto no debe conducir a una búsqueda compulsiva de amor y bondad, de lo contrario se suprimirá la diversidad de otras formas de sentir, pensar y comportarse.

Esto significa que, desde la perspectiva de la lógica del afecto fractal, la influencia negra ocasional (contramanipulación) está permitida para defenderse de un oponente.

¿Por qué las personas son susceptibles a la manipulación?

Los humanos pueden ser manipulados debido a sus deficiencias en el procesamiento de la información. Se trata de patrones de reacción, pensamientos impulsados por los afectos e ideas erróneas sobre la realidad. Sólo con entrenamiento podemos distinguir si nos volvemos afectivos como resultado de influencias externas o como resultado de nosotros mismos. Así es como el manipulador puede engañar a la gente. Las víctimas no se dan cuenta de

esto. Además , la velocidad y los errores de pensamiento conducen a evaluaciones incorrectas . Estos errores de razonamiento incluyen, por ejemplo, extrapolaciones lineales hacia el futuro y la llamada plausibilidad. También está la simplificación en blanco y negro . Los expertos opinan que sólo alrededor del uno por ciento de las actividades de una persona no están influenciadas por otros.

Desinformación

Desinformar es la técnica de manipulación más utilizada en la política y en la vida cotidiana. En el caso de la desinformación, el contenido se falsifica total o parcialmente. Una técnica muy peligrosa es compartir sólo una parte de la información total. El receptor complementa esta información parcial con sus patrones lógico-afectivos y errores de pensamiento para crear una imagen completamente falsa. Por tanto, este tipo de desinformación es especialmente peligroso.

Ejemplo:

Hace más de 20 años visité Sri Lanka varias veces. Estaba particularmente interesado en la hermosa naturaleza, el budismo y los edificios históricos. Me hubiera gustado comprar una estatua antigua de Buda como recordatorio y símbolo de paz interior. Pero no tuve suerte. Lo que los comerciantes intentaron venderme como estatua antigua, lo reconocí en el acto como falso. Un empleado de la universidad me dejó para más tarde. Quería informarme si descubrió una estatua antigua a la venta. Pasaron varios años. Ya no pensé en la antigua estatua. Un compañero de escuela sabía de mi viaje a Sri Lanka. Como quería visitar esta isla, me pidió consejos y direcciones. Incluso antes de que mi compañero de escuela se fuera, recibí una carta del empleado de la universidad. Me envió una descripción de una estatua de Buda de supuestamente 500 años de antigüedad que podía comprar. El precio debería ser de 700 DM. Cegado por el largo texto de la descripción, le di el dinero a mi compañero de escuela. Después de su regreso me envió la estatua. Me decepcioné mucho cuando la vi. La estatua parecía como si hubiera sido realizada recientemente. Para consultar a un experto, me llevé la estatua a Berlín. Allí había quedado con el asistente principal del Museo Asiático. Puse la estatua de Buda sobre la mesa y dije: “Se dice que la estatua tiene 500 años. Pagué por ello 700 marcos alemanes." La respuesta del experto fue: "Cito a Schopenhauer: 'El dinero que nos estafaron nos dio algo que de otro modo no habríamos adquirido: experiencia'". El asistente principal era esencialmente mayor que yo. . Por eso también intenté beneficiarme de su experiencia de vida. Le pregunté:

“¿Cómo protegerse de tales fracasos?” Este es su consejo: “Si alguien me ofrece algo para comprar, se lo presto durante unos tres días sin compromiso. Luego uso el artículo para encontrar personas que lo intercambien. No me dejo informar sólo de lo que opinan los especialistas. También les pregunto específicamente cuánto vale el artículo”. Este simple consejo tenía sentido para mí.

¿Cómo se reconoce la desinformación?

Para evitar la desinformación, usted y yo no debemos obtener nuestro conocimiento únicamente de una fuente. Hay que invertir más esfuerzo para obtener más información y conocimiento. Si sólo confías en una única fuente, es fácil que te engañen. Si comparas la información de las diferentes fuentes, también notarás los diferentes grados de selección. Cuidado con las contradicciones. ¿Se utilizan errores de razonamiento? ¿Cuál es la competencia del manipulador? La manipulación suele ser compleja e implica una combinación de técnicas.

manipulación compleja

1. La información se modifica de tal manera que sirva principalmente a los intereses del manipulador.
2. El manipulador se aprovecha de los déficits del pensamiento lógico.
3. El manipulador reivindica el papel de experto .
4. Efectos de espectáculo como una apariencia impresionante se utilizan para engañar a la falta de sustancia.
5. El manipulador utiliza los automatismos de la otra persona halagándola e influyendo con sus sentimientos.
6. Aplica los principios de reciprocidad , coherencia , escasez y comportamiento comprobado.

Defensa contra la desinformación en dialéctica

El enfoque de 12 puntos

1. Cómo se puede contrarrestar en la conversación la manipulación mediante la desinformación?

   Prepárate para la conversación. Compara diferente información que tienes hasta el momento.

   Proceda en cuatro pasos:

   - Formule la afirmación detrás de cada pieza de información. Muchas veces esto no es posible.
   - ¿Qué argumentos y datos se presentaron para respaldar la afirmación? ¿Los datos son confiables y creíbles? Aquí influye mucho lo bien que conozcas el tema.
   - ¿Existen explicaciones (hipótesis) para los datos presentados? Es importante evitar conclusiones precipitadas que puedan ser erróneas. ¿Qué contradicciones has notado hasta ahora? ¿Qué te parece creíble y qué no?

2. Plantea preguntas sobre las contradicciones que descubriste. Piense en preguntas objetivas.

3. ¿Cuál es tu objetivo? ¿Cuál es tu contraparte?

4. Escuche atenta y analíticamente.

5. Pregunta.

6. Hable con su contraparte sobre los errores en su pensamiento.

7. Dele la carga de la prueba a la persona con la que está hablando.

8vo. Manténgase objetivo. No te dejes provocar.

9. Distinguir si la otra persona está presentando una opinión o hechos: ¿sobre qué hechos llegaste a tu opinión?

10. Sea crítico si su contraparte reclama el bono de experto para sí.

11. Cuidado con las exageraciones al presentar los beneficios .

12. Observe las contradicciones entre las declaraciones y el lenguaje corporal.

Consejo práctico:

Siga el enfoque de 12 puntos para evitar ser víctima de la desinformación. Por supuesto, no puedes evitar algún esfuerzo. El esfuerzo es pequeño comparado con las consecuencias negativas de una decisión equivocada.

Cuidado con caerte

Lista de verificación: evite las autotrampas

1. Debido al ritmo frenético y a la sobrecarga sensorial, se descuida lo importante y se dicta lo urgente. Esto a su vez conduce a descuidos y errores de concentración . Subsanar los errores supone una gran pérdida de tiempo. El resultado es que hay menos tiempo disponible para las cosas realmente importantes.

2. Al evaluar alternativas, no se tienen en cuenta las consecuencias.

3. El pensamiento en blanco y negro y la extrapolación lineal son simplificaciones poco realistas que no hacen justicia a la realidad.

4. Las influencias emocionales influyen en el pensamiento. El procesamiento de la información está influenciado negativamente por los sentimientos. No hay comprensión de los hechos objetivos.

La falta de control emocional conduce fácilmente a una frustración que no se puede gestionar. La agresión provoca errores en la defensa contra la manipulación. Un autoconocimiento insuficiente nos impide distinguir si los afectos son desencadenados externamente o autoiniciados. Esto facilita que el manipulador se asegure de que su estrategia no sea reconocida.

Falta paciencia y el autocontrol necesario . La mente debe ser entrenada para evitar los errores más comunes en el pensamiento. La generalización y el énfasis parcial distorsionan las conexiones. Muchas veces se crean relaciones causa-efecto que no existen.

Es necesario mejorar el pensamiento lógico. Las simplificaciones , la verosimilitud y el llamado “sentido común” son formas erróneas de conocer. Estos patrones de

pensamiento nublan la comprensión humana. El proceso cognitivo lógico y sistemático conduce a mejores posibilidades de conocimiento.

Consejo práctico:

El manipulador explota las debilidades del comportamiento y el pensamiento humanos. Mejorar el llamado sentido común a través de procesos cognitivos lógico-sistemáticos . Aprovecha las oportunidades de autocontrol . Así es como te liberas de la dependencia de los sentimientos.

Hace unos 2.500 años, el chino Sun Tsu dio recomendaciones para la manipulación en su libro “La verdadera victoria es la que no lucha”. Aquí hay algunos consejos seleccionados del libro aún actual:

- Utilice cebo para manipular. Sin embargo, no caiga en la trampa.
- Sea ágil en su estrategia y adáptese a su contraparte.
- Mantenga sus planes en secreto para los demás.
- Utiliza el arte del engaño.
- Controla tus emociones o te pondrás en peligro.
- Sólo actúa cuando sea el momento adecuado.

Influencia positiva, manipulación y maldad.

Saben cómo influir y manipular en el que todos ganan y en el que todos ganan . Entonces, ¿qué pasa con la influencia beneficiosa para todos como estrategia contra el mal?

Desafortunadamente, hay personas que ven la justicia como una debilidad. El enfoque en el que todos ganan alienta a esas personas a actuar de manera aún más egoísta. Entonces el conflicto no se resolverá. Al final, lo que está en juego es la pérdida y su propia desaparición. Por lo tanto, una adaptación positiva ilimitada no puede ser una solución realista. Si la otra parte no responde

positivamente a una concesión gradual, se debe poner fin a esta táctica.

Cuando se traspasa un límite, debe haber consecuencias negativas. Entonces hay que manipular. Si la otra parte cambia su enfoque para mejor, regrese al enfoque en el que todos ganan.

El jesuita Baltasar Garcián (1601-1658) abordó la cuestión de qué comportamiento es necesario para imponerse frente al inferior en su libro “El oráculo de la mano y el arte de la sofisticación”. El libro de Garcián fue traducido por Arthur Schopenhauer en 1862 y es una de las mejores guías de vida.

Los saberes reconocidos por Garcián han sido conocidos en la historia de la humanidad desde tiempos inmemoriales, pero lamentablemente siempre quedan olvidados y hay que “descubrirlos” una y otra vez. Aquí hay sólo algunas palabras de sabiduría:

- Si no puedes controlar tus emociones, te haces daño.
- La personalidad fuerte controla sus emociones.
- Si no piensas en las consecuencias de tus acciones, nunca actuarás sabiamente.
- Un error común es cometer varios otros errores para mejorar un solo error.

En esencia, estas sabidurías se pueden encontrar en el budismo.

Otra afirmación importante de Garcián es la de no perder el autocontrol a la hora de imponerse y afrontar la malicia. Esto también incluye no convertirse en víctima de su propia hipersensibilidad, de su propia debilidad.

¿Los ex presidentes federales Köhler y Wulff, los ex máximos representantes de Alemania, siempre se apegaron a la sabiduría eterna?

Falsos argumentos

Los argumentos, en los que el propio manipulador no cree, tienen como objetivo persuadir a la víctima a tomar decisiones equivocadas. Como a menudo se utilizan argumentos equivocados, la gente es más fácil ser víctima de ello.

Exageración y subestimación

Mucha gente es víctima de este tipo de tácticas.

Ejemplo:

Una persona quiere proponer un proyecto prometedor a su superior. El manipulador (un colega) ve esto como un peligro para sí mismo. Dice: “Si el proyecto fracasa, sólo tendrás desventajas. Deja todo como está y vivirás bien con ello”.

Una persona quiere defenderse del acoso . Dado que el acoso también tiene ventajas para el manipulador, desaconseja hacerlo: “Si te defiendes de él, sólo te crearás más dificultades”.

Consejo práctico:

No aceptes las opiniones de otras personas sin comprobarlas. Son opiniones, muchas veces no hechos. Haga preguntas críticas .

Argumento de la multitud

Mucha gente sigue lo que hace la mayoría (principio de conformidad).

Ejemplo:

El manipulador quiere conseguir que un nuevo empleado se meta con el líder del grupo. Sabe que esto traerá desventajas al recién llegado: “Todos nos hemos defendido con éxito del líder del grupo en algún momento. ¿Por qué quieres salirte de la raya?

Consejo práctico:

“Lo que todos han hecho hasta ahora no tiene por qué ser correcto”. Haga preguntas críticas.

Convencer con el caso individual

Aunque nada se desprende lógicamente de un caso individual, todavía tiene “ valor probatorio ” para muchas personas.

Ejemplo:

Un vendedor de bienes raíces dice: “Mi amigo vendió el condominio después de un año y obtuvo una ganancia. Ese también será el caso en tu caso”.

Consejo práctico:

Señale que en su caso no se puede derivar nada de un caso individual.

Las alternativas de uno u otro

A menudo se hace creer a la gente que sólo hay dos o incluso una sola opción. Pero casi siempre hay más opciones. Dado que el juego de uno u otro se practica a menudo, generalmente se cree en él.

Ejemplo:

Un asesor fiscal le dice a su cliente: “La oficina de impuestos rechazó el punto X de su declaración de impuestos. Sólo tienes la opción de aceptarlo o interponer una demanda en su contra”. El asesor fiscal no señala la posibilidad de presentar una objeción. O, en respuesta a su sugerencia, argumenta que debería objetar diciendo: "Eso de todos modos no sirve de nada".

Consejo práctico:

Considere declaraciones de uno u otro, es decir, pensamiento en blanco y negro. Cada vez hay más alternativas.

Refuerzo de una decisión equivocada

A veces sólo se consideran las consecuencias momentáneas de algo, no las consecuencias a largo plazo . Muchas

personas que han gastado mucho dinero en una inversión mantienen su decisión . Esto también se aplica al esfuerzo invertido en un proyecto. Este comportamiento también tiene que ver con el principio de coherencia. Sin embargo, al considerar las consecuencias a largo plazo, puede ser necesario cancelar el proyecto o vender la inversión. Sólo así se podrán evitar pérdidas mayores y aún mayores.

Ejemplo:

- "Si se echa atrás ahora, habrá perdido mucho dinero".
- “Termina el proyecto. De lo contrario, todo fue en vano”.
- “El esfuerzo que aún te queda por hacer es pequeño. Así es como se guarda todo el proyecto”.

Consejo práctico:

Piense en las consecuencias a largo plazo. No incluya simplemente la perspectiva de continuar con el proyecto en sus consideraciones. Aplicar la técnica de pros y contras para repasar. Examina los pros y los contras de cada alternativa.

Fraude mental

Mentalmente hay una fuerte manipulación al violar las leyes del pensamiento. Tendrá aún más éxito en defenderse de esto si es consciente de algunos errores de pensamiento:

Probablemente estés familiarizado con la conclusión lógica simple , también llamada silogismo :

> Todas las personas son mortales. (a)
>
> Sócrates es un ser humano. (b)
>
> Entonces Sócrates es mortal. (C)

La conclusión (c) sólo es correcta si las dos premisas (a) y (b) también son válidas.

