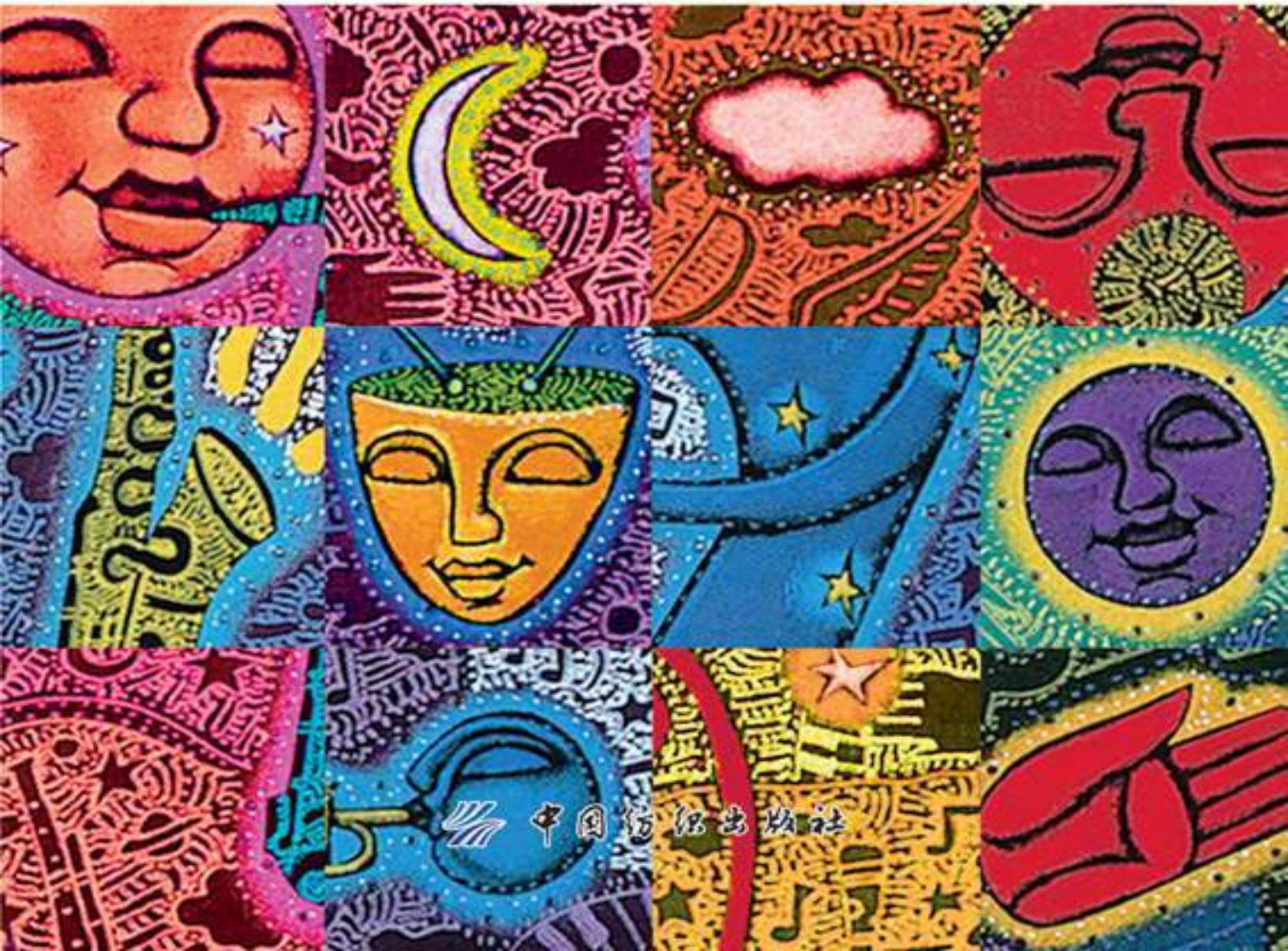
每一个人都在等待被说服，如果你能够说服世界，你就能够得到世界

谁都能学会的
说服心理学

怎样快速说服别人，让人无条件相信你？
如何引导他人的想法，实现自己的愿望？

李世强◎编著



中国纺织出版社

Tabla de contenido

Tabla de contenido
pagina del titulo
La página de derechos de autor
prefacio
Capítulo 1 Si quieres aprender la psicología de la persuasión, primero debes entender la debilidad del corazón humano
¿Qué es la psicología de la persuasión?
Si puedes convencer al mundo, puedes conseguir el mundo
El núcleo de la persuasión es llegar directamente al corazón de las personas.
La clave de la persuasión es encontrar "empatía" en ambos lados
La psicología hace de la persuasión una habilidad
La persuasión comienza con el control del corazón.
Un hombre puede doblarse tanto como estirarse.
La perseverancia, el oro y la piedra se pueden tallar
Capítulo 2 No es fácil convencerte
Todo gran vendedor es un psicólogo
Presidente no es lo que quiere ser
¿Por qué alguien te rogaría que aceptaras dinero?
¿Es la familiaridad un talento?
Por qué las palabras del "maestro" pueden guiar al mundo
La magia de los vampiros
Capítulo 3 Antes de convencer a la otra parte, primero debes ver lo que la otra parte quiere decir
El lenguaje es falso, pero los ojos son verdaderos
Escuche los matices y comprenda los verdaderos pensamientos de la otra parte
Escuche los cambios en la emoción en la velocidad del habla.
Las partes del cuerpo dan mucha información sobre una persona.
Echa un vistazo al corazón a través de las expresiones faciales.
Capítulo 4 Si quieres persuadir a otros, primero debes ganarte la confianza
Los elogios a espaldas son más efectivos que en persona
Si quieres ganarte la confianza, primero debes aprender a asumir la responsabilidad.

Las personas que valoran el compromiso son más persuasivas
Las personas autoritarias hablan de manera más convincente
ganar respeto ganar confianza
Saber admitir la derrota, las personas silenciosas son más persuasivas
Capítulo 5 Todos esperan ser convencidos
A veces, ser persuadido es una experiencia muy agradable.
El "placer" es un catalizador para la persuasión.
Me gusta que me convenzan porque escucho lo que amo
Si desea persuadir, debe hacer que el oyente se sienta cómodo.
La persuasión se vuelve deliciosa, a todos les gusta tragar
Publique una "etiqueta" para la otra parte que espera
Cuando se toca el corazón, la mente cambia
Sé tu propio, naturalmente dispuesto a ser persuadido
Capítulo 6 Moviliza tu memoria de persuasión y asegúrate de cambiar la opinión de la otra parte
"Alarmismo" a veces tiene efectos inesperados
Quédese quieto y deje que la otra parte haga una promesa primero
Comprensión de última hora del elemento vital de la persuasión
Aprende a generar impulso y déjate llevar por la iniciativa
Usa el arte del lenguaje hábilmente para que otros te sigan inconscientemente.
Convencer a los demás de que crean en sí mismos
Si no puede persuadir, impresione a la otra parte con sinceridad.
Convéncete a ti mismo antes de convencer a los demás
Capítulo 7 Aprende a andarte por las ramas y usa la lógica para confundir al oponente
La persuasión con lógica hace la diferencia
La imitación también debe ser invisible.
Usa datos para hablar, tu persuasión es más poderosa
Deje que los clientes se concentren en las ventajas
No hay un objetivo en mente, solo ser llevado por la nariz.
La persuasión debe hacerse paso a paso, no en un solo paso.
Curva para salvar el país, ataque desde el costado
No todo tiene que ser dicho explícitamente

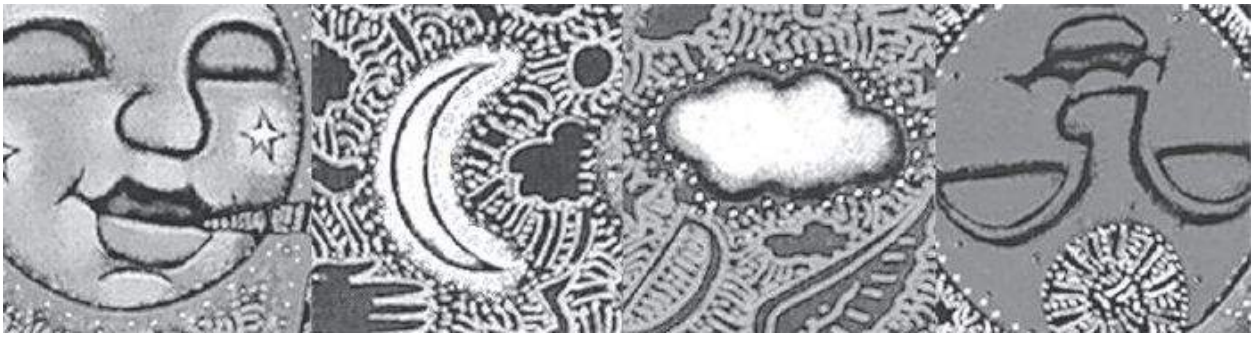
Capítulo 8 No pelees batallas sin preparación, la persuasión requiere un análisis específico de temas específicos
Traiga el "grupo de respaldo" y "colectivamente" para persuadir
Prescribir la medicina para el "síndrome" y darle buena mano según la constitución
Lanzar ladrillos para atraer jade, reconocer si el oponente es una mula o un caballo
Negociaciones para conquistar al "rey" del otro lado
Conócete a ti mismo y al enemigo, y la persuasión es la única forma de ganar cien batallas.
Domina el "punto codicioso" y usa los "beneficios" para abrir el corazón de la otra parte
Capítulo 9 Un golpe mata, para que el oponente no tenga tiempo de decir "no"
En la persuasión, necesitas encontrar tu debilidad y puedes controlar al enemigo con un solo movimiento.
Solo unas pocas palabras llegarán al "punto crucial" de la otra parte.
Haz que la otra persona diga “sí” desde el principio
Directo al grano, es mejor hablar primero
Es más fácil encontrar el terreno común entre las dos partes y golpear el corazón.
Recogiendo semillas de sésamo o abrazando sandía
Capítulo Diez Sé un Rey Culto de la Persuasión
Guarda la cara y dale un descuento a la solicitud
Presta atención a los sentimientos de la otra persona e influye en los demás con tus ojos.
La persuasión no se trata de ganar o perder, guarda algo de cara para la otra parte
Ceder en el momento adecuado para estar más cerca el uno del otro
Antes de convencer a la otra parte, primero debes saber cómo presentarte
Los pequeños detalles son más conmovedores que las bocas rotas
referencias

Tabla de contenido

prefacio
Capítulo 1 Si quieres aprender la psicología de la persuasión, primero debes entender la debilidad del corazón humano
¿Qué es la psicología de la persuasión?
Si puedes convencer al mundo, puedes conseguir el mundo
El núcleo de la persuasión es llegar directamente al corazón de las personas.
La clave de la persuasión es encontrar "empatía" en ambos lados
La psicología hace de la persuasión una habilidad
La persuasión comienza con el control del corazón.
Un hombre puede doblarse tanto como estirarse.
La perseverancia, el oro y la piedra se pueden tallar
Capítulo 2 No es fácil convencerte
Todo gran vendedor es un psicólogo
Presidente no es lo que quiere ser
¿Por qué alguien te rogaría que aceptaras dinero?
¿Es la familiaridad un talento?
Por qué las palabras del "maestro" pueden guiar al mundo
La magia de los vampiros
Capítulo 3 Antes de convencer a la otra parte, primero debes ver lo que la otra parte quiere decir
El lenguaje es falso, pero los ojos son verdaderos
Escuche los matices y comprenda los verdaderos pensamientos de la otra parte
Escuche los cambios en la emoción en la velocidad del habla.
Las partes del cuerpo dan mucha información sobre una persona.
Echa un vistazo al corazón a través de las expresiones faciales.
Capítulo 4 Si quieres persuadir a otros, primero debes ganarte la confianza
Los elogios a espaldas son más efectivos que en persona
Si quieres ganarte la confianza, primero debes aprender a asumir la responsabilidad.
Las personas que valoran el compromiso son más persuasivas
Las personas autoritarias hablan de manera más convincente
ganar respeto ganar confianza

Saber admitir la derrota, las personas silenciosas son más persuasivas
Capítulo 5 Todos esperan ser convencidos
A veces, ser persuadido es una experiencia muy agradable.
El "placer" es un catalizador para la persuasión.
Me gusta que me convenzan porque escucho lo que amo
Si desea persuadir, debe hacer que el oyente se sienta cómodo.
La persuasión se vuelve deliciosa, a todos les gusta tragar
Publique una "etiqueta" para la otra parte que espera
Cuando se toca el corazón, la mente cambia
Sé tu propio, naturalmente dispuesto a ser persuadido
Capítulo 6 Moviliza tu memoria de persuasión y asegúrate de cambiar la opinión de la otra parte
"Alarmismo" a veces tiene efectos inesperados
Quédese quieto y deje que la otra parte haga una promesa primero
Comprensión de última hora del elemento vital de la persuasión
Aprende a generar impulso y déjate llevar por la iniciativa
Usa el arte del lenguaje hábilmente para que otros te sigan inconscientemente.
Convencer a los demás de que crean en sí mismos
Si no puede persuadir, impresione a la otra parte con sinceridad.
Convéncete a ti mismo antes de convencer a los demás
Capítulo 7 Aprende a andarte por las ramas y usa la lógica para confundir al oponente
La persuasión con lógica hace la diferencia
La imitación también debe ser invisible.
Usa datos para hablar, tu persuasión es más poderosa
Deje que los clientes se concentren en las ventajas
No hay un objetivo en mente, solo ser llevado por la nariz.
La persuasión debe hacerse paso a paso, no en un solo paso.
Curva para salvar el país, ataque desde el costado
No todo tiene que ser dicho explícitamente
Capítulo 8 No pelees batallas sin preparación, la persuasión requiere un análisis específico de temas específicos
Traiga el "grupo de respaldo" y "colectivamente" para persuadir
Prescribir la medicina para el "síndrome" y darle buena mano según la constitución

Lanzar ladrillos para atraer jade, reconocer si el oponente es una mula o un caballo
Negociaciones para conquistar al "rey" del otro lado
Conócete a ti mismo y al enemigo, y la persuasión es la única forma de ganar cien batallas.
Domina el "punto codicioso" y usa los "beneficios" para abrir el corazón de la otra parte
Capítulo 9 Un golpe mata, para que el oponente no tenga tiempo de decir "no"
En la persuasión, necesitas encontrar tu debilidad y puedes controlar al enemigo con un solo movimiento.
Solo unas pocas palabras llegarán al "punto crucial" de la otra parte.
Haz que la otra persona diga “sí” desde el principio
Directo al grano, es mejor hablar primero
Es más fácil encontrar el terreno común entre las dos partes y golpear el corazón.
Recogiendo semillas de sésamo o abrazando sandía
Capítulo Diez Sé un Rey Culto de la Persuasión
Guarda la cara y dale un descuento a la solicitud
Presta atención a los sentimientos de la otra persona e influye en los demás con tus ojos.
La persuasión no se trata de ganar o perder, guarda algo de cara para la otra parte
Ceder en el momento adecuado para estar más cerca el uno del otro
Antes de convencer a la otra parte, primero debes saber cómo presentarte
Los pequeños detalles son más conmovedores que las bocas rotas
referencias
La psicología de la persuasión que cualquiera puede aprender



Editado por Li Shiqiang

Prensa textil de China

resumen de contenido

Cuando el corazón se conmueve, la mente cambia. La psicología de la persuasión es una técnica psicológica para impresionar y cambiar la opinión de la otra parte, y también es un arte del lenguaje. "La psicología de la persuasión que cualquiera puede aprender" tiene como objetivo ayudar a los lectores a resolver el eslabón más importante en las relaciones interpersonales y las negociaciones comerciales: la persuasión. Quien pueda usar el método más razonable para impresionar el corazón de la otra parte, persuadir a la otra parte con palabras y controlar todo a su alrededor en el tiempo limitado tendrá una influencia extraordinaria.

Si puedes convencer al mundo, puedes conseguir el mundo.

Datos de catalogación de libros en publicación (CIP)

Cualquiera puede aprender la psicología de la persuasión / Editado por Li Shiqiang. --Beijing: China Textile Press, 2015.3

ISBN 978-7-5180-1197-1

Ⅰ. ①Quién... Ⅱ. ①Lee... Ⅲ. ① Persuasión—Lectura popular Ⅳ. ①H019-49

Núcleos de datos CIP de la biblioteca de edición de China (2014) No. 256846

Editor de planificación: Xu Lili

Impresión responsable: Chu Zhiwei

Publicado por China Textile Press

Dirección: Edificio A407, Baiziwan Dongli, distrito de Chaoyang, Beijing Código postal: 100124

Teléfono de ventas: 010－67004422 Fax: 010－87155801

http://www.c-textilep.com

Correo electrónico: faxing@c-textilep.com

China Textile Publishing House Tienda insignia de Tmall

Weibo oficial http://weibo.com/2119887771

Beijing Ruite Printing Factory imprime y distribuye en las librerías Xinhua de todo el mundo

Marzo de 2015 Primera edición Primera impresión

Formato: 710×1000 1/16 Hojas impresas: 15

Número de palabras: 195 mil palabras Precio: 32,80 yuanes

Para cualquier libro comprado, si faltan páginas, páginas invertidas o páginas faltantes, el centro de comercialización de libros de nuestra empresa las reemplazará.

prefacio

Uno de los autores más populares y respetados, Spencer Johnson, autor de The One Minute Salesman, dijo: "Mi objetivo al venderle a la gente es ayudar a la gente a obtener lo que quieren sobre sí mismos y sobre ellos mismos. Una buena sensación de comprar algo". Así, cuando el corazón se conmueve, la mente cambia.

La psicología de la persuasión es una disciplina de la psicología que cambia el corazón y las ideas de las personas, y también es un arte del lenguaje.

Algunas personas pueden pensar que cuando la psicología está involucrada, todos los problemas serán muy esotéricos y difíciles de entender. De hecho, no es el caso. La psicología de la persuasión utiliza principalmente conocimientos psicológicos simples y fáciles de entender y algunos ejemplos de la vida para explicar. cómo impresionar a la gente en la vida real. Es solo un arte del lenguaje para cambiar la mente de la otra persona.

Algunas personas pueden pensar que sin la habilidad de la elocuencia, ¿cómo se puede tener la capacidad de persuadir a los demás? Aquí, necesitamos reconocer un hecho: Todas esas cosas que pueden hacerte inolvidable e impactante no son las personas, el lenguaje o las cosas en sí mismas, sino las reacciones y sentimientos que traen a tu corazón. Desde un punto de vista psicológico, no importa quién sea usted, qué tan buenas sean sus habilidades de elocuencia, si trae suficientes beneficios a la otra parte, siempre que pueda hacer que la otra parte responda y resuene psicológicamente, es suficiente para tener la Capital para persuadir a la otra parte. Deje que la otra parte acepte su idioma de buena gana y haga cambios por usted.

Frederick Douglass, un famoso líder negro en los Estados Unidos en el siglo XIX, dijo: "Si puedo persuadir a otros, puedo cambiar todo el universo". De las palabras de Douglas, podemos ver el estado y el papel de la persuasión en la sociedad. Quien pueda usar el método más razonable para impresionar el corazón de la otra parte, controlar a la otra parte y todo a su alrededor con palabras en el tiempo limitado, tendrá una influencia extraordinaria.

Las personas que entienden la psicología de la persuasión definitivamente serán las personas más populares en la vida, el trabajo y la comunicación. Pueden convertir a los extraños en sus amigos; pueden inspirar a los que son negativos a animarse y luchar duro; pueden convertir la lucha en amistad; pueden obtener el apoyo y la ayuda de más personas; pueden controlar su propio destino; incluso pueden cambiar la trayectoria de la vida de los demás.

Si tú también quieres ser una persona así, ¡entonces lee bien la psicología de la persuasión! Como dijo Douglas: ¡persuadir a otros, convertir todo el universo!

Li Shiqiang

Capítulo 1 Si quieres aprender la psicología de la persuasión, primero debes entender la debilidad del corazón humano

¿Qué es la psicología de la persuasión?

Estrictamente hablando, la psicología de la persuasión pertenece a la categoría de investigación de la psicología social y es uno de los temas de investigación importantes de la psicología social. Los lectores de este libro pueden encontrarlo demasiado abstracto para comprender la psicología de la persuasión si se presentaran desde una perspectiva académica. Por lo tanto, esta sección se ubicará en la perspectiva de nuestra aplicación de la psicología de la persuasión y comprenderá el contenido específico de la psicología de la persuasión desde la perspectiva de un usuario.

Primero, veamos cómo Jack Ma, la élite todopoderosa de Internet, persuade a otros.

En la industria de Internet, Jack Ma, el CEO de Alibaba, ha sido ampliamente elogiado por la industria por su destacada elocuencia.

Cuando Ma Yun pronunció un discurso sobre el desarrollo futuro de Internet en la Universidad de Harvard, más de 1000 entusiastas de Internet que escucharon su discurso le dieron más de 10 aplausos de pie en solo dos horas. El discurso de Ma Yun fue muy elogiado: "Ma Yun citó clásicos en inglés, citado de muchas fuentes y con ejemplos familiares para los estadounidenses, superando por completo la frontera entre China y Estados Unidos".

Además, cuando negoció las intenciones de cooperación con Cai Chongxin, un inversionista senior que se graduó de Yale y un líder senior de un conocido grupo de capital de riesgo internacional sueco, Ma Yun solo se basó en una conversación profunda durante media hora para dejar Cai Chongxin dice "Ma Yun, no lo haré allí". Ahora, debo ir a su compañía Alibaba "y así sucesivamente. Y más tarde, Cai Chongxin lo hizo.Dos meses después, Cai Chongxin se desempeñó como director de operaciones de Alibaba.

También hay una historia más legendaria, Jack Ma persuadió a Masayoshi Son de Softbank, el “Emperador de la Inversión en Internet” para que hiciera una inversión de US$20 millones en Alibaba, en solo dos comunicaciones, cada una de tres minutos a la “velocidad de la luz”. Este importante movimiento no solo ayudó a Alibaba a expandir ampliamente su negocio global, sino que incluso ayudó a Alibaba a establecer empresas conjuntas en Japón y Corea del Sur.

De los ejemplos de persuasión de Ma Yun, ya podemos descubrir todo el contenido de la psicología de la persuasión desde la perspectiva de los usuarios.

●¿A quién estamos convenciendo?

Obviamente, los objetivos convincentes de Ma Yun son todas las personas en el círculo de la industria en la que participa, y tienen más o menos relaciones con la industria de Internet. Al vivir en esta sociedad moderna, no somos individuos independientes y cerrados, sino que estamos inextricablemente vinculados con el mundo. Incluso los monjes que cantan las escrituras y el Buda en los templos en lo profundo de las montañas bajarán de la montaña para buscar el apoyo del mundo exterior, sin mencionarnos a nosotros en una ciudad atestada de hormigón armado.

Como fenómeno social ubicuo, la persuasión es una de las manifestaciones de nuestra asociación con esta sociedad, por lo tanto, ocurre más en los círculos en los que vivimos, como nuestros círculos de trabajo y círculos de vida, y los objetos que persuadimos, proviene principalmente de todos en el círculo de trabajo y círculo de vida.

● ¿Cómo podemos convencer a estas personas?

Ma Yun "convenció" a la audiencia para que le diera una ovación de pie durante su discurso, confiando en su apariencia sabia y temperamento personal carismático; Ma Yun convenció a gerentes profesionales para que se unieran a su equipo, confiando en su rica experiencia en la industria y su sólido conocimiento profesional; Ma Yun convenció a los capitalistas de riesgo para inyectar fondos en Alibaba, confiando en su aguda visión empresarial y su comprensión empresarial única. Con la actuación perfecta de un persuasor, nos dijo cómo persuadir a estas personas.

La "apariencia inteligente y el temperamento personal carismático" en realidad representan la imagen externa de una persona. Existe un efecto en psicología llamado "efecto estereotipo", que se refiere a la evaluación de una persona desde el mundo exterior, que está relacionada con la imagen personal que presenta al mundo exterior, y esta evaluación basada en la imagen personal suele ser duradera y profundo, haciendo que esta persona Desde entonces, se ha reconocido que tiene tal etiqueta y, por lo tanto, ha sido estereotipada por el mundo exterior. La imagen externa de Ma Yun ha hecho que el mundo exterior lo etiquete como "sabiduría" y "encanto". Estas etiquetas de alta calidad se han convertido en un arma mágica importante para persuadir a otros.

Por lo tanto, para persuadir a los demás, primero se necesita una buena imagen externa.

La "experiencia rica en la industria y el conocimiento profesional sólido" representan el grado en que se confía en una persona. Uno es un "ejecutivo de capital de riesgo internacional" y el otro es un "emperador de la inversión en Internet". ¿Será que su IQ y EQ son más bajos que los de Jack Ma? Pero, ¿por qué finalmente fueron persuadidos por Jack

Ma? Eso es porque Jack Ma se ha ganado su confianza. En esta sociedad donde las crisis de confianza son frecuentes, ganarse la confianza de los demás aumenta tus posibilidades de éxito.

Ganarse la confianza del objeto de la persuasión es otra base importante para la persuasión.

La "visión comercial aguda y la comprensión comercial única" representan el coraje de una persona para hacer las cosas. Por lo general, la parte que debe persuadirse duda, tal vez él mismo se ha visto envuelto en una feroz lucha psicológica, ya sea para insistir en sí mismo o para obedecer a la otra parte. En este momento, solo el persuasor muestra coraje y puede ayudar al persuadido a tomar una decisión. Es con tal audacia que Jack Ma persuadió con éxito a sus socios.

Atrévete a sumar puntos por tu persuasión.

●¿Qué principios psicológicos podemos usar para persuadir a otros?

En el análisis anterior, hemos mencionado que Ma Yun utilizó el principio psicológico del "efecto de estereotipo".

De hecho, en el proceso de persuasión, los principios psicológicos están por todas partes. En general, todos los principios psicológicos que caen dentro de la categoría de psicología social se aplican a la persuasión. Es solo que diferentes situaciones reales usan diferentes principios psicológicos. Específicamente, cómo aplicar los principios psicológicos a la persuasión, lo explicaremos en detalle a los lectores en los siguientes capítulos.

●¿Cuál es el valor de nuestra persuasión?

Ma Yun persuadió a otros para ganar honor personal, recursos humanos y recursos económicos. Entonces, para nosotros, ¿cuál es el valor de persuadir a otros?

Los niños que convencen a sus padres pueden obtener un coche de juguete largamente esperado; los empleados que persuaden a sus jefes pueden obtener un aumento de salario o mejores oportunidades laborales; las empresas que se persuaden entre sí pueden tener un final feliz en el que todos ganan; los rivales La persuasión puede convertir una relación competitiva en una relación competitiva... No importa qué tipo de persuasión sea, debe tener su valor, no solo beneficioso para el que persuade, sino también beneficioso para el persuadido.

En general, desde el punto de vista de los usuarios, podemos resumir brevemente el contenido de los puntos anteriores de la psicología de la persuasión. Pero más importante que el contenido en sí mismo es cómo lo usamos en nuestra propia persuasión. Solo cuando

hayamos alcanzado el nivel de uso flexible podremos comprender realmente el contenido de la psicología de la persuasión.

cuento

R: Reprobé el examen de inglés hoy.

B: ¿Cuántos puntos?

R: 30.

B: ¿Cuánto puntaje vas a sacar en el examen de matemáticas de mañana?

R: Estimado 40.

B: ¿Cómo te atreves a tomar los exámenes que reprobaste en dos materias para firmar para tu papá?

R: Primero le mostraré el 30 y luego le mostraré el 40 al día siguiente. Definitivamente me elogiará por mi progreso.

Segundo:……

Si puedes convencer al mundo, puedes conseguir el mundo

¿Por qué está triste el corazón humano? Porque el corazón humano se puede controlar:

Cuando no somos conscientes de la situación, tendemos a seguir inconscientemente a la mayoría o personas conocidas, que es el efecto rebaño;

Cuando te encuentras con un grupo de nuevos amigos, la persona que al principio es fría contigo pero que poco a poco se va entusiasmando es la que más puede despertar tu afecto.Este es el efecto Aronson;

Un amigo que promete invitarte a cenar pero luego se olvida es más incómodo que un amigo que no prometió invitarte a cenar en absoluto.Este es el efecto intermedio.