Reconocer premisas

Alguien argumenta así:

1. Todos los empresarios buscan ganancias.
2. Premisa que no está expresada.
3. Entonces ningún emprendedor es humano.

Para que la oración final 3 sea correcta, la premisa asumida (oración 2) debe decir:

Nadie que busque ganancias es humano.

Si no se acepta la premisa, no se permite la conclusión, es decir, la oración 3. Sin embargo, la frase 2 no puede aceptarse porque hay empresarios que buscan beneficios y donan sus beneficios a organizaciones benéficas.

Eso sigue siendo fácil. Pero hay casos más complicados que no son tan fáciles de entender. En estos casos, es necesario descubrir las cadenas de razonamiento. Las conclusiones

erróneas se denominan sofismas o paralogismos. Pasemos ahora a algunos de estos paralogismos.

La afirmación de una consecuencia necesaria

Este paralogismo se ve así:

> Si P, entonces Q.
>
> Si se da Q,
>
> se desprende de P.

Incluso si las dos premisas son verdaderas, la conclusión puede no serlo.

Ejemplo:

> Cuando llueve, la acera está mojada.
> La acera está mojada
> entonces está lloviendo.

Sabes que puede haber otra razón por la cual la acera está mojada. Este paralogismo es difícil de reconocer porque se asemeja a un argumento válido que tiene la siguiente estructura:

> Si P, entonces Q.
>
> Si se da P,
>
> se deduce que Q.

Negación de la premisa

Este paralogismo se ve así:

> Si P, entonces Q.
>
> Si no se da P,
>
> tampoco sigue a Q.

El siguiente ejemplo muestra que este enfoque es incorrecto:

Ejemplo:
Cuando estoy en Colonia, estoy en Alemania.
No estoy en Colonia
Entonces no estoy en Alemania.

Reconocer este paralogismo suele ser difícil porque tiene similitudes con un silogismo propio.

> Si P, entonces Q.
>
> Si no se da Q,
>
> tampoco sigue a P.

Ejemplo:
Cuando estoy en Colonia, estoy en Alemania.
Cuando no estoy en Alemania,
Tampoco estoy en Colonia.

El falso dilema

Ya has aprendido sobre el falso dilema en la sección anterior. Se da cuando hay que elegir entre dos opciones. Una posibilidad se presenta como completamente inaceptable. La otra opción es aquella en la que usted desea que lo influyan. Sin embargo, esta posibilidad es perjudicial para sus intereses. Usted, como pensador crítico, se da cuenta de que se le presenta un falso dilema. Siempre hay más opciones.

La generalización apresurada

Se extraen conclusiones basadas en un pequeño número de casos individuales. El único problema es que hay muy pocos. A veces no se conocen suficientes casos individuales o el esfuerzo de investigar un gran número de casos no resulta práctico. Sólo se pueden sacar conclusiones

adecuadas utilizando la estadística matemática y la teoría de la probabilidad .

Argumentos que reflexionan sobre la persona

En respuesta a una tesis planteada, sólo se dirige a la persona que expresó la tesis. La tesis suele estar vinculada al supuesto carácter negativo del hablante. El objetivo es hacer que sus argumentos sean increíbles. La técnica también se conoce como “envenenamiento del pozo”.

Una estrategia comúnmente utilizada es atacar a alguien como hipócrita. A la otra persona se le acusa de no hacer lo correcto. La defensa es la siguiente: “Por favor, sean objetivos. Comente el argumento presentado.”

Proverbios

La sabiduría popular expresada en proverbios no representa ningún argumento, ya que a menudo los proverbios se contradicen entre sí. Los proverbios pueden incluso utilizarse para justificar posiciones opuestas.

Ejemplo:

Los opuestos se atraen.

El argumento circular

Con este método, el manipulador intenta justificar su punto de vista exactamente con el mismo punto de vista pero con una redacción diferente.

Ejemplo:

- Karl: "Deberíamos ir a Berlín".
- Otto: "No creo que eso sea algo bueno".
- Karl: "¿Por qué?"
- Otto: "No creo que eso sea correcto".

Falsas relaciones causa-efecto

A menudo un hecho precede o ocurre simultáneamente a otro. Pero eso no significa que exista una conexión causal.

Ejemplo:

Después de la contratación del nuevo jefe de departamento, las ventas cayeron. La razón de esto no tiene por qué ser la incompetencia del jefe del departamento. Es posible que la situación económica se haya deteriorado en este momento.

Haz lo que todos hacen

“Lo que todos o muchos hagan debe ser correcto”. Esta afirmación es un paralogismo particularmente peligroso. Porque todavía no hay pruebas de que esto sea realmente correcto. Este enfoque es una estrategia de manipulación particularmente eficaz, como ya se ha señalado.

Ejemplo:

“Nuestro producto es el más vendido en Alemania. Un millón de compradores lo han visto”.

Consejo práctico:

Pregunte: "¿Cuáles son los resultados de la prueba?" ¿Quién los puso a prueba?” Sea muy crítico con los argumentos.

La apelación a la ignorancia

Este paralogismo se presenta de dos formas. Se supone que una afirmación debe ser correcta si no se puede demostrar que sea falsa. El segundo supone que una afirmación debe ser falsa porque no se puede demostrar que sea correcta. Cuando queremos creer algo, fácilmente caemos en estas falacias .

Ejemplo:

Alguien es comunista si no hay pruebas de lo contrario.

La conexión incorrecta entre las cosas.

Aquí el manipulador nos lleva a la falsa conclusión de aceptar una cadena de argumentos: si aceptas A, esto significa que también debes aceptar B, C y D. Esto sugiere que hay que afrontar una consecuencia negativa. Esta conexión a menudo no es lógica, sino que sólo sirve para disuadirte de A, y entonces el manipulador ha logrado su objetivo.

Ejemplo:

El cliente quiere construir un pozo como depósito de agua. El arquitecto dice: “Esto es demasiado peligroso. En primer lugar, tenemos que perforar en terreno pedregoso. En segundo lugar, el agua podría correr hasta el vecino”. – Todos los problemas mencionados los podría resolver un verdadero experto.

Consejo práctico:

Sea crítico. ¿B, C y D están realmente vinculados a A o sólo representan un esfuerzo menor? Consulta a un profesional para una valoración.

Reglas en la argumentación

Si no se siguen las nueve reglas que se presentan a continuación, se llegará a una conclusión falsa. Estas reglas pretenden evitar sofismas y paralogismos. La aplicación de estos sofismas debe ser reconocida y revelada. Esto evita manipulaciones engañosas. Las reglas fueron desarrolladas por Frans van Eemeren y Rob Grootendoorst y ligeramente modificadas por mí.

Reglas de argumentación

Regla 1

Los participantes en la discusión deben apoyar o dudar de las tesis expuestas.

Sofismo: ataques personales , prohibición de tesis individuales.

Regla 2

Cualquiera que presente una tesis también debe defenderla.

Sofismo: evitar la carga de la prueba o traspasarla a otra persona.

Regla 3

La crítica de la tesis sólo podrá referirse a la tesis.

Sofismo: Distorsionar la tesis mediante simplificación o exageración, asumiendo una tesis que no fue planteada de esta manera.

Regla 4

Los argumentos deben estar relacionados con la tesis.

Sofismo: Presentar argumentos que no se relacionan con la tesis y emplean la opinión mayoritaria .

Regla 5

Se deben divulgar las premisas de cada tesis. La persona se compromete con las premisas que implícitamente fundamenta.

Sofismo: las premisas se exageran y, por tanto, se hacen increíbles.

Regla 6

Una tesis está demostrada de manera concluyente cuando se defiende con argumentos basados en un punto de partida generalmente aceptado.

Sofismo: Uso de esquemas lógicos defectuosos, como conexión falsa de cosas, relaciones falsas de causa y efecto , razonamiento circular , argumentos relacionados con personas, etc.

Regla 7

Los argumentos utilizados deben ser válidos. Las premisas no divulgadas deben poder ser reconocidas.

Sofisma: no distinguir entre condiciones suficientes y necesarias

Regla 8

Si la tesis se defiende con éxito, el oponente retira sus dudas. Si la tesis no puede defenderse lógicamente, el defensor la retira.

Sofismo: Las tesis no se presentan con claridad.

Regla 9

Las declaraciones no deben ser vagas, ambiguas o confusas. Deben expresarse con precisión.

Sofismo: Las tesis se interpretan de manera diferente.

Mentir

El requisito ético es: No mentirás. Supongamos que alguien con poder lo empuja contra la pared durante una conversación. Cuanto más sepa sobre ti, más fácil le resultará ponerte en una posición perdedora. En otras palabras, cuanto más abierto y honesto seas, más empeorarás tu situación. El imperativo ético requiere que usted se comporte de manera que le perjudique a usted mismo. Sin embargo, esto es completamente ajeno a la vida.

Sin embargo, la realidad es completamente diferente. Mentir es algo que todo el mundo hace. Un padre joven me dijo recientemente: “Mi hija sólo tiene dos años. Miente... y miente mucho. Probablemente habrá mucho más por venir para mí”.

La mayoría de la gente ya parece saber mentir.

¿Qué es una mentira?

Según Duden, una mentira es “una declaración falsa que se hace conscientemente y tiene como objetivo engañar a alguien”. Con una mentira alguien quiere obtener una ventaja o evitar una desventaja; es engaño e intriga. Sólo se puede demostrar que has mentido si la otra persona tiene información y conocimiento, es decir, sabe la verdad. Incluso si ese es el caso, todavía hay posibilidades de salir adelante.

La gente suele intentar exponer mentiras utilizando técnicas de interrogatorio.

¿Qué requiere una mentira creíble?

1. A quien es creíble se le cree más fácilmente.
2. Deben evitarse las exageraciones .
3. Deben evitarse autorretratos llamativos .
4. Deben evitarse las contradicciones en los detalles.

5. No decir un hecho es más fácil que mentir abiertamente.

6. Una mentira creíble requiere preparación.

Procedimientos que impiden la detección de una mentira

1. Los desacreditadores utilizan técnicas de interrogatorio para tratar de atrapar a los mentirosos. Por lo tanto, las preguntas deben responderse con habilidad. Para responder correctamente a las técnicas de preguntas, a continuación se enumeran las técnicas más importantes.

2. El gran error es responder a las preguntas sin pausa y sin pensar. Rápidamente se encontrará enredado en contradicciones .

3. Pausa. Toma conciencia de lo que pasa por tu mente. No lo digas todavía y piensa en la practicidad. Tómate de dos a cinco segundos para hacer esto y luego dilo. Pero también tienes que hacer una pausa en tu otro comportamiento conversacional para que tus pausas en la mentira no se noten.

4. Gana tiempo haciendo contrapreguntas: "¿Puedes explicarme tu pregunta con más detalle?"

5. Si una pregunta causa dificultades, es útil no dar una respuesta y explicarla de la siguiente manera:
    - "Yo estaba emocionado."
    - “No le presté atención a eso”.
    - "Estaba distraído y no presté atención".

6. Si la velocidad de las preguntas aumenta, respondes más lentamente.

Reacciones a preguntas situacionales , preguntas de extensión.

Los investigadores a menudo intentan averiguar en términos generales qué hacer con la información que usted proporciona. Por eso también piden información periférica. El objetivo también es aumentar tu fluidez para que digas más de lo que pretendías.

Ejemplos:

- “¿Cómo estuvo el clima ese día?”
- “¿Qué más notaste?”
- “¿Conociste a otras personas en el camino?”

Si quieres preparar una mentira creíble, tienes que prepararte para ello. ¿Qué detalles reales del día en cuestión recuerdas? Incluya estos hechos reales en sus comentarios. Debido a que estos hechos suelen ser verificables, estos detalles hacen que sus otras declaraciones sean más creíbles.

Tenga cuidado de no proporcionar demasiados detalles, de lo contrario parecerá increíble. Ningún recuerdo lo recuerda todo. Si tiene dificultades con una pregunta, ponga en juego algo personal. De esta manera no se podrá demostrar que estás equivocado.

Ejemplo:

- "No dormí bien ese día y no le presté atención".
- “Ese día estaba lidiando con un problema profesional y no lo recuerdo”.
- “Estaba en mis pensamientos...”

Evite preguntas detalladas

Ejemplos:

- “¿Qué documentos le diste exactamente al Sr. Meyer?”
- “¿Con quién más has hablado sobre esto?”
- “¿Quién más estuvo en la reunión?”

- Respuesta: “Esto entra en muchos detalles. Déjame pensarlo un poco más”. Luego: “Ya no puedo pensar en eso”.

Abordar preguntas provocativas de forma retórica.

Se utilizan preguntas provocativas para intentar emocionar y que el mentiroso se revele:

- “¿Dijiste lo contrario al principio?”
- "¡Deja de intentar engañarnos aquí!"
- "No entiendo por qué no puedes recordar esto tan importante".

En estos casos se recomiendan las siguientes reacciones:

- "Prohíbo tales insinuaciones".
- "Tu tono no es objetivo".
- "Rechazo más interrogatorios en estas circunstancias".

No cometas el error de responder a las provocaciones con justificaciones . Esto se hace con razones que normalmente se introducen con "porque". Esto debilita su posición. Responde como te sugieren y no inventes más mentiras.

Responder preguntas específicas preparadas

Mientras tanto, el interrogador ha planteado más preguntas para el segundo interrogatorio.

Consejo práctico:

Es útil ganar tiempo, por ejemplo pidiendo una taza de café o reaccionando de la siguiente manera:

- “¿Se trata de la verdad o del uso de técnicas de interrogatorio?”
- "Pregunte directamente y no por algunos rincones".

Saltar preguntas

Estas preguntas saltan de un tema a otro. No hay conexión entre las preguntas. De esta manera, el interrogador espera demostrarle la mentira.

Ejemplo:

- “¿Por qué conducía en sentido contrario por la autopista cuando se dirigía a Munich?”
- “¿Cómo fue tu primer contacto con esta empresa?”

Consejo práctico:

No respondas esas preguntas. Defiéndete.

Ejemplos:

- “Cómo llegué a Munich es asunto mío.” – O hable sobre la forma en que se realizó la encuesta:
- “Las preguntas de salto están desactualizadas desde hace mucho tiempo. Por favor para."
- “Saltar desenfocado de un tema a otro no conduce a la verdad”.
- "No entiendo lo que quieres decir."
- "¿Por qué no preguntas directamente qué quieres?"

Técnicas para ahorrar tiempo

Busca torpemente un pañuelo en la ropa o en tu bolso. Pide un café. Hazte el tonto: “No entendí lo que querías decir”. Esto te dará tiempo hasta que pienses en una respuesta inteligente.

Falsas garantías

Piense en sus experiencias: ¿Cuántas veces ha sido víctima de falsas seguridades? A menudo el manipulador utiliza ciertas frases, como

- "Te lo aseguro ..."
- "Estoy absolutamente seguro de que..."
- “No hay la menor duda de que...”

Con estas formulaciones, el manipulador da garantía de sus declaraciones. Quien dude de esto, creerá que presenta a su homólogo como un mentiroso. Pero después de eso, el “hombre de honor” ya no recuerda lo que “garantizó”.

Ejemplos:

Los clientes del banco demandan a sus asesores porque perdieron dinero. Las pruebas realizadas por “Wiso” demostraron que a menudo no se hacían las transcripciones requeridas por los tribunales.

Las aplicaciones también prometen cosas que muchas veces no se cumplen.

El alcance de las falsas garantías es muy amplio. ¿Cómo puedes protegerte de esto?

Consejo práctico:

Haga preguntas para que su contraparte proporcione evidencia:

- “¿Sobre qué hechos llegó a su opinión?”
- “¿Qué hechos te hacen estar tan seguro?”

Registrar los compromisos como protocolos de resultados y confirmarlos con firma.

seas víctima de la esponjosidad

Puede utilizar palabras para expresar ideas con precisión. También es posible no decir nada con palabras. Las preguntas a menudo se responden con afirmaciones sin sentido que no dicen nada. Esto hace que la respuesta sea incuestionable porque no es sustantiva.

Ejemplo:

- Periodista: “Señor Ministro, ¿qué hará usted para solucionar el problema monetario?”
- Ministro: "Estamos implementando un plan aprovechando nuestras oportunidades para mantener la estabilidad del euro".
- Periodista: “¿Y cuál es exactamente el plan?”
- Ministro: “Es un enfoque en el que todos los estados gravan su parte. También se tienen en cuenta los aspectos humanos”.
- Periodista: "¿Cuántos miles de millones tiene que contribuir Alemania al rescate?"
- Ministro: "A Alemania sólo le interesa implementar el plan".

Consejo práctico:

Sea un pensador crítico en todos sus asuntos. No aguantes la esponjosidad . Si alguien da una respuesta vaga a su pregunta crítica, es decir, no da ninguna respuesta, ya se ha descalificado. Aléjate de esas personas. Di no a lo que el manipulador intenta convencerte. El manipulador tiene todos los motivos para ocultar hechos.

La táctica del hombre de paja

El término “hombre de paja” proviene de una antigua costumbre. En aquel entonces, en tiempos de paz, los soldados se entrenaban para la batalla luchando contra un hombre hecho de paja.

Con la táctica del hombre de paja, se supone que la otra persona tiene un punto de vista en la conversación o su punto de vista se distorsiona. Estas distorsiones son exageraciones, generalizaciones u omisiones de calificaciones. Las generalizaciones se hacen de tal manera que los acontecimientos aislados se presentan como comunes.

Ejemplo:

- Karl: "A veces es necesario volverse autoritario y imponerse ante el empleado".
- Peter: "No entiendo en absoluto por qué usted es partidario de un estilo de liderazgo autoritario".

Peter ha convertido el hecho de que Karl es ocasionalmente autoritario en "siempre" mediante insinuaciones. Con esta generalización inadmisible, Peter cree que puede atacar mejor a Karl.

Una variante especial de la táctica del hombre de paja es la objeción trivial. Esto se centra en un aspecto secundario. Sin embargo, esto puede despreciarse porque no tiene peso.

Ejemplo:

“Estoy en contra de reparar el motor. Luego tendríamos que llevar el coche al taller”.

Consejo práctico:

Si se supone que usted tiene un punto de vista en una situación que no tiene, indíquelo de inmediato. Si no lo haces, te hará daño. Tal vez nadie recuerde tu tesis más adelante porque lo único que pueden recordar es la

declaración distorsionadora del manipulador. No estés irritable al defenderte. Quizás el interlocutor te haya entendido mal. Señale: “Sus comentarios no representan la esencia de mi posición”.

Falsas analogías

Un argumento falso a favor de la manipulación son las falsas analogías. Una analogía implica comparar dos cosas o situaciones. Una cosa o situación es más conocida y la otra menos. Entonces se afirma que una cosa o situación es similar a otra cosa o situación. En una situación, la acción A fue correcta (incorrecta): luego, en la otra situación, la acción A es correcta (incorrecta). Sin embargo, la corrección requiere: ¿Existe realmente similitud entre las dos situaciones?

Ejemplo:

Alguien dice: “La naturaleza nos enseña que sólo sobreviven los más aptos. Por eso necesitamos implementar medidas de higiene racial”.

Aquí habría que preguntarse: “¿Se pueden comparar las leyes naturales con las reglas de la acción humana ética?” Evidentemente, este no es el caso. Con la analogía se acuerda el procedimiento de solución en un caso. Pero la transferencia de la solución a la otra situación a menudo se acepta acríticamente y demasiado rápido. Así te toma por sorpresa el manipulador.

Consejo práctico:

No sea víctima de falsas analogías. Disputar o cuestionar la analogía reclamada. Piénselo: ¿las situaciones o cosas son similares en aspectos clave o hay diferencias?

Manipulación del lenguaje

La manipulación del lenguaje se utiliza en muchas áreas. Por ejemplo, se intenta justificar las actividades militares mediante una elección específica de palabras. La intervención militar se conoce como acción de mantenimiento de la paz. Las bajas civiles son daños colaterales, etc.

El lenguaje sirve para manipular al destinatario. El manipulador transmite egoístamente su mensaje a la víctima.

Variantes de manipulación del lenguaje.

1. Se utiliza un término familiar para algo nuevo que inspira confianza.

   Ejemplo: La palabra “orgánico” está mal utilizada.

2. Se eligen términos triviales para generar menos resistencia.

   Ejemplo: En lugar de la palabra “vertedero” se elige la palabra “parque de disposición de residuos”.

3. Crear un nuevo término para algo viejo tiene como objetivo sugerir la impresión de algo nuevo.

4. Los términos duros tienen como objetivo provocar indignación.

   Ejemplo: Cualquier persona que tenga 60 años y conduzca por un lugar donde el límite de velocidad es de 50 km por hora se llama exceso de velocidad.

5. La forma pasiva pretende disfrazar las propias acciones.

   Ejemplo: en lugar de "Daño la computadora", se dice "La computadora se dañó".

6. La manipulación del lenguaje también incluye las falsas analogías ya mencionadas.

7. Un fracaso en el aspecto principal se reinterpreta sobreestimando los efectos secundarios positivos .

   Ejemplo: El perdedor de las elecciones dice durante la encuesta: “Me gustaría agradecer a todos mis ayudantes por sus esfuerzos desinteresados. Esto demuestra lo motivados que están nuestros miembros”.

8vo. Las objeciones legítimas se topan con ilusiones .

   Ejemplo: Un enfoque popular de muchos políticos cuando surgieron los primeros problemas con el euro.

9. El manipulador crea credibilidad mediante falsas referencias a la autoridad. Así se señaló en el apartado anterior.

10. Bloqueos en la conversación

    Ejemplos: insinuaciones , malentendidos intencionados , provocaciones, no dar explicaciones o información, crear mala conciencia, no dar respuestas.

Importante:

Los términos y frases que utilizas son la lente a través de la cual ves la realidad. Al hacerlo, desencadenas asociaciones, pensamientos, actitudes y orientaciones de acción en tu contraparte. Por lo tanto, preste atención a su elección de palabras. ¿La elección de palabras coincide con tu objetivo?

Defensa contra la manipulación del lenguaje

Cuando utilices neologismos, presta atención a lo que pretendes y a lo que quieres ocultar. No adopte la redacción del medio ambiente sin pensar. Sea crítico con la elección de las palabras en la publicidad: ¿informa o

simplemente crea un estado de ánimo? Ejemplos de lemas publicitarios incluyen:

- “El producto ayuda...”
- "El producto te hace sentir como..."
- “Los resultados de la investigación (¿cuáles?) mostraron que...”
- "El producto es como..."

Manipulación de imagen

Las imágenes tienen una enorme influencia. Vas directamente a los patrones emocionales y de pensamiento. Por lo tanto, ya no es necesaria la decodificación. Una imagen tiene el contenido informativo de unas 60 palabras, a veces más. Por eso la representación pictórica es superior a la lingüística. Por tanto, resulta apropiada una reflexión crítica sobre las imágenes. Esto ya se ha señalado con las metáforas.

Consejo práctico:

Piensa en las imágenes y metáforas a las que respondes. Cuanto más se haga esto, mayor será el riesgo de manipulación. Sea consciente de qué sentimientos se abordan durante la manipulación para que pueda controlarlos más fácilmente. Piensa en las siguientes preguntas:

- ¿Qué intereses tiene el manipulador?
- ¿Qué se supone?
- ¿Cuáles son las consecuencias?

Manipulación a través de normas , reglas , convenciones

El comportamiento de cada persona está determinado por muchas normas y convenciones sociales. Winfried Prost señala con razón que muchas normas se transmiten a través de convenciones humanas. Este término expresa una pretensión general de validez.

Las convenciones masculinas te dicen indirectamente lo que debes hacer o no hacer. También existen normas directas, a saber, leyes, reglamentos y reglas . La mayoría de ellos incluso están registrados por escrito, por ejemplo en libros de derecho. Las autoridades estatales monitorean el cumplimiento e imponen sanciones en caso de incumplimiento.

Protección contra la manipulación a través de reglas , convenciones y normas

En muchos contratos de venta, ya se le presentan los términos y condiciones de venta preimpresos para que los firme. Si tienes alguna duda, sólo te indicaremos el procedimiento habitual. Pero no es necesario aceptar esta "rutina". No existe una regla sin excepción.

Importante:

¡Negociar! No aceptes todas las pautas.

A menudo se utilizan trucos retóricos para distraer la atención de las directrices.

Ejemplo:

"Eso es lo mejor para ti. ¿Cuándo se deben entregar los productos?

Te distraerás del tema de las especificaciones y sólo acabarás hablando de entrega si no prestas atención.

Tenga cuidado de no ser víctima de esta técnica. No acepte términos y condiciones preimpresos. Negociarlo. Si la otra

persona te dice: “Este pasaje nunca se ha utilizado antes”, respondes: “Así que de todos modos es superfluo” y luego eliminas el texto.

Una forma especial de norma es la conformidad . Por ejemplo, no se está comportando de manera dócil si no sigue los códigos de vestimenta estándar en el teatro o si no repite como un loro las opiniones de los líderes de opinión en la prensa. En lugar de ello, cultive un enfoque crítico hacia los medios. Consulta periódicamente otras fuentes de información. Estar interesado en otras perspectivas .

Desafía las convenciones de vez en cuando. Prost dice: “Sólo puedes proteger tu comportamiento del control externo si eres capaz de hacerlo ”. Quienes no se adhieren a normas, reglas y convenciones a menudo experimentan sentimientos de culpa, vergüenza y miedo. Si los soportas, pronto desaparecerán.

Consejo práctico:

Pregúntese por qué se comporta de acuerdo con determinadas normas y convenciones. Supéralo de vez en cuando. Sólo entonces te liberarás del control externo , te liberarás de las cadenas y te desarrollarás. No dejes que el rechazo de otras personas te inquiete. Resuelva los sentimientos de vergüenza soportándolos. Ir en contra de la opinión mayoritaria por una vez . Ten una sana desconfianza en tus valores. Recuerda que tú tampoco estás libre de la percepción selectiva.

Técnica de rumor

Un rumor es información que se transmite. No se sabe si esto es cierto. A menudo ni siquiera se conoce al autor del rumor. De esta manera no se le puede responsabilizar. Con el rumor, el autor intenta dañar a otra persona. Él difunde el rumor.

Ejemplo:

Un director de la empresa me contó el rumor que circulaba sobre él. Supuestamente había presentado su candidatura a otras empresas, lo cual no era cierto. El rumor tenía como objetivo sabotear su ascenso a director ejecutivo. El directivo quiso hablar con su superior sobre el rumor. Confirmé su opinión para evitar daños a su carrera.

La táctica de dañar a otros mediante rumores es arriesgada. Si el autor o difusor del rumor queda expuesto, puede ser demandado. Su delito constituye entonces un delito de difamación según el artículo 186 del Código Penal o difamación intencional según el artículo 187 del Código Penal.

Sin embargo, sería un gran error sobrestimar la importancia de un rumor y dejarse llevar por importantes actividades defensivas.

Ejemplo:

Un caballero reaccionó con mucha sensibilidad cuando escuchó un rumor sobre él. Puso un anuncio en el periódico. En él describió el rumor y señaló la falsedad. Mientras que antes sólo unas pocas personas lo sabían, ahora toda la ciudad lo sabía. El autor del rumor probablemente estaba muy contento con el ayudante que lo difundió.

La calumnia es algo malo. Brendl describe regañar , quejarse , intimidar y difundir rumores como ahuyentar a la gente. Para él, el exterminio es manipulación destructiva en estado puro. Escribe: "Si quieres mejorar tu estatus en la sociedad, basta con rociar un poco de estiércol en el lugar adecuado para perjudicar a tu rival". Subraya que, al fin y

al cabo, las acusaciones o insinuaciones presionan a la otra parte. la contraparte despreciada tiene que limpiarse.

Consejo práctico:

Supongamos que el "chorro" está directamente frente a usted. Si pareces afectado por sus palabras, demuestras baja autoestima. En lugar de eso, respóndele: “Lo que estás diciendo no es un hecho. Además, no tiene nada que ver con el tema de hoy. Por favor, sea objetivo. ¿Qué quieres decir?"

Sólo es comprensible si reaccionas violentamente ante un comportamiento malicioso. Pero: ¡No hagas eso! Esto es lo que su homólogo estaba esperando. Entonces te dirá a menudo: “Supongo que realmente he dado en el blanco y reaccionas así”. Así que evita esta trampa.

Manipulación emocional

La gente piensa que son criaturas racionales. Pero el hecho es que las personas están controladas más por los sentimientos que por la razón. Millones de personas reaccionan casi de la misma manera cuando se abordan sus sentimientos. Esto se aplica tanto a los sentimientos positivos como a los negativos.

La manipulación con miedo es particularmente eficaz. Las formas comunes de miedo son el miedo a perder lo adquirido, el miedo a la realidad y a lo desconocido.

Ejemplo:

El directivo se aprovecha del miedo del empleado a perder su empleo. Por tanto, el empleado trabaja horas extras para evitar perder su puesto de trabajo.