Cuando podamos usar tantos efectos psicológicos para interpretar el corazón humano, el corazón humano ya no será misterioso, porque mientras entendamos los principios de la psicología, podremos controlar la psicología de las personas. La psicología persuasiva es un maestro de la psicología. principios Psicología aplicada al trabajo en la vida.

La persuasión tiene un sentido estricto y un sentido amplio. La persuasión en sentido estricto es hacer que la otra parte esté de acuerdo con su sugerencia a través del lenguaje, y la persuasión en sentido amplio es hacer que todo obedezca a sus deseos mediante el uso integral de varios medios.

Solemos pensar que hay tres reinos en el campo de la psicología de la persuasión:

El primer nivel es tratar de persuadir a otros para que cumplan con sus demandas.

El segundo nivel es presionar a otros para que te sirvan a través de efectos psicológicos.

El tercer nivel es hacer que otros te sirvan voluntariamente a través de efectos psicológicos.

Uno no debe ser demasiado codicioso, poder llegar a la primera etapa ya es muy notable. En una sociedad de la información, la capacidad de persuadir puede determinar directamente tu éxito o fracaso en la vida. Tienes que conseguir un trabajo convenciendo a tu jefe, hacer negocios convenciendo a los clientes, ganar el matrimonio convenciendo a tu amante... Una persona que no es buena para comunicarse a menudo no es fácil de ser apreciada, no creas que a los jefes les gusta la honestidad. A la gente, a los jefes solo les gusta Alguien que pueda beneficiarlo.

La psicología de la persuasión es un conjunto de psicología que te dice cómo persuadir a través de varios medios y finalmente lograr el control de los corazones de las personas. Este conjunto de conocimientos ha existido desde el nacimiento de la comunicación

humana y ha recorrido la mayor parte de la historia humana, con el lenguaje como uno de los principales portadores, permeando todos los campos de las actividades humanas tal como las conocemos.

Por ejemplo, ¿por qué la religión siempre ha tenido una influencia importante a lo largo de la historia? Esto se debe a que las religiones tienen el mayor número de "persuadidos", lo que solemos llamar creyentes. Independientemente de si crees en la religión o no, también debes admitir que la religión tiene una capacidad persuasiva muy poderosa. Ha hecho que innumerables personas estén dispuestas a sacrificarse por las enseñanzas, y también ha permitido que los creadores de estas religiones se engañen. el altar.

Por supuesto, además de la religión, podemos ver el poder de la psicología de la persuasión en los campos de la política, la experiencia, la cultura, la diplomacia y las emociones. Si podemos hacer un buen uso de este poder y retirarnos, podemos mantener al enemigo fuera del país, como la recomendación de Mao Sui.[(1)]; si ingresa, puede jugar con el mundo en la palma de su mano——por ejemplo, Su Qin apuñaló la mano[(2)].

Aquí, por cierto, mucha gente confunde la elocuencia con la psicología de la persuasión, pensando que una persona que es buena en la persuasión es una persona con buena elocuencia, esto en realidad es un malentendido, aquí hay una breve charla sobre la diferencia entre la buena elocuencia y la persuasión:

●En términos de contenido, la elocuencia es una parte de la persuasión, e incluso se puede decir que es uno de los medios más importantes, pero la persuasión es mucho más que la simple elocuencia.

●En términos de forma, algo de persuasión no necesita hablar, una mirada y una pista es suficiente, y algo de persuasión necesita controlar la tensión del lenguaje, es decir, no puedes ser demasiado elocuente, la sinceridad es más persuasiva.

●En términos de aplicación, la elocuencia solo se puede usar cuando se requiere hablar, mientras que la persuasión proviene de las necesidades.Mientras tengamos un deseo que requiera la cooperación de otros, necesitamos persuasión.

Se puede considerar que el núcleo de la psicología de la persuasión es promover la conexión entre las personas, es precisamente porque esta conexión promueve el progreso de toda la sociedad humana que la psicología de la persuasión tiene el suelo para la reproducción. Y esta habilidad no es superior, necesitamos usar la psicología de la persuasión en todos los aspectos de la vida. En el siguiente contenido de este libro, comprenderemos las diversas aplicaciones prácticas de esta disciplina, comprenderemos

sus diversos efectos en la vida y dominaremos la habilidad de esta psicología para convertirnos en un gran experto en la psicología de la persuasión.
Solo tengo una cosa que decir sobre el significado de esta ciencia: si puedes convencer al mundo, puedes obtener el mundo.

cuento

A: Ayer traté de convencer a mi papá de que me comprara un auto.

B: ¿Qué dijiste?

R: Le dije a mi papá que el símbolo de un hombre maduro es tener su propio medio de transporte.

B: Entonces que?

A: ¿De verdad quieres saber?

B: ...¿Te compró una bicicleta?

A: No, se compró un auto.

Segundo:……

(1) Autorecomendación de Mao Sui: Durante el período de los Reinos Combatientes, había un restaurante llamado Mao Sui bajo la familia del Sr. Pingyuan. Por lo general, no mostraba que todos pudieran malinterpretarlo. Además, persuadió al rey de Chu para que enviara tropas. para ayudar a Zhao, y finalmente permitió que Zhao convirtiera la crisis en paz.
(2) Asesinos de Su Qin: cuando Su Qin era joven, estudió con Gui Guzi, un maestro famoso en el período de los Reinos Combatientes. Tenía grandes ambiciones pero talentos mediocres. Para trabajar duro, Su Qin estudió el "Yin Talismán" que le dio su maestro, y

cuando sintió sueño, usó un punzón para perforar su muslo. Después de un estudio tan persistente, lo logró. Su Qin viajó por todo el mundo nuevamente. Esta vez, la capacidad de persuasión de Su Qin aumentó considerablemente y finalmente usó su retórica para persuadir a los monarcas de los seis países para que luchen "conjuntamente" contra Qin, y logró grandes logros con el sello de los seis países. .

El núcleo de la persuasión es llegar directamente al corazón de las personas.

Xunzi, uno de los representantes del confucianismo chino, fue el primer pensador de la historia china que defendió que "la naturaleza humana es inherentemente mala. El daño es algo que nace del ser humano";

También se dice en la Biblia: "Siete cosas abominan su corazón: los ojos altivos, la lengua mentirosa, las manos derramadoras de sangre inocente, el corazón que trama planes perversos, los pies presurosos para correr al mal, y el hombre que habla mentiras, que da falso testimonio y siembra discordia entre hermanos".

...

En la larga historia de la cognición humana, cuando los seres humanos son conscientes de sus propias actividades psicológicas, se dan cuenta de las debilidades de la naturaleza humana. El descubrimiento de estas debilidades se puede rastrear en los documentos históricos de varias civilizaciones. Con el desarrollo de la psicología moderna, los seres humanos tienen una comprensión más profunda de las debilidades del corazón humano y comenzamos a encontrar que estas debilidades psicológicas inherentes abundan en nuestras vidas.

Por ejemplo, el fenómeno de la manada que encontramos con más frecuencia: en el lenguaje popular, significa "seguir a la multitud". Por ejemplo, cuando una persona está en una multitud, inconscientemente hará lo mismo que la mayoría de la gente. En términos académicos, es la aceptación de un comportamiento dominante en una situación particular. Cuanto más desconocido sea el entorno, o más temporal la situación, más fácil será que se produzca el fenómeno del rebaño.

Otro ejemplo es el famoso efecto halo: se refiere a una impresión social formada en el proceso de comunicación interpersonal que trasciende los hechos mismos, como el brillo del sol y la luna, expandiéndose a los alrededores bajo el manto de nubes y brumas, formando un fenómeno de halo. Por ejemplo, si una persona es elogiada por maestros y padres desde que era un niño, y a menudo se la considera un modelo a seguir para que otros niños aprendan, entonces cuando otros lo evalúen, él se verá influenciado por el halo en su cabeza y hacer valoraciones que exageran los hechos.

...

Hay demasiados fenómenos psicológicos similares, y muestran claramente la debilidad psicológica inherente de los seres humanos. Pero tales debilidades psicológicas no son

terribles, porque pueden cambiarse por factores internos y externos. Si eres consciente de tus debilidades psicológicas, puedes darte pistas psicológicas para recordarte que debes prestar atención e incluso corregirlas; si eres consciente de las debilidades psicológicas de otras personas, puedes aprovechar estas debilidades para guiar a otros con un propósito.

Desde la perspectiva de la buena voluntad, puede ayudar a las personas que están confundidas por estos fenómenos psicológicos a salir de la situación. Por supuesto, no es fácil corregir tales debilidades psicológicas, lo que requiere un conocimiento psicológico sistemático y un fuerte autocontrol.

Por lo tanto, el mayor efecto de dominar estas debilidades del corazón humano es ayudarlo a completar la persuasión, es decir, comprender las debilidades psicológicas de los demás para una guía direccional y con un propósito. Cuando alguien es "llevado por la nariz" por ti sin saberlo, puedes completar fácilmente el acto de persuasión hacia él, e incluso llegar al tercer nivel de la psicología de la persuasión, que es hacer que esté dispuesto a servirte, razón por la cual Se dice que "el núcleo de la persuasión es captar la debilidad del corazón de las personas".

Xun Yu, una figura histórica famosa en el período de los Tres Reinos y el principal consejero de Cao Cao, es llamado "el talento de Wang Zuo" por el mundo. Después de que Cao Cao derrotó a Lu Bu en Juye, quiso aprovechar la victoria para capturar a Xuzhou y luego eliminar a Lu Bu cuando Xuzhou Mu Taoqian estaba muerto.

Sin embargo, Xun Yu aconsejó a Cao Cao: "En el pasado, Liu Bang, el gran antepasado de la dinastía Han, pudo preservar las tierras de Guanzhong y Hanoi, todo gracias a la base sólida, que es la base para gobernar el mundo". Ahora, general, si ataca Xuzhou, si trae una gran cantidad de soldados a la expedición, entonces proteja la ciudad de Juye. Quedarán muy pocos soldados, y Lu Bu puede aprovecharlo; si toma una pequeña cantidad de soldados para salir, no estarás seguro de la victoria. Ahora es el momento en que el trigo en el campo está maduro, el general también podría cosechar el trigo maduro y almacenar el grano para acumular fuerza ".

Cao Cao adoptó la sugerencia de Xun Yu y colocó tropas para almacenar alimentos. Poco después, derrotó a Lu Bu nuevamente y capturó a Xuzhou como deseaba.

Cao Cao, conocido como el "héroe traicionero en tiempos difíciles", a menudo mataba a sus generales por sospecha. Aunque le gusta decir que le encanta escuchar consejos, es conocido por hacer las cosas a su manera. ¿Por qué una persona tan testaruda obedecería a Xun Yuyan? Esto se debe a que Xun Yu captó la debilidad psicológica de Cao Cao de ser

posesivo y preocuparse por las ganancias y las pérdidas: en comparación con salir a derrotar a Lu Bu, Cao Cao no estaba dispuesto a abandonar fácilmente el Juye que había conquistado.

Entonces, Xun Yu primero mencionó a Han Gaozu como una metáfora para satisfacer la vanidad de Cao Cao. Esto usó el efecto de halo para hacer que Cao Cao sintiera que era igual a Han Gaozu, y escucharía atentamente las próximas opiniones de Xun Yu.

Luego, Xun Yu presentó los hechos y razonó, y analizó los pros y los contras de los dos en detalle a Cao Cao. Este es el efecto de opción múltiple en las técnicas comunes de la psicología de la persuasión. Convertir preguntas complicadas en preguntas simples de opción múltiple le permitió a Cao Cao sentir el poder del controlador por un lado y tener un plan para operar por el otro, por lo que Xun Yu finalmente logró persuadir a Cao Cao y fortalecer su posición al Estado del lado de Cao Cao.

Al ver esto, puede preguntar, no soy un experto en psicología y no soy Xun Yu, ¿cómo debo atacar directamente las debilidades psicológicas de los demás? De hecho, el estudio de la psicología es un proceso muy fácil. Hay varios fenómenos psicológicos que suceden a nuestro alrededor en cualquier momento. Mientras prestes atención, también puedes convertirte en un gran experto en psicología.

Aquí le diré brevemente algunos puntos de entrada fáciles de operar. Esta es la habilidad básica para aprender la psicología de la persuasión. No necesita dominar principios complicados. Puede golpear rápidamente la debilidad psicológica de los demás.

●Sea bueno capturando información que no sea el idioma de la otra parte.

○Observe atentamente y descubra las preocupaciones reales de la otra parte a partir del lenguaje corporal de la otra parte.

● Guíe a la otra parte para que se abra y exprese sus dificultades o preocupaciones.

○ Escuche con paciencia la autoexpresión de la otra persona en un tono amable y empático.

●Piense en el problema con los hábitos y la personalidad de la otra persona. Es decir, empatía, hacerse entrar en el rol y posición de la otra parte, y asumir los posibles pensamientos de la otra parte.

●Convencer a la otra parte de que la decisión que tomó es la conclusión de su propio pensamiento.

○ Oculte adecuadamente su propósito de persuadir a la otra parte, para evitar que la otra parte se sienta forzada.

● Después de que la otra parte haya tomado la decisión que desea, aliéntelo adecuadamente.

○Fortalecer la confianza de la otra parte para tomar esta decisión y evitar las dudas o incluso los arrepentimientos de la otra parte.

cuento

A: No fui a la escuela hoy.

B: Entonces, ¿cómo le dijiste a tu papá?

R: Le dije a papá que un compañero de clase tenía tuberculosis y papá estuvo de acuerdo.

B: Entonces, ¿cómo le dijiste al maestro a cargo?

R: ¿Puedes adivinar?

B: De todos modos, no puedes decir la verdad.

R: Bueno, le dije al director que tenía tuberculosis y el director estuvo de acuerdo.

Segundo:……

La clave de la persuasión es encontrar "empatía" en ambos lados

En muchos casos, comprender los puntos clave de un problema a menudo determina directamente el resultado final del problema. Por ejemplo, la clave para participar en un concurso de canto está en la elección de las canciones participantes, y la clave para hacer una buena mesa de comida deliciosa está en la asignación de varios condimentos... Sólo captando los puntos clave de las cosas podemos acercarnos al éxito.

Del mismo modo, si queremos dominar las habilidades de persuasión, primero debemos encontrar la clave de la persuasión. Esta clave determina el punto de partida de todo el proceso de persuasión. Echemos un vistazo a un ejemplo de este tipo primero.

Después del final de la Guerra del Opio, varias contradicciones internas en China se agudizaron cada vez más y el gobierno Qing cayó en una situación precaria y peligrosa. Para consolidar su poder imperial, el gobierno Qing tuvo que implementar una nueva política y decidió establecer una constitución.

Cuando muchos funcionarios importantes de la corte apoyaron el establecimiento de una constitución, la actitud de la emperatriz viuda Cixi siempre fue ambigua e insistió en no ordenar una constitución.

Zhen Guogong Zaize entiende muy bien los pensamientos de Cixi, entiende que a Cixi no le importa si la constitución está establecida o no, sino que solo le importa si el poder imperial todavía está en sus propias manos. Entonces Zaize le dijo a Cixi que la constitución debe prepararse antes de la constitución, lo que llevará 20 años. Cuando Cixi, que en ese momento tenía 70 años, escuchó esto, pensó que 20 años después, habría ascendido al Paraíso Occidental, por lo que accedió de inmediato a hacer una constitución.

Como resultado, el establecimiento de una constitución en realidad no requirió 20 años de tiempo de preparación como dijo Zai Ze. Solo tres años después, el gobierno de Qing promulgó el "Esbozo constitucional imperial" y el establecimiento de una constitución fue un éxito.

A partir de este ejemplo, podemos ver que en el proceso de persuadir a Cixi para que estableciera una constitución, Zaizé captó hábilmente el atractivo psicológico de Cixi, es decir, el poder imperial que Cixi valoraba. Zai Ze le prometió a Cixi que el poder imperial no se perdería debido a la constitución durante su vida, y Cixi creía que Zai Ze la obedecería para darse cuenta de su control del poder imperial. Por lo tanto, el llamado psicológico de Cixi quedó satisfecho, por lo que accedió de inmediato a la solicitud de Zaize.

Después de un análisis cuidadoso, podemos encontrar que Zai Ze usó el efecto de suma distinta de cero en psicología para capturar con éxito el atractivo psicológico de Cixi: en la superficie, parece que el partido constitucional comprometió a Cixi, pero de hecho los constitucionalistas dieron el primer paso en constitucionalismo Un paso: compromiso superficial a cambio de un progreso sustantivo, el efecto de suma distinta de cero le hace saber a Zai Ze que su compromiso inevitablemente se cambiará por otro valor.

Se puede ver que la satisfacción de las apelaciones psicológicas es de hecho un factor clave para persuadir con éxito a la otra parte.

En nuestra vida diaria, tales ejemplos también son comunes.

Tanto Xiao Zhang como Xiao Wang son recién graduados y recién ingresaron al departamento administrativo de una empresa privada este año como oficinistas. Las dos chicas que acababan de ingresar al lugar de trabajo añoraban demasiado el lugar de trabajo cuando eran estudiantes, y tenían especial envidia de la sofisticación y elegancia de esas bellezas de cuello blanco en trajes profesionales.Después de discutir en privado, las dos decidieron proponerle matrimonio. al supervisor administrativo, Gerente Xia. Se recomienda que la empresa compre uniformemente ropa de negocios.

Xiao Zhang primero fue al Gerente Xia para explicarle su anhelo por mujeres profesionales, y esperaba que la compañía pudiera ayudarlo a cambiar su mentalidad al comprar uniformes uniformes, para que pudiera transformarse rápidamente de estudiante a profesional. El gerente Xia escuchó la sugerencia de Xiao Zhang y solo sonrió, pero no estuvo de acuerdo. Más tarde, Xiao Wang también fue al Gerente Xia para hacer la misma solicitud. A diferencia de Xiao Zhang, la razón de Xiao Wang fue que si podía vestirse uniformemente, ayudaría a mejorar el impulso de los empleados y la imagen general de la empresa. Para la empresa , puede ayudar a la empresa a ganar más recursos de clientes y volumen de negocios, por lo que es imperativo vestir uniforme.

Finalmente, el gerente Xia escuchó la sugerencia de Xiao Wang, asintió afirmativamente y emitió un aviso de vestimenta uniforme a la empresa al día siguiente.

Comparando las acciones de Xiao Zhang y Xiao Wang, podemos ver que Xiao Wang simplemente captó el atractivo psicológico del Gerente Xia de pensar en los problemas desde el punto de vista de la empresa como ejecutivo de la empresa. Convence las razones, convirtiendo así con éxito su propuesta en realidad.

También se puede decir que para persuadir a la otra parte, es esencial comprender el atractivo psicológico de la otra parte.

En psicología, existe un concepto como la empatía. “Empatía” es un concepto propuesto por el famoso psicólogo estadounidense Rogers, que hace referencia a la capacidad de penetrar en el mundo subjetivo de los demás y comprender sus sentimientos. Rogers enfatizó que para comunicarse con una persona, uno debe ingresar a su mundo y comprender su forma de vida, así como sus objetivos y direcciones desde adentro, para lograr el propósito de una comunicación profunda con la otra parte. Comprender el atractivo psicológico de la otra parte es un proceso para establecer una relación de "empatía" con la otra parte. Solo después de completar este proceso, puede realmente comprender el atractivo psicológico de la otra parte.

Para ayudar a los lectores a comprender el atractivo psicológico de la otra parte en un período de tiempo relativamente corto, presentaré brevemente varias estrategias y métodos eficientes para encontrar el atractivo psicológico de la otra parte.

●Aprender a escuchar.

Escuchar es la mejor manera de reducir la distancia entre las personas. En el proceso de contarle a una persona, el mundo interior de uno se revelará completamente, y el atractivo psicológico también es parte de ese mundo interior. El oyente no necesita demasiadas palabras, consuelo o comprensión, solo necesita mostrar su enfoque a la otra parte con expresiones faciales, entonces la otra parte le confiará más fácilmente y sin defensa, y también obtendrá más información. de la otra parte.

●Cultiva el hábito de leer los pensamientos de los demás.

Como dice el refrán, Roma no se construyó en un día, y si quieres captar el atractivo psicológico de la otra parte, no se puede lograr en uno o dos días. Esto requiere que desarrolle el hábito de especular sobre la mente de otras personas en tiempos normales, preste más atención a las cosas, piense más y pregunte algunos por qué, y verifique sus especulaciones a través de la comunicación continua y la comunicación con la otra parte. Con el tiempo, naturalmente tendrá percepciones más nítidas que otros.

● Cultivar el hábito de la empatía.

La empatía es fácil de decir, pero hay muy pocas personas que realmente pueden hacerlo, no porque todos no estén dispuestos a hacerlo, sino porque no dominan las condiciones básicas para la empatía, es decir, utilizar los patrones de pensamiento de la otra parte y Hábitos de comportamiento Empatía. Por tanto, la empatía efectiva se basa en comprender a la otra parte. Cuando tratas de entender a la otra persona, tu empatía es efectiva.

cuento

R: El cachorro de un compañero de clase se quedó en mi casa y me pidió que lo cuidara, como resultado, el cachorro tuvo diarrea hoy.

B: ¿Lo llevaste al médico?

R: No.

B: Entonces, ¿cómo le explicas a tus compañeros de clase?

A: ¿Solo necesito darle un cachorro animado?

B: ¿Puede un cachorro con diarrea estar vivo y bien?

R: Cuando se lo devuelva mañana, sujetaré al cachorro y le pediré que me invite a KFC.

Segundo:……

La psicología hace de la persuasión una habilidad

Hay un viejo dicho en China: "Si no escuchas las palabras del anciano, sufrirás delante de tus ojos". Habla de muchas verdades y moralejas. Nuestros antepasados o predecesores ya nos lo resumieron. Lo que necesitamos es absorberlo. En cuanto al conocimiento científico y cultural tradicional, podemos obtenerlo a través de la difusión de tratados y libros de texto de científicos o investigadores, como las leyes de Newton, la economía occidental, el confucianismo, la poesía Tang y Song Ci, etc. Su herencia de generación en generación nos ha dado valiosa riqueza civilizatoria.

Para las ciencias sociales y el conocimiento cultural que es diferente del conocimiento científico y cultural tradicional, como los principios de la vida, la filosofía de la comunicación interpersonal, la búsqueda de la autoestima y el método de realización, y otros sistemas teóricos que se ven afectados por el individuo. diferencias e iniciativa subjetiva, se necesita psicología .difusión de esta disciplina.

Por lo tanto, se puede decir que la psicología estudia los fenómenos y leyes psicológicas, es una herramienta y una forma de ayudarnos a establecer un sistema teórico sistemático desde un punto de vista científico, para resolver racionalmente los problemas prácticos.

A la entrada de cierto pequeño pueblo, hay un árbol centenario, denso e imponente, que ha sido protegido por los aldeanos. Al mismo tiempo, la entrada del pueblo es el lugar favorito para que jueguen los niños del pueblo y, a veces, los árboles viejos inevitablemente se convierten en objetos de juego de los niños traviesos.

Recientemente, es popular que los niños graben letras en la corteza de los árboles antiguos. La corteza rota después de ser torturados por los niños ha causado dolor de cabeza al jefe de la aldea. Sin embargo, cuanto más impidan los padres de los niños que los niños destruyan los árboles viejos, más se beneficiarán los niños.

En este día, el jefe de la aldea les dijo a los niños: "Niños, hagamos una competencia hoy. La competencia grabará palabras en los árboles antiguos. El mejor premio para la inscripción será una pistola de juguete".

El primer día, los niños estaban muy felices. Sacaron lápices, cuchillos, reglas y otras herramientas para escribir y dibujar en el árbol. Al final, uno de los niños realmente recibió una pistola de juguete como recompensa del jefe de aldea. .

Al día siguiente, el jefe de la aldea volvió a acercarse al árbol y les dijo a los niños: "Hoy continuaremos la competencia y el premio son dos canicas". Trabajé duro para grabar las palabras, pero había muy pocas palabras en la corteza. .

Al tercer día, el jefe de la aldea volvió a decir a los niños: "El premio de hoy es un trozo de caramelo". Los niños arrojaron las herramientas en sus manos una tras otra y dijeron al unísono: "No más grabado, no más grabado, es mejor jugar al escondite". Paño de lana".

Eso es todo, el jefe de la aldea logró proteger el viejo árbol de los niños.

¿Cómo supo el jefe de la aldea detener a los niños de una manera tan inteligente? ¿Es suerte? ¿Será que los niños lo escucharon? ni. De hecho, el líder de la aldea resolvió este problema fácilmente utilizando el efecto Aronson en psicología. El efecto Aronson significa que a las personas les gustan aquellas personas o cosas cuyos gustos, recompensas y elogios aumentan, y les desagradan aquellas personas o cosas que parecen estar disminuyendo.

En otras palabras, a los niños no les gusta mucho el comportamiento del jefe de la aldea de reducir las recompensas. Por supuesto, el líder de la aldea sabía esta verdad, por lo que pudo usar el "efecto Aronson" y el "método de la recompensa decreciente" para persuadir a los niños de que no destruyeran los árboles antiguos cuando no había resultado en persuadir a los niños de manera positiva. el propósito de proteger los árboles antiguos.

Si no es psicología, ¿cómo podemos resumir el "efecto Aronson" y el "método de disminución de la recompensa" utilizados por el jefe de la aldea? Si tal método no se puede resumir, las ingeniosas habilidades de persuasión del líder de la aldea serán difíciles de aprender y usar para los lectores, porque puede ser difícil para los lectores resumir tales misterios por sí mismos con su propio sistema teórico.

Para los lectores ordinarios, apenas tenemos fundamentos en psicología, mucho menos sabemos algo sobre los llamados principios psicológicos, y mucho menos aplicamos principios psicológicos a la persuasión. Sin embargo, ¿significa esto que la puerta del uso de la psicología para lograr la persuasión está cerrada para los lectores comunes? La respuesta es, por supuesto, no, de lo contrario, ¿cuál es el objetivo de este libro? Entonces todos solo pueden sentarse en el salón de clases de la universidad y escuchar las conferencias.

Por supuesto, también admitimos que efectivamente existe una barrera en el estudio de la psicología, y no es una tarea fácil superar esta barrera y aplicar la psicología a la

persuasión. Esto está relacionado con la capacidad de aprendizaje de cada uno y su propio potencial.

Ponte a prueba: ¿tengo lo que se necesita para estudiar psicología?

●En el proceso de interacción con la gente, ¿juegas más como un oyente que como un confidente?

● ¿Prefiere o tiende a trabajar con personas más que con el trabajo técnico?

●Si tu jefe te hiciera daño en algo, ¿elegirías explicarlo?

●Entre colegas o compañeros de clase, ¿siempre conoces los pequeños secretos de otras personas sin darte cuenta?

●En su familia, ¿usted y los miembros de su familia se comunican cara a cara más de dos veces al mes?

●¿Cuál de las dos películas "Origen" y "Harry Potter" prefieres ver?

●Si te permitieran visitar la exposición de un pintor abstracto, ¿no te sentirías demasiado aburrido?

●Antes de comer un buffet, ¿calcula aproximadamente el precio de los platos que come y el precio que paga?

●¿Está más inclinado a elegir escenarios naturales en lugar de otra ciudad bulliciosa como su destino de viaje?

● ¿Alguna vez has pensado en dedicarte a una carrera relacionada con la psicología?

Usa tus primeros instintos para responder las diez preguntas anteriores y cuenta cuántas veces respondiste "sí".

Por debajo de 5: no estás preparado para estudiar psicología;

5~7: Tienes cierto potencial para estudiar psicología (por lo general, la mayoría de los lectores pueden estar en este rango)

8~9: Tienes muy buen potencial para estudiar psicología;

10: Puede que ya hayas comenzado a estudiar psicología o simplemente seas practicante de una carrera afín a la psicología.