Si los miedos son muy fuertes, lo que se temía puede ocurrir realmente a partir de esta actitud interior. El manipulador intenta conseguir sus objetivos con estos miedos. Presenta peligros muy raros como si pudieran ocurrir en cualquier momento. Los pequeños riesgos se exageran hasta convertirse en grandes riesgos. El miedo que esto provoca limita la razón y el autocontrol.

Consejo práctico:

¿Cómo evitar ser víctima del automatismo de los sentimientos? Con tu razón, es decir, con argumentos puramente fácticos, inicialmente no responderás eficazmente al sentimiento, porque tus emociones también controlan tu voluntad y tu mente. La defensa sólo puede ser emocional. Hay que contrarrestar la propagación del sentimiento.

Podrás hacerlo aún mejor si intervienes en la fase inicial del desarrollo emocional. Si el sentimiento se vuelve más fuerte, se vuelve mucho más difícil. Por lo tanto, toma conciencia del surgimiento del sentimiento. Notarlo. Pausa para tomar conciencia. De esta manera evitará que la sensación aumente y se protegerá de cualquier daño.

Estrategias de defensa

Nunca actúes de forma incontrolable y afectiva mientras te encuentres en un estado de excitación emocional. Tampoco tomes ninguna decisión aquí. Toma el control de tus sentimientos notándolos en la fase inicial.

Disonancia cognitiva

Se espera que una personalidad convincente garantice que sus pensamientos, palabras y acciones estén en armonía entre sí. La personalidad hace lo que piensa y dice, piensa y habla como actúa.

Desafortunadamente, pensar y hablar muchas veces no corresponden a acciones. El sentimiento resultante se experimenta como tensión interior. La psicología moderna llama a esto " disonancia cognitiva ", el esfuerzo por armonizar pensamientos y acciones, como "esfuerzo cognitivo por lograr la consonancia". El esfuerzo cognitivo por la consonancia intenta reducir y eliminar por completo el sentimiento de tensión.

Ejemplo:

Mucha gente sabe que fumar es malo para la salud. Sin embargo, fuman. Hay una disonancia entre el conocimiento y la acción. La solución más sencilla sería dejar de fumar. Pero el fumador no puede hacer eso. Por lo tanto, intenta justificar sus acciones con razones aparentemente razonables: racionaliza. Por ejemplo, el fumador utiliza una excepción: “Mi abuelo también fumaba y vivió hasta los 90 años”.

Los resultados de la investigación de la disonancia se utilizan, por ejemplo, en las ventas y en la celebración de contratos. Se crea en el cliente un sentimiento de obligación mediante consultas complejas y otros pagos por adelantado. La disonancia se crea deliberadamente entre el cliente. Las personas no procesan la información de forma objetiva. Distorsionamos la información según la necesidad de consonancia. Esto sucede tanto más cuanto mayor es la tensión interior de la persona.

Leon Festinger y James Merrill Carlsmith lo demostraron con el siguiente experimento. El experimento se llevó a cabo con estudiantes. Todos los participantes tuvieron que completar una tarea durante una hora. La actividad era monótona y aburrida. Luego se pidió a cada participante que le mintiera a un estudiante que esperaba que la

actividad era interesante. Para ello, los estudiantes se dividieron en dos grupos. Cada uno de los estudiantes de un grupo recibió $5 y los del otro grupo recibieron $100 por la mentira. Posteriormente, todos los estudiantes tuvieron que completar un cuestionario. Los dos investigadores querían descubrir cuál de los dos grupos estaba más inclinado a creer su propia mentira. Tal vez pienses que alguien a quien le pagan mucho dinero por una mentira tiene más probabilidades de creerla. Sin embargo, el experimento demostró lo contrario. Las personas que sólo tenían cinco dólares necesitaban una buena razón para su mentira. Aquí es donde la disonancia es mayor. Hay que racionalizar la presión . La racionalización más sencilla es convencerse de que no estaba mintiendo. Cualquiera que haya recibido mucho dinero por su mentira no necesita ninguna justificación para sus acciones. Tiene poca disonancia; dice mentiras pero él mismo no las cree.

Esto también se demostró en otro experimento. Los participantes que recibieron una pequeña cantidad de dinero por sus mentiras finalmente calificaron la tarea como más del doble de interesante que aquellos que recibieron una gran cantidad de dinero.

Consejo práctico:

Crea disonancia entre el pensamiento y la acción cuando quieras manipular a alguien. Evite tal manipulación no racionalizando. Actúe de acuerdo con su conocimiento e interés.

Manipulación en las relaciones.

Quizás creas que no estás manipulando a tu pareja. Este es un gran error. ¿Lo dudas? Luego espere hasta que haya terminado de leer la sección. Pero: tú también estás siendo manipulado por tu pareja sin darte cuenta.

La manipulación aumenta el atractivo de una relación.

Prof. Dr. Rainer Sachse es psicoterapeuta conductual y conversacional y director del Instituto de Psicoterapia Psicológica de Bochum. Tiene experiencia en el área de la manipulación en las relaciones de pareja y relaciones de pareja en general.

Sachse incluso ve la manipulación como un juego que hace atractiva la asociación. No hay límites en el número de juegos. Así logras tus objetivos y enriqueces tu relación.

Tanto hombres como mujeres manipulan, pero las estrategias utilizadas difieren. Por supuesto, también tienes la oportunidad de actuar auténticamente, lo que significa no manipular. Pero esto requiere lo siguiente:

- Tienes que saber por ti mismo lo que quieres.
- Tienes el coraje de decírselo a la otra persona.
- Esperan que obtengas lo que deseas.
- Intentan lograrlo mediante la negociación.

Si no se cumplen estas condiciones, hay que manipular. Además, un enfoque auténtico requiere mucho tiempo y corre el riesgo de ser rechazado. La acción manipuladora, por otro lado, conduce a la meta de manera más rápida y efectiva.

Importante:

A largo plazo, una relación sólo es exitosa si los beneficios para ambos socios están equilibrados. A largo plazo, sus acciones deben ser un enfoque en el que todos ganen . Entonces, a veces una sola acción es una manipulación, es decir, una influencia sin resultados , pero la relación general es una influencia positiva. En este caso, ambos socios aportan la misma cantidad por la relación. La cuenta de la relación no tiene por qué estar saldada todos los días. Si ambos socios manipulan en dosis, la relación se vuelve cada vez más atractiva. Sin embargo, esto requiere que los dos socios se comuniquen auténticamente.

Según Sachse, las manipulaciones son “de alta competencia social”. Simplemente no deberían ser exagerados.

Por qué necesitas conocer estrategias manipulativas

Si su relación es una relación en la que todos ganan, es posible que ocasionalmente se deje manipular. ¿Pero qué pasa si siempre estás siendo explotado? Probablemente perderás interés en el juego y te sentirás mal. Pero eso no es suficiente para defenderse. Sólo evitarás estrategias de manipulación si las conoces. Es importante ver rápidamente qué estrategias está siguiendo su contraparte. La mejor contraestrategia es hacer obvia la estrategia de su socio. Si se revela la estrategia, el manipulador a menudo se da por vencido. Analizaremos el procedimiento exacto a continuación.

Si no quieres revelar el juego, puedes contramanipularlo. Pero eso requiere tener una estrategia mejor que la de tu socio. No es fácil, pero deberías intentarlo. Veamos primero las estrategias de manipulación más comunes.

Estrategias de manipulación efectivas.

Las estrategias manipuladoras siempre persiguen objetivos específicos. Quien manipula quiere conseguir algo con su pareja. Tal vez alguien quiera más atención de su pareja o quiera atarlo aún más fuerte. El manipulador intenta lograr su objetivo mediante determinadas estrategias: patrones de acción.

Cada objetivo se puede lograr a través de diferentes estrategias. Si una estrategia no funciona, se puede probar con otra. Sachse organiza las estrategias según los objetivos que persigue.

Basándose en sus muchos años de experiencia, Sachse ha identificado cuatro objetivos y estrategias comunes para alcanzarlos.

1. *Objetivo: llamar la atención*
    - Estrategias positivas: por ejemplo, prestar más atención a tu pareja, cumplir deseos
    - Estrategias negativas: por ejemplo quejarse, quejarse, regañar, presionar
2. *Objetivo: conseguir admiración*
    - Estrategias positivas: por ejemplo, señalar los propios logros.
    - Estrategias negativas: por ejemplo, alarde, individualismo extremo.
3. *Objetivo: unir a tu pareja contigo*
    - Estrategias positivas: por ejemplo, cumplir los deseos de tu pareja.
    - Estrategias negativas: por ejemplo, hacer dependiente a la pareja, evitar conflictos, decir siempre “sí”.
4. *Objetivo: mantener a tu pareja a distancia*
    - Estrategias positivas: por ejemplo, resistencia pasiva ocasional.
    - Estrategias negativas: por ejemplo, acusar repetidamente a tu pareja de errores cometidos hace mucho tiempo

Defensa contra la manipulación

La estrategia de defensa más sencilla es descubrirlos. Note la sensación incómoda que tiene. Te indica que algo anda mal. Ahora conoce la estrategia y las acciones asociadas. He reproducido de forma abreviada las siguientes preguntas de Sachse.

Reconocer los objetivos y acciones del manipulador.

Pregúntate a ti mismo las siguientes preguntas:

- ¿Qué quiere mi pareja que yo percibo o no percibo de él? ¿Qué hace por ello?
- ¿Qué quiere que haga o no haga por él?
- ¿Qué no me gusta?

Si no quiere dejarse manipular, proceda de la siguiente manera:

- Comparte con tu pareja lo que reconoces.
- Dígale que quiere comprenderlo mejor y por qué hace esto.
- Dile lo que sospechas.
- Di claramente cómo te sientes acerca de su comportamiento, pero sin agresión con mensajes en primera persona.
- Expresa lo que quieres y lo que no quieres. Deja claros tus límites. Proceder con sensibilidad y tener cuidado con el error: “Ahora te tengo, bastardo” (Eric Berne)

Consejo práctico:

El libro de Rainer Sachse "Cómo manipular a mi pareja, pero correctamente" ofrece muchos consejos detallados sobre cómo fortalecer la relación con la pareja. Comprenderás que la manipulación es un comportamiento humano normal. Te ayuda a afrontarlo con más tranquilidad y así mejora la relación con tu pareja.

Así te proteges de la manipulación

Lista de verificación: Protección contra la manipulación

1. **Vuélvete más crítico. Tenga especial cuidado con los expertos y los medios de comunicación.**

   Con demasiada frecuencia intentan hacerte parecer estúpido. Mantenga la confianza en su familia. Incrementa tu actitud crítica hacia el mundo exterior.

2. **Entrena tu atención plena , por ejemplo mediante la meditación de atención plena . No seas víctima de los automatismos.**

   Esto te hará más consciente de tu propio comportamiento y de las influencias del mundo exterior. Tómate unos 20 minutos para ti todos los días.

3. **Preste atención a si se le presentan argumentos y justificaciones reales.**

   ¿Hay desinformación? Hacer preguntas. No aceptes nada como verdad sin evidencia. La carga de la prueba no recae sobre usted, sino sobre el manipulador.

4. **Pregúntese qué intereses persigue su contraparte. ¿Cuáles son las consecuencias?**

   Presta atención a su lenguaje corporal . ¿Qué dice sobre el hablante? ¿Qué hay detrás de sus palabras?

5. **Amplia tu vocabulario . De esta manera te vuelves menos dependiente de formas predeterminadas de expresarte .**

   Escuche atentamente lo que dice la otra persona. Sea consciente de su lenguaje corporal .

6. **Tómate en serio cualquier malestar que surja durante la conversación.**

Tu subconsciente te está diciendo que algo anda mal. Reconoce cómo la gente intenta manipularte. Entrena tu conciencia de los sentimientos. No te dejes emocionalizar, ni positiva ni negativamente. Las emociones fuertes bloquean tu razón.

7. **Evite las autotrampas .**

Estos son, por ejemplo: tomar sólo la última impresión o la primera impresión importante, considerar representativas las experiencias individuales, el pensamiento lineal, el ajetreo , los patrones de pensamiento erróneos, los paralogismos mencionados, la superficialidad , el ajetreo, etc. Considere los efectos secundarios y las consecuencias. Sea particularmente crítico con lo que decide creer. Quítate las gafas de color rosa.

8vo. **Evite la agresión .**

Si somos manipulados, a menudo mostramos reacciones defensivas. Si el manipulador se vuelve injusto y emocional, nosotros también lo haremos o cederemos. El manipulador espera estas reacciones. Sólo si no te dejas contagiar por tal comportamiento podrás controlar la conversación.

9. **Descubra lo que quiere y persiga sus objetivos con confianza.**

Ya tienes bastante que ver con eso. Tu conciencia no está abierta al manipulador.

10. **Si el manipulador ya le ha hecho “clic”, esté muy atento. Controla tus emociones para que la influencia del manipulador no aumente.**

- Principio de Conformidad : No te dejes llevar por la multitud. Guíate

por los hechos y tu propio criterio.

- Principio de coherencia : si el manipulador ha hecho clic con favores, pregúntese: ¿Ya me siento obligado? Si reconoce señales en usted mismo y el manipulador continúa siendo intrusivo, lárguese.
- Principio de reciprocidad : Pregúntese: ¿Quiero seguir participando en esto? Si es así, sólo en pequeños pasos.

11. **Tenga cuidado de no sentirse ofendido o insultado por la otra persona.**

    Si atraviesas los sentimientos, reaccionas de manera incontrolable y afectiva. Entonces pierdes todas las conversaciones. Entrenar las mencionadas pausas y la percepción y control de los sentimientos. Eres responsable de tus sentimientos. No le dé a la persona con la que está hablando ningún poder sobre usted.

12. **Aumenta tus habilidades de observación y empatía.**

    Puedes lograr esto a través de la meditación de atención plena. Experimente al manipulador en su mundo, sus motivos e intereses. Esto mejorará su conocimiento de las personas . Su radar de advertencia interno puede activarse.

13. **Persigue persistentemente tu objetivo. Dirija la conversación en una dirección positiva. Esto a menudo resulta en una situación en la que usted y su pareja ganan.**

9 Cómo se manipula la gente a sí misma

ilusiones

Profecías autocumplidas

Mensajes subliminales

La memoria se manipula a sí misma.

Libérate del autoengaño y vuélvete autónomo

ilusiones

En esta época dominada por los medios de comunicación, estamos constantemente expuestos a la seducción y la manipulación. La mayoría de la gente piensa que son inmunes a ella. Creen que su personalidad significa que están mejor protegidos que quienes los rodean. Pero eso es un error. A pesar de tener mejores conocimientos, las personas se manipulan a sí mismas con sus capacidades cognitivas , para lo cual la psicología ha acuñado el término “ilusión de invulnerabilidad”.

Robert Levine realizó una investigación con estudiantes. Primero se pidió a los sujetos que evaluaran cuáles de los siguientes rasgos de personalidad promueven la susceptibilidad a la manipulación: credulidad , conformidad , ingenuidad , déficit de confianza en uno mismo , seguridad en uno mismo e independencia. Se pidió a 268 estudiantes que se compararan con otros en estas características. El 77 por ciento de las personas dijeron que eran más conscientes de la manipulación que la persona promedio. El 61 por ciento pensó que sabía mejor que sus pares sobre los métodos de engaño y el 66 por ciento pensó que tenía habilidades de pensamiento crítico superiores al promedio.

Otras series de pruebas arrojaron un resultado sorprendente. Son precisamente las personas con menos habilidades las que más sobreestiman sus capacidades . Su creencia de que era mejor que el promedio era una ilusión. Tras una extensa serie de pruebas, David Dunning y Justin Kruger llegaron a una conclusión clara. Por ejemplo, cualquiera que tenga dificultades para emitir juicios no puede juzgarse a sí mismo ni a los demás. Estas personas no quieren mejorar en absoluto. Por eso Levine habla de “incompetencia que se perpetúa a sí misma”. También existe el hecho contrario. Algunos consideran que sus talentos son ilusiones .

Además de la ilusión de superioridad , existe la ilusión de invulnerabilidad . A pesar de los grandes riesgos que conlleva fumar, los fumadores no se dan por vencidos. Es

sorprendente que los sujetos con mayor riesgo fueran los más profundamente convencidos de su invulnerabilidad.

Consejo práctico:

Esfuércese por el autoconocimiento . Pide a tus amigos sus opiniones honestas. Ejecute pruebas. Entrena tus habilidades. Esto también aumenta su capacidad para lograr un autoconocimiento realista.

Profecías autocumplidas

El término “profecía autocumplida” proviene de Paul Watzlawik y significa que la profecía de un evento conduce a que la profecía se cumpla. El requisito previo para esto es que alguien crea en su propia profecía o en la de otra persona. Entonces esto se toma como un hecho o un evento inminente.

Ejemplo:

Digamos que alguien piensa que nadie lo aprecia. Pronto adaptará su comportamiento en consecuencia. Se volverá desconfiado y distante. Otras personas encontrarán esto muy desagradable y se alejarán. No lo apreciarán y su suposición está “comprobada”. A través de sus suposiciones y comportamiento creó la reacción de sus semejantes.

Un mecanismo de este tipo tiene aún más éxito si no se reconoce su contribución.

Consejo práctico:

Piensa de manera compleja. Pregúntese siempre: ¿Cómo reaccionará la gente ante mis acciones? Distinguir entre opiniones y hechos.

Mensajes subliminales

Los mensajes subliminales son estímulos que se encuentran por debajo del nivel de percepción o conciencia. Aunque estos mensajes no se perciben conscientemente, dejan un impacto y se procesan de manera inconsciente. Así aprendemos inconscientemente y desarrollamos estructuras cognitivas inconscientes. Estos tienen un impacto en los procesos conductuales y cognitivos.

Sheila T. Murphy y Robert B. Zajonc llevaron a cabo experimentos al respecto. A los sujetos de prueba se les mostraron caracteres chinos que debían calificarse positiva o negativamente. Antes de la percepción, a los participantes de la prueba se les mostraron polígonos con al menos cuatro lados o expresiones faciales durante 4 milisegundos. Las expresiones faciales eran positivas o negativas. El tiempo de 4 milisegundos estuvo por debajo del umbral de percepción y conciencia. Los resultados experimentales mostraron que los mensajes subliminales mostrados influyeron en la evaluación de los personajes. Los sujetos de prueba valoraron muy positivamente a los personajes, precedidos por expresiones faciales positivas. En segundo lugar estaban los personajes que seguían un polígono neutral. Los personajes que estaban precedidos por expresiones faciales negativas recibieron la calificación más negativa.

Importante:

El procesamiento inconsciente de la información puede influir en nuestro pensamiento y nuestras actitudes. Lo que vivimos, pensamos o hicimos antes de un juicio influye en nuestra evaluación. Esto también se manifiesta en el llamado “efecto Pigmalión”.

En Las Metamorfosis del poeta Ovidio, Pigmalión es un escultor que se enamoró de la figura femenina de marfil que creó. Cuando la diosa Afrodita le dio vida, Pigmalión se casó con ella. La investigación de Robert Rosenthal y Lenore Jacobsen confirma el efecto Pigmalión entre profesores y alumnos. El desempeño de los estudiantes se

desarrolla hasta el nivel que el maestro espera que alcancen.

Consejo práctico:

Utilice procesos de procesamiento inconscientes en su cerebro para obtener más creatividad y eficacia. Para ello, realice regularmente meditación de atención plena por la mañana o por la noche durante unos 20 minutos.

La memoria se manipula a sí misma.

A menudo se ha comparado la memoria con un disco duro que almacena eventos. Sin embargo, esta visión no es correcta. La memoria es flexible y maleable. Incluso llega tan lejos que creemos que podemos recordar muchas cosas, aunque algunas de ellas no las hayamos experimentado en absoluto.

Elizabeth Loftus lo ha demostrado en experimentos. Los estudiantes recordaban haber ido a Disneylandia cuando eran niños. Allí creyeron encontrarse con el conejo Bugs Bunny de pelaje gris y grandes incisivos. Pero eso no fue posible porque este conejo no se podía encontrar allí. Loftus había ayudado a este “recuerdo” a través de anuncios colocados por la compañía Disney. En esta imagen los sujetos de prueba fueron fotografiados junto a Bugs Bunny. El anuncio falso hizo que entre el 16 y el 35 por ciento de los estudiantes “recordaran” algo que no había sucedido.

Loftus concluyó que nuestra memoria inventa la memoria. Incluso se demostró que los informes de los medios o las historias ficticias se interpretan como experiencias propias. Incluso el cine se confunde a veces con la propia vida.

Ejemplo:

Durante la campaña electoral, el presidente estadounidense Ronald Reagan contó repetidamente una historia de la Segunda Guerra Mundial que supuestamente él mismo vivió. Con lágrimas en los ojos habló de un capitán heroico. Se quedó con un pistolero gravemente herido en un avión que se estrelló. El resto del equipo saltó en paracaídas. Esta historia era idéntica a una escena de una película que había visto Reagan. La memoria de Reagan había integrado más tarde la historia en su memoria como una experiencia separada.

Hay muchos otros ejemplos de cómo la memoria se manipula a sí misma. Harald Welzer dice: “Realmente no nos importa si algo realmente sucedió. Lo principal es que encaje con nuestro presente”.

Las experiencias desagradables pasan desapercibidas cuando se repiten a lo largo de los años. Así es como las personas crean su propia historia de vida. La intención es afrontar mejor el presente. Por lo tanto, la memoria no refleja los acontecimientos objetivamente, sino que modifica los acontecimientos pasados según lo hace necesario el presente.

Consejo práctico:

Sea crítico con la función de la memoria. Pregúntese: ¿Estoy modificando lo que pasó para adaptarlo a mis necesidades al blanquearlo?

del autoengaño y vuélvete autónomo

El autoengaño se conoce desde hace mucho tiempo. En el siglo XV, el monje budista Buddhaghosa lo describió como una locura. Para él, el engaño conduce a una nubosidad de la mente, lo que conduce a una percepción falsa del objeto de la conciencia. Esta descripción es consistente con la psicología cognitiva moderna.

La cura para el autoengaño

Buddhaghosa ve la intuición como el remedio, viendo las cosas como son. Freud recomendó lo mismo. Según Freud, la conciencia clara es el primer paso para aclarar nuevamente una percepción distorsionada. Freud recomendó llevar el mismo nivel de atención a todo lo que ves y oyes . No debe haber ninguna selección basada en las propias expectativas e inclinaciones. Quien sólo sigue sus inclinaciones distorsionará su propia percepción. No sólo la persona individual tiene que actuar de esta manera, sino también el terapeuta. Sólo cuando el terapeuta deja de lado su propio esquema puede experimentar al cliente tal como es.

Este es el enfoque óptimo, que ya se describe y se requiere en la escucha inicial. El terapeuta confronta al cliente con cosas con las que anteriormente había luchado para que pueda lograr una percepción abierta y, por tanto, confianza en sí mismo. La “ventaja” del autoengaño es ignorar hechos desagradables en lugar de percibirlos. De esta forma el individuo consigue protegerse del dolor.

Cómo funcionan el subconsciente y el consciente

Lo que entra en la conciencia lo decide el inconsciente. Así es como los humanos tienen la capacidad de desarrollar la confianza en sí mismos o de practicar el autoengaño. El autoengaño se desarrolla especialmente cuando su objetivo es brindar protección contra el miedo. Sin embargo, para convertirse en una persona autónoma, es importante percibir toda la información necesaria, incluso si el conocimiento inicialmente está asociado con el dolor. Es muy perjudicial para cualquier persona cambiar

percepciones distorsionadas de la realidad por una sensación de seguridad aparente .

Consecuencias de la falsa seguridad

Con una falta de atención selectiva, se descartan las partes de nuestras experiencias que podrían preocuparnos. Las “mininegaciones” nos impiden darnos cuenta de algunos de los detalles importantes de nuestra propia vida. En esta desatención selectiva, parte de la percepción se borra antes de que llegue a la conciencia. En el automatismo, la falta de atención se extiende a la propia reacción.

Es sorprendente cómo la gente ignora vastas áreas de percepción que representan una fuerte necesidad de cambio. Por ejemplo, está el amante de mujer a mujer que busca confirmación. Aunque el final de la relación siempre es doloroso, parece abocado a una serie interminable de romances. O el jefe que se lleva el trabajo de vacaciones en lugar de desconectarse. En todos estos casos, Freud habla de un proceso de repetición que siempre conduce a la crisis.

El psiquiatra estadounidense R. Sullivan dice: “No tenemos la experiencia de la que podríamos beneficiarnos, es decir, aunque nos sucede, no notamos su condición y, en gran parte, nunca nos daremos cuenta de que existe en Todo pasó”.

Mucha gente no se da cuenta de las consecuencias obvias de sus acciones. Tampoco reconocen sus propias reacciones ante las acciones de los demás.

Consejo práctico:

Nadie está libre del autoengaño. Muchas personas recuerdan haber excluido alguna vez cosas de su conciencia. ¿Qué hechos no reconoces y que te siguen poniendo en la misma situación? ¿Qué reconoces? Tómate un tiempo para ti y presta atención a tus pensamientos y sentimientos. ¿Qué programa de autocambio quieres desarrollar? Cuando te cambias a ti mismo, mejoras tu calidad de vida y te conviertes en una persona autodeterminada.

Importante:

Entrena tus habilidades de percepción con la meditación de atención plena. La atención plena a uno mismo es la clave para el autoconocimiento . Con mindfulness percibes la individualidad de cada persona. Entonces podrás combinar las técnicas de este libro según la situación. Esto le ayudará a influir, persuadir y protegerse de la manipulación con mayor éxito.

10 seminarios/referencias literarias.

Seminarios a cargo del Prof. Dr. Heinz Ryborz

Referencias de literatura

Estudios

Seminarios a cargo del Prof. Dr. Heinz Ryborz

Durante muchos años, el Prof. Dr. Heinz Ryborz imparte seminarios para empresas, consultas y coaching personal.

Ejemplos de temas de seminarios incluyen:

- Ganar fuerza de personalidad y personas.
- Influir y convencer
- Entrenamiento de la personalidad para directivos
- Liderar y motivar a los empleados.
- Trato exitoso con los clientes.
- Comunicación y conversación.
- Capacitación en ventas: por qué los mejores vendedores tienen tanto éxito

A petición: formación sobre temas previa cita.

Puede obtener información de:

APU – Instituto de Psicología Aplicada y Consultoría de Gestión GmbH
PO Box 2104
51574 Reichshof
Tel.: 0 22 65/92 32
Fax: 0 22 65/93 54
Correo electrónico: profdr.ryborz@t-online.de

Referencias de literatura

Adenauer, Konrad : Memorias 1953-1955, DVA, 1966

Baillargeon, Normand/Liebl, Elisabeth : Curso intensivo de autodefensa intelectual, Riemann, 2008

Beck, Gloria : Felicitaciones: un manual de instrucciones, Eichborn, 2009

Berne, Eric : Juegos para adultos, Rowohlt, 2002

Brendl, Erich : Manipulación inteligente, Gabler, 2004

Buber, Martin : El principio dialógico, Lambert Schneider, 1979

Cialdini, Robert : La psicología de la persuasión, Huber, 2010.

Ciompi, Luc : Lógica del afecto, Klett-Cotta, 1982

Ciompi, Luc : Los fundamentos emocionales del pensamiento, Vandenhoeck & Ruprecht, 2005

Dalai Lama/Ekmann, Paul : Sentimiento y compasión, espectro, 2009

Decher, Friedhelm : Gafas color rosa, Lambert Schneider, 2010

Dutton, Kevin/Leineweber, Bernd/Binder, Klaus : Brain Whisperer, dtv, 2011

Ekmann, Paul : Lectura de sentimientos, Spektrum, 2004

Ekmann, Paul : Sé que mientes, Rowohlt, 2011

Emerson, Ralph Waldo : Ensayos, Diógenes, 2009

Emerson, Ralph Waldo : Pensamientos, Anaconda, 2011

Fairhurst, Gail/Sarr, Robert : El arte de liderar a través del lenguaje, Walhalla, 1999

Fischer, Ernst Peter : Crítica del sentido común. Ullstein, 2002

Forer, Bertram R .: La falacia de la validación personal – Revista de psicología anormal y social 44, p.118

Goldmann, Heinz : Comunicación convincente, economía de línea roja

Gracián, Balthasar : Oráculos de manos y el arte de la sofisticación, Anaconda 2005

Greene, Robert : Las 24 leyes de la seducción, Hanser, 2001

Greene, Robert : Las 48 leyes del poder, Hanser, 1999

Hüther, Gerald : Instrucciones de funcionamiento para un cerebro humano, Vandenhoeck & Ruprecht, 2010