En la autoevaluación anterior, siempre que pertenezca a las últimas tres situaciones, puede participar en el estudio de la psicología. En otras palabras, incluso a través del autoaprendizaje, puede dominar los principios de la psicología y aprender con éxito el arte de la persuasión.

Por supuesto, Einstein dijo que "el éxito proviene de un 1% de genio y un 99% de diligencia". No importa quién sea, el proceso de aprendizaje es duro y difícil. Ahora que nos

hemos decidido a aprender la psicología de la persuasión, debemos perseverar y practicar mucho para dominar verdaderamente el conocimiento de la psicología de la persuasión.

cuento

R: Fui de compras con mi novia hoy y una niña pequeña que vendía rosas me molestó e insistió en que comprara una flor para mi novia.

B: ¿Cuánto cuesta un palo?

R: No es caro, 10 yuanes.

B: ¿Así que lo compraste?

R: No.

B: ¿La niña te dejará ir si no lo compras?

R: Mi novia me regañó por ser de sangre fría y me compró uno.

Segundo:……

La persuasión comienza con el control del corazón.

Persuadir realmente a la otra parte se refiere a lograr que la otra parte complete o realice algo de acuerdo con sus deseos. Cuando la otra parte sea persuadida por usted, estará de acuerdo con su punto de vista en su corazón, y esta identificación se reflejará en sus palabras y acciones. Es como si la parte de su mundo interior sobre esto hubiera sido completamente asumida por ti. Por lo tanto, el proceso de persuadir a la otra parte es en realidad un proceso de control de las actividades psicológicas de la otra parte; la esencia de persuadir a la otra parte es cambiar la cognición psicológica de la otra parte.

Por lo tanto, para lograr verdaderamente el propósito de la persuasión, es necesario comprender la psicología de la otra parte.

Desde la perspectiva de la teoría psicológica, también se puede demostrar que dominar la psicología de la otra parte es crucial en el proceso de persuadir a la otra parte. La "Psicología del Comportamiento" nos dice: Desde la perspectiva de su mecanismo, el comportamiento humano depende de las características del sistema dinámico interno de las personas sin excepción. La expresión concentrada de las características del sistema dinámico interno de una persona es el carácter de una persona. Este carácter producirá actividades psicológicas, que producirán las palabras y los hechos de las personas. Por lo tanto, guiar o incluso controlar las palabras y acciones de las personas es fundamentalmente guiar o controlar la psicología de la otra parte.

En 1977, Steve Jobs se dio cuenta de que las computadoras personales tendrían un amplio mercado y serían una carrera con un gran potencial. Entonces, él y Wozniak co-fundaron "Apple Computer", listos para lanzar una computadora personal con un mouse. Aunque estaban decididos a hacer computadoras personales y encontraron una gran cantidad de clientes en el mercado, Jobs y Wozniak no tenían dinero, ¿qué debían hacer?

Por lo tanto, Jobs seleccionó a algunos "consumidores profesionales" a través de encuestas de consumidores, consumidores que tienen una gran necesidad de computadoras personales. Jobs persuadió a esta parte del consumidor para que pagara por una computadora personal y luego usara los fondos de la suscripción para comprar el dispositivo. Posteriormente, Jobs persuadió a varios proveedores para que primero le proporcionaran materias primas gratuitas para la producción de computadoras personales y luego pagaran a los proveedores después de que se vendieran las computadoras, con la

condición de que pudieran dar prioridad a participar en las negociaciones por las materias primas de Apple. en el futuro.

De esta manera, Jobs inició la producción de la primera computadora personal de Apple con el método de "derribar el muro este para compensar el muro oeste".

En este proceso, ¿por qué Jobs permitió que los clientes pagaran depósitos y que los proveedores proporcionaran materias primas de forma gratuita? Eso es porque Jobs ha dominado la psicología de los clientes y proveedores: los clientes quieren tener sus propias computadoras personales por primera vez, y los proveedores ven las enormes ganancias de las computadoras personales. Por lo tanto, Jobs pudo convencer a clientes y proveedores.

A través del caso de Jobs, podemos analizar y resumir los pasos básicos para lograr el propósito de la persuasión dominando la psicología de la otra parte.

●Paso 1: Haga el trabajo antes de la persuasión.

Como dice el refrán, los buenos soldados no pelean batallas sin preparación. En una batalla silenciosa, el lugar de trabajo es como un campo de batalla, y la persuasión a menudo no es tan simple como la confrontación verbal cara a cara. Antes de que comience la persuasión, en realidad hay mucho trabajo preparatorio que debe hacer el persuasor. Estas tareas parecen no tener nada que ver con la persuasión, pero son como el efecto mariposa, y el más mínimo error tendrá un impacto impredecible en los resultados de la persuasión. Jobs entendió muy bien esta verdad, por lo que antes de convencer a los consumidores, realizó una encuesta rigurosa sobre el mercado de consumo, descartó a los "consumidores profesionales" y obtuvo su apoyo directamente más tarde.

●Paso 2: Comprender las necesidades reales de la otra parte.

Jobs sabía que la necesidad real de los "consumidores profesionales" era usar computadoras personales para mejorar la eficiencia de su trabajo. Al mismo tiempo, Jobs también sabía que las necesidades reales de los proveedores de materias primas eran construir los cimientos de sus negocios en la industria de las computadoras personales. Es con tal tarea antes de la persuasión que Jobs puede volverse más eficiente en la persuasión.

●Paso 3: Deje que la otra parte comprenda sus intereses creados.

Ya sea en el mundo de los negocios o en el lugar de trabajo, ya sea una empresa o un individuo, todos respetan el principio de hacer las cosas orientadas a los resultados y las ganancias. Sólo el trabajo realizado dentro de este principio es factible. Jobs también sabía esto muy bien. Cuando negociaba con consumidores y proveedores, seguía enfatizando a los consumidores que podían tener la primera oportunidad de poseer computadoras

personales, y también seguía enfatizando a los proveedores que podían obtener el derecho de negociar un mecanismo de cooperación con Manzana. . Tanto los consumidores como los proveedores entienden sus intereses creados y, por supuesto, estarán dispuestos a dejarse persuadir por Jobs.

●Paso 4: Darse cuenta de la promesa hecha al persuadir a la otra parte.

El cumplimiento necesario de la promesa no es solo un cumplimiento de las promesas, sino que también juega un papel importante en el progreso posterior de la cooperación de las partes persuadidas y persuadidas. En psicología, existe tal concepto de valor de la tarea, que pertenece a la categoría de psicología ocupacional.Esto significa que cuando cada persona realiza un determinado comportamiento, evaluará el valor del comportamiento de acuerdo con sus propias expectativas, y luego lo hará. evaluarlo de acuerdo con la evaluación vale la pena el trabajo de igual valor.

Si el persuasor promete algunos beneficios que el persuadido puede obtener, pero al final no cumple la promesa al persuadido, la acción del persuadido disminuirá en consecuencia. Incluso si es persuadido, ya no tendrá el poder del persuadido. persuadido Quiero ver la iniciativa. Por lo tanto, después de que Jobs comenzó las ventas de computadoras personales, inmediatamente entregó las computadoras pedidas por los "consumidores profesionales" a la puerta y firmó un acuerdo marco preliminar de suministro de materia prima con los proveedores.

Persuadir a la otra parte captando las necesidades psicológicas de la otra parte es un método de persuasión conservador e infalible, y también es un método de persuasión fácil de usar para lectores que inicialmente están en contacto con la psicología de la persuasión. Por lo tanto, siempre que el proceso de persuasión se lleve a cabo de acuerdo con los pasos anteriores, la parte de persuasión gradualmente adquirirá plena confianza y seguridad.

cuento

A: Hoy fui a comprar ropa con mi novia.

B: ¿Se desempeñó como su oficial de estado mayor?

R: Por supuesto.

B: Si ella usa un vestido que realmente no le queda bien y te pide que hagas un comentario, ¿qué harás?

R: Solo tengo que decir la verdad.

B: ¿No tienes miedo de hacerla enojar contigo?

R: Cuando se entere de que gastó una suma de dinero que no debería haber gastado, se enfadará aún más conmigo.

Segundo:……

Un hombre puede doblarse tanto como estirarse.

"Soportar la calma por un tiempo y dar un paso atrás para ensanchar el mar y el cielo" es un principio que todos entienden. "Un hombre puede doblarse y estirarse" también se refiere a la tolerancia y la sabiduría de un caballero; todo esto ilustra una verdad: es bueno usar la paciencia temporal y las concesiones superficiales a cambio de los resultados que desea. Este es el verdadero significado de avanzar con retroceso.

Especialmente en la sociedad actual, orientada a los resultados, se utiliza ampliamente la retirada hacia el avance.

Por ejemplo, antes de que los padres accedan a llevar a sus hijos al parque de diversiones, requerirán que sus hijos obtengan 100 puntos en el examen final; los candidatos que quieren postularse para el presidente del sindicato de estudiantes generalmente renuncian a la competencia por otro consejo estudiantil. miembros para evitar hacer demasiados enemigos; Durante las negociaciones comerciales, una de las partes puede utilizar el método de la retirada para avanzar y dar un golpe mortal a la otra parte cuando está paralizado...

Del mismo modo, en el campo de la psicología de la persuasión, el retiro es también uno de los medios habituales de persuasión.

Chen Tianqiao, presidente y director ejecutivo de Shanda Network, persuadió con éxito a Duan Yongji de la junta directiva de Sina en 2005 utilizando el método de persuasión de retirarse para avanzar, y logró el objetivo comercial de la participación accionaria de Shanda Network en Sina.

En la segunda mitad de 2004, el precio de las acciones de Sina cayó al punto más bajo de la historia después de que se recuperó Internet, lo que Chen Tianqiao consideró como la mejor oportunidad para que Shanda invirtiera en Sina. Por lo tanto, Chen Tianqiao hizo un viaje especial de Shanghai a Beijing para negociar con Duan Yongji, uno de los miembros de la junta directiva de Sina en ese momento.

Chen Tianqiao propuso comprar todas las acciones de Sina en poder de Stone Holdings al 120% del precio de las acciones en ese momento. Sin embargo, Duan Yongji propuso que el 120% del precio de las acciones era demasiado bajo y le pidió a Chen Tianqiao que comprara Sina a un precio de las acciones cercano a los 50 dólares estadounidenses por acción en el punto más alto de la historia. Chen Tianqiao pensó que Duan Yongji se estaba engañando a sí mismo. Sintió que el aumento de valor del 120% que le había dado a Sina ya

era muy alto, por lo que no respondió a la solicitud de Duan Yongji, y las negociaciones entre las dos partes llegaron a un punto muerto.

En ese momento, Chen Tianqiao había estado aumentando su tenencia de acciones de Sina a través del mercado secundario, comprando constantemente acciones de Sina a Stone Holdings. Para febrero de 2005, poseía el 19,5% de las acciones de Sina. Encontró a Duan Yongji nuevamente y continuó negociando con Duan Yongji. Inesperadamente, en lugar de bajar el precio de compra, Duan Yongji aumentó el precio de compra a US$ 50 por acción, por lo que Chen Tianqiao tuvo que pagar alrededor de US$ 120 millones más por la adquisición.

Chen Tianqiao le dijo a Duan Yongji que si continuaba aumentando sus participaciones en el mercado secundario, las acciones de Stone Holdings se diluirían aún más. Al mismo tiempo, si no las hubiera adquirido en el mercado secundario, el precio de las acciones de Sina no se vería afectado. poder subir en un corto período de tiempo al precio deseado por la junta directiva de Sina.

Negociaron durante tres días, eran indistinguibles entre sí, y finalmente llegaron a un acuerdo, es decir, Shanda compró acciones de Sina con un precio total de alrededor de 80 millones de dólares estadounidenses a un precio de 32 dólares estadounidenses por acción, que era más alto. que el precio de cierre de Sina en Nasdaq en ese momento. Solo el 15%, no solo completamente dentro del alcance de la aceptación de Chen Tianqiao, sino que también permitió a Chen Tianqiao alcanzar con éxito su objetivo de tomar una participación sólida en Sina.

Echemos un vistazo a cómo Chen Tianqiao convenció a la otra parte al retirarse durante el proceso de negociación con Duan Yongji.

A primera vista, el precio de 32 USD por acción que pagó Chen Tianqiao era más alto que el precio real de las acciones de Sina en ese momento. Parecía que Chen Tianqiao había realizado una "transacción con pérdidas". El mercado está comprando cerca o por encima $50 por acción, ¿cuál es más, $32 o $50? Al mismo tiempo, tener una participación en Sina es el objetivo estratégico comercial de Shanda Group, y la realización de este objetivo es de gran importancia para Shanda.

En otras palabras, a un pequeño precio del 15%, Chen Tianqiao obtuvo beneficios tangibles e intangibles de Shanda. Este es un caso típico de persuadir con éxito a la otra parte al retirarse.

Tomar el retiro como avance no solo es aplicable entre empresas y empresas, sino también entre individuos.

Cierta empresa planea mudarse a un mejor edificio de oficinas debido a la mejora de su escala y grado. Xiao He, el personal administrativo de la empresa, es responsable de la selección del sitio de la nueva ubicación de la oficina. De acuerdo con los requisitos, investigará todos los edificios de oficinas en el área candidata, resumirá los datos de la encuesta y los enviará al supervisor administrativo para su evaluación final. determinación. Desde finales de año, el trabajo diario de Xiao He está muy ocupado y no tiene mucho tiempo para visitar todos los edificios de oficinas en el área de candidatos, pero las tareas laborales de Xiao He deben completarse, ¿qué debemos hacer? Xiao He pensó mucho toda la tarde y finalmente se le ocurrió una solución.

Xiao He tomó la iniciativa de buscar al supervisor administrativo e informó primero sobre sus arreglos de trabajo recientes al supervisor, indicando que tenía muchos arreglos de trabajo recientes, por lo que hizo los siguientes arreglos para la selección del sitio del nuevo edificio de oficinas:

Primero, de acuerdo con la información relevante en el sitio web de SouFun, averigüe los principales indicadores de los bienes inmuebles que deben investigarse y filtre algunos edificios de oficinas que obviamente no cumplen con los requisitos de la empresa en grado y calidad, y luego organice una día para inspeccionar aquellos edificios de oficinas que cumplan con los requisitos.Los resultados de la inspección se informan hacia arriba. Aunque el número de edificios de oficinas inspeccionados en el lugar ha disminuido, debido a que los objetos de investigación son más específicos, la eficiencia del trabajo ha mejorado en consecuencia y se han ahorrado tiempo y costos de transporte.

Después de escuchar el arreglo de trabajo de Xiao He, el supervisor quedó muy satisfecho e inmediatamente aceptó la ejecución de Xiao He de acuerdo con este arreglo.

¿Cómo usó Xiao He hábilmente el método de retirarse para persuadir al supervisor, reduciendo así su carga de trabajo? En la superficie, agregó trabajo adicional de clasificación de materiales en línea y revisión de edificios de oficinas. Pero, de hecho, a través de este trabajo adicional, Xiao He no solo hizo que su supervisora sintiera que era considerada y meticulosa, y que tenía una actitud de trabajo proactiva, sino que también le permitió eliminar al menos la mitad de los edificios de oficinas que necesitaban ser inspeccionados. el lugar, lo que redujo mucho su cantidad de trabajo.

¿Por qué el retiro es tan efectivo en la persuasión? Desde un punto de vista psicológico, no es difícil de entender para nosotros.

En psicología, existe un efecto llamado efecto del viento del sur. El significado original es que el viento guía puede brindar a las personas una sensación más cálida y cómoda que el viento del norte, por lo que es más fácil para los peatones experimentar el cálido viento del sur que el frío. viento del norte Quítate la ropa.

En el proceso de persuasión, tomar la retirada como un avance es como un cálido viento del sur. Hace que tu objeto de persuasión sienta que estás siguiendo su pedido y "comprometiendo" desde su perspectiva, e incluso siente que no lo estás persuadiendo. él los está convenciendo, pero de hecho, todos ustedes tienen un solo objetivo, que es llegar a un acuerdo entre las dos partes. Así que el trabajo de persuasión se ha convertido en una situación armoniosa de “uno dispuesto a luchar y otro dispuesto a sufrir.” Por supuesto, la persuasión es fácil de lograr.

Lo que debe recordarse a los lectores es que cuando se utiliza el método de persuasión para retroceder hacia adelante, se debe prestar atención a los siguientes principios.

●Principio de controlabilidad global.

El persuasor debe asegurarse de que su "retirada" sea solo una "retirada" formal, y esta retirada no afectará su posición, y mucho menos dañará sus propios intereses. Todo el proceso de persuasión también debe ser controlado firmemente por el persuasor. De lo contrario, si se retira a una situación fuera de su control, no se puede garantizar el resultado de la persuasión.

●El principio de veracidad y honradez.

Todos entendemos que el persuasor solo está haciendo el llamado "retiro", de hecho, su objetivo sigue siendo el mismo, y todavía espera que la persona persuadida finalmente se comprometa con sus propios requisitos. Por lo tanto, el persuasor debe ganarse la confianza de la otra parte con una actitud sincera y dejar que la otra parte relaje su vigilancia y defensas, para que sea posible persuadir con éxito a la otra parte.

cuento

A: Mañana la empresa organiza un viaje.

B: ¿No te desagrada viajar?

R: Sí, entonces solicito a la empresa que me envíe mis gastos de viaje personales en efectivo.

B: ¿La empresa te lo prometió?

R: Bueno, puedes enviármelo.

B: Entonces, ¿por qué estás empacando tu equipaje ahora?

R: Xiaoli, del departamento de finanzas de la empresa, dijo que me lo enviaría durante el viaje, porque renunció después del viaje.

Segundo:……

La perseverancia, el oro y la piedra se pueden tallar

Cuando llegues a tu límite físico en una competencia de carrera de fondo y no puedas dar un paso más adelante, habrá una voz en tu oído que te dirá "la persistencia es la victoria", cuando trabajes horas extras para completar una determinada tarea de trabajo o estudio, tú te recordarás que "El cielo enviará una gran misión a la gente, y primero debes trabajar duro en tu mente y tus músculos..."; cuando te enfrentas a fracasos una y otra vez, piensas en la frase "Perseverancia, oro y piedra se puede tallar".

La persistencia es como el imponente árbol de hoja perenne que se encuentra en nuestros corazones, y es un pilar indispensable en nuestro fuerte mundo interior.

De manera similar, en la psicología de la persuasión, la persistencia también es una cualidad crucial.

El padre y el hijo se perdieron en el desierto. El padre y el hijo suspiraron y comenzaron a revisar cuánta agua y comida les quedaba. Como resultado, quedan muy pocos de ellos.

El hijo frunció el ceño y dijo: "Padre, ¿qué debemos hacer? A juzgar por la situación actual, ¡es muy difícil para nosotros salir! Si no podemos salir, también podríamos comernos todas las sobras y suicidarnos". , y ser un ¡Es mejor morir de hambre que morir de inanición, sed o agotamiento!" El padre miró la expresión de su hijo y descubrió que estaba hablando muy en serio. Entonces el padre negó con la cabeza y dijo: "Bueno, hijo, estoy de acuerdo contigo. Aunque este desierto no es demasiado grande, a juzgar por nuestras reservas de alimentos, es muy difícil salir, pero de hecho, no tenemos para salir".

"¿Por qué?", preguntó el hijo desconcertado.

Padre dijo: "Primero debemos encontrar el oasis cercano, llenar todos los recipientes que puedan contener agua con nosotros y luego tratar de salir de este desierto. Hasta donde yo sé, hay un gran oasis cerca".

"¿En serio? Papá, no mentiste, ¿verdad?", el hijo dudaba. Según su punto de vista, después de que pasó la tormenta, ni siquiera sabía dónde estaba en el desierto, y mucho menos estar seguro de que había un oasis cerca.

El padre vio la sospecha de su hijo, y señaló a lo lejos, donde había un cactus enorme, tan alto como dos personas.

"Hijo, la última vez que vine aquí con la caravana de camellos, ese cactus es el símbolo", dijo el padre. Aunque el hijo todavía estaba escéptico, cuando miró a su alrededor, hasta donde

podía ver, todo lo que podía ver era el cactus y no había otras plantas. Entonces, comenzó a creer un poco las palabras de su padre.

Padre abre el camino. Caminaban los dos, comiendo muy poco cuando tenían hambre, siempre que no se murieran de hambre, y bebiendo un poco de agua cuando tenían sed, siempre que el sol no los evaporara del mundo. Este viaje duró 3 días y los dos sufrieron mucho. El hijo añoraba el oasis todos los días y le preguntó a su padre si llegaría pronto. El padre asintió y dijo: "Por supuesto, pero debes tener paciencia. Aunque no está muy lejos, esto está en el desierto. No importa cuán cerca esté, puede llevarnos mucho tiempo. Espera, encuentra ese oasis, y luego iremos al oasis. "¡Puedo descansar bien!" Aunque el hijo estaba un poco abrumado, pensó que el oasis no debería estar muy lejos después de caminar durante 3 días, por lo que persistió. .

Pasaron otros dos días y el agua y la comida de la bolsa se habían ido, pero el oasis aún no se encontraba.

El hijo casi lloró y le dijo a su padre: "Papá, ¡entonces me has estado mintiendo!" El padre dijo con impotencia: "Niño tonto, ¿cuál es el punto, por qué es necesario mentirte? El oasis es ¡muy pronto! ", Levantó a su hijo y caminó hacia adelante con dificultad.

Después de caminar durante más de medio día, los dos no habían bebido una gota de agua en mucho tiempo. Sus expresiones están en trance, sus piernas están débiles por caminar, y sus labios son como tierra seca y agrietada. Finalmente, ambos cayeron al desierto.

Cuando los dos despertaron, se encontraron acostados en el hospital con agujas colgando en sus manos. "¿Qué está pasando aquí?", preguntó el hijo sorprendido: "¿Todavía estoy vivo?".

"¡Por supuesto que no!" El padre se despertó un poco antes que su hijo, sonrió, miró a su hijo y dijo: "¡Muy bien, persististe!" Resultó que cuando vio la cantidad total de comida y agua, el padre sabía, A juzgar por esa situación, sería difícil salir del desierto si no aprietas los dientes y persistes. Aunque no sabía dónde estaba en el desierto, sabía que sin importar por dónde comenzara a caminar en este desierto no tan grande, si quería caminar hasta el borde, le tomaría menos de 10 días. Como resultado, les tomó casi 6 días llegar al borde del desierto. Después de que se desmayaron, los fotógrafos cercanos los descubrieron rápidamente y el equipo de rescate los envió al hospital. En cuanto al oasis, por supuesto que el padre lo inventó, porque conocía demasiado bien a su hijo, si no decía eso, su hijo no podría durar dos días.

A partir de este caso, podemos ver el importante papel que juega la persistencia en la persuasión. La persuasión del padre le dio al hijo la motivación para perseverar y usó palabras para darle al niño una pista psicológica. Sin la persuasión del padre una y otra vez para dejar que el hijo persista y persista, creo que el hijo no podría persistir hasta que saliera del desierto.

Sin embargo, todo tiene dos caras. Si insistes ciegamente en el proceso de persuasión, en ocasiones provocará resultados contraproducentes.

Trabajo de consultoría para una corporación global. Su mayor ventaja es que tiene perseverancia y perseverancia en hacer las cosas, lo que a menudo conduce a la cooperación con los clientes, y su clasificación de desempeño también se encuentra entre las mejores de la empresa Cathy.

Una vez, recibió una referencia de una empresa india a una empresa de China continental. Durante la referencia, la empresa india le enfatizó a Cathy que el cliente era un budista devoto, pero Cathy le recordó a sus colegas amistosos que no les importa. En el proceso de negociación de la cooperación con la otra parte, las dos partes solo tienen un ligero desacuerdo final sobre el método de pago del contrato. Mientras Cathy persuada con éxito a la otra parte para que pague de acuerdo con los requisitos de la empresa, el negocio será exitoso. .

Cathy, que estaba ansiosa por el éxito, siguió persuadiendo a la otra parte para que pagara de acuerdo con el método de pago de la empresa, no solo por teléfono, correo electrónico, etc. cliente y siguió explicando por qué la empresa lo requería. Pagos, con suerte finalmente convenciendo a los clientes de registrarse. Inesperadamente, después de que el cliente salió del templo, no solo estaba muy enojado con Cathy, pensando que ella había destruido la atmósfera sagrada del templo, sino que también terminó de inmediato la negociación con Cathy con el argumento de que Cathy no respetaba los derechos de otras personas. creencias El negocio solo puede terminar en un fracaso al final.

Este es un ejemplo negativo de persistencia en la persuasión, tal vez Cathy nunca haya imaginado que su persistencia, que siempre ha sido elogiada, se ha convertido en el único factor del fracaso de este negocio. Pero, ¿qué deberíamos nosotros, los espectadores, pensar del fracaso de Cathy, aparte de un poco de simpatía por el encuentro de Cathy con un cliente extraño?

Sí, la persistencia es un elemento esencial en la persuasión, pero la persistencia no es una panacea; de hecho, en un lugar de trabajo que cambia rápidamente, es casi difícil encontrar un método universal para adaptarse a diferentes situaciones.

La persistencia solo ejercerá su mayor efecto cuando se enfrente a la persona adecuada en el momento adecuado, en la situación adecuada. Al igual que el principio de que "las naranjas nacidas en Huainan son naranjas, y las naranjas nacidas en Huaibei son naranjas", ante cualquier situación de persuasión, el persuasor necesita sopesar los pros y los contras de la persistencia desde dos aspectos, para poder precisar captar el grado de persistencia. , para finalmente lograr el objetivo de persuadir con éxito a la otra parte.

Aquí resumimos algunas sugerencias para los lectores sobre cómo persistir hábilmente en el proceso de persuasión.

●Sentir palabras y estados de ánimo.

Según la investigación psicológica, el 70% de las actividades internas de las personas generalmente se expresan directamente en expresiones faciales y lenguaje corporal. Observar palabras y expresiones requiere que use estas apariencias para desenterrar los pensamientos verdaderos en lo profundo del corazón del objetivo de la persuasión, a fin de evitar el peligro de ir demasiado lejos. . Cuando tu persistencia ha hecho que aparezca el brote del resentimiento en la otra parte, debes detenerte a tiempo.

●El grado de estanqueidad.

Todos sabemos que las bandas elásticas se rompen si se estiran demasiado. Del mismo modo, si insiste en presionar a la otra parte, es fácil provocar la psicología rebelde de la otra parte, lo cual es bastante perjudicial para el progreso de la negociación, ya que no solo puede conducir al estancamiento de la negociación, sino que incluso puede conducir a la terminación de la negociación Las consecuencias son bastante graves. Por tanto, en el proceso de persuasión, debemos controlar razonablemente la estrechez.

●Varía de persona a persona.

A algunas personas les gusta ser señaladas y guiadas por otras, lo que en la psicología de la persuasión se denomina objeto de persuasión pasiva, mientras que otras son todo lo contrario, llamadas objeto de persuasión activa. Solemos pensar que cuando se negocia con persuasores pasivos, el grado de persistencia que se puede mostrar es más profundo que cuando se negocia con persuasores activos. En otras palabras, también es necesario determinar el grado de persistencia que varía de persona a persona.

cuento

R: Papá me recomendó un libro muy bueno, que enseña a la gente a hablar con los ojos.

B: Entonces, ¿has comenzado a aprender ahora?

R: Todavía no.

B: ¿Es porque es demasiado difícil?

R: Es porque mis ojos son demasiado pequeños, otros no pueden ver mis ojos con claridad.

B: ¿Es así como se lo explicas a tu papá?

R: Sí, le pedí que me diera una suma de dinero y me voy a operar de los ojos.

Segundo:……

Capítulo 2 No es fácil convencerte

Todo gran vendedor es un psicólogo

¿Cuántas palabras dice una estrella de ventas todos los días? ¿Cuál fue tu primera reacción al escuchar esta pregunta? ¿Cual es tu respuesta? No se apresure a responder, veamos juntos la siguiente historia.