Idries Shah : Las fabulosas hazañas del sabio tonto Mulla Nasrudin, Herder, 2011

Jaspers, Karl : Sobre la amplitud del pensamiento, Piper 2008

Kraus, Karl : Pensando con Karl Kraus, Diógenes, 2007

Confucio : Confucio ya dijo, Edición XXL, 2009

Landmann, Salcia : chistes judíos, dtv 2009

Lang, Rudolf : Las anécdotas más bellas de todo el mundo, Libro y Tiempo, 1982

Levine, Robert : La gran seducción, Piper, 2003

Limbeck, Martin : Todavía no ha comprado nada, mvg, Redline, 2011

Maslow, Abraham : motivación y personalidad, Rowohlt, 1981

Navarro, Joe : Leyendo gente, mvg, 2010

Pöhm, Matthias : Contraataque en imágenes, mvg, Redline, 2007

Poppe, Tom : La llave del castillo, Schönbergers, 1986

Porzig, Walter : El milagro del lenguaje, UTB, 1993

Prost, Winfried : manipulación y arte de la persuasión, Gabler, 2009

Riemann, Fritz : Formas básicas del miedo, Reinhard y Ernst, 2011

Rogers, Carl : Terapia de conversación centrada en el cliente, Fischer, 2009

Rosenthal, Robert/Jacobson, Lenore : Pigmalión en el aula. Nueva York, 1968

Rowland, Ian : Todos los hechos de la lectura en frío, Londres 2002

Ryborz, Heinz : El arte de convencer, Goldmann, 1985

Ryborz, Heinz : Comunicación con el corazón y la mente, Walhalla, 2010

Ryborz, Heinz : Seguro de sí mismo, Walhalla, 2011

Ryborz, Heinz : Contraatacar con habilidad: Nunca más te quedes sin palabras, Walhalla, 2011

Sachse, Rainer : ¿Cómo puedo manipular correctamente a mi pareja?, Klett-Cotta, 2010

San Tsu : Sobre el arte de la guerra, marix, 2011

Scherer, Hermann : Cómo traer a Bill Clinton a Alemania, Campus, 2006

Schneider, Wolf : Las palabras hacen a las personas, Piper, 2007

Watzlawick, Paul : Guía para la infelicidad, Piper, 1997

Welzer, Harald : La memoria comunicativa, Beck, 2002

Whorf, Benjamin : Lenguaje – Pensamiento – Realidad, Rowohlt, 1963

Wiseman, Richard : Quirkología, Fischer, 2008

Estudios

Burgdorf, Jeffrey S./Moskal, Joseph R .: Placer. Enciclopedia de neurociencia conductual, Londres, Burlington Academic Press III, 93–96

Dunning, David/Kruger, Justin : No calificado y inconsciente de ello. Cómo las dificultades para reconocer la propia incompetencia conducen a autoevaluaciones infladas. Revista de Personalidad y Psicología Social 77, 1121–1134, 1997

Eemeren, van Frans/Grootendorst, Rob : Argumentación. Análisis, Evaluación, Presentación, Mahwah, 174, 2002

Englich, Birte/Mussweiler, Thomas/Strack, Fritz : Jugar a los dados con sentencias penales: la influencia de anclajes irrelevantes en los expertos. Toma de decisiones judiciales. Boletín de Psicología Personal y Social 32, 188–200, 2006

Festinger, Leon/Carlsmith, James M .: Consecuencias cognitivas del cumplimiento forzado, Journal for Abnormal and Social Psychology 203–210, 1959

Forer, Bertram R .: La falacia de la validación personal. Una demostración de credulidad en el aula. Revista de psicología social y anormal 44, 118-123, 1949

Howard, Daniel J .: La influencia de las respuestas verbales a saludos comunes en el comportamiento de cumplimiento. Revista de Psicología Social Aplicada 20, 1185-1196, 1990

Langer, Ellen J./Chanowitz, Benzion : La insensatez de la acción aparentemente reflexiva: el papel de la información "placebica" en la interacción interpersonal. Revista de Personalidad y Psicología Social 36, 635–642, 1978

Loftus, Elizabeth (ver Schumacher, Andrea) : El yo traicionado. En: Sentker, Wigger F. (Ed.): Rompecabezas I, Cerebro, Sentimiento, Conciencia, 27–33, 2007

Meehl, Paul E .: El psicólogo americano Vol. 11, No. 6, 1956

Moritary, Thomas : Crimen, compromiso y el espectador receptivo. Revista de Personalidad y Psicología Social 64, 723–739

Murphy, Sheila T./Zajonc, Robert B .: Afecto, cognición y conciencia. Preparación afectiva con exposiciones a estímulos óptimos y subóptimos. Revista de Personalidad y Psicología Social 64, 723–739, 1993

Índice

LEJOS

CDE

FG

HIK

LMNOP

QRS

TUV

WZ

Palabras clave A – B

Pero

Lenguaje y conocimiento de la realidad – palabras tabú

demarcación

La manipulación es algo cotidiano.

Rechazo

Recoja a su interlocutor donde está: reconstruya el hilo de pensamiento del interlocutor
Recoge a tu pareja donde esté y convéncela con preguntas
Autoconfianza – coraje y perseverancia

Acuerdos

Técnica de atracción: mantenerse en contacto

Consciencia

Ilusiones – Liberarse del autoengaño y volverse autónomo
La manipulación es algo cotidiano: así es como te proteges de la manipulación

Meditación de atención plena

El lenguaje de la ropa: señales positivas
La manipulación es algo cotidiano: así es como te proteges de la manipulación

Peligro

La manipulación es algo cotidiano.

Lógica del afecto

Técnica de atracción – combinación de técnicas.
La manipulación es algo cotidiano.
La manipulación es algo cotidiano.

Afecta el estado de ánimo

La manipulación es algo cotidiano.

agresiones

La manipulación es algo cotidiano: así es como te proteges de la manipulación
La manipulación es algo que sucede todos los días: cuidado con enamorarte de ti mismo.

semejanza

Sonrisa – simpatía y similitud
Sonrisa – simpatía y similitud

Aceptar

Recoge a tu pareja donde esté

Analogías, falsas

Técnica de atracción – combinación de técnicas.
La manipulación es algo cotidiano – falsas analogías

Análisis

Confianza – Empatía

reconocimiento

Recoge a tu pareja donde esté y convéncela con preguntas

Adaptabilidad

ilusiones

Ataques personales

La manipulación es algo común: fraude mental

miedos

Recoja a su interlocutor donde está: reconstruya el hilo de pensamiento del interlocutor
La manipulación es algo cotidiano – manipulación emocional

Establecer ancla

Técnica de atracción: establecimiento de puntos de anclaje

Acercarse

Autoconfianza – cercanía y conexión
Autoconfianza – cercanía y conexión

Suposiciones

Recoge a tu pareja donde esté

Técnica de atracción

Técnica de atracción

Argumentos, deficientes

Técnica de atracción – combinación de técnicas.

Argumentos

Sonríe: comprende a los demás.
La manipulación es algo cotidiano – argumentos falsos

articulación

El lenguaje de la ropa – el estilo de hablar

aspectos

Lenguaje y conocimiento de la realidad: utilizar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas.
Lenguaje y conocimiento de la realidad – spin

Atención

Técnica de atracción – generar atención
Técnica de atracción – combinación de técnicas.
Autoconfianza – cercanía y conexión

modos de expresión

La manipulación es algo cotidiano: así es como te proteges de la manipulación

Gatillo, crítico

El lenguaje de la ropa: señales positivas

Pronunciación

El lenguaje de la ropa – el estilo de hablar

Resplandor

Técnica de atracción
El lenguaje de la ropa: señales positivas
Sonrisa – simpatía y similitud

Automatismos

Técnica de atracción – combinación de técnicas.
El lenguaje de la ropa: señales positivas
La manipulación es algo común: la desinformación

Técnica de autoridad

Técnica de atracción – técnica de autoridad
Técnica de atracción – técnica de reciprocidad

técnica barnum

Sonrisa – La técnica Barnum

Considerar

Recoge a tu compañero donde está – disuelve la resistencia

Jerarquía de las necesidades

Técnica de atracción – satisfacción de necesidades

necesidades

Técnica de atracción – satisfacción de necesidades
Conozca a su pareja donde esté: aclare valores y necesidades

Conozca a su pareja donde esté: aclare valores y necesidades

Influencia #con sentimientos

Técnica de atracción – combinación de técnicas.

Influencia #con el lenguaje

Técnica de atracción – combinación de técnicas.

Influencia#con repeticiones

Técnica de atracción – combinación de técnicas.

Influencia, negro

La manipulación es algo cotidiano.

Proceso de influencia

Técnica de atracción – Ejemplo: proceso de influencia
Técnica de atracción: sincronización

afirmación

Conozca a su pareja donde esté: aclare valores y necesidades

Instrucciones

Recoge a tu pareja donde esté

Observar

El lenguaje de la ropa: observación minuciosa y lectura de la mente

capacidad de observación

La manipulación es algo cotidiano: así es como te proteges de la manipulación

Habilidades de observación

El lenguaje de la ropa: observación minuciosa y lectura de la mente

Conveniencia

Técnica de atracción – satisfacción de necesidades

Aconsejar

Recoge a tu pareja donde esté

Toque, gentil

Autoconfianza – cercanía y conexión

Puntos de vista, creativos.

Confianza – Credibilidad

Hacer trampa, mental

La manipulación es algo común: fraude mental

Probado, social
Técnica de atracción – combinación de técnicas.

Evidencia
La manipulación es algo cotidiano – argumentos falsos

Carga de la prueba
La manipulación es algo común: fraude mental

opiniones
Recoge a tu pareja donde esté

conciencia
El lenguaje de la ropa: señales positivas

Proceso de relación
Sonríe – Las Técnicas Rowland

Tecnología de imagen
Técnica de atracción – técnica de imagen.

Manipulación de imagen
La manipulación es algo cotidiano – manipulación de imágenes

vinculante
Confianza – Empatía
Autoconfianza – cercanía y conexión

Bloqueos
La manipulación es algo cotidiano – manipulación del lenguaje

Vinculación
Autoconfianza – cercanía y conexión

Embajadas
Lenguaje y conocimiento de la realidad – transmitir ideas

Palabras clave C – E

carisma

Sonrisa – simpatía y similitud

Lectura en frío

Sonríe – Las Técnicas Rowland

Técnica de compromiso

Técnica de atracción – técnica de compromiso y coherencia.
Técnica de atracción – técnica de compromiso y coherencia.
Técnica de atracción – técnica de reciprocidad

Déficits

La manipulación es algo común: la desinformación
Lenguaje y conocimiento de la realidad: lograr más con menos palabras

Pensar

Lenguaje y conocimiento de la realidad: utilizar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas.
Lenguaje y conocimiento de la realidad: utilizar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas.

Pensamiento#impulsado por los afectos

La manipulación es algo cotidiano.

Piensa positivo

El lenguaje de la ropa: señales positivas

Pensando#racional

Técnica de atracción – técnica de imagen.

Errores al pensar

La manipulación es algo común: la desinformación
La manipulación es algo cotidiano.

Clichés de pensamiento

Técnica de atracción – combinación de técnicas.

Patrones de pensamiento

Lenguaje y conocimiento de la realidad - metáforas

estructura de pensamiento

Recoge a tu pareja donde esté y convéncela con preguntas

Desinformación

La manipulación es algo común: la desinformación

claridad

El lenguaje de la ropa – el estilo de hablar

Interpretaciones

Confianza – Empatía

dialéctico

La manipulación es algo común: la desinformación

diálogo

Recoja a su interlocutor donde está: reconstruya el hilo de pensamiento del interlocutor
Conozca a su pareja donde esté: aclare valores y necesidades

dilema

La manipulación es algo común: fraude mental

Disonancia cognitiva

Técnica de atracción – combinación de técnicas.
La manipulación es algo cotidiano – disonancia cognitiva

distancia

Técnica de atracción: sincronización

Comportamiento de dominancia

Conozca a su pareja donde esté: aclare valores y necesidades

Presión

La manipulación es algo cotidiano – disonancia cognitiva

Perserverancia

Autoconfianza – coraje y perseverancia

Honor

Lenguaje y conocimiento de la realidad.

Interés propio

Autoconfianza – interés propio

De hecho

Lenguaje y conocimiento de la realidad – palabras tabú

empatía

Confianza – Empatía

Ajustes

Técnica de atracción

objeción

Recoja a su interlocutor donde está: reconstruya el hilo de pensamiento del interlocutor

emociones

Técnica de atracción: abordar los sentimientos
Técnica de atracción – combinación de técnicas.
El lenguaje de la ropa: señales positivas
El lenguaje de la ropa: señales positivas

Nivel de emoción

Técnica de atracción – técnica de imagen.

empatía

Conozca a su pareja donde esté: aclare valores y necesidades
La manipulación es algo cotidiano: así es como te proteges de la manipulación
Confianza – Empatía

Enfatizar

El lenguaje de la ropa: engaños y mentiras

Intercambio de energía

Autoconfianza – cercanía y conexión

Alivio, emocional

Técnica de atracción – combinación de técnicas.

Decisión

Técnica de atracción: mantenerse en contacto
La manipulación es algo cotidiano – argumentos falsos

Cualquiera de las dos alternativas

La manipulación es algo cotidiano – argumentos falsos

riqueza de experiencia

Lenguaje y conocimiento de la realidad.

éxitos

Confianza

Requisitos

Técnica de atracción – combinación de técnicas.

Proceso cognitivo

La manipulación es algo que sucede todos los días: cuidado con enamorarte de ti mismo.

Patrón de explicación

Lenguaje y conocimiento de la realidad: utilizar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas.

Experimentar mundos

Sonríe: comprende a los demás.

Alentar

Recoge a tu compañero donde está – disuelve la resistencia

nivel de excitación

Técnica de atracción – principio de escasez

Primer contacto

Técnica de atracción – autoexpresión

Preguntas de extensión

La manipulación es algo común: mentir.

Aspiración de ganar

Técnica de atracción – satisfacción de necesidades

Rol de experto

La manipulación es algo común: la desinformación

Extrapolaciones lineales

Técnica de atracción – combinación de técnicas.
La manipulación es algo cotidiano.
La manipulación es algo que sucede todos los días: cuidado con enamorarte de ti mismo.

Palabras clave F – G

habilidades

ilusiones

justicia

La manipulación es algo que sucede todos los días: cuidado con enamorarte de ti mismo.

Reseñas falsas

La manipulación es algo cotidiano.

Desinformación

Lenguaje y conocimiento de la realidad – lenguaje e información

comentario

Lenguaje y conocimiento de la realidad – transmitir ideas

Falacias

La manipulación es algo común: fraude mental

flexibilidad

Confianza: hacer lo inesperado
Confianza – Flexibilidad

Errores de descuido y concentración.

La manipulación es algo que sucede todos los días: cuidado con enamorarte de ti mismo.

Consecuencias e interacciones

Técnica de atracción – combinación de técnicas.

efecto anterior

Sonrisa – La técnica Barnum
Sonrisa – La técnica Barnum
Sonrisa – La técnica Barnum

técnica de bifurcación

Sonrisa – La técnica Barnum

Pregunta#hipotética

Recoge a tu pareja donde esté y convéncela con preguntas

Pregunta#aclaradora

Sonríe: comprende a los demás.

Pregunta#crítica

La manipulación es algo cotidiano – argumentos falsos

Pregunta#retórica

Sonríe – cumplidos

Pregunta#más

Sonríe: comprende a los demás.