En el mundo del marketing moderno, hay un maestro de marketing de renombre mundial. Durante su carrera de 15 años como vendedor de autos, vendió con éxito 6 autos por día en promedio y vendió un total de 13 001 autos. Invitado por las 500 compañías más importantes del mundo para impartir experiencia en ventas: General Motors, Ford Motor, IBM, Hewlett -Packard, Kraft, Mary Kay y otros gigantes empresariales son todos los objetos de sus discursos. Él es la leyenda de las ventas estadounidenses, el vendedor más grande del mundo: Joe Gillard.

Joe Girard nació en la Gran Depresión en los Estados Unidos, su padre era un inmigrante siciliano que siempre llevaba a la familia. Obligado a ganarse la vida, Joe Gillard empezó a trabajar como repartidor de periódicos y limpiabotas a los 9 años, y a los 16 entró en una fábrica para convertirse en calderero.La vergonzosa situación le hizo no sólo sufrir las burlas de sus amigos, la discriminación de los vecinos e incluso la suya propia. Su padre a menudo abusaba de él. Sin embargo, Joe Gillard no se dejó abrumar por estas dificultades y, bajo el cuidado de su madre, insistió en hacer trabajos ocasionales mientras estudiaba y finalmente completó la escuela secundaria.

Antes de los 35 años, había realizado más de 40 tipos de trabajos, pero aún así no lograba nada. También sufría de asma severa y tartamudeo, e incluso en ese momento ya tenía una deuda de hasta $ 60,000. Entonces, eligió su siguiente trabajo: vendedor de autos. Su destino ha cambiado desde entonces, y todavía es el pináculo que no se puede superar en la industria de las ventas.

¿Cuál es el secreto de Joe Girard para vender? Él mismo resumió 7 artículos, a saber:

●No ofenda a todos los clientes.

●Vende a todo el mundo.

● Obtenga más información sobre los clientes.

●Permitir que los clientes encuentren clientes para mí.

● Deje que el producto atraiga clientes.

●Honestidad.

●La venta real comienza con el servicio posventa.

Es con estas 7 reglas de oro que Joe Gillard se ha convertido en una gran estrella de ventas y se ha convertido en la motivación y el modelo a seguir en la mente de innumerables vendedores.

Volviendo a la pregunta que planteábamos al principio, ¿cuántas palabras dice una estrella de ventas al día? Creo que después de leer la historia de Joe Girard, podemos descubrir el verdadero significado de esta pregunta: ¿Qué tan alta es la eficiencia de ventas de una estrella de ventas? ¡Puedes responder, tan alto como Joe Girard! Esta es la respuesta correcta a esta pregunta.

¿Qué es una venta? En términos sencillos, las ventas consisten en vender con éxito sus productos a los clientes. Cuando observamos cuidadosamente los secretos de ventas de Joe Gillard, no es difícil encontrar el punto en común entre ellos: todos los secretos de ventas necesitan un portador para completarse, y ese portador es el lenguaje, incluido el lenguaje de diálogo y el lenguaje corporal. No importa qué tipo de método de venta elija el vendedor, solo puede darse cuenta del método de venta que elija confiando en el lenguaje.

El proceso de venta es un proceso en el que los vendedores persuaden a los clientes a comprar sus propios productos a través de sus propias palabras, de hecho, este es un proceso típico de persuasión. Desde la perspectiva de la psicología de la persuasión, podemos redefinir las ventas: las ventas son el proceso mediante el cual los vendedores persuaden a los clientes.

Por ejemplo, el deber de un vendedor de seguros es persuadir a los asegurados para que compren los productos de seguros que vende; el deber de un vendedor de cosméticos es persuadir a las mujeres amantes de la belleza para que usen los cosméticos que vende; Libros escritos: las ventas están en todas partes en nuestras vidas. , y por lo tanto, la persuasión está en todas partes en nuestras vidas.

Xiao Li es un vendedor de una empresa de desarrollo de juegos. Su deber es vender los juegos desarrollados por la empresa a empresas de plataformas en línea. Cuando los juegos funcionan con éxito en la plataforma en línea, la empresa puede obtener valor a cambio.

El lunes, Xiao Li fue a visitar un gran operador de plataforma en línea. Después de explicar los puntos de venta del juego que estaba promocionando, la otra parte expresó su interés en el juego. Debe dividirse en 7:3, la otra parte obtiene 7 , y la compañía de Xiao Li solo puede obtener 3. Al escuchar tales condiciones de cooperación, Xiao Li estaba muy insatisfecho e inmediatamente rechazó la solicitud de la otra parte para continuar con la negociación, y la orden de venta solo pudo archivarse.

Después de que Xiao Li regresó, informó el asunto a su supervisor, y el supervisor envió a otro vendedor, Xiao Luo, a visitar a la otra parte nuevamente, y susurró algunas palabras al oído de Xiao Luo antes de que Xiao Luo se fuera.

El martes, después de que Ronaldinho fue a la empresa de la otra parte para explicar sus intenciones, la otra parte aún insistió en la condición de cooperación de 7:3. Ronaldinho dijo que no es problema para nosotros estar de acuerdo con esta condición. También tenemos una condición: su empresa debe proporcionarnos un área especial para promocionar este juego en la plataforma en línea de forma gratuita. Esto no solo establecerá una imagen de marca para nuestra empresa, sino también acelerar el desarrollo La popularidad del juego aumentó.

La otra parte pensó durante unos minutos y luego accedió rápidamente a la solicitud de Ronaldinho. Las dos partes firmaron inmediatamente un contrato de venta y la empresa de Ronaldinho cerró con éxito el trato.

La clave del éxito de este caso radica en las pocas palabras susurradas por el supervisor al oído de Ronaldinho: cuando no se pueden obtener los beneficios en términos de precio, se deben obtener otras condiciones fuertes y el objetivo final debe ser lograr ventas. El efecto sustitución en psicología bien puede explicar esta situación, es decir, utilizar las metas que se pueden lograr para lograr las que no se pueden lograr. Ronaldinho logró persuadir a la otra parte mediante el uso del efecto sustitución en el marketing.

Entonces, ¿qué incluye exactamente la aplicación de la persuasión en el marketing? Otro gurú del marketing estadounidense, Don Schultz, conocido como el "padre de la comunicación integrada de marketing", resumió la teoría del marketing de las 4R, permitiéndonos ver intuitivamente la aplicación de la psicología de la persuasión en el marketing.

●Relevancia: asociación, establecer asociación con clientes.

En el proceso de establecer una relación con los clientes, primero es necesario persuadirlos para que abran su corazón y estén dispuestos a hablar y escuchar, para que las ventas tengan una buena base de confianza.

●Reacción: Respuesta, mejora la velocidad de reacción del mercado.

La respuesta del mercado significa que el personal de ventas, desde el punto de vista del cliente, comprende las necesidades del cliente y la cantidad deseada de manera oportuna, y responde con prontitud y rapidez. Sin embargo, las demandas de los clientes no siempre son razonables e incluso pueden perjudicar los intereses de los vendedores y de las

empresas de ventas, por lo tanto, en este proceso, los vendedores deben persuadir a los clientes para que minimicen sus requisitos y traten de racionalizarlos.

●Relación: relación, para establecer una relación estable y a largo plazo con los clientes.

Esto no es difícil de entender, para entrar sutilmente en la red de relaciones del cliente, también necesita las habilidades de persuasión para mostrar su sinceridad a los clientes y ocultar su propósito.

● Retorno: retorno, el retorno es la fuente de marketing.

Para un vendedor, el mejor retorno es que los clientes sigan comprando sus productos. Por lo tanto, convencer a un cliente para que se convierta en un cliente más del vendedor a través de un desarrollo similar de las personas que lo rodean es la mejor manera de mantener la continuidad de las ventas. Solo de esta manera el marketing puede tener un flujo constante de beneficios.

cuento

R: Hoy compré una botella de champú por valor de 100 yuanes.

B: ¿Eres tan extravagante?

R: No, en realidad solo quiero comprar 20 yuanes.

B: ¿Qué pasa?

R: Porque conocí a un vendedor de champú muy dedicado.

B: ¿El que te vendió por 100 yuanes?

R: No, solo señaló su cabeza calva y dijo que usó la de 20 yuanes.

Segundo:……

Presidente no es lo que quiere ser

“Sería un presidente que hiciera que la atención médica estuviera disponible y fuera asequible para todos. Lo hice en Illinois con demócratas y republicanos trabajando juntos.

Sería un presidente que pondría fin a todas las exenciones fiscales para las empresas que envían puestos de trabajo al extranjero y daría recortes de impuestos a la clase media a los recortes de impuestos más merecedores de Estados Unidos.

Seré un presidente que dé rienda suelta a la creatividad de agricultores, científicos y empresarios para liberar de una vez por todas a nuestro país del dominio del petróleo.

Al final, seré un presidente que: Pondré fin a la guerra en Irak y traeré a nuestros soldados a casa; restauraré nuestra posición moral; y sabré que el 11 de septiembre no fue una excusa para estafar votos, sino para unirnos Estados Unidos y el mundo Abordar las amenazas comunes que enfrenta el mundo en el siglo XXI: terrorismo y proliferación nuclear, calentamiento global y pobreza, genocidio y enfermedad. "

El pasaje anterior es un extracto original del discurso de elección presidencial de 2008 del 44º presidente de los Estados Unidos, Barack Hussein Obama.

¿Qué es un discurso de campaña presidencial? ¿Cuál es el propósito de un discurso de campaña presidencial? ¿Cuál es el objetivo de un discurso de campaña presidencial? Las respuestas a estas preguntas son evidentes. Y los discursos de la campaña juegan un papel importante en la campaña. La mente y la tolerancia de un político, las opiniones políticas y la imagen política se reflejan plenamente en los discursos.

Del discurso de Obama, podemos ver que lo que se expresa entre líneas es el hermoso modelo que describió para el pueblo de la República de China en el futuro de los Estados Unidos: un sistema de seguridad médica social perfecto, que reduce la carga fiscal de la gente mayoritaria. y fomentar la creatividad en diversas industrias Llevar adelante el desarrollo de los Estados Unidos, remodelar la imagen de benevolencia y moralidad de los Estados Unidos, y emprender y resolver las amenazas que enfrenta el mundo entero. El heroico y apasionado discurso motivó a los votantes a ganar valiosos votos para sí mismos. ¡Este es el valor del discurso de un presidente de los Estados Unidos!

No solo a través de varios discursos, sino también a través de sus propias palabras y hechos, Obama moldeó de manera integral la imagen de un gran político, persuadiendo así con éxito al público para que votara por él en las elecciones generales. Este es un proceso de persuasión estándar, que puede llamarse la persuasión más cara del mundo.

En este proceso de persuasión, Obama usó un concepto psicológico básico de empatía, es decir, pararse en el punto de vista de la otra parte y usar los hábitos de pensamiento de la otra parte para pensar en los problemas, que es lo que a menudo llamamos "empatía". Efecto, Obama Expresó las aspiraciones del pueblo estadounidense en su discurso y, por supuesto, ganó el apoyo de la gente.

Se podría decir que la campaña presidencial está demasiado lejos de nosotros y que el valor que podemos aprender de ella también es limitado. De hecho, lo que quiero decirles es que además de los discursos de campaña presidencial, en nuestro trabajo y en nuestra vida real, existen innumerables ejemplos que nos exigen expresarnos y persuadir a otros para obtener el apoyo de otros, todos los cuales reflejan la importancia de persuasión en la obtención de apoyo.

El famoso "Rey del acero" estadounidense, Andrew Carnegie, el mayor fabricante estadounidense de acero que es tan famoso como el "Rey del automóvil" Ford, el "Rey del petróleo" Rockefeller y otros grandes chaebols en los Estados Unidos, una vez tuvo una experiencia así.

En la infancia de Carnegie, trabajaba medio tiempo durante el día y asistía a la escuela nocturna, lo cual era muy difícil. Una noche de invierno, cuando regresó de la escuela nocturna, su tío lo llamó y le dijo que David Telegraph Company en Pittsburgh necesitaba un mensajero de telégrafos y le preguntó si iría a Pittsburgh para una entrevista para el puesto. Carnegie estaba muy feliz e inmediatamente preparó un traje nuevo y zapatos de cuero brillantes, y fue a la compañía de telégrafos para una entrevista al día siguiente.

El Sr. David, que estaba entrevistando a Carnegie, evaluó al niño escocés bajo y de nariz alta y le preguntó: "¿Está familiarizado con las calles y caminos de Pittsburgh?" Carnegie respondió con honestidad y firmeza: "No estoy familiarizado. Pero puedo garantizar que Estaré familiarizado con todas las calles de Pittsburgh dentro de una semana". El Sr. David miró al confiado Carnegie, asintió con satisfacción y le dijo: "Te doy $ 2.50 a la semana, eres empleado oficial de David Telegraph Company a partir de ahora. en."

Como prometió Carnegie, en solo una semana, realmente conocía los barrios de Pittsburgh como la palma de su mano, incluidas las carreteras de los suburbios. En menos de tres meses, Carnegie se convirtió en un excelente operador de telégrafo para David Telegraph Company.

Cuando Carnegie estaba luchando por el trabajo de mensajero de telégrafos, fue debido a su honestidad y confianza que logró persuadir al Sr. David y así consiguió este trabajo que cambió su vida.

Cuando nos enfrentamos a oportunidades y desafíos, nunca podemos saber si podemos aprovecharlos, pero podemos aumentar la posibilidad de aprovecharlos al persuadir a las personas clave que influyen en estas oportunidades y desafíos. Solo convenciendo a las personas clave podemos obtener un apoyo activo y aumentar nuestras posibilidades de éxito.

Por ejemplo, como miembro del sindicato de estudiantes, si desea postularse para el presidente del sindicato de estudiantes, primero debe considerar obtener el apoyo del ex presidente del sindicato de estudiantes (suponiendo que no participe en la elección) o un importante miembro; Al elegir una cuota, debe consultar la preferencia del personal superior por esta cuota y luego decidir con qué persona clave debe comenzar para obtener apoyo; si se trata de un trabajo de licitación de una empresa, el principio de garantizar la equidad y la apertura en todos los aspectos de la licitación Dadas las circunstancias, el personal de enlace de la empresa licitadora puede necesitar mantenerse en contacto con la ventanilla de la empresa licitadora en cualquier momento, y tratar de obtener información y tendencias de primera mano...

Las personas clave en diferentes situaciones son diferentes, y las formas de persuadir a las personas clave para obtener su apoyo también son muy diferentes. Esto requiere que distingamos de manera flexible según la situación real y nos adaptemos a la situación, a fin de utilizar con éxito la persuasión. efectivamente.

cuento

R: Hoy almorcé un tazón de fideos con carne.

B: ¿No te desagradan los fideos?

A: Pero este tazón de fideos es gratis. El dueño de la tienda de fideos te invita.

B: ¿Por qué?

R: Porque le dije al jefe que no como fideos porque nunca he comido fideos que me parezcan deliciosos.

B: Entonces, ¿el jefe tiene mucha confianza en el sabor de sus fideos?

R: No, el jefe acaba de decir que la comida gratis es lo mejor.

Segundo:……

¿Por qué alguien te rogaría que aceptaras dinero?

Cuando te hacen una pregunta así, ¿en qué sueles pensar? ¿Es la actividad ilegal de soborno por parte de funcionarios políticos, o la operación de caja negra de varias campañas? ¿Es un delito comercial el robo de secretos de empresa o simplemente una expresión de gratitud? Confiando en nuestros hábitos cognitivos sociales a largo plazo, podemos pensar en demasiadas situaciones de este tipo: una de las partes tiene dinero y te ruega que lo aceptes, como si el que recibe el dinero se hubiera convertido en el tío, y el que da el el dinero se ha convertido en el nieto. Esta cosa aparentemente contraria a la intuición no es poco común a nuestro alrededor.

Como dice el refrán, "Si no haces nada, puedes ir al Templo de los Tres Tesoros", "Si no tienes mérito, no serás recompensado", a menos que seas un tonto, nadie realmente le rogará que acepte dinero. Ya se trate de los círculos políticos intrigantes, el mundo empresarial en constante cambio o incluso los grupos de estudiantes aparentemente tranquilos, hay dos partes con intereses diferentes.

Si realmente hay una parte que tiene dinero y le ruega que lo acepte, entonces inevitablemente hará concesiones y sacrificios por la otra parte de alguna manera; este es el principio de ganar-ganar. Solo cuando se logra una situación en la que todos ganan, puede haber una hermosa situación en la que "otros tienen dinero y te ruegan que lo aceptes".

Para lograr una situación en la que todos ganen, lo más importante es que una de las partes debe estar dispuesta a trabajar arduamente para lograr un resultado en el que todos ganen, dispuesta a persuadir a la otra parte para lograr conjuntamente el objetivo de ganar-ganar.

Tomando como ejemplo la posible cooperación entre Yahoo y Kaspersky en 2005, podemos entender cómo el persuasor trabaja duro para lograr una situación en la que todos ganan.

En 2005, Yahoo estaba a punto de lanzar un software de seguridad en Internet "Internet Assistant". El posterior presidente de 360, Zhou Hongyi, que todavía trabajaba en Yahoo, ya tenía la idea de "software de seguridad + antivirus gratuito".

Zhou Hongyi se acercó a Rising, Jinshan y Jiangmin, los principales fabricantes que monopolizaban el mercado nacional de antivirus en ese momento, y trató de persuadirlos para que proporcionaran un software antivirus gratuito o semigratuito. Sin embargo, varios fabricantes no entendieron los pensamientos de Zhou Hongyi y rechazaron la propuesta de cooperación de Zhou Hongyi sin excepción. La razón es que su software

antivirus se vendió bien en ese momento, ¿cómo sería posible cooperar con los proveedores de software de forma gratuita?

Desesperado, Zhou Hongyi se acercó a Kaspersky, que tenía una participación relativamente baja en el mercado masivo chino en ese momento, y expresó su voluntad de cooperar con el entonces presidente de Kaspersky para la Gran China, Zhang Lishen. fabricantes de virus. Es mejor cooperar con Yahoo para promocionar de forma gratuita. Después de aumentar la popularidad y ganar suficiente popularidad, una cierta proporción de usuarios pagará naturalmente por la versión genuina.

Zhang Lishen sintió que la propuesta de Zhou Hongyi era buena, pero aún dudaba porque le preocupaba que la versión gratuita dañara los ingresos por ventas del software pago. Entonces, Zhou Hongyi le pidió a alguien que fuera a la ciudad de las computadoras para hacer una encuesta y estimó que los ingresos anuales por ventas de Kaspersky eran menos de 10 millones de yuanes en ese momento, por lo que le dijo a Zhang Lishen: "Bueno, cada uno de nosotros corre con la mitad del riesgo". , y te daré una cantidad fija cada año: 5 millones de RMB como compensación.

De esta manera, se puede alcanzar inicialmente la cooperación entre las dos partes. Aunque esta cooperación finalmente se archivó debido a otras razones, Zhou Hongyi luego se dio cuenta de esta cooperación con Kaspersky como presidente de 360.

En el caso anterior, ¿no es Zhang Lishen de Kaspersky el personaje de “alguien ofrece dinero y le pide que lo acepte”, y no es Zhou Hongyi el personaje de “tratar de persuadir a la otra parte para lograr una situación en la que todos ganan? situación"? Zhou Hongyi hizo su propia investigación de mercado y analizó desde el punto de vista de la otra parte. Propuso "una condición de cooperación de 5 millones de RMB": esta serie de medidas son todos esfuerzos para persuadir a la otra parte para que coopere con él. Tal paso a paso, por supuesto, puede persuadir con éxito a Zhang Lishen.

Desde un punto de vista psicológico, todo el mundo tiene un "punto gatillo psicológico", lo que significa que un cierto estímulo externo desencadenará una fuerte reacción psicológica cuando toca un cierto límite psicológico. Este límite se llama "punto gatillo". En todos los tipos de cooperación de ganar-ganar, la parte que persuade activamente solo puede lograr un resultado de ganar-ganar si encuentra el punto desencadenante psicológico de la otra parte y lo estimula, es decir, prescribe la medicina adecuada.

Entonces, ¿cómo encontrar el punto gatillo psicológico de la otra parte? Resumimos los siguientes puntos para referencia de los lectores.

●Establecer un buen mecanismo de comunicación con la otra parte.

Ya sea entre personas o entre empresas, establecer un buen mecanismo de comunicación es la premisa de la cooperación entre las dos partes. Solo bajo esta premisa la comunicación entre las dos partes puede ser eficiente y real: puede ingresar al mundo psicológico de la otra parte en el menor tiempo posible, comprender completamente a la otra parte y enumerar los posibles puntos desencadenantes psicológicos de la otra parte.

● Comprensión completa y profunda del tema de enfoque de ambas partes.

La empresa A negocia la cooperación del proyecto con la empresa B. La empresa A descubre que la empresa B presta más atención a los términos comerciales del contrato y comprende que el punto de activación psicológico de la empresa B es un precio razonable. Se debe establecer una comprensión profunda del enfoque del tema en un cierto nivel de volumen de comunicación; de lo contrario, es difícil encontrar el enfoque del tema y los puntos desencadenantes psicológicos a menudo están ocultos en el enfoque del tema.

●Utilizar factores externos para "fabricar" puntos gatillo psicológicos.

El punto culminante del punto desencadenante psicológico requiere estimulación externa, por lo que cuando haya realizado un gran esfuerzo y no haya podido encontrar el punto desencadenante psicológico de la otra parte, también podría "crear" varios estímulos relacionados y ver la reacción de la otra parte. a cada estímulo, para inferir el punto gatillo psicológico de la otra parte punto gatillo psicológico. Cuando la negociación está estancada, cuando la actitud de la otra parte es ambigua y cuando no hay dirección para la situación futura, este método se puede utilizar para encontrar el punto de activación psicológico.

● Pretender no conocer los puntos desencadenantes psicológicos de la otra parte cuando sea necesario.

Un fenómeno psicológico compartido por todos los seres humanos se llama “necesidad oculta”, es decir, en un momento determinado, puede ser por ansiedad, timidez o inseguridad, y deseas ocultar tus pensamientos internos para que no sean descubiertos por otros. Como un avestruz que entierra profundamente la cabeza para escapar.

En este momento, si se descubre el punto gatillo psicológico, aumentará la carga psicológica de la persona y la sensación de ansiedad, lo cual es muy desfavorable para la comunicación y negociación, por lo que en este caso debemos fingir que no conocemos al otro. punto gatillo psicológico del partido Darse unos a otros un poco de espacio para sí mismos.

En definitiva, desde buscar el punto desencadenante psicológico de la otra parte, hasta tratar de persuadir a la otra parte para lograr una situación en la que todos ganen, y finalmente darse cuenta de la hermosa situación de "una parte que se queda con el dinero y deja que la otra parte acepte". it", esta es una serie de actividades y acciones psicológicas coherentes y compactas. Cada eslabón en el período es indispensable, y los lectores deben resolverlo cuidadosamente en la práctica.

cuento

R: Se acerca el verano, tengo que pedirle a mi papá que compre un aire acondicionado para la casa.

B: Entonces, ¿él está de acuerdo?

R: No estaba de acuerdo al principio, pero estuve de acuerdo después.

B: ¿Por qué?

R: Porque intencionalmente rompí dos ventiladores en casa.

B: ¿Tu papá no dijo que arreglara el ventilador?

R: Sí, dijo que hacía demasiado calor para reparar el ventilador, por lo que tuvo que comprar un aire acondicionado y soplar el aire acondicionado en casa para reparar el ventilador.

Segundo:……

¿Es la familiaridad un talento?

¿Hay una persona a tu alrededor que siempre parece tener una relación cálida con todos en el grupo, que siempre actúa como un organizador o anfitrión en varias reuniones Generoso y decente, él/ella no se sentirá avergonzado o tímido frente a extraños, él/ella /ella puede hablar y reír con nuevos amigos al igual que viejos amigos... Tal persona es lo que solemos llamar "conciencia de sí mismo".

Algunas personas aprecian a las personas familiares, pensando que se trata de una ventaja innata que puede ayudarlos a lograr relaciones interpersonales más exitosas; algunas personas no se comprometen con las personas familiares, pensando que esto es solo un hábito de vida, y no importa. Bueno o malo; también hay personas que desprecian a las personas que conocen bien, y no pueden entender la adulación deliberada y la hipocresía de esas personas.

Sin embargo, no importa lo que pensemos sobre las personas que conocemos de vez en cuando, una cosa es innegable: en una sociedad moderna que valora las conexiones personales, y cuando la comunicación y las relaciones interpersonales son cada vez más importantes, las personas que conocen a personas de de vez en cuando tienen sus propias ventajas Las reglas únicas de supervivencia pueden traer un cierto grado de conveniencia a su trabajo y vida.

O para decirlo de otra manera, las personas que se conocen son mejores para tratar con los demás y mejores para ser humanos. Al mismo tiempo, la familiaridad puede ayudar al persuasor a tomar la iniciativa en el proceso de persuadir a otros, lo cual también es obvio.

El exgerente general de AT&T, Jefford, es un conocido típico. La compañía, fundada por el inventor del teléfono Bell en 1877, estuvo bajo una intensa presión comercial durante el mandato de Jefford como gerente general de la compañía. En ese momento, el Departamento de Justicia de EE. UU. dividió la empresa en una empresa matriz y siete subsidiarias de acuerdo con la "Ley Antimonopolio", lo que provocó que la competitividad de la empresa disminuyera drásticamente, y la industria de telecomunicaciones de EE. UU. ha entrado desde entonces en una era de competencia. .

Ante tal adversidad, Jeffard, quien todavía es el gerente general de la empresa matriz, trató de deshacerse de ella, pero no ha estado sufriendo de ninguna manera. Hasta la Navidad de este año, finalmente llegó la oportunidad. De acuerdo con la práctica habitual, la compañía siempre ha tenido la tradición de celebrar fiestas de Navidad de empresa antes de la

escisión, y aunque se separó ese año, esta tradición ha continuado. Así que Jefford decidió hacer algo con la fiesta.

Jefford llegó al lugar de la reunión una hora antes, se comunicó con entusiasmo con los empleados comunes en el lugar, participó en el trabajo de organización final antes de la reunión con ellos e incluso cortó personalmente las flores y las hojas en la plataforma del discurso. Una vez que comenzó la fiesta, todos estaban muy involucrados, pero Jefford no estaba para nada ocioso. Ha pasado más de medio año desde la escisión de la empresa y se han sumado muchas caras nuevas a los altos ejecutivos de las filiales.Jefford ha estado ocupado repartiendo sus tarjetas de presentación, charlando y bebiendo con casi todos los nuevos ejecutivos, como conocerse, viejos amigos de muchos años.

Al final de la fiesta, Jefford sacó el discurso preparado y pronunció un breve pero apasionado discurso, llamando a todos a unirse, y la compañía sigue siendo el monopolio eterno en esta industria. Jefford conmovió a todos en la audiencia, y los ejecutivos que acababan de conocer a Jefford también lo miraron con aprobación.

Posteriormente, aunque el Departamento de Justicia de EE. UU. siguió separando las dos líneas de negocio de la empresa dedicadas a la I+D y la fabricación de equipos, y la empresa matriz incluso retuvo solo el negocio de comunicaciones, y Jefford también se retiró de la empresa, la cultura corporativa establecida por Jefford continuó. abajo hasta ahora. Hoy en día, AT&T sigue siendo la compañía telefónica local y de larga distancia más grande de los Estados Unidos.

Es precisamente por la familiaridad de Jefford con los empleados y nuevos ejecutivos en la fiesta de Navidad que Jefford ha obtenido apoyo previo en su discurso para persuadir a los compañeros de la empresa a unirse, para que pueda responder a la construcción de una cultura corporativa de la empresa llena de cohesión y centrípeta. la fuerza juega un papel fundamental. ¿No es este el lado más útil de la familiaridad con uno mismo? Conocido ayudó a Jefford a establecer su afinidad y autoridad en el grupo.

Tal vez dirás que incluso si sé que cocinarme solo me traerá algunos beneficios, no hay forma de que lo haga. También sé que se necesita coraje para comunicarse con extraños, pero cada vez que trato de hablar, dudo. Probablemente soy una persona que no puede ser familiar por naturaleza.

¿Pero es éste realmente el caso? ¿Es la familiaridad realmente natural? la respuesta es negativa.

Había un hombre llamado Joe Haversty, que solía ser un pequeño empleado que no era bueno para expresarse, incluso tímido frente a extraños. Cuando fue a participar en la clase de entrenamiento de elocuencia de Carnegie, el famoso maestro de las relaciones humanas, le dijo a Carnegie que esperaba convertirse algún día en el vocero de la "Asociación Nacional de Constructores de Edificios". Joe Haversty no solo habló sobre sus ideales, sino que realmente hizo lo que dijo, se concentró en practicar y nunca se perdió una sesión en todos los cursos de capacitación. Con sus habilidades del habla que mejoraron rápidamente, también se convirtió en el monitor de la clase de capacitación.

Un año después, cuando Carnegie inauguró el "Virginia Wizard" una mañana, vio un reportaje elogiando a Joe Haversty, diciendo cómo había dado un discurso perfecto el día anterior y cómo había hablado con todos los asistentes. Tuvimos un intercambio libre de una hora después del discurso.

Se puede ver que la autosatisfacción no nace, sino que se puede cultivar gradualmente a través del entrenamiento adquirido. Joe Haversty usó el efecto de expectativa en psicología educativa, es decir, las personas que son muy esperadas por sí mismas o por el mundo exterior a menudo tienen más probabilidades de realizar esta expectativa. Entonces, Joe Haversty finalmente desarrolló la habilidad de familiarizarse consigo mismo.

Debido al diferente entorno de crecimiento y educación familiar de cada persona, el entorno de trabajo posterior y la red interpersonal también son muy diferentes. Por lo tanto, los requisitos para la familiarización con uno mismo son diferentes para diferentes personas.

Si es un estudiante universitario, puede llamarse conocido si puede hablar sin problemas con compañeros de clase extraños en el baile de la escuela; el nombre de cada colega y la experiencia de hablar con ellos han llegado a la familiaridad; si es un ejecutivo de la empresa, luego, en cada reunión de la industria, intercambie tarjetas de presentación con el personal superior de otras empresas y establezca un cierto grado de relación.La amistad personal también se puede llamar autoconocimiento.

En definitiva, la familiaridad no es un talento innato, sino una habilidad que se puede cultivar pasado mañana, es una habilidad sumamente importante en las relaciones interpersonales y una habilidad para tomar la iniciativa en el proceso de persuadir a los demás. Si quieres convertirte en un maestro de la comunicación interpersonal, si quieres aumentar tu tasa de éxito para persuadir a otros, entonces debes desarrollar esta habilidad.

cuento

R: Un nuevo compañero de clase ha sido transferido a la clase y se hizo amigo de todos en solo medio día.

B: ¿Se ve sobresaliente?

R: No, en general.

B: ¿Entonces por qué te gusta tanto?

A: Porque les dio un dulce a todos en la clase.

B: ¿Un dulce te compró?

R: Dijo que este es un nuevo tipo de dulce lanzado por su padre, que dirige una fábrica de dulces. Por favor, pruébalo. Su papá va a extender el pastel pronto.

Segundo:……

Por qué las palabras del "maestro" pueden guiar al mundo

El difunto ex director ejecutivo de Apple, Jobs, conocido cariñosamente como el "Gurú" por sus admiradores, tuvo una gran influencia al aparecer en la portada de la revista "Time" siete veces en 27 años. Tian Suning, un maestro de la Escuela de Graduados de la Academia de Ciencias de China, un doctorado de la Universidad Tecnológica de Texas, el actual presidente del Fondo de la Industria de Banda Ancha de China y director independiente no ejecutivo de Lenovo Group, una vez describió Jobs en de esta manera: "Él es tan radiante que las montañas se yerguen".

Este inventor y empresario, cuyos logros y brillantez son comparables a los de Bill Gates, tiene habilidades irresistibles, al igual que los poderosos maestros de artes marciales en las obras de Jin Yong manipularon a sus subordinados, y como el fundador o líder supremo de una religión que guía a sus seguidores.

Desde 2001, cuando Jobs previó los cambios que se avecinaban en el campo de la música (las ganancias de la industria de la música tradicional están disminuyendo y los amantes de la música están más dispuestos a descargar música de Internet que a comprar discos compactos), el lanzamiento de iTunes, hasta el lanzamiento del iPod en el mismo año, al iPhone lanzado en 2007, y luego al iPad lanzado en 2010, un gran número de sus admiradores, muchos inversores, innumerables amantes de la música, cientos de millones de amantes del cine y jóvenes en la era digital, todos abrumados por el poder de la frontera mágica de estos productos, compre estos productos en masa.

Ninguna marca ha logrado logros tan brillantes, como ningún empresario ha logrado la influencia de Jobs.

Además de la casi perfección de los productos de Apple, el encanto personal de Jobs también desempeñó un papel inestimable en la promoción de las ventas de los productos de Apple. Este tipo de encanto personal se refiere al aura personal, que afecta sutilmente las emociones y actividades de los demás.

En la psicología de la persuasión, el encanto de la personalidad juega un papel importante. Para ganarse la confianza y la convicción de los demás, primero debe moldear su propio carisma.

Cuando se trata de Luyu, creo que todos están familiarizados con él. La presentadora conocida como "Oprah de China" (Reina de los programas de entrevistas estadounidenses) se ha convertido en una presentadora china con un talento lingüístico extraordinario, un

peinado icónico, un temperamento intelectual, una velocidad de respuesta extremadamente rápida y un estilo de presentación muy amigable. Una flor maravillosa en el mundo anfitrión. En cada número de "Una cita con Luyu", siempre permite que los invitados cuenten sus historias. Incluso si los invitados juegan Tai Chi con Lu Yu, siempre que los requisitos estén dentro de un rango razonable, Lu Yu siempre puede persuadir con éxito a los invitados para que "obtengan" las respuestas que quieren de sus bocas. Y este éxito una y otra vez se ha beneficiado del encanto de la personalidad única de Lu Yu.

Entonces, ¿cuál es la relación específica entre carisma y persuasión?

El psicólogo estadounidense Kevin Hogan ha realizado tal experimento, podemos ver la relación entre el encanto personal y la persuasión.

Kevin Hogan y un amigo actúan como el futuro novio eligiendo un anillo de bodas, pero la diferencia es que Kevin Hogan usa un traje elegante, un reloj caro a juego y una conversación decente, mientras que su amigo usa jeans y camisetas. , e incluso hizo una mirada tonta a propósito.

Cada uno fue a 5 joyerías diferentes y registró el tiempo de espera para ser recibido, y tratando de convencer al empleado, "¿Cuál es el valor más alto de los diamantes que puede sacar de la caja fuerte y dárnoslo sin la presencia de guardias de seguridad?" cuando el empleado mostró el anillo "Apreciar" para obtener el valor de los diamantes apreciados.

La conclusión estadística final es que al usar traje y zapatos de cuero, esperaron 1/3 menos que al usar ropa de mezclilla; 5 veces más que al usar mezclilla.

Obviamente, en el concepto estético de la gente normal, los trajes, los zapatos de cuero, los relojes famosos y la conversación decente son puntos para el encanto personal.Se puede ver en la actitud que el "trato preferencial" que reciben las personas con mayor carisma es significativamente mayor que el de las personas con poco carisma.

En otras palabras, el carisma personal es directamente proporcional a la tasa de éxito de persuadir a la otra parte dentro de un cierto rango. Cuanto mayor sea el encanto personal, mayor será la probabilidad de persuadir a la otra parte. El efecto halo en psicología también puede explicar muy bien esto, es decir, el encanto personal se ha convertido en una especie de halo de esta persona, lo que determina que pueda obtener el “es una persona encantadora” frente a más personas que evalúen.

Creo que los lectores que leen este libro definitivamente esperan cultivar su propio encanto personal. A continuación, explicaremos en detalle cómo cultivar el encanto personal a partir de los siguientes puntos.

●Preste atención a su apariencia.

Creo que los lectores saben que existe un efecto de primera impresión en psicología, es decir, la impresión que se deja en la otra parte cuando te encuentras por primera vez es la más profunda y la más difícil de cambiar. Frente a un extraño, no puedes mostrarle todas tus ventajas en poco tiempo, por lo que solo puedes transmitir un mensaje de "soy excelente" a la otra parte a través de tu apariencia. Al mismo tiempo, prestar atención a la propia apariencia también es una expresión de respeto por los demás.

●Aumenta tu propia connotación.

"Hay un espíritu poético en el vientre" es una verdad eterna. Solo cuando una persona ha acumulado un rico conocimiento puede exudar una connotación rica de adentro hacia afuera. De lo contrario, bajo la apariencia glamorosa, hay un interior vacío, superficial e incluso vulgar. La razón por la que Lin Huiyin puede calificarse como las "Cuatro grandes bellezas de la República de China" es que Lin Huiyin tiene profundos logros culturales y artísticos además de su belleza, lo que agrega mucho a su encanto personal.

● aprender a usar un lenguaje corporal apropiado.

Cuando una persona te habla, si está inmóvil, creo que pensarás que esa persona es rara; si sigue señalando con el dedo, creo que también despertará tu disgusto. El lenguaje corporal apropiado hará que la conversación sea más amena. Una vez, alguien hizo una encuesta en la que, al hablar con alguien con el lenguaje corporal adecuado, la gente sentía que la conversación era al menos un 30 % más corta de lo que realmente era.

● aprender a adaptarse a las circunstancias cambiantes.

No importa cuál sea la ocasión, la persona que gusta a la mayoría de la gente es siempre la que sabe qué acción es la más apropiada bajo qué circunstancias. La existencia de este tipo de persona traerá un sentimiento muy cómodo y natural a las personas que lo rodean, y las personas a su alrededor estarán felices de llevarse bien con usted y, naturalmente, su encanto personal será reconocido por los demás.

Si también puede ser tan carismático como el "líder" Jobs, entonces el deseo de "manipular" mucho en el lugar de trabajo y en la vida con una frase puede hacerse realidad. Al mismo tiempo, encontrará que su tasa de éxito de persuadir a otros ha mejorado mucho inconscientemente.

cuento

R: Mañana es el vigésimo aniversario de bodas de mis padres.

B: ¿Cómo lo van a gastar?

A: Quieren que desaparezca por completo por un día.

B: ¿Para disfrutar del mundo puro de dos personas?

A: No, ¿adivinen lo que dijeron?

B: ¿Dijeron que era un inconveniente tenerte cerca?

R: Dijeron que querían recordar lo felices que eran sin mí.

Segundo:……

La magia de los vampiros

Los vampiros, también conocidos como vampiros, son monstruos famosos en el mundo occidental. Su apariencia se remonta a la ciencia ficción occidental en el siglo 16. Grandes escritores como Byron, Dumas y Dickens han escrito sobre vampiros. Obras literarias sobre el tema.

A los ojos de los artistas de cine, los vampiros suelen ser guapos y hermosos. Tienen rasgos faciales bien definidos y delicados, piel blanca como la porcelana como la nieve, dedos limpios y esbeltos, y una figura bien proporcionada. Aunque viven en el mismo mundo que los humanos, viven en cementerios y ataúdes, por lo que tienen un temperamento misterioso.

Sin embargo, el mayor encanto de los vampiros no sólo se deriva de su noble apariencia, sino del proceso de transformación de los mortales en vampiros, luego aceptan la sangre regurgitada por el vampiro y perfunden todo el cuerpo, para que este mortal pueda convertirse en un nuevo miembro del grupo. clan de sangre.

Antes de "First Embrace", casi todos los mortales se sentirían atraídos por el maravilloso mundo vampírico descrito por los vampiros, anhelando la inmortalidad después de convertirse en vampiros, por lo que voluntariamente se alimentarían unos a otros con su propia sangre. Este es el encanto más mágico de los vampiros: convencer a los mortales para que se conviertan en uno de ellos.

Aunque la historia de los vampiros es solo ficción, todavía podemos encontrar en ella la aplicación de la psicología de la persuasión a partir de la ficción: cuando intentas persuadir a alguien para que te prometa algo que es obviamente beneficioso para ti y obviamente desfavorable para él. Cuando se trata de cosas , puede agregar adecuadamente una descripción del lado bueno del asunto e ignorar adecuadamente el lado no tan bueno del asunto.

Cabe señalar que lo que se menciona aquí no significa que deba agregar adornos o incluso ocultar y engañar a su objeto de persuasión; de hecho, no le recomendamos que haga esto, porque es fácil causar resultados inesperados, no solo lo que lleva a la terminación de todo el proceso de persuasión o no puede terminar, e incluso tendrá un impacto peor en la relación posterior entre usted y su objeto persuadido.

La sugerencia aquí en realidad aplica un principio psicológico de efecto de aumento y disminución: en la comunicación interpersonal, a las personas generalmente les gustan

aquellos que parecen gustarse más y más, y generalmente les desagradan aquellos que parecen gustarse cada vez menos. Te recomendamos que hagas lo primero, y sigas expresando tu agrado a tu target, como describiéndole una situación mejor de la que desea.
La aplicación de "aumentar y disminuir la utilidad" se puede aprender en el siguiente ejemplo.
En la reunión de resumen de fin de año de la empresa, el jefe pidió a todos que evaluaran su trabajo este año, y la evaluación debe tener en cuenta tanto los elogios como las críticas. Si realmente habla honestamente sobre las ventajas del jefe primero y luego sobre las deficiencias del jefe, entonces le digo que, desafortunadamente, es posible que su salario el próximo año no aumente en un 25% como le prometió el jefe. De acuerdo con el efecto de aumento-decremento, primero debe hablar sobre los defectos menores de su jefe y luego detallar sus fortalezas de manera ordenada, para que su jefe sienta que su sugerencia es pertinente y no hay sospecha de servilismo.
Solo necesita asegurarse de que no cruzará el código moral y dirá algunos comentarios exagerados en el apuro por persuadir a la otra parte, luego puede llevar a cabo su propio proceso de persuasión como un vampiro que convence a un humano para completar el "primer abrazo". . Además, el proceso de persuadir a la otra parte es en sí mismo un proceso de juego, y las habilidades lingüísticas adecuadas no son algo de lo que avergonzarse.
Con respecto a cómo la gente en el lugar de trabajo persuade a su jefe, hay un dicho famoso: Entre los muchos factores que considera el jefe, si ignora cualquier factor que sea beneficioso para usted para persuadirlo, debe recordarle; Si es ignorado por él, debe enfatizarlo: cuando el jefe considera total y completamente los factores que son beneficiosos para su persuasión, naturalmente será fácilmente persuadido por usted.
Tomando como ejemplo la gran cantidad de renovaciones de la ciudad antigua de China, la razón por la que hay tantos desarrolladores demoliendo casas y clavando casas aferrándose a casas antiguas es porque las dos partes no han usado correctamente el "encanto de los vampiros" en este juego de persuasión mutua. .
Desde la perspectiva de un hogar de clavos, no tiene otro lugar para vivir excepto esta casa, por lo que solo puede apegarse a su "tierra de un acre y tres puntos"; desde la perspectiva de un desarrollador, el problema no es tan simple . Si el promotor quiere demoler la casa, primero debe convencer al dueño de la casa, si el dueño de la casa no está de acuerdo, debe ser porque no se ha cumplido con la compensación que espera.

En este momento, el desarrollador puede usar el "encanto del vampiro": enfatizar al propietario los beneficios que puede obtener después de la demolición y maximizarlos, y al mismo tiempo aumentar estos beneficios paso a paso y hacer los ajustes apropiados cuando sea necesario. Creo que con la solidez financiera del desarrollador, no es difícil cumplir con tal compromiso. Cuando se realicen todas estas tareas, los hogares de clavos definitivamente llegarán a un acuerdo de demolición con el desarrollador de inmediato, y el problema se resolverá fácilmente. ¿Cómo puede haber tal desperdicio de dinero y a la gente le gusta la demolición forzada?

"Registros históricos" tiene un dicho: "La prosperidad del mundo es con fines de lucro, y el ajetreo y el bullicio del mundo son con fines de lucro". es todos para uno La palabra "beneficio". El proceso de persuadir a la otra parte es en realidad un proceso de búsqueda de un equilibrio de intereses. Cuando el equilibrio de intereses no se puede lograr utilizando los medios tradicionales, ocasionalmente usar el "encanto de vampiro" también es una segunda mejor estrategia.

Finalmente, se debe recordar a los lectores que también debemos respetar los principios morales básicos de la sociedad china. La persuasión es solo un medio para lograr la cooperación, y no queremos que se convierta en un campo de competencia e intriga en la vida diaria.

cuento

A: Mi novia y yo vamos a ir al cine mañana.

B: ¿Qué película ves?

R: Ella quiere ver películas románticas, pero yo puedo ver cualquier cosa menos películas románticas.

B: Entonces, ¿cómo unificas tus opiniones?

R: Al final me comprometí.

B: ¿Por qué?

R: Cuando supo que yo quería ver películas de ciencia ficción, dijo que tu amor por mí no es suficiente ciencia ficción...

Segundo:……

Capítulo 3 Antes de convencer a la otra parte, primero debes ver lo que la otra parte quiere decir

El lenguaje es falso, pero los ojos son verdaderos

En el proceso de chatear y persuadir a otros, necesitamos hacer juicios objetivos sobre si el contenido es verdadero o falso. Solo viendo a través de las verdaderas intenciones de la otra parte puede ser más fácil persuadir a los demás. "Los ojos son las ventanas del alma", conduce al mundo real interior y puede traernos diversa información. Si eres bueno observando los ojos de las personas, has aprendido el arte de conocer a las personas.

En la vida, primero podemos observar a los demás a través de nuestros ojos, y después de comprender el verdadero mundo interior de la otra persona, podemos elegir una forma adecuada de persuadirla.

Li Qin es una maestra muy respetada, conocedora y bondadosa, pero simplemente no sabe cómo juzgar a las personas. Especialmente en situaciones sociales, parece extremadamente pasivo.

Su esposo a menudo le recuerda que depende de lo que diga la gente, y que ella no puede ser tonta y honesta, y no sabe si ofende a la gente.

"Pero simplemente no sé cómo mirar a las personas, y no sé si lo que dijo la otra persona es cierto o no", obviamente, Li Qin tardó en responder a este respecto.

"Para ver si alguien dice la verdad, hay que mirarlo a los ojos. ¡Cuántas veces te lo he dicho!", su esposo realmente no podía ayudarla.

El fin de semana, una estudiante vino a visitarla. La estudiante estaba muy bien informada y Li Qin estaba muy feliz con solo unas pocas palabras.

"Eres tan sensata, tus padres te han educado muy bien", Li Qin sacó una sandía para tratarla.

"¿Dónde está?", la compañera de clase puso los ojos en blanco, "Tengo la suerte de conocer a un profesor tan bueno como tú, que eres muy respetado y amable".

"Realmente puedes hablar, realmente me gustas cada vez más".

"Bueno, maestra, mis puntajes en los exámenes no son satisfactorios, ¿no puede dejar que suspenda?" Resultó que esta era la verdadera intención de la visita de la alumna.

"No puedo hacer esto. Esta es la regla de la escuela y no puedo violarla. Pero me gustas tanto que puedo ayudarte con la tarea". fiesta.

"Bueno, está bien, gracias maestra, me despediré primero", la estudiante estaba a punto de irse.

"Está bien, bienvenido de nuevo".

Después de que la estudiante se fue, el esposo de Li Qin salió y dijo: "Esta chica es demasiado complicada, no la dejes volver aquí".

"¿Cómo lo sabes?", Li Qin estaba muy molesta cuando su esposo dijo eso.

"Sus ojos parpadean, a veces son tenues, a veces parpadean, se ven muy astutos", el esposo de Li Qin ha estado observando a esta estudiante.

Li Qin tenía dudas y, efectivamente, a los pocos días, escuchó de otros maestros que las alumnas hablaban mal de ella en todas partes, diciendo que a ella le gustan más los cumplidos y que es una maestra no iniciada. Este incidente dejó a Li Qin medio muerto.

Hay muchas personas como Li Qin en la vida. Al interactuar con los demás, es difícil distinguir la verdad de lo falso. No conocen a las personas y, a menudo, caen en la pasividad.

Nuestros pensamientos más íntimos se pueden expresar a través de nuestros ojos. Se decía en la antigüedad que una persona con un corazón justo tiene ojos puros, una persona con un corazón malvado tiene ojos malvados. Por lo tanto, leer los ojos de los demás equivale a ver a través del mundo interior de la otra persona.

Muchos hechos han demostrado que observar los ojos de otras personas es la mejor manera de comprender a los demás. Muchos maestros de la comunicación a menudo pueden ver en la mente de otras personas a través de una sola mirada, lo que los coloca en una posición favorable en la comunicación todo el tiempo. Además de que los ojos pueden revelar la verdad, no se pueden ignorar algunos pequeños movimientos. No se pueden ignorar los pequeños detalles como parpadear, levantarse, inclinarse, guiñar, etc. Combinado con la situación en ese momento y una observación cuidadosa, comprenderá mejor los pensamientos y las intenciones de los demás.

El poder de los ojos es realmente enorme. Algunas personas, cuando otros ven sus ojos severos, no se atreven a acercarse a él, y mucho menos a hablar palabras duras. Todo esto puede probar que el poder de los ojos es enorme y contiene muchos pensamientos e ideas.

En resumen, la personalidad y los pensamientos de una persona se pueden ver desde los ojos de la otra persona, y sus emociones se pueden expresar a través de sus ojos. Si no puede capturarlo usted mismo, solo puede demostrar que no sabe cómo conocer a las personas y cómo comunicarse con madurez.

El parpadeo es nuestra necesidad fisiológica normal de mantener los ojos húmedos. Cuando una persona está ansiosa, asustada y sus ojos son erráticos, prueba que está muy

inquieto por dentro, y muchas veces lo aliviará parpadeando a alta frecuencia. Si ve a una persona así en comunicación, es mejor mantenerse alejado y no creer sus palabras.

Cuando hable con otros, si los ojos de la otra parte están apagados y sin brillo, entonces debe saber que ya es suficiente. Porque demuestra que la otra parte no está interesada en lo que tienes que decir ahora y se siente muy aburrida. Si insistes en decirlo, solo despertarás el resentimiento de los demás.

Por el contrario, si los ojos de la otra persona se iluminan de repente, prueba que tiene muchas ganas de escucharte, o que lo que dijiste le habla al corazón. En este momento, debes aprovechar la victoria para perseguir y desempeñarte bien, de modo que sea más fácil ganarte el favor del oponente.

Ma Li es una mujer mayor sobrante. Se ha visto y besado muchas veces, pero todas fallaron y ella es muy infeliz. Pero mucha experiencia en citas a ciegas también la hizo practicar un par de ojos penetrantes.

El fin de semana, su madre organizó otra cita a ciegas para ella. La condición de la otra parte era muy buena y sintió que no debía tener esperanza.

En la conversación se muestra muy cómoda, nada reservada. Después de un tiempo, Ma Li descubrió que los ojos de la cita a ciegas se iluminaron de repente, muy atractivos. Entonces ella lo sabía, y la otra parte tenía una buena impresión de ella. Después de eso, continuó desempeñándose bien y finalmente logró conquistar a la otra parte y finalmente se despidió de las filas de los nobles solteros.

Hay innumerables misterios en los ojos. Mientras sepas cómo atraparlos, puedes espiar los pensamientos reales de los demás, y puedes dominar mejor los pensamientos de los demás y ocupar una posición favorable.

En la comunicación, debemos evitar guiñar el ojo, que no solo es fácil de insinuar, sino también muy descortés y antipático. Por lo general, usa los ojos para insinuar a los demás, lo que significa que hemos llegado a un consenso con la otra parte, y están en el mismo grupo a los ojos de los demás. Las personas que lo ven se sienten alienadas y aisladas. Al socializar, lo mejor es dejar de lado ese comportamiento y evitar hacer enemigos por sí mismo.

Al mismo tiempo, cuando vemos este tipo de fenómenos, debemos ser conscientes de ello y dejar de contradecir la opinión de la otra parte, la mejor manera es callar, ignorarlo y protegernos.

Las personas a las que no les gusta mirarse o cerrar los ojos cuando hablan a menudo son arrogantes, sus ojos están muy por encima de la parte superior e incluso son un poco desafiantes. Ten cuidado cuando te asocies con esas personas, tienden a ser mezquinas y vengativas, así que no las ofendas por cosas triviales.

Además, en la comunicación, si los ojos de la otra parte revelan tranquilidad, significa que tiene una buena idea, e incluso tiene un plan en el pecho; si los ojos están dispersos y desenfocados, significa que la otra parte está ansioso y no tiene idea; tiene trucos en el corazón, por lo que debe tener mucho cuidado al comunicarse; si los ojos de la otra parte se caen, significa que no está interesado, y debe cambiar rápidamente de tema.

Al interactuar con las personas, mirarse unos a otros es un tipo de cortesía, y también es un medio importante para que obtengamos la información interna de la otra persona. En tiempos normales, necesitamos cultivar la conciencia de observar los ojos de otras personas y aprender la capacidad de reconocer a las personas a través de sus ojos.

cuento

A: ¿Qué te pasa con el bulto en la cabeza?

B: Entré a un edificio por la mañana y había un anuncio en la puerta. Como soy miope, miré más de cerca.

A: ¿Qué está escrito en el aviso?

B: La puerta, abierta al exterior.

Primero:……

Escuche los matices y comprenda los verdaderos pensamientos de la otra parte

En la comunicación, es inconveniente decir muchas palabras directamente, en este momento, es muy importante ser bueno escuchando las palabras de otras personas. Solo al comprender las verdaderas intenciones de la otra parte podrá satisfacer las necesidades de la otra parte, y será más fácil persuadir a los demás para que logren sus propios objetivos.

Si desea poder "hablar" en la comunicación, primero debe aprender a "escuchar". Si no comprende las verdaderas intenciones de la otra parte, sus palabras parecerán débiles e incluso desordenadas.

Zhang Hua es una profesora de música que toca muy bien el violín. Bajo su influencia, a su hijo de 10 años también le gusta mucho tocar el violín. Sus compañeros de clase lo llaman "Pequeño Músico".

"Mamá, nuestra escuela realizará una fiesta el próximo mes. Tengo que practicar mucho para poder desempeñarme de manera estable", dijo el hijo con confianza, y Zhang Hua estaba muy feliz.

"Bueno, bien, tienes que practicar más, pero debes acostarte temprano, no demasiado tarde, y eso afectará la clase del día siguiente".

El hijo fingió estar de acuerdo, pero practicaba en secreto en la casa con la puerta cerrada todas las noches.

Un día, cuando estaban cenando, subió la tía Zhang de abajo, charló con Zhang Hua por un rato y le dijo: "Tus hijos realmente trabajan duro. Practicaron el piano después de las 10 de la noche, haciendo ruidos de tintineo". ."

"Oh, siento mucho molestarte", Zhang Hua escuchó lo que dijo la tía Zhang y se disculpó rápidamente.

Después de que la tía Zhang se fue, Zhang Hua reprendió a su hijo: "¿Por qué todavía practicas el piano en medio de la noche? ¿No dijo mamá que tenías que irte a la cama a las 10 en punto? Mira, la tía Zhang ha venido a la puerta."

"Solo quiero practicar el piano. ¿Qué le pasa a la tía Zhang? La tía Zhang no dijo nada e incluso me elogió por mi arduo trabajo", al hijo no le importó en absoluto.

"La tía Zhang quiso decir que perturbaste su descanso y no entendiste las implicaciones de lo que dijeron los adultos", Zhang Hua le advirtió a su hijo que no se le permitía volver a practicar el piano por la noche. Tan pronto como el hijo escuchó que este era el caso, se

hizo obediente. Por primera vez, se dio cuenta de que había un matiz en lo que decían los adultos.

La tía Zhang se acercó para alabar al hijo de Zhang Hua, pero le dio vergüenza decir que estaba perturbada por su rostro, por lo que solo pudo expresarlo indirectamente a través de la voz fuera de las palabras. Si Zhang Hua no puede escucharlo, no podrá comunicarse normalmente.

En la vida, debemos ser buenos para comprender las implicaciones de los demás, de lo contrario, es fácil ofender a los demás debido a un malentendido y traernos problemas innecesarios.