Pregunta#preparada

La manipulación es algo común: mentir.

Cuestionario de preguntas

Lenguaje y conocimiento de la realidad: el “cómo” es más importante que el “qué”

Opinión externa

La manipulación es algo cotidiano.

Control externo

La manipulación es algo cotidiano: manipulación a través de normas, reglas, convenciones.

Alegría

Técnica de atracción – técnica de imagen.

frustración

La manipulación es algo que sucede todos los días: cuidado con enamorarte de ti mismo.

Palabras de relleno

Lenguaje y conocimiento de la realidad: el “cómo” es más importante que el “qué”

Garantías, falsas

Técnica de atracción – combinación de técnicas.
La manipulación es algo común: falsas garantías

memoria

Ilusiones – La memoria se manipula a sí misma.

Pensamientos

El lenguaje de la ropa: señales positivas
Confianza

Pensamientos

Recoja a su interlocutor donde está: reconstruya el hilo de pensamiento del interlocutor

Leer mentes

El lenguaje de la ropa: observación minuciosa y lectura de la mente

paciencia

Técnica de atracción: sincronización
La manipulación es algo que sucede todos los días: cuidado con enamorarte de ti mismo.
Autoconfianza – coraje y perseverancia

sentimientos

Técnica de atracción: abordar los sentimientos
Técnica de atracción – combinación de técnicas.
Autoconfianza – cercanía y conexión
Confianza
Lenguaje y conocimiento de la realidad – cuentos

Manejo de emociones

Sonrisa – simpatía y similitud

Manipulación emocional

Técnica de atracción – combinación de técnicas.
La manipulación es algo cotidiano – manipulación emocional

nivel de sentimiento

Sonrisa – simpatía y similitud

Emoción

El lenguaje de la ropa: observación minuciosa y lectura de la mente

Reflexiones emocionales

Sonríe: comprende a los demás.

control de emociones

Técnica de atracción: sincronización

Reconvención

Recoja a su interlocutor donde está: reconstruya el hilo de pensamiento del interlocutor

Contramanipulación

La manipulación es algo cotidiano.

dicotomía

La manipulación es algo cotidiano.

Presente

Sonrisa

Secreto

Lenguaje y conocimiento de la realidad – palabras mágicas

Validez

Técnica de atracción – satisfacción de necesidades

Generalizar

La manipulación es algo común: fraude mental
La manipulación es algo que sucede todos los días: cuidado con enamorarte de ti mismo.

Radar de disfrute

Técnica de atracción: abordar los sentimientos

Rumores

Técnica de atracción – combinación de técnicas.
La manipulación es algo común: técnicas de rumor

cuentos

Lenguaje y conocimiento de la realidad – cuentos
Lenguaje y conocimiento de la realidad: utilizar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas.

expresión facial

El lenguaje de la ropa: observación minuciosa y lectura de la mente
El lenguaje de la ropa: observación minuciosa y lectura de la mente
El lenguaje de la ropa: observación minuciosa y lectura de la mente

disruptores de la conversación

Recoge a tu pareja donde esté
Sonríe: comprende a los demás.
Confianza – Empatía

los temas de conversación

Sonrisa – simpatía y similitud

Salud

Técnica de atracción – satisfacción de necesidades

credibilidad

Técnica de atracción: opciones de colores

Lenguaje y conocimiento de la realidad – spin
Lenguaje y conocimiento de la realidad – palabras tabú

simultaneidades

Técnica de atracción – combinación de técnicas.

Límites

Lenguaje y conocimiento de la realidad.

Palabras clave H – K

Actitud positiva

Técnica de atracción – combinación de técnicas.

Gestos con las manos

El lenguaje de la ropa: engaños y mentiras

odiar

Confianza – Flexibilidad

Tener

Técnica de atracción: sincronización

Hilaridad

Técnica de atracción – técnica de imagen.

ajetreo y bullicio

La manipulación es algo cotidiano: así es como te proteges de la manipulación
La manipulación es algo que sucede todos los días: cuidado con enamorarte de ti mismo.

Ampliando horizontes

Lenguaje y conocimiento de la realidad - metáforas

humor

Confianza – humor

transmitir ideas

Lenguaje y conocimiento de la realidad – transmitir ideas

ilusiones

ilusiones

Siempre

Lenguaje y conocimiento de la realidad – palabras tabú

Preguntas de implicación

Recoge a tu compañero donde está - cuestiones de implicación: instrumento de los expertos

Preguntas de implicación#negativas

Recoge a tu compañero donde está - cuestiones de implicación: instrumento de los expertos

Preguntas de implicación#positivas

Recoge a tu compañero donde está - cuestiones de implicación: instrumento de los expertos

Conciencia de impulso

El lenguaje de la ropa: señales positivas

individualidad

Ilusiones – Liberarse del autoengaño y volverse autónomo

Información#coloreada

Lenguaje y conocimiento de la realidad – lenguaje e información

Información#ideales

Lenguaje y conocimiento de la realidad – lenguaje e información

Información #apropiada indebidamente

Lenguaje y conocimiento de la realidad – lenguaje e información

Información#incompleta

Lenguaje y conocimiento de la realidad – lenguaje e información

Recopilación de información

Conozca a su pareja donde esté: aclare valores y necesidades

Procesamiento de información

La manipulación es algo cotidiano.
La manipulación es algo que sucede todos los días: cuidado con enamorarte de ti mismo.

Comportamiento de integración

Conozca a su pareja donde esté: aclare valores y necesidades

Intereses

Sonríe: comprende a los demás.
Sonrisa – simpatía y similitud
Lenguaje y conocimiento de la realidad – lenguaje e información

Interpretaciones

Confianza – Empatía

inversión

Lenguaje y conocimiento de la realidad – palabras mágicas

ironía

Lenguaje y conocimiento de la realidad: lograr más con menos palabras

claridad

Lenguaje y conocimiento de la realidad - metáforas

Ropa

El lenguaje de la ropa.
El lenguaje de la ropa.

Escasez

La manipulación es algo común: la desinformación

Principio de escasez

Técnica de atracción – principio de escasez

Técnica de escasez

Técnica de atracción – técnica de reciprocidad

cognición

Técnica de atracción – combinación de técnicas.
La manipulación es algo cotidiano.

un extraño

Confianza – humor

comunicación, positiva

Técnica de atracción – combinación de técnicas.

competencia

Técnica de atracción – autoexpresión
Confianza

cumplido

Sonríe – cumplidos
Sonríe – cumplidos

conformidad

La manipulación es algo cotidiano: manipulación a través de normas, reglas, convenciones.

Principio de conformidad

Técnica de atracción – Técnica de conformidad
La manipulación es algo cotidiano: así es como te proteges de la manipulación

Ingeniería de cumplimiento

Técnica de atracción – Técnica de conformidad
Técnica de atracción – técnica de reciprocidad

Preguntas de consecuencias

Recoge a tu compañero donde está - cuestiones de implicación: instrumento de los expertos

consistencia

La manipulación es algo común: la desinformación

Principio de coherencia

La manipulación es algo cotidiano: así es como te proteges de la manipulación

Técnica de consistencia

Técnica de atracción – técnica de compromiso y coherencia.
Técnica de atracción – técnica de compromiso y coherencia.
Técnica de atracción – técnica de reciprocidad

luchando por la consonancia, cognitiva

La manipulación es algo cotidiano – disonancia cognitiva

Contacto

Técnica de atracción – satisfacción de necesidades
Técnica de atracción – autoexpresión
Sonrisa – La técnica Barnum

Comportamiento de contacto

Técnica de atracción

Contrastes

Lenguaje y conocimiento de la realidad: utilizar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas.
Lenguaje y conocimiento de la realidad: utilizar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas.

técnica de contraste

Técnica de atracción – técnica de contraste.

Convenciones

Técnica de atracción – combinación de técnicas.
La manipulación es algo cotidiano: manipulación a través de normas, reglas, convenciones.
La manipulación es algo cotidiano: manipulación a través de normas, reglas, convenciones.
Confianza: hacer lo inesperado

cooperación

Lenguaje y conocimiento de la realidad – cuentos

postura

Autoconfianza – cercanía y conexión

Lenguaje corporal

Recoge a tu compañero donde está – disuelve la resistencia
El lenguaje de la ropa: engaños y mentiras
El lenguaje de la ropa: engaños y mentiras
La manipulación es algo cotidiano: así es como te proteges de la manipulación

creatividad

Técnica de atracción – combinación de técnicas.

criterios

Conozca a su pareja donde esté: aclare valores y necesidades

crítica

Recoge a tu pareja donde esté
La manipulación es algo común: fraude mental

Palabras clave L – P

Sonrisa

Sonrisa

Consecuencias a largo plazo

La manipulación es algo cotidiano – argumentos falsos

volumen

El lenguaje de la ropa – el estilo de hablar
El lenguaje de la ropa – el estilo de hablar

sueños de vida

Autoconfianza – coraje y perseverancia

Candidez

ilusiones

Amar

Técnica de atracción – satisfacción de necesidades

técnica de pelota baja

Técnica de atracción – técnica de compromiso y coherencia.

Mentir

Técnica de atracción – combinación de técnicas.
El lenguaje de la ropa: engaños y mentiras
La manipulación es algo común: mentir.

placer satisfacción

Técnica de atracción: abordar los sentimientos

Ganando placer

Técnica de atracción: abordar los sentimientos

Hombre

Lenguaje y conocimiento de la realidad – palabras tabú

manipulación

Técnica de atracción: abordar los sentimientos
Técnica de atracción: abordar los sentimientos
La manipulación es algo común: la desinformación
La manipulación es algo común: la desinformación
La manipulación es algo cotidiano – disonancia cognitiva
La manipulación es algo cotidiano – manipulación en las relaciones

La manipulación es algo cotidiano – manipulación en las relaciones
La manipulación es algo cotidiano.
La manipulación es algo cotidiano.
La manipulación es algo cotidiano.

Valor de mercado

Técnica de atracción: establecimiento de puntos de anclaje

Opinión mayoritaria

La manipulación es algo cotidiano: manipulación a través de normas, reglas, convenciones.
La manipulación es algo común: fraude mental

Opiniones

Recoja a su interlocutor donde está: reconstruya el hilo de pensamiento del interlocutor
Confianza – Empatía

imagen del hombre

La manipulación es algo cotidiano.

Conocimiento de la naturaleza humana.

La manipulación es algo cotidiano: así es como te proteges de la manipulación

sentido común

Técnica de atracción – combinación de técnicas.

humanidad

Confianza – Empatía

Metáforas

Lenguaje y conocimiento de la realidad - metáforas
Lenguaje y conocimiento de la realidad - metáforas
Lenguaje y conocimiento de la realidad: utilizar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas.
Lenguaje y conocimiento de la realidad: utilizar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas.

Travesura

La manipulación es algo común: técnicas de rumor

malentendidos

Lenguaje y conocimiento de la realidad – lenguaje e información

Entender mal

La manipulación es algo cotidiano – manipulación del lenguaje

comprender a los demás seres humanos

Sonríe: comprende a los demás.

acoso

La manipulación es algo cotidiano – argumentos falsos
La manipulación es algo común: técnicas de rumor

monólogo

Conozca a su pareja donde esté: aclare valores y necesidades

motivación

Técnica de atracción – autoexpresión

Motivos

Técnica de atracción – combinación de técnicas.
Recoge a tu compañero donde está - cuestiones de implicación: instrumento de los expertos
Sonríe: comprende a los demás.

Multiplicidad

La manipulación es algo cotidiano.

coraje

Autoconfianza – coraje y perseverancia

Vecindad

Autoconfianza – cercanía y conexión

verdura

ilusiones

Efectos secundarios

La manipulación es algo cotidiano – manipulación del lenguaje

curiosidad

Técnica de atracción – satisfacción de necesidades
Recoge a tu pareja donde esté

No lo sé

La manipulación es algo común: fraude mental

Nunca

Lenguaje y conocimiento de la realidad – palabras tabú

Persistente

La manipulación es algo común: técnicas de rumor

Estado normal

El lenguaje de la ropa: engaños y mentiras

Normas

Técnica de atracción – combinación de técnicas.
La manipulación es algo cotidiano: manipulación a través de normas, reglas, convenciones.
La manipulación es algo cotidiano: manipulación a través de normas, reglas, convenciones.

Usar

Técnica de atracción – autoexpresión
Lenguaje y conocimiento de la realidad – palabras mágicas

superficialidad

La manipulación es algo cotidiano: así es como te proteges de la manipulación

O

Lenguaje y conocimiento de la realidad – palabras mágicas
Lenguaje y conocimiento de la realidad – palabras mágicas
Lenguaje y conocimiento de la realidad – palabras mágicas

franqueza

Recoge a tu pareja donde esté

ritmo

Conozca a su pareja donde esté: aclare valores y necesidades

Paralogismos

Técnica de atracción – combinación de técnicas.

camaradería

La manipulación es algo cotidiano – manipulación en las relaciones

Descansos

El lenguaje de la ropa – el estilo de hablar
El lenguaje de la ropa – el estilo de hablar
Lenguaje y conocimiento de la realidad: lograr más con menos palabras

técnica de pausa

Lenguaje y conocimiento de la realidad: lograr más con menos palabras

perfeccionismo

Confianza: hacer lo inesperado

plausibilidad

La manipulación es algo que sucede todos los días: cuidado con enamorarte de ti mismo.

Principio de plausibilidad

Técnica de atracción – combinación de técnicas.

Instalaciones

La manipulación es algo común: fraude mental
La manipulación es algo común: fraude mental
La manipulación es algo común: fraude mental

premisas#defectuosas

Lenguaje y conocimiento de la realidad: lograr más con menos palabras

Presencia, espiritual

Confianza – Empatía

Prestigioso

Técnica de atracción – satisfacción de necesidades

Principios

La manipulación es algo común: la desinformación

Evaluación de pros y contras

Técnica de atracción: opciones de colores

Pros y contras de la tecnología.

La manipulación es algo cotidiano – argumentos falsos

Solución de problemas

Recoge a tu pareja donde esté

Proyecto

Sonríe: comprende a los demás.

Profecías, autocumplidas

Ilusiones – profecías autocumplidas

Provocaciones

La manipulación es algo común: mentir.

efecto pigmalion

Ilusiones – Mensajes Subliminales

Palabras clave Q – S

Pensamiento lateral

Lenguaje y conocimiento de la realidad: utilizar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas.

dar consejos

Recoge a tu pareja donde esté

Reacción, hostil

Confianza: hacer lo inesperado

realidad

La manipulación es algo cotidiano – manipulación emocional
Lenguaje y conocimiento de la realidad: utilizar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas.
Lenguaje y conocimiento de la realidad.

Conocimiento de la realidad

Lenguaje y conocimiento de la realidad.

Justificaciones

La manipulación es algo común: mentir.

reducción

Lenguaje y conocimiento de la realidad – lenguaje e información

Regular

Técnica de atracción – combinación de técnicas.
La manipulación es algo cotidiano: manipulación a través de normas, reglas, convenciones.
La manipulación es algo cotidiano: manipulación a través de normas, reglas, convenciones.

Sobreestimulación

La manipulación es algo que sucede todos los días: cuidado con enamorarte de ti mismo.

Reconstruir

Recoja a su interlocutor donde está: reconstruya el hilo de pensamiento del interlocutor

respeto

Técnica de atracción
Confianza: hacer lo inesperado

Sala de recompensas

Técnica de atracción: abordar los sentimientos

reciprocidad

La manipulación es algo común: la desinformación

Principio de reciprocidad

La manipulación es algo cotidiano: así es como te proteges de la manipulación

Regla de reciprocidad

Técnica de atracción – técnica de reciprocidad

ritmo

El lenguaje de la ropa – el estilo de hablar

riesgo

Recoja a su interlocutor donde está: reconstruya el hilo de pensamiento del interlocutor

Técnicas de Rowland

Sonríe – Las Técnicas Rowland

contratiempos

Autoconfianza – coraje y perseverancia

Fama

Lenguaje y conocimiento de la realidad.

Información objetiva

Lenguaje y conocimiento de la realidad – lenguaje e información

Argumento falso

La manipulación es algo cotidiano – falsas analogías

Seguridad falsa

Ilusiones – Liberarse del autoengaño y volverse autónomo

Etiquetas

Lenguaje y conocimiento de la realidad: utilizar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas.
Lenguaje y conocimiento de la realidad: utilizar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas.
Lenguaje y conocimiento de la realidad: eslóganes y refranes

Limo

Sonríe – Las Técnicas Rowland

conclusión

La manipulación es algo común: fraude mental

velocidad

La manipulación es algo cotidiano.

Hablador rápido

Lenguaje y conocimiento de la realidad: lograr más con menos palabras

debilidades

La manipulación es algo que sucede todos los días: cuidado con enamorarte de ti mismo.

Vulnerabilidades

Recoge a tu pareja donde esté y convéncela con preguntas

esponjosidad

Técnica de atracción – combinación de técnicas.
La manipulación es algo cotidiano: no seas víctima de la vaguedad

Pensamiento en blanco y negro

La manipulación es algo que sucede todos los días: cuidado con enamorarte de ti mismo.

Simplificación en blanco y negro

Técnica de atracción – combinación de técnicas.
La manipulación es algo cotidiano.

Autoinfluencia

Técnica de atracción – técnica de imagen.

Autoafirmación

La manipulación es algo cotidiano.

Autoafirmación

Confianza

Autoconciencia

Técnica de atracción
ilusiones
Confianza

Autopresentación

Técnica de atracción – autoexpresión
La manipulación es algo común: mentir.

Autoconocimiento

Ilusiones – Liberarse del autoengaño y volverse autónomo
ilusiones
La manipulación es algo que sucede todos los días: cuidado con enamorarte de ti mismo.

Autotrampa

La manipulación es algo cotidiano: así es como te proteges de la manipulación
La manipulación es algo que sucede todos los días: cuidado con enamorarte de ti mismo.

Seguridad en uno mismo

Confianza

Autocontrol

La manipulación es algo que sucede todos los días: cuidado con enamorarte de ti mismo.

Autoengaño

Ilusiones – Liberarse del autoengaño y volverse autónomo
Ilusiones – Liberarse del autoengaño y volverse autónomo

Confianza

Técnica de atracción
ilusiones
Sonrisa – simpatía y similitud
Confianza

Autoestima

Técnica de atracción

autoestima

El lenguaje de la ropa: señales positivas
Autoconfianza – cercanía y conexión
Confianza

dudas sobre uno mismo

Sonrisa – simpatía y similitud

Mostrar efectos

Técnica de atracción – autoexpresión

Seguridad

Técnica de atracción – satisfacción de necesidades
Lenguaje y conocimiento de la realidad – palabras mágicas

Puntos de vista

La manipulación es algo cotidiano: manipulación a través de normas, reglas, convenciones.
Lenguaje y conocimiento de la realidad: utilizar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas.
Lenguaje y conocimiento de la realidad: utilizar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas.
Lenguaje y conocimiento de la realidad.

Señales

El lenguaje de la ropa: observación minuciosa y lectura de la mente
El lenguaje de la ropa: señales positivas

Simplificaciones

La manipulación es algo que sucede todos los días: cuidado con enamorarte de ti mismo.

Preguntas situacionales

La manipulación es algo común: mentir.

Respuesta inmediata

Recoja a su interlocutor donde está: reconstruya el hilo de pensamiento del interlocutor

Reflejar

Recoge a tu pareja donde esté
Sonríe: comprende a los demás.

Girar

Lenguaje y conocimiento de la realidad: utilizar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas.
Lenguaje y conocimiento de la realidad: utilizar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas.
Lenguaje y conocimiento de la realidad – spin

mofa

Lenguaje y conocimiento de la realidad: lograr más con menos palabras

Manipulación del habla y la imagen.

Técnica de atracción – combinación de técnicas.

Idioma

Lenguaje y conocimiento de la realidad: utilizar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas.
Lenguaje y conocimiento de la realidad.

Lenguaje y conocimiento de la realidad.
Lenguaje y conocimiento de la realidad.

Idioma#impotente

Lenguaje y conocimiento de la realidad: el “cómo” es más importante que el “qué”
Lenguaje y conocimiento de la realidad: lograr más con menos palabras

Idioma#positivo

Lenguaje y conocimiento de la realidad – lenguaje positivo

Manipulación del lenguaje

La manipulación es algo cotidiano – manipulación del lenguaje
La manipulación es algo cotidiano – manipulación del lenguaje

vocabulario

Lenguaje y conocimiento de la realidad.

Nivel de conversación

El lenguaje de la ropa – el estilo de hablar
Lenguaje y conocimiento de la realidad: lograr más con menos palabras

estilo de hablar

El lenguaje de la ropa – el estilo de hablar

Historia del habla

El lenguaje de la ropa – el estilo de hablar

Proverbios

Técnica de atracción – combinación de técnicas.
La manipulación es algo común: fraude mental
Lenguaje y conocimiento de la realidad: eslóganes y refranes

Saltar preguntas

La manipulación es algo común: mentir.

Declaraciones

Sonríe: comprende a los demás.

Símbolos de estado

Técnica de atracción – técnica de imagen.

direccion

El lenguaje de la ropa: señales positivas

paso

El lenguaje de la ropa – el estilo de hablar

Ánimo

Técnica de atracción: abordar los sentimientos

Estrés y gestos calmantes.

El lenguaje de la ropa: engaños y mentiras

Tácticas del hombre de paja

Técnica de atracción – combinación de técnicas.
La manipulación es algo cotidiano: la táctica del hombre de paja

Mensajes subliminales

Ilusiones – Mensajes Subliminales

silogismo

Técnica de atracción – combinación de técnicas.
La manipulación es algo común: fraude mental

Símbolos

Técnica de atracción – técnica de imagen.
Lenguaje y conocimiento de la realidad: utilizar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas.

compasión

Técnica de atracción: abordar los sentimientos
Sonrisa – simpatía y similitud

Sincronía

El lenguaje de la ropa: engaños y mentiras

Palabras clave T – V

hechos del caso

Confianza – Credibilidad

Para engañar

El lenguaje de la ropa: engaños y mentiras

énfasis parcial

La manipulación es algo que sucede todos los días: cuidado con enamorarte de ti mismo.

momento

Técnica de atracción: sincronización

tolerancia

La manipulación es algo cotidiano.

Desencadenantes

Técnica de atracción – técnica de reciprocidad

Por encima del promedio

ilusiones

Consideraciones

Recoge a tu pareja donde esté y convéncela con preguntas

exageraciones

La manipulación es algo común: la desinformación
La manipulación es algo común: mentir.

Convencer

Recoge a tu pareja donde esté y convéncela con preguntas

Persuasión

Lenguaje y conocimiento de la realidad – cuentos

Falta de atención, selectiva.

Ilusiones – Liberarse del autoengaño y volverse autónomo

malestar

La manipulación es algo cotidiano: así es como te proteges de la manipulación

impaciencia

Técnica de atracción: sincronización

Inseguridades

Recoja a su interlocutor donde está: reconstruya el hilo de pensamiento del interlocutor

subconsciente

Técnica de atracción: repetición de estereotipos

Insinuaciones

La manipulación es algo cotidiano – manipulación del lenguaje

atenuación

La manipulación es algo cotidiano – argumentos falsos

invulnerabilidad

ilusiones

Relaciones causa-efecto

La manipulación es algo común: fraude mental
La manipulación es algo común: fraude mental
La manipulación es algo que sucede todos los días: cuidado con enamorarte de ti mismo.

Juicios

Confianza – Empatía

variante

La manipulación es algo cotidiano.

Generalizaciones

El lenguaje de la ropa: engaños y mentiras

Eventos

Técnica de atracción – autoexpresión

Sugerencias para mejorar

Técnica de atracción – autoexpresión

Compromiso

Técnica de atracción

simplificación

La manipulación es algo común: fraude mental
Lenguaje y conocimiento de la realidad - metáforas

Seducciones

ilusiones

Comparación

Sonríe – cumplidos

Casos comparativos

Técnica de atracción: establecimiento de puntos de anclaje

Comportarse

La manipulación es algo cotidiano.

Enlaces#incorrectos

Técnica de atracción – combinación de técnicas.

Enlaces#causales

Técnica de atracción – combinación de técnicas.

Sentimientos de vergüenza

La manipulación es algo cotidiano: manipulación a través de normas, reglas, convenciones.

calumnia

La manipulación es algo común: técnicas de rumor

Fallar

Autoconfianza – coraje y perseverancia

Comprensión

Técnica de atracción: sincronización

amplificador

Lenguaje y conocimiento de la realidad: el “cómo” es más importante que el “qué”

Confianza

Técnica de atracción: abordar los sentimientos
La manipulación es algo cotidiano: así es como te proteges de la manipulación

Tecnología de visualización

Autoconfianza – coraje y perseverancia

Ideas erróneas

La manipulación es algo cotidiano.

entrevista de trabajo

El lenguaje de la ropa.

Ventaja

Lenguaje y conocimiento de la realidad – palabras tabú
Lenguaje y conocimiento de la realidad – palabras mágicas

Declaración de beneficios

La manipulación es algo común: la desinformación

Prejuicios

Recoge a tu pareja donde esté

acusación

Recoge a tu pareja donde esté

Palabras clave W – Z

Opciones, coloreadas

Técnica de atracción: opciones de colores

Verdad

Confianza – Credibilidad

percepción

El lenguaje de la ropa: señales positivas

capacidad de percepción

El lenguaje de la ropa: observación minuciosa y lectura de la mente
Ilusiones – Liberarse del autoengaño y volverse autónomo

probabilidad

Recoja a su interlocutor donde está: reconstruya el hilo de pensamiento del interlocutor

Teoría de probabilidad

La manipulación es algo común: fraude mental

Porque

Lenguaje y conocimiento de la realidad – palabras mágicas

Visiones del mundo

La manipulación es algo cotidiano.

lema publicitario

Técnica de atracción – autoexpresión

Publicidad

Autoconfianza – interés propio

Valores

Técnica de atracción
Técnica de atracción – autoexpresión
Recoge a tu pareja donde esté

Apreciación

Técnica de atracción

Valores

Conozca a su pareja donde esté: aclare valores y necesidades
Conozca a su pareja donde esté: aclare valores y necesidades

Conozca a su pareja donde esté: aclare valores y necesidades

Contradicciones

La manipulación es algo común: mentir.

Resistencias

Recoge a tu compañero donde está – disuelve la resistencia

Repetición, estereotipos.

Técnica de atracción: repetición de estereotipos

Repita el proceso

Ilusiones – Liberarse del autoengaño y volverse autónomo

Compulsiones de repetición

El lenguaje de la ropa: señales positivas

Influencia sin victorias

La manipulación es algo cotidiano – manipulación en las relaciones

Manipulación sin victorias

La manipulación es algo que sucede todos los días: cuidado con enamorarte de ti mismo.

Influencia beneficiosa para todos

Técnica de atracción – combinación de técnicas.
La manipulación es algo que sucede todos los días: cuidado con enamorarte de ti mismo.

Enfoque beneficioso para todos

Técnica de atracción – autoexpresión
La manipulación es algo cotidiano – manipulación en las relaciones

realidad

Lenguaje y conocimiento de la realidad: utilizar el lenguaje para transmitir nuevas perspectivas.
Lenguaje y conocimiento de la realidad.

vocabulario

La manipulación es algo cotidiano: así es como te proteges de la manipulación

ilusiones

La manipulación es algo cotidiano – manipulación del lenguaje

Deseos

Técnica de atracción – combinación de técnicas.

Conozca a su pareja donde esté: aclare valores y necesidades
Sonríe: comprende a los demás.

palabras mágicas

Lenguaje y conocimiento de la realidad – palabras mágicas

Técnicas para ahorrar tiempo

La manipulación es algo común: mentir.

Razonamiento circular

Técnica de atracción – combinación de técnicas.
La manipulación es algo común: fraude mental
La manipulación es algo común: fraude mental

Encuentro casual

Técnica de atracción: mantenerse en contacto

Escucha – activa

Conozca a su pareja donde esté: aclare valores y necesidades

Escucha#apertura empática

Sonríe: comprende a los demás.

aceptar

Técnica de atracción

Extractos de las regulaciones referenciadas

StGB (extracto)

StGB (extracto)

§ 186 Difamación

§ 187 Difamación

Extracto de: StGB
§ 186 Difamación

Artículo 186 Difamación

Cualquiera que afirme o difunda un hecho respecto de otro que pueda hacerle despreciar o denigrarla ante la opinión pública será, a menos que se demuestre la veracidad de este hecho, castigado con una pena de prisión de hasta un año o con una multa y, si el acto se comete públicamente o mediante la difusión de escritos (artículo 11, apartado 3), se castiga con una pena de prisión de hasta dos años o una multa.

Extracto de: StGB
§ 187 Difamación

Artículo 187 Difamación

Quien, contra su mejor conocimiento, afirme o difunda un hecho falso respecto de otro, que pueda hacerlo despreciable, denigrarlo ante la opinión pública o poner en peligro su crédito, será castigado con pena de prisión de hasta dos años o con una multa y, si el acto se comete públicamente, en una reunión o mediante la distribución de escritos (artículo 11, apartado 3), se castiga con una pena de prisión de hasta cinco años o con una multa.