Nos comunicamos a través del lenguaje, algunos son directos, otros indirectos y otros muy crípticos.Si no captamos la implicación de la otra parte y la capacidad de descifrarlo, no podremos llevar a cabo una comunicación interpersonal normal. De esta manera, solo se retrasará cada vez más en la comunicación y será cada vez menos reconocido por los demás.

Algunas personas comienzan a quejarse tan pronto como encuentran contratiempos, sus corazones no son viejos o son engañados por otros. De hecho, por lo general no son buenos para capturar la voz de los demás. Muchas personas en realidad enviaron señales de rechazo desde el principio, pero no es fácil decirlo directamente, solo pueden insinuar, pero usted mismo no se dio cuenta.

De hecho, ninguno de estos puede achacarse a que otras personas sean demasiado "astutas". Los chinos son intrínsecamente reservados al hablar, especialmente en la comunicación interpersonal. Llévate bien con las personas de la misma manera, así será más fácil para ti integrarte en comunicación.

En términos generales, también hay habilidades en la voz extranjera, y la otra parte no lo dirá sin ningún motivo. Al escuchar hablar a la gente, debes prestar atención a estos aspectos, y combinar el entorno y el contexto del momento para comprender las verdaderas intenciones de la otra persona. Esta es la cuestión sustantiva de los matices que todos deben tener en cuenta.

Ahora hablemos de cómo ver a través de la voz extraña de la otra parte. Solo al dominar las habilidades necesarias puede hablar más popularmente y persuadir a la otra parte más fácilmente.

En primer lugar, debemos aprender a juzgar cuándo es más probable que la otra parte tenga algo que decir, y debemos prestar especial atención a este tema. Debemos aprender a

empatizar, a pensar desde el punto de vista de los demás y no a juzgar en base a nuestra propia conciencia subjetiva.

En segundo lugar, necesitamos entender las habilidades de los sobretonos. En circunstancias normales, la voz fuera de las palabras contiene pistas y asignaciones, así como juegos de palabras y otras técnicas. Si los entendemos profundamente, será más fácil entender las intenciones reales de los demás entre palabras.

Además, debemos prestar atención a la situación específica en ese momento, el entorno es diferente y el significado de cada oración también es diferente. Si es un amigo cercano, también podemos juzgar en base a su temperamento y disposición, para que sea más seguro escuchar la voz detrás de las palabras.

Zhang Jing acaba de comprar un hermoso vestido nuevo ayer, así que hoy se lo puso felizmente y se fue de compras con su buena amiga Fang Yue. Por la mañana, visitaron casi todo el centro comercial del centro de la ciudad y estaban de buen humor.

"Demasiado cansada, vayamos a la cafetería y sentémonos un rato" Fang Yue estaba muy cansada con tacones altos, por lo que propuso tomar un descanso primero. Zhang Jing estuvo de acuerdo fácilmente.

Después de que Zhang Jing salió del baño, chocó accidentalmente con el camarero que servía café y todo el café se derramó sobre Zhang Jing.

Aunque no fue culpa del mesero, se disculpó rápidamente.

Zhang Jing estaba muy enojado y culpó al camarero sin descanso, incluso Fang Yue ya no podía escuchar.

"Xiao Jing, sonreír es tu expresión más bonita, ¿lo has olvidado?" Después de que Fang Yue dijo esto, Zhang Jing se quedó en silencio.

De esta manera, una tormenta amainó.

Aunque Zhang Jing estaba enojada, era muy inteligente. Inmediatamente reconoció la implicación de las palabras de su amiga, detuvo su ira y restauró su imagen a los ojos de su amiga a tiempo.

Finalmente, si observa cuidadosamente, encontrará muchas señales obvias cuando otros hablan. Si no sabes leer palabras y estados de ánimo, recuerda estas señales en caso de que las necesites.

Durante la conversación, si el tono de la otra parte cambia repentinamente, es probable que contenga sonidos extraños y debe tratar de averiguar el significado de la otra parte a

tiempo; cuando la otra parte sigue repitiendo ciertas palabras una y otra vez , implica principalmente que escuchamos la voz exterior.

Algunas personas hablan con mucha reserva y dudan en hablar cuando se encuentran con cuestiones clave. De hecho, están esperando que entiendas entre líneas, que entiendas más profundamente ahora.

No solo eso, sino que también debemos observar el comportamiento de la otra parte, y muchos significados detrás de las palabras pueden insinuarse a través de los movimientos corporales. Por lo tanto, al hablar, si la otra parte realiza acciones especiales o directamente insinúa, debemos comprender, comunicarnos con la otra parte en profundidad y comprender la verdadera intención.

Como dice el refrán: "Las cosas difíciles del mundo vienen de lo fácil, y las grandes cosas del mundo vienen de los detalles." La razón por la que algunas personas pueden escuchar las voces de otras personas no es más que prestar atención a los detalles, ser bueno para entender y saber leer palabras. Cuando nos comunicamos en la vida diaria, también debemos ser intencionales.

Al ingresar al círculo de vida de la sociedad, descubrirá que la comunicación es muy importante. Si no sabe cómo comunicarse, inevitablemente será calculado o incluso menospreciado por los demás. Muchas personas son consideradas "tontas" porque no pueden entender las implicaciones de las palabras de otras personas y son inferiores a los demás en todo.

Por lo tanto, debemos comprender la importancia de escuchar la voz fuera de las palabras, comprender cuidadosamente y descifrar los pensamientos de los demás, y comprender las intenciones reales de la otra parte. Descubrirá que muchas personas lo considerarán un confidente y naturalmente, están más dispuestos a comunicarse contigo. Cuando pueda comprender el subtexto de otras personas, comprender el significado de la otra persona, será mucho más fácil persuadir a los demás y lograr sus propios objetivos.

cuento

Una estrella fue a la escuela de su hija a hablar y fue aplaudido calurosamente por los estudiantes varias veces.

Padre: Papá dio un gran discurso, fuiste muy bien recibido por tus alumnos, muchos aplausos. Deberías estar muy orgulloso, ¿verdad?

Hija: Déjame contarte un secreto, en nuestra escuela, cada vez que los compañeros aplauden con mucha fuerza, esperan que el orador termine rápido.

Padre:……

Escuche los cambios en la emoción en la velocidad del habla.

Al conversar con alguien, si la voz de la otra persona es suave y melodiosa, y la velocidad del habla no es ni demasiado rápida ni demasiado lenta, el oyente se sentirá muy cómodo y no podrá evitar querer acercarse; no es una buena impresión. Se puede ver que la voz también es una base importante para juzgar la personalidad y las emociones de los demás.

En la comunicación, especialmente en las negociaciones, muchas personas juzgan las emociones y la psicología de la otra parte a través de cambios de tono y velocidad, para ganar la iniciativa. Si no podemos ver a través de otros desde otros aspectos, también podríamos usar el sonido para juzgar.

Li Mingming es un buen tipo bien conocido de la compañía de seguros. Tiene una personalidad amable, habla de manera pausada y siempre tiene una sonrisa en el rostro. Lleva mucho tiempo en la empresa y nunca nadie la ha visto perder los estribos. A veces es difícil escucharla decir cosas malas cuando se pelea con los demás.

Debido a esto, siempre es difícil para Li Mingming ganar ventaja cuando habla con los clientes, y el gerente está muy insatisfecho con ella.

Mingming también se siente muy angustiada. Muchos clientes han entendido su temperamento. Por su voz, puede saber que no perderá los estribos pase lo que pase, y que no discutirá mucho, por lo que nadie tiene nada que temer.

"Mingming, creo que tienes un temperamento demasiado bueno, por lo que nadie te toma en serio", le recordó un antiguo empleado de la empresa a Mingming.

"Pero mi temperamento es así, ¿cómo puedo cambiarlo?"

"La gente dice que no puedes cambiar tu personalidad, y hay una razón para eso. Cuando estás negociando con un cliente, puedes cambiar el tono y la velocidad de tu discurso para que el cliente también te vea como una persona emocional. así que te 'asustan'".

Obviamente, tenía sentido, así que decidí intentarlo.

Al discutir la lista con el cliente, Mingming estaba muy enojado, su tono era muy duro y su velocidad de habla era más rápida de lo habitual. El cliente siguió refutando a Mingming, pero esta vez no trató de persuadirla, sino que expresó su opinión en voz alta, que parecía muy fuerte.

Al escuchar esto, el cliente sintió que la actitud de Mingming era dura, por lo que dejó de hacer demandas irrazonables y, en cambio, discutió con Mingming de manera amistosa cómo beneficiar a ambas partes.

Luego, Mingming hizo un resumen y se dio cuenta profundamente de que los cambios de voz pueden revelar emociones personales. Posteriormente, cuando habla con los clientes, a menudo usa su voz para explorar las emociones de la otra parte y, al captar los cambios en las emociones de la otra parte, transforma las contramedidas para persuadir. De esta manera, las habilidades de negociación de Mingming se han mejorado enormemente.

Las emociones están ocultas en el tono y la velocidad del habla, y la voz cambia de acuerdo con los cambios emocionales del individuo. Algunos científicos usan el tono del habla de una persona para estudiar las emociones actuales de la otra persona. Si podemos juzgar las emociones de la otra parte a tiempo, podemos ajustar inmediatamente la forma y el contenido de hablar para persuadir a la otra parte.

Al persuadir a otros, si escuchan que la voz de la otra parte fluctúa y se vuelve impaciente, una persona inteligente lo notará de inmediato y luego finalizará el tema lo antes posible o cambiará a un nuevo tema que le interese a la otra parte. De esta forma, en el proceso de persuasión, no serás pasivo.

¿Por qué es tan importante el sonido? De hecho, no es difícil entender que la composición del sistema de voz humana es muy complicada y es una existencia muy especial. El rugido de los animales viene del instinto, pero los seres humanos somos diferentes, es una herramienta para el intercambio de ideas. Al hablar se revelarán inconscientemente sentimientos, emociones, personalidad, etc. Por lo tanto, puede juzgar las emociones escuchando la velocidad y la entonación del habla.

Como dice el dicho: "Escucha la voz, riega el árbol y riega las raíces." Puedes escuchar las emociones de las personas a través del tono de voz. La entonación es más personal que el lenguaje, y el tono y la velocidad del habla pueden cambiar de un momento a otro según la emoción. Por el contrario, el estado de ánimo de una persona en ese momento también determina el tono de su discurso y la profundidad de sus sentimientos hacia las cosas.

En tiempos normales, si vemos que otros se enojan, definitivamente suavizaremos nuestra actitud o dejaremos de hablar. En muchos casos, la ira no se ve, pero se percibe según el cambio en la voz de la otra parte, y así se ajusta.

Entonces, ¿qué tipo de emociones representan las diferentes entonaciones y velocidades del habla? Echémosle un vistazo en detalle.

Cuando el tono de voz de una persona se vuelve más ligero y la velocidad de su discurso se ralentiza, significa que la otra parte carece de confianza. Este tipo de persona tiene un temperamento más apacible, una mente amplia y, por lo general, es capaz de aceptar las

opiniones de otras personas. Su desventaja es que no puede insistir en sí mismo y es fácilmente influenciado por otros. Del tipo sentimental.

Cuando sentimos que a la otra parte le falta confianza, podemos declarar nuestro propósito de comunicación de manera oportuna, y es más probable que la otra parte lo acepte.

Cuando la voz de otras personas suena clara y agradable, enérgica y nítida, demuestra que está de buen humor y la alegría en su corazón se expresará naturalmente. Al comunicarse con ellos en este momento, puede decir cualquier cosa, porque la otra parte está de buen humor.

Al persuadir, cuando la voz de la otra parte se vuelve suave, la velocidad del habla se ralentiza y suena suave, significa que el estado de ánimo de la otra parte es pacífico sin altibajos, y también muestra que la otra parte no está interesada en su palabras. Si es así, no sigas hablando del problema, cuanto más hables, más impaciente estará la otra parte. Es mejor detenerse primero y continuar hablando cuando haya una oportunidad, el efecto será mejor en su lugar.

A Zhang Ling generalmente le gusta escribir y pasa la mayor parte de su tiempo libre en esta área, en sus palabras, escribir es su sueño y una existencia necesaria para sentirse plena.

En una ocasión social, se encontró con su ídolo escritor y estaba muy emocionada en ese momento, inmediatamente se acercó a saludarlo, se presentó con mucho entusiasmo y dijo que era fan de la otra parte.

Zhang Ling pensó que esta era una buena oportunidad de aprendizaje, por lo que comenzó a preguntarle a la otra parte sobre las habilidades de escritura. Después de hablar por un rato, la voz de la otra parte comenzó a disminuir y su tono era muy bajo. Aunque todavía estaba hablando con Zhang Ling, su voz claramente mostraba impaciencia.

"Estoy muy contento de haber hablado tanto con usted y espero tener la oportunidad de pedirle consejo en el futuro", Zhang Ling inmediatamente terminó el tema por iniciativa propia. El escritor, naturalmente, estaba muy feliz, dejó una tarjeta de presentación para Zhang Ling y se fue.

Muchas personas solo prestan atención a sus propias emociones cuando se comunican y siempre se expresan con entusiasmo, lo que puede disgustar fácilmente a la otra parte. Solo aprendiendo a comprender las emociones de la otra parte podemos hablar con la otra parte de manera oportuna.

Además, si la voz de alguien cambia repentinamente de constante a aguda o aguda, prueba que alguien ha tocado su línea de fondo y ha causado que sus emociones fluctúen mucho.La otra parte se disculpó.

Vale la pena señalar que si el tono de la otra parte se vuelve enojado y duro, es mejor que no enfrentemos a los duros, nos calmemos, elijamos otras formas de comunicarnos con amabilidad y reduzcamos las contradicciones y los conflictos innecesarios.

Del contenido anterior, no es difícil ver que también hay preguntas universitarias en la voz. Aprenda a observar las emociones de otras personas a través del tono de voz y la velocidad, y puede ajustar su estilo o contenido al hablar a tiempo para hacer que la comunicación sea más armoniosa y eficiente.

No hable de usted mismo, tenga en cuenta las emociones y preferencias de otras personas, no deje que los demás se impacienten o se enojen, y todavía está hablando, esa persona no puede ser del agrado de los demás.

En la comunicación, la voz es también la primera impresión que se deja en los demás, no solo debemos ser buenos para observar los cambios en el tono y la velocidad de los demás, y descubrir los cambios emocionales de los demás, sino también prestar atención a nuestra propia voz, Trate de dar una buena impresión a las personas y, al mismo tiempo, evite dejar que las voces de los demás revelen demasiado de sus emociones. Solo haciendo esto puedes ser invencible cuando persuades a la otra parte.

cuento

R: ¿Sabías? Los hombres y las mujeres difieren en muchas cosas, como la velocidad del habla y la frecuencia cardíaca.

B: Todos son humanos, ¿cómo podría ser diferente?

R: ¿No te lo crees? Bien, vamos a experimentar. Pondré mi mano en tu pecho y contaré los latidos del corazón por ti. Espera a que cuentes por mí para ver si el número es el mismo.

B: ¿Cuánto late mi corazón?

R: ¡No hables! Acabo de contar hasta 60 y me interrumpiste, ¡tengo que contar de nuevo!

Segundo:.....

Las partes del cuerpo dan mucha información sobre una persona.

Los movimientos corporales involuntarios de una persona reflejan las actividades psicológicas en ese momento, y cuando ocurren cambios psicológicos, generalmente se expresan a través del lenguaje corporal. Aunque no podemos ver a través del cerebro de la otra persona, también podemos entender los pensamientos internos de la otra persona a través del lenguaje corporal.

El lenguaje de los demás puede engañarnos, pero los movimientos del cuerpo son muy reales, si podemos capturar los códigos en el cuerpo, podemos conocer a los demás con mayor precisión y persuadir a los demás con mayor facilidad.

Ding Lei es entrevistador de una empresa que cotiza en bolsa. Ha trabajado en este puesto durante muchos años y tiene mucha experiencia en la identificación de personas.

"Puedo decir quiénes son a través de sus movimientos corporales involuntarios", dijo Ding Lei a sus amigos con mucha confianza.

Según el recuerdo de Ding Lei, un joven que vino a una entrevista estaba bien preparado, pero debido a que llovió al día siguiente y había un embotellamiento grave en la carretera, cuando el joven llegó a la empresa, estaba completamente empapado. y parecía avergonzado. El conocimiento de la entrevista memorizado antes fue barrido en un instante, y mi mente se quedó en blanco.

El joven fue el primer entrevistado del día. Después de que Ding Lei se sentó, el joven apenas se atrevía a mirarlo directamente y seguía tocándose la nariz con las manos, casi incapaz de detenerse.

Ding Lei supo que estaba muy nervioso de un vistazo: "Sigues tocándote la nariz, ¿es incómodo?"

“Yo… yo no.” El joven era incoherente, tratando de detener sus movimientos subconscientes pero no podía controlarlos.

Los otros entrevistadores estaban un poco impacientes y luego Ding Lei hizo algunas preguntas inocuas.

"Eso es todo por la entrevista de hoy. Ve a casa y espera nuestro aviso de reexamen", dijo Ding Lei a la ligera, pero de hecho fue superficial con buenas intenciones.

El niño salió abatido, sabiendo que no había esperanza.

"¿Es demasiado arbitrario rechazar a personas así?" Mi amigo era un poco difícil de entender.

"Muchas personas hacen esta pregunta, pero no lo hacen. Después de permanecer en nuestra posición durante mucho tiempo, podemos ver mucha información del lenguaje corporal de la otra parte. Él sigue tocándose la nariz, lo cual es muy desconfiado". comportamiento. Una persona así, a la mayoría de las empresas no les gusta eso ".

Con respecto a lo que dijo Ding Lei, mi amigo lo pensó detenidamente y sintió que efectivamente era así.

Ding Lei tiene mucha experiencia en la observación de personas y puede ver a través del entrevistador a partir de los movimientos corporales del entrevistador, lo cual es realmente admirable. El muchacho también merece simpatía por perder una buena oportunidad de conseguir un trabajo porque sus gestos corporales revelaron su debilidad. Se puede ver que los movimientos del cuerpo de una persona realmente contienen información muy rica.

Los movimientos corporales contienen un rico lenguaje, incluyendo gestos, ademanes, expresiones faciales, etc., que son reconocidos como el lenguaje que refleja el verdadero mundo interior.Es necesario comprender el lenguaje corporal en la interacción social.

En la comunicación, no importa cuál sea el propósito, muchas personas se pondrán una máscara, a veces por engaño, a veces por defensa, si solo nos confunde la apariencia de la otra parte, es difícil entender al otro. corazón de la parte, ver a través de su personalidad no conduce a una comunicación profunda con la otra parte. Si podemos entender el lenguaje corporal de los demás, podemos tener una comprensión más precisa.

Para algunos maestros sociales, en el proceso de comunicación, incluso si la otra parte no dice una palabra, pueden comprender los verdaderos pensamientos de la otra parte a partir de su comportamiento.

Los movimientos del cuerpo también se pueden dividir en movimientos reales y movimientos falsos. Los movimientos reales son una especie de expresión natural de los sentimientos verdaderos, mientras que los movimientos falsos son una especie de encubrimiento. Muchos mentirosos usan fintas para engañar a las personas o para enmascarar sus inseguridades.

De hecho, no importa cuán natural sea la acción falsa, aún mostrará fallas, después de todo, es inconsistente con el sentimiento real en el corazón. Los mentirosos pueden engañar a las personas que no están familiarizadas con el mundo, pero para los maestros sociales experimentados, solo pueden encubrir.

En la actualidad, al interactuar con las personas, la importancia del lenguaje corporal es cada vez más evidente. Si puede interpretar el lenguaje corporal de otras personas y usar bien su propio lenguaje corporal, puede expresarse correctamente mientras ve a través de los demás y ganar el favor. de los demás y la confianza.

Esas damas del concurso de belleza son todas decentes y educadas. No necesitan hablar, mientras están allí, parecen estar comunicándose con los demás. Todo esto es gracias a los movimientos de su cuerpo. Se puede ver que puede proporcionarle una gran cantidad de información.

Por ello, debemos prestar atención a observar estos pequeños detalles a la hora de comunicarnos.

Si alguien se toca la nariz repetidamente durante una conversación, probablemente esté mintiendo. Después de decir una mentira, los pensamientos ingresan inmediatamente al cerebro, lo que hace que las personas se sientan incómodas, por lo que inconscientemente quieren cubrirse la boca o la nariz, pero para que los movimientos no sean demasiado obvios, a menudo se frotan la nariz. suele ser difícil de controlar, seguirá apareciendo.

Cuando alguien se frota las manos de un lado a otro y no sabe dónde ponerlo, es una señal de que está incómodo o tenso. En este momento, también podríamos hacer una broma para aliviar la atmósfera incómoda y esperar a que la otra parte se calme antes de hablar.

Los movimientos de la boca también pueden revelar información sobre los demás. Cuando otros inconscientemente se muerden los labios, prueba que se siente incómodo por dentro, tal vez alguien ha tocado su autoestima sin querer o ha dañado su dignidad. Estas personas tienden a tener una gran fuerza de voluntad, actúan con más decisión y, a menudo, guardan rencor a los demás.

Cuando las comisuras de la boca de otras personas se elevan ligeramente, demuestra que está feliz, satisfecho con la situación actual y de excelente humor. Si dice su solicitud en este momento, será más fácil para la otra parte estar de acuerdo.

La movilidad de las manos es relativamente fuerte y mucha información en el corazón se transmitirá primero a través de los movimientos de las manos. Cuando es estimulado, subconscientemente se contraerá, temblará o sudará. Estos movimientos subconscientes suelen ser difíciles de controlar.

Cuando ves las palmas de las manos de la otra parte temblando y sudando, significa que la otra parte ha sido estimulada, tal vez porque ha escuchado buenas noticias emocionantes,

tal vez porque está nerviosa o porque no se atreve a enfrentarse a su mundo interior. La conclusión debe juzgarse claramente a través de la situación específica.

Susan creció en una familia adinerada y se casó con un buen esposo cuando creció. Ha sido un viaje tranquilo y muchas estudiantes a su alrededor la envidian mucho.

Una vez, cuando su esposo trajo algunas artesanías costosas del extranjero, Susan invitó a varios buenos amigos a visitar su casa, y Zhao Min fue uno de ellos.

Cuando los estudiantes vieron las nuevas artesanías, no pudieron evitar elogiarlas y se llenaron de alegría.

Después de dos horas, Susan descubrió que uno de ellos tenía grietas evidentes, como si se hubiera caído.

"Ah, ¿qué le pasa a este? ¿Quién lo tiró?", dijo Susan directamente, y lo dijo todo a la vez.

Todos lo negaron una y otra vez, y nadie prestó atención.

En este momento, Susan vio a Zhao Min a un lado, tratando de mantener la calma, con las manos temblando incontrolablemente. Por un tiempo, Susan entendió todo.

Las condiciones familiares de Zhao Min no son buenas y debe estar muy nervioso después de romper la artesanía.

Pensando en esto, Susan no preguntó. Un año después, Susan recibió un regalo de Zhao Min, que era exactamente igual a la artesanía rota.

Las manos temblorosas de Zhao Min traicionaron su corazón y dejaron que la observadora Susan supiera la verdad. Los movimientos corporales involuntarios suelen ser difíciles de engañar.

Leer el lenguaje corporal de otras personas no es una tarea difícil. Mientras practiquemos diligentemente y seamos buenos observando, creo que también podemos desarrollar un par de ojos perspicaces, para que podamos sentir la información y los secretos del lenguaje corporal en la comunicación. y al mismo tiempo expresarnos mejor.

Las personas que no pueden leer el lenguaje corporal de otras personas son como caminar de noche en comunicación, y se perderán o incluso se caerán si no tienen cuidado. Por el contrario, si comprende la información, el camino hacia la comunicación se volverá suave y claro.

cuento

R: Lo creas o no, puedo besarte hasta la mitad de tu labio superior, pero nunca tocar tu nariz ni ninguna otra parte de tu cuerpo.

B: ¡No me creas, tonterías!

Una realidad. Si no me crees, apostemos, si nos encontramos, ¡perderé!

B: ¡Está bien! ¡Solo juega, quien tenga miedo de quién!

R: Entonces cierra los ojos primero.

B: ¡Cierra, bésala!

B: ¡Ay! ¡Has tocado todo mi labio, y has tocado mi cara!

R: Muy bien. ¡Perdí!

Segundo:……

Echa un vistazo al corazón a través de las expresiones faciales.

La cara puede hacer una variedad de expresiones sutiles, sutiles y complejas. Pero también debido a esto, puede transmitir información interna con mayor precisión y reflejar emociones verdaderas. Si podemos detectarlo rápidamente, obtendremos información útil antes de que hable la otra parte, lo cual es muy importante para persuadir a una persona.

En la vida, todos tendrán una "micro-expresión", que solo puede durar menos de un segundo, y es una acción subconsciente e incontrolada. Pero esta expresión fugaz es la más real.

La familia de Deng Chao va a construir una casa. Para que la nueva casa sea más espaciosa, quiere ampliar un poco su espacio. Cuando el vecino vio que ocupaba la parte pública, naturalmente se negó a hacerlo y le dijo : “Si te atreves a ocupar el espacio, te demando”. ,Tú decides”.

Al ver que su vecino era tan fuerte, Deng Chao se sintió deprimido por un tiempo. No se atrevió a enemistarse descaradamente con sus vecinos, pero realmente quería que su nuevo hogar fuera más espacioso.

Alguien le dijo a Deng Chao: "Puedes pedirle ayuda al jefe Du. Él es muy tiránico aquí y todos le tienen miedo. Si le pides ayuda, nadie se atreve a decir nada".

Cuando Deng Chao lo escuchó, pensó que era una buena idea, así que rápidamente tomó el dinero y fue al supermercado a comprar muchos regalos.

"Jefe, me gustaría pedirle un favor", Deng Chao amontonó los regalos frente al Jefe Du, "ayúdeme a asustar a mis vecinos, es realmente molesto para evitar que construya una casa".

Boss Du es una persona perezosa, cuando vio el regalo que trajo Deng Chao, sus ojos se iluminaron.

"Está bien, está bien, no hay problema, ¿no es solo para asustar a la gente? Soy el mejor en eso", el jefe Du aceptó el regalo, "Descargaré tu ira contigo mañana al mediodía, solo espérame cuando llega el momento".

Tan pronto como Deng Chao escuchó que había algo interesante, rápidamente expresó su gratitud y se fue feliz a casa.

Tan pronto como llegó a casa, pronunció duras palabras a sus vecinos, diciendo que quería verse bien al mediodía del día siguiente.

Como resultado, al mediodía del día siguiente, Deng Chao tuvo una pelea con sus vecinos y Boss Du no vino. Deng Chao no se lo tomó en serio, sus vecinos lo regañaron mucho y casi lo golpean. Afortunadamente, alguien detuvo al vecino, por lo que Deng Chao no fue derrotado.

Solo más tarde supo que Boss Du no quería ayudarlo en absoluto. Él y su vecino eran parientes lejanos, por lo que no hizo nada después de aceptar su regalo por nada. Deng Chao recordó cuidadosamente, la expresión de Boss Du era tranquila y feliz en ese momento, parecía tranquilo y calmado, y no tenía intención de ayudar. Fue porque fue un estúpido y no se dio cuenta a tiempo. Perdió a su esposa y perdió su ejército, por lo que solo podía admitir que tuvo mala suerte.

Si Deng Chao pudiera capturar la expresión del rostro de Boss Du a tiempo, no se dejaría engañar. La expresión feliz y resplandeciente de Boss Du en ese momento mostró que tuvo una mala idea, que es una representación psicológica muy real.

Algunas personas dicen que "las expresiones faciales son un lenguaje mil veces más complicado que las palabras habladas." Si podemos leer las expresiones faciales de otras personas, podemos entender los pensamientos internos de la otra persona. Es un hecho indiscutible que las expresiones faciales reflejan la psicología del personaje, solo aprendiendo a observar las palabras y las expresiones podemos reconocerlas a tiempo y espiar mejor el corazón de las personas.

De hecho, esas personas cuidadosas pueden determinar si a la otra parte le gusta hablar con ellos y si pueden dar una respuesta satisfactoria observando cuando están hablando con otros. Las miradas y las expresiones faciales son una buena base para el juicio.

Algunas personas, aunque talentosas, siempre están frustradas. Una gran parte de la razón es que no conocen bien a las personas y no entienden las verdaderas intenciones de la otra parte. Naturalmente, es difícil atender a los demás, y ellos incluso hacer enemigos sin saberlo. Solo aprendiendo a ver a través de los corazones de los demás podemos protegernos y obtener la verdadera aprobación de los demás.

La comunicación es un medio necesario para expandir la red de uno. En este proceso, uno debe practicar ojos agudos, ser bueno para observar, no perder ninguna expresión facial de la otra parte, descubrir información valiosa a tiempo y sentar una buena base para una buena comunicación. Solo así podremos lograr nuestros objetivos en comunicación y tener un futuro mejor.

Hay quien dice que “los ojos son las ventanas del alma”, entonces también podemos decir que “la expresión es el espejo del alma”, lo que tenemos que hacer es ver a través de la información reflejada por el “espejo” para ver a través de la información más real y valiosa de la otra parte.

Por lo general, cuando las personas están cómodas y felices, sus expresiones faciales son muy relajadas y se ven muy vívidas. Por lo tanto, podemos usarlos para juzgar cómo se siente la otra parte. Las comisuras de la boca están ligeramente levantadas, la boca está ligeramente abierta, las cejas están llenas de alegría, etc. Estas expresiones pueden mostrar que la otra parte está de buen humor.

Cuando una persona está triste y deprimida, su rostro suele oscurecerse y sus ojos están apagados. Cuando nos encontramos con cosas infelices y nos sentimos tristes y aburridos, inconscientemente frunciremos el ceño. Debido al factor de tristeza secretado por el cerebro, su rostro se volvió opaco y apagado, y sus ojos ya no brillaban intensamente. Si encuentra que la expresión de la otra persona está en este estado cuando está hablando con alguien, entonces necesita saber cuándo es suficiente.

Cuando la expresión del rostro de una persona es exagerada y rígida, es evidencia de que no está realmente feliz o triste. La verdadera alegría o tristeza no se puede ocultar, por muy bien que una persona pretenda, su expresión lo revelará. Si una persona no está realmente feliz o triste, inconscientemente tratará de ocultar la verdadera emoción. En este momento, las expresiones de sus rostros serán exageradas, riendo, llorando o mirándose rígidos. Además, esta expresión exagerada durará relativamente poco, y después de mucho tiempo, los ojos definitivamente revelarán fatiga o tristeza.

Además, hay algunos emoji específicos que también debemos entender. Al hablar, si las comisuras de la boca de la otra persona están caídas y los ojos están oscuros, significa que está incómodo y avergonzado.

Si la boca de la otra persona está bien cerrada y las fosas nasales están hacia afuera, significa que la persona está muy enojada. En este momento, debe alejarse rápidamente o ajustar la atmósfera tensa a tiempo, y no debe agregar combustible al fuego. .

En la comunicación, también debemos ser buenos para distinguir las sonrisas de los demás. Algunas sonrisas son genuinas y otras no. Cuando una persona sonríe desde el corazón, hay ligeras arrugas alrededor de los ojos, mientras que una sonrisa falsa por lo general no lo hace.

Cuando las pupilas de otra persona se dilatan repentinamente, la emoción, la emoción, el miedo, etc. pueden ser las razones de sus cambios emocionales; una mirada de sorpresa en su rostro durante unos segundos, o una ceja levantada, indica que no está realmente sorprendido.

También hay algunas personas cuyos rostros son casi inexpresivos y es difícil captar los cambios en sus expresiones. Estas personas suelen ser amos sociales, con una calidad psicológica muy fuerte y pueden mostrar sus emociones y su ira. Al interactuar con ellos, debes ser más cauteloso en lo que dices y haces. No solo son buenos para disfrazar sus emociones, sino que también son maestros en percibir las expresiones de los demás.

De hecho, ninguna expresión es también un tipo de expresión. Si estamos bien versados en el camino de la percepción, aún podemos ver el corazón de la otra parte con claridad y ver a través del disfraz de la otra parte.

Cuando interactuamos con personas, si no entendemos las expresiones de otras personas, es fácil malinterpretar las verdaderas intenciones de la otra persona, formar juicios erróneos e inevitablemente sentirse limitado. Si realmente logramos comprender la información de expresión de los demás, podemos obtener cosas más valiosas, de modo que podamos obtener más y convertirnos en un hombre fuerte con ojos agudos.

cuento

A: Hija, ¿cómo está la cita a ciegas hoy?

B: ¿Cómo te sientes cuando ves un orangután?

R: ¿Eh? ¿Cuál es el significado?

B: Sí. Es tu expresión. ¡Completamente estupefacto!

Primero:……

Capítulo 4 Si quieres persuadir a otros, primero debes ganarte la confianza

Los elogios a espaldas son más efectivos que en persona

A todos les gusta escuchar buenas palabras de los demás. Cuando otros se elogian sinceramente, su autoestima y sentido del honor estarán satisfechos, y también se sentirán amables con la persona que dijo buenas palabras y tendrán una buena impresión. Por supuesto, la distancia entre ellos se acorta naturalmente durante la comunicación, lo que crea buenas condiciones para el éxito de la comunicación.

De hecho, hablar bien de alguien a sus espaldas es más gratificante que halagarlo en persona, y se siente más real y sincero. Al mismo tiempo, no se preocupe de que los demás no lo escuchen, las buenas palabras entre bastidores pueden llegar fácilmente a los oídos de otras personas.

Un estudiante universitario que acababa de graduarse entró a trabajar en una nueva empresa. Al principio, quería conocer el temperamento del gerente, para poder atraer fácilmente la atención del gerente.

"Es mejor tener cuidado cuando viene aquí por primera vez. Nuestro gerente es muy especial", dijo un empleado mayor. "Nuestro gerente es muy capaz y le gusta que los demás lo elogien. Comenzó a elogiar en persona y estaba encantado de Escuché todas las cosas buenas que dijo, pero los buenos tiempos no duraron mucho y ahora está cansado de nuestros elogios y siente que todos lo están halagando".

Después de escuchar lo que dijeron los antiguos empleados, el estudiante universitario se sintió un poco decepcionado. Debe ser muy difícil acercarse a un gerente tan estricto al que no le importan los halagos de los demás. Más tarde, cambió de opinión, el gerente en realidad quería los elogios de todos en su corazón, solo se preocupaba por la autenticidad de las palabras de todos. Pensando en esto, a los estudiantes universitarios se les ocurrió una buena idea.

Durante el almuerzo, el estudiante universitario no se acercó directamente al gerente, sino que deliberadamente les dijo a los antiguos empleados que lo rodeaban: "Aunque acabo de llegar, puedo ver que el gerente es realmente capaz. No importa lo que diga o haga, aprendo". de él". Es un modelo a seguir. Escuché que negoció un gran negocio hoy, lo cual es realmente asombroso". El estudiante universitario lo elogió a sus espaldas y lo dijo con mucha sinceridad.

Más tarde, el gerente sin darse cuenta aprendió de los antiguos empleados lo que los estudiantes universitarios lo elogiaban y estaba muy emocionado. Él cree que los elogios de

los estudiantes universitarios deben venir del corazón, de lo contrario, ¿cómo podrían decirlo a sus espaldas?

A partir de ese momento, el gerente comenzó a prestar atención al estudiante universitario, después de observarlo por un tiempo, sintió que era muy adecuado para él, por lo que rápidamente lo ascendieron y le encomendaron tareas importantes. El estudiante universitario obtuvo con éxito la apreciación del gerente y dio el primer paso en el lugar de trabajo.

Decir cosas buenas sobre las personas a sus espaldas no solo parecerá sincero y fácil de convencer a la otra parte, sino que también reflejará la tolerancia y las buenas cualidades de una persona, por lo que es más probable que se gane la confianza de los demás. Al igual que el estudiante universitario del ejemplo anterior, debido al cumplido a sus espaldas, el gerente siente que es la persona que mejor se comprende a sí mismo. Solo piense, en la comunicación interpersonal, ¿a quién no le gustaría una persona así?

Es muy significativo decir cosas buenas de los demás a sus espaldas y te permite tomar la iniciativa en la comunicación. Comparando nuestros corazones con nuestros corazones, si sabemos que alguien está hablando bien de nosotros a nuestras espaldas, seremos muy felices y ciertamente no nos sentiremos hipócritas ni dudaremos de su propósito. Muchas veces, al escuchar cumplidos de otros en persona, uno se preguntará inconscientemente si la otra parte está intercambiando cumplidos, pero las buenas palabras detrás de escena son diferentes.

Si observamos con atención, fácilmente podemos encontrar que algunas personas no son buenas para comunicarse, sus palabras no son agradables, o se hacen enemigos o se meten en problemas, la razón tiene mucho que ver con no saber elogiar correctamente a los demás. Si pueden insistir en decir cosas buenas a espaldas de otras personas, un día serán escuchados por otros, y serán amados y reconocidos por otros, de modo que todos estarán naturalmente más dispuestos a tender manos amistosas.

Esto no es difícil de entender, por ejemplo, en "A Dream of Red Mansions", Lin Daiyu es una persona mezquina, mezquina y desconfiada. Pero cuando escuchó a Jia Baoyu decir cosas buenas sobre ella a Shi Xiangyun a sus espaldas, no pudo evitar sentirse sorprendida y feliz, triste y suspirada. Ella pensó: "Jia Baoyu es de hecho mi confidente". Desde entonces, su relación con Jia Baoyu se ha vuelto más estrecha.

No es difícil ver a partir de esto que decir cosas buenas sobre las personas a sus espaldas no solo evita la vergüenza y la sospecha de adulación, sino que también hace que las

personas se convenzan y conmuevan profundamente. Si puedes hacer esto en la comunicación interpersonal, creo que la comunicación será mucho más simple.

En resumen, aunque a todos les gusta escuchar cosas buenas, es difícil obtener buenos resultados si hablas de manera incorrecta o los halagas ciegamente en persona. Si quieres impresionar a la otra parte y ganarte la confianza de la otra parte, debes aprender a hablar bien de los demás a sus espaldas.

Al mismo tiempo, no se preocupe de que sus buenas palabras no lleguen a los oídos de la otra parte. A todos en el mundo les encanta ser un "micrófono". Mientras lo diga varias veces, la otra parte definitivamente lo escuchará. tus "palabras verdaderas".

Si desea que los demás escuchen sus elogios, también podría comenzar con alguien cercano a la otra parte. Al utilizar un "tercero" para correr la voz, el efecto será más evidente y la credibilidad también aumentará.

Zhang Yan y Du Hong son colegas en la misma empresa y buenos amigos desde hace muchos años. Pero recientemente, hubo una pelea por desacuerdo, y ahora los dos no están dispuestos ni siquiera a hablar.

Du Hong es la superiora de Zhang Yan, y no es bueno que Du Hong tenga problemas con ella todo el tiempo, por lo que quería tomar la iniciativa para hacer las paces con Zhang Yan, pero no pudo encontrar una manera adecuada por un tiempo.

Más tarde, Du Hong encontró a otra amiga de Zhang Yan y, al conversar con ella, dijo: "Zhang Yan es en realidad una muy buena persona. Le estoy muy agradecida. Recientemente escuché que su obra maestra se publicó nuevamente y Realmente quiero felicitarla en persona, pero me temo que no lo apreciará".

De esta manera, Du Hong transmitió todos sus pensamientos a los amigos de Zhang Yan, y Zhang Yan supo los pensamientos de Du Hong en unos pocos días.

Después de eso, los dos se reconciliaron como algo natural y la relación fue un paso más allá.

Es una muy buena opción dejar que el "tercero" exprese sus elogios. El poder de los elogios entre bastidores es mucho más fuerte que el de los elogios cara a cara. Al elegir un "tercero", lo mejor es encontrar a alguien que tenga una buena relación con la otra parte, ya sean familiares o amigos. Cuanto mejor sea su relación, más populares serán tus cumplidos.

Además, debes ser sincero al elogiar a los demás a tus espaldas. Cuanto más sincero seas, más profunda será la impresión que causarás en los demás y más fuerte será el atractivo. Si tu cumplido no es lo suficientemente sincero, la otra persona no querrá traerte un mensaje.

Sólo el elogio más sincero puede conmover el corazón de las personas y tener un poder inestimable. Cuanto mejor sea el elogio, mayor será el valor para los demás, lo que puede brindar verdadera satisfacción y alegría a la otra parte. De lo contrario, incluso si la otra parte lo supiera, probablemente se reiría y no se lo tomaría en serio.

Al elogiar a otros a sus espaldas, el contenido debe ser real y específico. Lo mejor es que la otra parte se siente inmediatamente después de escucharlo y sienta el ajuste espiritual. Si los elogios no son expresivos o dirigidos, la otra parte pensará que usted es superficial y que no ha observado detenidamente en absoluto. Esto inevitablemente será contraproducente e incluso despertará el disgusto de la otra parte.

Una persona quería complacer a su pareja, así que les dijo a los demás que la pareja era muy guapa, como cierta actriz popular.

Cuando las palabras llegaron a oídos de su pareja, ella no solo no las agradeció, sino que además dijo burlonamente: "¿A dónde se fueron sus ojos? Simplemente está ciega".

Unos elogios que no son auténticos, aunque lleguen a oídos ajenos, los demás no lo apreciarán.

En resumen, si quieres aprender a elogiar a los demás a tus espaldas, debes aprender habilidades. Sin elogios dirigidos, no puedes infectar profundamente a los demás.

De hecho, hay muchos beneficios de elogiar a los demás entre bastidores. No solo puede transmitir bien nuestras intenciones, hacer que los demás se sientan sinceros, sino también cambiar la opinión de los demás sobre nosotros, construir un buen puente de comunicación y lograr el doble de resultado con la mitad el esfuerzo Efecto. Sintámonos como pez en el agua en la comunicación y sintámonos más cómodos.

cuento

El médico le dijo a la esposa del paciente: Tengo tres sugerencias para su esposo: primero, deje de fumar y beber; segundo, deshágase del trabajo pesado; tercero, fortalezca el ejercicio. De lo contrario, a su esposo solo le quedarán tres semanas de vida.

La esposa fue a casa de su esposo: ¡Dios mío, solo te quedan tres semanas de vida!

marido:……

Si quieres ganarte la confianza, primero debes aprender a asumir la responsabilidad.

Cuando algunas personas encuentran problemas, no reflexionan inmediatamente sobre su propio comportamiento, sino que les gusta pasar la responsabilidad a otras personas o por otras razones, para que no puedan ver sus propias deficiencias. Es difícil para una persona así hacerse un hueco en la sociedad y, a menudo, fracasan al hacer las cosas.

En la comunicación, la responsabilidad a menudo no es un tipo de habilidad o un simple deber, sino una manifestación importante de la calidad y el valor de una persona. Asumir la responsabilidad puede no resolver el problema, pero representa una sinceridad para resolver el problema. A todos les gusta asociarse con una persona así, y es más probable que esa persona tenga éxito al persuadir a otros.

Zhang Wen y Zhao Wu son empleados de la empresa de exhibición. Son responsables de transportar las exhibiciones a los clientes. Los dos han estado cooperando y son socios relativamente tácitos.

Recientemente, Zhao Wu se sintió muy molesto, siempre sintió que su arduo trabajo era invisible para el jefe y se sintió agraviado cuando pensó en ello.

Ese día, el jefe les pidió a los dos que le entregaran un cuadro famoso al cliente y se fueron. Después de llegar al destino, Zhang Wen movió la famosa pintura del automóvil a Zhao Wu. Zhao Wu estaba distraído y no pudo recogerlo. Como resultado, el marco se rompió y ambos quedaron estupefactos.

"¿Por qué no me lo das?" Zhao Wu estaba muy enojado.

"Obviamente estabas loco y no lo recogiste", se quejaron los dos, por lo que tuvieron que volver a la empresa para ver al jefe.

Zhao Wu tomó la iniciativa para entrar a la oficina del jefe y dijo: "Lo siento, jefe. No lo entregamos bien. Todo se debe a Zhang Wen. Ni siquiera sabía cómo entregar una pintura". Todo es su culpa".

El jefe no dijo nada después de escuchar esto, pero dejó que Zhao Wu saliera primero.

"Lo siento, jefe", Zhang Wen se sintió culpable después de entrar y no se atrevió a mirar al jefe directamente, "No hice nada bueno con Zhao Wu y estoy dispuesto a tomar todo". las responsabilidades."

Después de escuchar las palabras de Zhang Wen, el jefe estaba muy complacido, se acercó y le dio unas palmaditas en el hombro a Zhang Wen y le dijo: "Joven, eres realmente bueno. Trabaja duro en el futuro".

De hecho, alguien fue testigo de lo que sucedió, y fue porque Zhao Wu fue descuidado y no se dio cuenta.

Al final, Zhao Wu fue despedido y Zhang Wen aún se quedó en la empresa para continuar trabajando, por esta razón, Zhao Wu no estaba muy convencido y se dirigió enojado al jefe.

"Zhao Wu, alguien me dijo lo que sucedió. No recogiste la pintura correctamente y la dejaste caer" Al escuchar esto, Zhao Wu no dijo una palabra.

"No te culpo por romper cosas. Todo el mundo comete errores, pero tú eludes ciegamente la responsabilidad y no te atreves a asumirla. Esto me decepciona mucho. Nuestra empresa no necesita gente como tú". Eso es todo, Zhao Wu fue despedido de la empresa. No tiene nada que decir.

Muchas personas tienen raíces tan malas que una vez que surge un problema, no se atreven a asumir la responsabilidad, sino que encuentran varias excusas para evitar el problema. Es posible que te salgas con la tuya por un tiempo, pero parecerá irresponsable y a nadie le agrada esa persona. Al igual que Zhao Wu en el artículo, no asumió la responsabilidad por cometer un error, sino que eligió aclararse y finalmente fue despedido por su jefe.

Todos cometemos errores y nadie puede evitarlos, pero la diferencia es la actitud después de cometer errores. Solo asumiendo la responsabilidad podemos reconocer los errores subjetivamente y corregirlos; si evadimos la responsabilidad, solo podemos dejarnos llevar y adquirir el mal hábito de pasar la pelota cuando las cosas suceden. Aquellos que tienen el coraje de asumir la responsabilidad son dignos del respeto y la confianza de los demás.

Algunas personas piensan que son inteligentes. Piensan que tomar el crédito y eludir la responsabilidad es el movimiento inteligente en la comunicación y el atajo para mejorar las relaciones interpersonales. Si piensas de esta manera, nadie realmente confiará en ti.

Estas personas están acostumbradas a ser oportunistas, y cuando trabajan, eligen lo fácil y temen lo pesado, si tienen beneficios, se apresurarán a luchar para mostrar sus habilidades, si tienen responsabilidades, rápidamente escaparán. Parecen ser inteligentes, pero en realidad se están dañando a sí mismos, lo cual es una actuación irresponsable. La prevaricación y la prevaricación solo decepcionarán a las personas, y el encanto de su personalidad inevitablemente se reducirá en gran medida.

Si los demás descubren que eres una persona así, definitivamente no te confiarán responsabilidades importantes. Lentamente, todos te odiarán, te rechazarán y eventualmente se convertirán en un solitario "demasiado inteligente".

Por eso, después de cometer un error, no te apresures a defenderte, sino míralo con objetividad, afronta tus errores con valentía y toma la iniciativa para asumir la responsabilidad, solo así podrás reflejar tu sentido de la responsabilidad, asentar tu propio prestigio. y ganarse el respeto y la confianza de los demás.

Si quieres ser una persona que tenga el coraje de asumir la responsabilidad, necesitas cultivar tu propio sentido de la responsabilidad, vivir, trabajar y comunicarte con los demás con sentido de la responsabilidad. En la comunicación, coexisten oportunidades y desafíos, y la diosa de la suerte será condescendiente en cualquier momento. Si no presta atención al cultivo de la responsabilidad, incluso si se presenta la oportunidad, no podrá aprovecharla y no podrá resistir la prueba.

Para ser alguien digno de la confianza de los demás, tienes que estar preparado. La preparación generalmente no se trata de habilidad. Lo más importante es prepararse para la responsabilidad y desarrollar la propia capacidad de soportar. Solo de esta manera puede pasar mejor la observación y la prueba de los demás y ganarse la confianza del inspector.

Si quieres ser una persona que tiene el coraje de asumir la responsabilidad, debes tener una mentalidad amplia y no regatear cada detalle. En términos generales, cuanto más te preocupas, más te gusta eludir la responsabilidad. Cuando encuentre problemas, también podría dar un paso atrás, no preocuparse demasiado por las ganancias y pérdidas temporales, y revisarse seriamente.

Especialmente en la comunicación interpersonal, los malentendidos y las contradicciones son inevitables. Si atribuyes todas las razones a los demás, no sabes cómo reflexionar sobre ti mismo y no encuentras tus propios errores, darás a la gente la impresión de ser obstinado. Por lo tanto, en la comunicación, debemos ser tolerantes, tolerantes y modestos, no preocuparnos demasiado por el bien o el mal de la otra parte, atrevernos a asumir nuestras propias responsabilidades y ganar más confianza.

Asumir la responsabilidad refleja la propia actitud, después de expresar la posición de uno, uno tiene que hacer lo mejor que pueda para resolver el problema. Especialmente al causar molestias a los demás, debemos encontrar soluciones factibles para resolverlo. De esta forma, no solo no perderás tu prestigio, sino que también obtendrás la oportunidad de superación personal. Incluso si al final no ayuda, creo que la otra parte se conmoverá con su sinceridad y confiará más en usted.

Hubo un vendedor que acordó con el cliente la fecha de entrega, pero el cliente estaba muy descontento debido a un retraso temporal.

"¿No aceptaste venir a verme por la mañana? ¿Por qué te perdiste la cita?"

"Lo siento, estuve enfermo esta mañana y no hay nada que pueda hacer al respecto". El cliente se enojó mucho cuando escuchó que el vendedor era una excusa. Pensó que el vendedor tenía un problema grave de actitud, por lo que demandó. al jefe del vendedor.

Entonces el líder le habló: "No entregó los productos a tiempo y eludió su responsabilidad. No sabe cómo salvarlos. No es de extrañar que el cliente esté enojado".

El líder le dijo que si cometía un error, debería atreverse a asumir la responsabilidad, debería decir: "Lo siento, te he causado problemas por mi culpa, es mi responsabilidad y estoy dispuesto a tomar cualquier forma". para remediarlo".

El vendedor se dio cuenta de su error, se disculpó con el cliente por su propia iniciativa y finalmente obtuvo la comprensión del cliente.

En la comunicación interpersonal, no es suficiente que una persona tenga la conciencia de autocrítica y responsabilidad, sino también tomar acciones prácticas para remediarlo, para dejar una mejor impresión en los demás y estar dispuesto a comunicarse a un nivel más profundo. .

Todos somos mortales, y es inevitable encontrar cosas que deben reflejarse en la comunicación. Algunas personas siempre pueden ponerse de pie a tiempo, revisarse adecuadamente y admitirlo con valentía. Algunas personas no tienen el coraje de emprenderlo y solo quieren escapar, o atribuyen la responsabilidad a otros factores. El primero a menudo puede ser reconocido por todos, mientras que el segundo solo será despreciado por todos.

Por lo tanto, sea una persona que se atreva a asumir la responsabilidad. No solo refleja el valor de una persona, sino que también refleja la credibilidad de una persona. Atrévase a asumir la responsabilidad y haga todo lo posible para enmendarlo, y a menudo obtendrá la comprensión y la aprobación de los demás. Esta es una verdad simple y nunca obsoleta.

cuento

R: Lo que le pido a mi novio es que sea responsable.

B: Soy el novio que buscas, y soy muy responsable.

Primero:?

B: No solo soy responsable contigo, sino también con varias otras chicas, ¿crees que soy muy responsable?

Primero:……

Las personas que valoran el compromiso son más persuasivas

Cuando otros cumplen sus promesas, también deben esperar que la otra parte preste atención a las promesas que se han hecho a sí mismos. Esta es una actuación recíproca de reciprocidad. Si no prestan atención a las promesas del otro en la comunicación interpersonal y se retractan de las promesas, inevitablemente habrá muchos obstáculos en la próxima comunicación. Esta es la ley que nunca cambia.

En la vida, si podemos prestar atención a los compromisos de los demás y equilibrarnos psicológicamente, obtendremos beneficios a largo plazo. Si no puede hacerlo, fácilmente será acusado de romper promesas y ser desagradecido, y nadie quiere trabajar con esas personas.

Después de que un inversionista extranjero llegara a China, quiso invitar a fábricas relevantes a imitar un lote de muestras que tenía en sus manos. Pero después de buscar por un tiempo y no encontrar una fábrica adecuada, estaba muy frustrado.

Más tarde, por coincidencia, encontró una fábrica adecuada el día antes de regresar a China. Así que le dijo al gerente de la fábrica: "Mañana antes del mediodía, ¿puede hacerme un lote de muestras? Unas 10".

El gerente de la fábrica miró la muestra del inversionista, sacudió la cabeza y dijo: "Lo siento, aunque podemos producir esta muestra, pero el tiempo que nos dio es demasiado ajustado, no podemos terminarla".

Los inversores extranjeros sienten que su última esperanza se ha desvanecido y se preparan para abandonar China abatidos. En este momento, el gerente de una pequeña fábrica se detuvo: "Señor, nuestra fábrica puede completar su tarea".

El inversionista extranjero no se lo creía del todo, nunca había escuchado el nombre de esta fábrica, pero no tenía mejor manera, así que accedió.

Cuando el gerente regresó a la fábrica, rápidamente se puso en contacto con los diseñadores, ellos dibujaron los planos de inmediato, y todos los empleados trabajaron horas extras en conjunto, finalmente, las muestras solicitadas por los inversionistas extranjeros se produjeron antes del mediodía del día siguiente.

"¿De verdad lo hiciste?" El inversionista miró las muestras con asombro, y estaba muy bien hecho. No tenía ninguna esperanza en absoluto.

"Te lo prometimos, debemos hacerlo", dijo el gerente con mucha sinceridad.

"Está bien, valoras mucho tus promesas, creo que nuestra cooperación será exitosa. Te prometo que invertiremos mucho", los inversores extranjeros también hicieron promesas solemnes y han estado cumpliendo sus promesas desde entonces.

De esta manera, debido a que las dos partes valoraron los compromisos de la otra parte, la cooperación se hizo cada vez más fluida, logrando una situación en la que todos ganan.

La comunicación es un proceso de cooperación, cuando otros han pagado, esperan obtener el mismo retorno en sus corazones. Solo prestando atención a los compromisos de los demás podemos mantener una buena relación y volvernos más convincentes. Las pequeñas fábricas cumplieron sus promesas y ganaron la oportunidad de cooperar con el capital extranjero; los inversores extranjeros cumplieron sus promesas y finalmente lograron una situación en la que todos ganan, y la cooperación se volvió cada vez mejor.

En la vida, algunas personas pueden obtener la confianza y el apoyo de los demás sin importar lo que hagan, mientras que algunas personas difícilmente pueden ganarse la confianza de los demás. Esto último generalmente se debe a que a menudo no pueden cumplir sus promesas a los demás y rompen fácilmente la cita, lo que hace que la otra parte se sienta desequilibrada, por lo que ya nadie quiere tratar con ellos.

Todos esperan que los demás sean honestos. Si la otra parte rompe repetidamente las citas y se decepciona a sí misma, inevitablemente habrá quejas en sus corazones, por lo que no se volverán a acercar a ellos.

Al interactuar con las personas, la integridad es una moneda de cambio muy importante. Si las personas que nos rodean pueden cumplir sus promesas, a su vez estamos dispuestos a valorar nuestras promesas, de modo que podamos confiar unos en otros y llevarnos bien durante mucho tiempo. tiempo. Y algunas personas no están de acuerdo, ignorando la importancia de la honestidad. Lentamente, la gente ya no les dará la oportunidad de prometer, porque nunca le prestan atención.

Algunas personas no prestan atención a las promesas en la comunicación interpersonal porque tienen una mentalidad de chiripa y quieren beneficiarse de los demás con su propia astucia, pero son tacaños para dar. Sin embargo, nadie es tonto, y si estos trucos se usan con frecuencia, serán descubiertos y descartados, y lo serán muy pronto.

Si no prestas atención a tu compromiso con una persona, pronto se lo dirá a otra persona, por lo que pronto caerás en una situación muy miserable y será difícil darte la vuelta.

Si nadie se comunica, nadie ayuda, a nadie le gusta, entonces su comunicación equivale a entrar en un callejón sin salida. Si no puedes ganarte la confianza de los demás, no puedes hacer nada.

Por lo tanto, en la comunicación interpersonal normal, no elija ser alguien que no presta atención a las promesas de los demás en aras de los beneficios temporales, porque el impacto negativo que eventualmente traerá está más allá de su capacidad de soportar. La integridad es riqueza, y solo prestando atención a las promesas de los demás podemos mantenernos firmes y no caer en una situación desesperada de aislamiento.

De hecho, no es difícil convertirse en una persona que valora los compromisos de los demás, debes comprender su importancia y comprender sus misterios. Sólo así podemos impulsarnos constantemente a convertirnos en personas que valoran los compromisos de los demás.

Ronaldinho es el vendedor as en la industria de los cosméticos. Su desempeño en ventas es el mejor en la empresa. Muchos empleados nuevos quieren adorarla como maestra. Tiene muy buena relación con los clientes, y muchas personas eligen sus productos por la buena relación que tienen con ella.

Ronaldinho les dijo a todos que la razón por la que los clientes confían tanto en ella es porque ella valora las promesas de los demás y nunca deja que los clientes se zambullan.

Cuando era niña, su madre le contó una historia. Un niño envió tarjetas de felicitación a toda la clase y esperaba la respuesta de todos todos los días. Pero es una pena que muchos compañeros de clase lo hayan olvidado, solo el compañero de escritorio taciturno aún recuerda, y él y el compañero de escritorio se convirtieron en mejores amigos después.

A lo largo de los años, Ronaldinho ha recordado la historia como un recordatorio de la importancia de tomar en serio su compromiso mutuo. Por lo tanto, ella siempre puede ganarse la confianza de los clientes.

Solo manteniendo tus promesas puedes ganarte la confianza y el apoyo de los demás, y puedes lograr tu carrera con la ayuda de todos. El compromiso es como un balancín: si a menudo está desequilibrado, una de las partes inevitablemente se sentirá insatisfecha. Después de eso, la relación equilibrada original será difícil de restablecer.

La promesa a los demás debe cumplirse pase lo que pase. Es una inversión a largo plazo. Si no presta atención, perderá sus calificaciones para competir en cualquier momento. Si realmente no puede hacerlo debido a las dificultades, debe comunicarse con la otra parte a

tiempo para obtener comprensión. De lo contrario, no solo los demás perderán algo, sino que tú perderás aún más.

A veces, cumplir las promesas puede sufrir una pérdida temporal, pero aun así, debemos trabajar duro. La pérdida es temporal, pero la oportunidad ganada es a largo plazo. Sea cual sea el motivo, sean cuales sean las circunstancias, haz todo lo posible por cumplir tus promesas.

Eran dos buenos amigos que iniciaron un negocio en sociedad, al principio la situación no era la ideal, uno de ellos tuvo una mala idea y en secreto se llevó todo el dinero de la empresa. Más tarde, muchos inversionistas llegaron a pedir dinero, 'el amigo restante no tuvo más remedio que decir: "No se preocupen, todos, aunque no tomé el dinero, definitivamente haré lo que les prometí, por favor dámelo". para mí. Necesito algo de tiempo.

Todos vieron que el amigo restante era muy sincero, por lo que estuvieron de acuerdo temporalmente. Esa persona desperdició dinero y pidió dinero prestado para compensar las pérdidas de todos. Aunque perdió mucho dinero por un tiempo al prestar atención a su compromiso, se ganó el corazón de la gente. No le tomó mucho tiempo tener un negocio en auge.

Algunas personas consideran las promesas como promesas vacías y se olvidan de ellas, mientras que otras consideran las promesas como un honor y hacen todo lo posible para protegerlas. El primero se convirtió en un "mentiroso" a los ojos de todos y perdió la confianza de todos. Y este último, sin importar lo que haga, puede obtener el apoyo voluntario de todos.

Por lo tanto, siempre preste atención a los compromisos de los demás y establezca una base sólida para crear buenas relaciones interpersonales.

cuento

A: Hay un hombre que prometió casarse conmigo y mimarme por el resto de su vida.

B: Nunca confíes en la promesa de un hombre.

R: ¿Por qué?

B: Porque las promesas de los hombres son como nuestras mujeres hablando de bajar de peso, siempre lo dicen, pero nunca se dan cuenta.

Primero:……

Las personas autoritarias hablan de manera más convincente

El mundo es tan glamoroso y cambia tan rápido. Desde el surgimiento del patrón de "explosión de conocimiento" que comenzó en la década de 1940, como individuos en el vasto mundo, frente al vasto océano de conocimiento, las personas solo pueden sentirse impotentes. Es poco probable que ese tipo de figura enciclopédica vuelva a aparecer. Esto solo refleja el progreso de la sociedad y la velocidad de renovación de la cultura. Hoy en día, es poco realista que una persona sea competente en demasiadas disciplinas, incluso con este conocimiento profesional, es imposible entenderlo todo. Por lo tanto, en un entorno de vida así, a menudo escuchamos tales palabras:

"El presidente XX piensa..."

"XX funcionarios del gobierno dijeron..."

"Según el pensamiento del biólogo ××..."

Por qué decimos esto? La razón es que aunque el Presidente XX, los funcionarios del gobierno de XX y el biólogo XX tienen diferentes ocupaciones, hay un hecho que no se puede ignorar, es decir, han logrado logros extraordinarios en sus respectivos campos, y sus opiniones y juicios tienen autoridad, digno de nuestra confianza.

Supongamos que existe tal situación, un día usted y su familia van a un gran supermercado a pasar el rato, cuando pasa por el puesto de productos para el cuidado de la salud, una persona de repente viene desde un lado y le dice: "Señor, mucha investigación muestra que a su edad Para las personas que están interesadas en tomar este suplemento, hay grandes beneficios". Si esta persona es solo un empleado común en un supermercado que vende productos para la salud, puede decir: "Gracias por su preocupación, no Todavía no lo necesito". Si la persona que se acerca ¿Qué harías si tuvieras un cartel con las palabras "Investigador sénior de la Sociedad Internacional de Nutrición: ×××" colgado en tu pecho? Tal vez te detengas y tengas una charla con él. Durante la conversación, aprendiste de él que esta persona no solo es un investigador principal, sino también un experto especial del departamento gubernamental. ¿Qué tipo de pensamientos tendrías en este momento? Si crees en sus palabras, ¿cuántas cajas de productos para el cuidado de la salud deberías comprar? ¿O simplemente alejarse en silencio después de que termine la conversación? Creo que la mayoría de las personas que se encuentran en esta situación comprarán algunas cajas de productos para el cuidado de la salud.

En la psicología de la persuasión, esta tendencia psicológica se interpreta como "efecto de autoridad", también llamado efecto de sugerencia de autoridad, lo que significa que si una persona tiene un alto estatus, prestigio y respeto, entonces lo que dice y hace será fácil de atraer. la atención de los demás y hacerles creer en su corrección, es decir, "la gente habla a la ligera, pero la gente valora las palabras".

Los psicólogos han realizado experimentos psicológicos sobre "el papel de las figuras de autoridad". Los sujetos del experimento eran estudiantes de secundaria. Pidieron a 3 oradores que dieran discursos sobre el mismo tema, y después de los discursos, investigaron la tasa de acuerdo de los estudiantes con el punto de vista del orador. El título del discurso fue "Una actitud tolerante hacia los delincuentes juveniles". Antes del discurso, presentaron las identidades de los tres oradores. Entre los tres oradores, uno es juez (autoridad), uno es representante de los padres (neutral) y el otro es vendedor de estupefacientes (bajo prestigio). Los resultados de la encuesta son: el 43% está de acuerdo con el juez, el 33% está de acuerdo con el representante de los padres y solo el 24% apoya al narcotraficante.

El efecto de autoridad es un fenómeno psicológico social omnipresente. ¿por qué? En primer lugar, las personas tienen una "mentalidad de seguridad", es decir, las personas siempre piensan que las figuras de autoridad a menudo son correctas, y sus pensamientos, comportamientos y discursos a menudo son correctos. Obedecerlos los hará sentir seguros y aumentará el "factor de seguridad". " que no cometerán errores. "; En segundo lugar, porque las personas tienen una "psicología de reconocimiento", es decir, las personas siempre piensan que los requisitos de las figuras de autoridad a menudo son consistentes con las normas sociales, y si siguen los requisitos de las figuras de autoridad, serán reconocidos y recompensados por todas las partes.

El efecto autoridad tiene una gran influencia en la psicología y el comportamiento de las personas. En este sentido, un experimento realizado por un psicólogo estadounidense es la mejor prueba.

Este experimento es así: al dar una conferencia a los estudiantes del departamento de psicología de cierta universidad, el psicólogo presentó a los estudiantes a un profesor de alemán invitado de otra escuela y les dijo que el profesor de alemán era de Alemania. Invitó a químicos famosos. Durante el experimento, el "químico" sacó una botella que contenía agua destilada de manera seria y dijo: "Esta es una sustancia que estoy estudiando y es muy volátil. Cuando saque el corcho, desaparecerá de inmediato". Se evapora. Pero es

completamente inofensivo y el olor es muy pequeño. Si huele el olor, levante las manos de inmediato ". Como resultado, la mayoría de los estudiantes levantaron las manos. Para el agua destilada, que no tiene olor, ¿por qué la mayoría de los estudiantes piensan que tiene olor? Porque la autoridad en sus mentes ya les ha dicho la respuesta.

Dado que el efecto de la autoridad tiene una gran influencia en la psicología de las personas, ¿cómo podemos hacer que las personas abandonen su propio modo de pensar y acepten el punto de vista de la autoridad en la persuasión? Primero, debe haber una base fáctica autorizada; segundo, deben existir las condiciones externas que posee una persona autoritaria: vestimenta decente, antecedentes y posición respetables; tercero, el proceso de persuasión debe combinarse con un discurso y un comportamiento civilizados y educados. análisis bien fundado; cuarto, buscar ayuda de figuras de autoridad. En otras palabras, permítete tener una imagen de autoridad o usa el poder de las figuras de autoridad, que pueden agregar peso a tu poder persuasivo de manera invisible.

cuento

A: Querida, ¡tu ropa está tan hermosa hoy!

B: ¡Bien!

A: Querida, ¡tienes una figura tan buena!

B: ¡Bien!

A: Cariño, ¡eres tan hermosa!

B: ¡Bien!

A: Cariño, ¿puedo besarte?

B: ¡Si quieres besarme, dímelo antes! Antes de cambiar mi género, no perseguía a chicas como tú.

Primero:.....

ganar respeto ganar confianza

En la comunicación interpersonal, debemos prestar atención a las debilidades o defectos de la otra parte y tratar de evitar hablar de las debilidades o defectos de la otra parte. Es decir, no regañes al hombre calvo delante del monje, ni hables palabras cortas delante del hombre bajo. En general, las personas son un tabú para que otros hablen de sus defectos frente a sus propias caras.

Las personas con defectos o debilidades a menudo tienen baja autoestima y no quieren que los demás hablen directamente sobre sus puntos débiles. Al interactuar con las personas, debemos tratarlas por igual, evitar los puntos de dolor de los demás y mostrar nuestro respeto y respeto mutuo. Cuando respetas a la otra parte, la otra parte también te dará doce puntos de respeto. Este tipo de interacción resaltará sus buenas cualidades, ganará más respeto de los demás y aumentará su encanto persuasivo.

Cuando Yan Jun era un niño, padecía una enfermedad grave causada por una infección de virus, que lo hizo sufrir de vitíligo severo. Entonces, para cubrir las manchas blancas en todo su cuerpo, no importa qué tan caluroso sea el verano, tiene que usar pantalones largos y mangas largas. Esto se convirtió en el punto más doloroso de su vida. También se sentía angustiado e inferior a causa de su propio problema.

Una vez, un colega suyo quería quedarse con él solo por una noche porque el alquiler estaba vencido. Esa noche, Yan Jun temía que sus colegas descubrieran su secreto, por lo que no se atrevió a quitarse la ropa e irse a la cama. Debido a que es verano, hace demasiado calor y no hay aire acondicionado en la habitación. En medio de la noche, hacía tanto calor que Yan Jun tuvo que quitarse la camisa y se durmió.

Cuando me desperté al día siguiente, sucedió lo peor. Los colegas miraron las manchas blancas de Yan Jun en todo su cuerpo y se sintieron aterrorizados.

Yan Jun estaba muy avergonzado y se cubrió rápidamente con ropa, pero ya era demasiado tarde. Su primera reacción fue esperar que sus colegas le guardaran el secreto, pero no lo dijo por falta de coraje.

En una reunión de colegas posterior, sintió vagamente que sus colegas lo miraban de manera extraña, algunos colegas se mantuvieron alejados de él deliberadamente y algunos colegas susurraron y se rieron de él.

Pero el colega que solía quedarse en su casa deliberadamente se acercó a él y le dijo: "¡Yo no dije eso!" Yan Jun deseó poder encontrar una grieta en el suelo y colarse.

Al final, Yan Jun tuvo que dejar la empresa y buscar otro trabajo debido a la exposición de sus defectos.

Todo el mundo tiene autoestima. Si puede mantener bien su autoestima y la autoestima de la otra parte en la comunicación interpersonal, será respetado por más personas. En la comunicación, no debe exponer las debilidades de la otra parte y no herir la autoestima de la otra parte.

Todos los seres vivos del mundo tienen sus propias fortalezas y debilidades. Si comparas tus fortalezas con las debilidades de los demás, parecerás arrogante; por el contrario, si comparas las fortalezas de otras personas con tus propias debilidades, perderás la confianza en ti mismo.

En la comunicación, es muy importante evitar las debilidades de los demás tanto como sea posible. Todos tienen sus propias deficiencias que no se pueden cambiar. Si siempre nos reímos o atacamos las debilidades de los demás, entonces nadie estará dispuesto a asociarse contigo, por lo que tendrás cada vez menos amigos y fallarás en la comunicación.

En la comunicación, no debe hablar sobre las deficiencias de la otra parte. Si puede cambiar la forma de hablar cuando necesita hablar, esta es la habilidad de comunicación y la habilidad de obtener una buena relación interpersonal.

Cuando las personas tienen defectos, se sienten inferiores en sus corazones y tienen mucho miedo de ser expuestos por otros y no quieren ser mencionados por otros. En la comunicación, podemos evitar las deficiencias de la otra parte y luego ayudar a la otra parte a dar ideas desde la perspectiva de preocuparse positivamente por la otra parte y encontrar formas de compensar las deficiencias de la otra parte.

El resultado de esto es que ganará los elogios y el reconocimiento de la otra parte, e incluso la confianza y la gratitud de la otra parte.

Todo el mundo no es perfecto, todo el mundo tiene sus propias debilidades o debilidades. Por lo tanto, en la comunicación, debemos mostrar afecto a todas las personas con las que interactuamos y no exponer las deficiencias de los demás de manera intencional o activa. De hecho, mostrar misericordia a los demás es dejar una salida para uno mismo. Es decir, si respetas a los demás, los demás te respetarán a ti.

Al comunicarse, no desea encontrar fallas en la otra parte. En su lugar, trate de ver las fortalezas de la otra persona, y elógielos y elógielos sinceramente.

Durante la conversación, asegúrese de no hablar sobre las debilidades o la privacidad de otras personas. Asegúrese de evitar esas ocasiones o grupos que hablan sobre las deficiencias de otras personas, y mucho menos chismes.

Cuando el amor o el matrimonio de tu amigo está pasando por algunos contratiempos, cuando tu colega está golpeado por algo y está deprimido, cuando tu amigo está experimentando un fracaso profesional... No debes presumir de tu orgullo, para que toque el punto sensible de la otra parte. , haciendo que la otra parte se sienta más triste y frustrada. La otra parte también se sentirá disgustada contigo por esto y pensará que eres un villano.

En la oficina, a la hora de llevarte bien con los compañeros, debes elogiar más sus puntos fuertes y evitar hablar de sus debilidades, para que la relación entre tú y tus compañeros sea mejor y más armoniosa. Si tiene una buena relación con sus colegas, evitará muchos problemas y problemas en el trabajo, y su carrera funcionará sin problemas.

Cuando trates con personas con defectos, asegúrate de tratarlas como iguales. Elogie más sus puntos fuertes y evite sus defectos. Solo cuando respetes a los demás, los demás te respetarán a ti.

Si desea marcar la diferencia en la comunicación, debe aprender a comprender, tolerar, elogiar y respetar a los demás. Solo respetando a la otra parte podemos ganar el respeto de la otra parte o de más personas. La clave para respetar a los demás es no exponer sus debilidades, mantener su autoestima y evitar sus debilidades. Exponer las deficiencias de alguien dañará su autoestima; darle una rosa a alguien dejará una fragancia persistente en tu mano.

cuento

Maestra: El toro y la vaca están caminando en el campo ¿Es correcta la gramática y la estructura de esta oración?

Estudiante: Correcto.

Estudiante A: Incorrecto. ¡Deberían ser vacas y toros caminando por los campos, de lo contrario es una falta de respeto para las mujeres!

maestro:……

Saber admitir la derrota, las personas silenciosas son más persuasivas

Cuando las dos partes están hablando y todos quieren persuadir a la otra parte, es inevitable que se encuentren con algunas cosas para ganar o perder. Si admitir la derrota no afectará sus principios y resultados, entonces es mejor que se mantenga en silencio y le dé esta victoria indiferente a la otra parte. Si admite la derrota en silencio, parecerá que es generoso y la otra parte estará más que feliz de seguir cooperando con usted.

Cuando todos quieren persuadir a la otra parte, esas cualidades de no admitir la derrota son encomiables, pero también deben comprender la importancia de admitir la derrota. Saber cómo admitir la derrota y renunciar a la competencia innecesaria nos permitirá evitar el ojo por ojo y el daño de otras personas, para usar la defensa como ofensa y finalmente ganar la iniciativa.

Saber admitir la derrota y ceder victorias innecesarias al oponente es una elección racional, una manifestación de la naturaleza humana y una estrategia importante para no ser expulsado en la comunicación.

Yang Jun es un estudiante graduado que se graduó de una universidad de primera clase. Tiene una gran capacidad de organización del lenguaje, elocuente, pensamiento claro, bien organizado, talentoso y elocuente. Cada vez que la empresa realiza una reunión, si el líder le pide su opinión, puede hablar libremente, muy reflexivo y reflexivo.

Sin embargo, la mayoría de la gente de la empresa lo odia. A Yang Jun generalmente le gusta discutir con la gente. Cuando no está de acuerdo con los demás, siempre usa su elocuente elocuencia para explicar a la otra parte hasta el agotamiento. En un debate con Yang Jun, el oponente siempre perderá.

La habilidad de Yang Jun es genial, pero mucha gente lo odia. Quienes le han perdido toda esperanza de que algún día caiga en manos de otros. Debido a su agresividad, perdió mucha popularidad y oportunidades de promoción.

Fang Mei y Yang Jun son colegas. Al contrario de Yang Jun, Fang Mei es una chica taciturna. Una vez, Fang Mei señaló la razón del fracaso de Yang Jun: "Te has hecho demasiados enemigos, porque no sabes cómo ceder en asuntos triviales y no sabes cómo admitir la derrota. Así que pareces has fracasado en tu carrera".

Después del consejo de Fang Mei, Yang Jun comenzó a reflexionar sobre su fracaso en la comunicación interpersonal. Intentó cambiarse a sí mismo lentamente. Más tarde, Yang Jun dejó de discutir con los demás.

En algunas situaciones de desacuerdo, Yang Jun comenzó a ser humilde y respetuoso con la otra parte, lo que permitió que la otra parte obtuviera victorias sin sentido para siempre. Pero desde entonces se ganó los corazones de la gente y marcó el comienzo de la cima de su carrera.

Yang Jun se ha convertido en una persona que sabe guardar silencio en la comunicación interpersonal, dando a la otra parte victorias innecesarias. Las lecciones anteriores no solo le enseñaron a comprender la naturaleza humana, sino que también le enseñaron cómo captar la naturaleza humana, lo que cambió su vida para siempre.

Cuando todos quieren persuadir a la otra parte, en términos de palabras, acciones y argumentos sin sentido, use el silencio u otros métodos para que los moderados admitan las derrotas y moderen las concesiones para crear la victoria de la otra parte. En la superficie, parece que perdiste, pero de hecho, perdiste un oponente y ganaste un partidario.

En la persuasión, ceder temporalmente y admitir la derrota de manera oportuna puede brindarle beneficios a largo plazo. Renuncie a victorias innecesarias para el oponente, satisfaga las necesidades del oponente en silencio, ponga los intereses del oponente primero y despeje el camino para sus propios intereses.

Al persuadir a la otra parte, debe saber cómo ganar y perder, y debe saber cómo avanzar y retroceder. De la misma manera, para entender la competencia, también debes entender la tolerancia. Porque no podemos simplemente ganar y perder todo el tiempo. Hay que saber tolerar, ceder y agradecer en el momento oportuno.

Al discutir, inevitablemente se encontrará con una relación competitiva, una relación hostil o una relación de competencia. Cuando se encuentre en una situación en la que usted gane o yo gane, si la victoria no tiene un significado práctico, es mejor que demuestre debilidad y ceda en el momento oportuno. la victoria al que lucha contigo.

Sabes cómo ceder victorias innecesarias al oponente, no porque seas inferior a él, sino porque comprendes mejor la naturaleza humana. Cuando le das la victoria al otro lado, parece que perdiste, pero en realidad ganaste en otro lado.

Su comportamiento de ceder victorias innecesarias a otros en realidad está haciendo avanzar su relación con la otra parte. Tal vez su relación sea más importante que esa victoria. Cuando respondes al fracaso con silencio, en realidad estás sonriendo ante esa victoria sin sentido. Comparado con esa victoria, ganaste en humanidad.

Si quieres poder dar algunas victorias innecesarias al oponente, primero debes saber cómo estar en silencio. Aquellos que entienden el silencio son muy comprensivos con la naturaleza humana. Saber que el silencio es una de las manifestaciones más valiosas de una persona.

Callar y dejar que la otra parte gane esas indiferentes victorias en argumentos u otros aspectos no es señal de debilidad, sino de sabiduría que sabe ceder y admitir la derrota.

La concesión oportuna y la derrota admitida oportunamente son estrategias en la persuasión. Tienes que saber que lo mejor para ti es dejar que otros ganen en cosas sin sentido. Puedes perder en la cara, pero ganas por dentro.

Tienes que aprender a controlar tu corazón con silencio y paciencia. A través de la paciencia, podemos admitir moderadamente la derrota, moderar la tolerancia y la concesión, y luego ceder victorias innecesarias al oponente.

Tranquility y Zeng Rou son compañeros de clase en la universidad y todavía viven en el mismo dormitorio. No les gustan los ojos del otro. Tan pronto como se conocieron, se pelearon y, a veces, pelearon entre sí.

Zeng Rou es más hermosa que Tranquility, pero siempre intimida y ridiculiza a Tranquility por ser fea y estúpida. Tranquility odia mucho a Zeng Rou. Un día, cuando Zeng Rou no estaba prestando atención, Tranquility cortó el costoso vestido de Zeng Rou.

Cosas como esta suceden de vez en cuando. Más tarde, Tranquilidad se lo contó a su hermana. Mi hermana la consoló y le dijo: "Tienes que aprender a ser paciente. Cuando primero eres paciente, tus compañeros de clase serán amables contigo debido a tu paciencia".

Zeng Rou todavía se burla a menudo con sarcasmo, lo que hace que Ning Jing se enoje mucho y realmente quiera gritarle, pero pensando en lo que dijo su hermana, se dijo en silencio a sí misma: "Debo ser paciente".

Debido a su paciencia, Zeng Rou cambió, con el paso del tiempo, Zeng Rou dejó de ser provocativa y le dio un hermoso vestido. Tranquility comprendió de repente que fue su derrota admitida, su concesión y su tolerancia lo que eliminó el odio de Zeng Rou y la hizo ganar la amistad de Zeng Rou.

En la vida, a menudo nos encontramos con algunas personas obstinadas, arrogantes y dominantes, son propensas a las disputas y fricciones con los demás y tienen un temperamento violento.

En este momento, la parte razonable debe tener la capacidad de perdonar a los demás y puede explicarle a la otra parte mientras resuelve el conflicto. Lo mejor es usar un lenguaje suave y un tono pacífico, para que la otra parte gane al final y obtenga ganancias. la mano superior Esto puede evitar que los conflictos se intensifiquen.

En la persuasión, lo más importante es mostrar debilidad a la otra parte en el momento oportuno y extinguir la ira de la otra parte.

Muchas veces, las personas se insultan y se enojan porque no pueden comunicarse entre sí, provocando conflictos y sin entenderse. En este momento, la parte razonable no puede contrarrestar el mal con el mal o atacar la ira con la ira por culpa de la otra parte.

Es mejor explicar más, encontrar formas de comunicarse y comunicarse, o disculparse con la otra parte, para que la otra parte pueda obtener la victoria final sin sentido.

Al persuadir, si se encuentra con una persona irrazonable, puede asumir todos los errores. Por ejemplo, "Todo es mi culpa", etc. Deje que el otro lado gane y evitará un desastre.

La mejor manera de sofocar las disputas es que las personas razonables se levanten con valentía y asuman la responsabilidad por sí mismas. Usa la culpa para luchar contra personas arrogantes e irrazonables, usa la suavidad para superar la rigidez y deja que el oponente obtenga una victoria sin sentido.

Concesiones oportunas, admitir oportunamente la derrota y otorgar al oponente victorias innecesarias. Solo aquellos que realmente entienden la naturaleza humana pueden hacer una elección tan sabia, y son los verdaderos maestros de la persuasión, que pueden ser invencibles en la comunicación.

cuento

R: Si regaño a mi esposo docenas o cientos de veces, no me lo devolverá.

B: ¡Entonces tienes que tener cuidado de que si no explota en silencio, perecerá en silencio!

R: Mi esposo nunca irá a estos dos extremos.

B: Entonces, ¿qué hizo?

R: ¡Está fumando en silencio o bebiendo en silencio!

Segundo:……

Capítulo 5 Todos esperan ser convencidos

A veces, ser persuadido es una experiencia muy agradable.

Según la teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow, las necesidades humanas se dividen en cinco niveles: necesidades fisiológicas, necesidades de seguridad, necesidades sociales, necesidades de estima y autorrealización. Entre los cinco niveles de necesidades, los lugares donde pueden existir experiencias placenteras incluyen las necesidades sociales, las necesidades de estima y las necesidades de autorrealización.

Por ejemplo, cuando una persona es cuidada por familiares y amigos, cuando se enamora de su pareja, puede tener una experiencia placentera, que viene del nivel de necesidades sociales; cuando una persona establece su autoridad, busca cuando alcanza su propia dignidad, también puede obtener una experiencia placentera, que proviene del nivel de necesidades de respeto; cuando una persona se supera a sí misma y completa una tarea aparentemente imposible, también puede obtener una experiencia placentera, que proviene del nivel de autorrealización.

En otras palabras, las experiencias placenteras se pueden encontrar en todas partes en la vida humana.

Entonces, ¿cuándo ser persuadido es una experiencia placentera? El "a veces" al que se hace referencia aquí, ¿cuándo se refiere específicamente? Veamos un ejemplo de esto primero.

Liu Chuanzhi, presidente de la junta directiva de Legend Holdings Co., Ltd. y Lenovo Group Co., Ltd. En los primeros días de la fundación de Lenovo Group, el equipo empresarial tenía reservas de talento limitadas y necesitaba urgentemente talentos técnicos para inyectar sangre fresca y vitalidad en el equipo. Por lo tanto, Liu Chuanzhi se acercó a Ni Guangnan, un académico de la Academia China de Ingeniería que estaba estudiando el procesamiento de información de caracteres chinos y el reconocimiento de patrones, y esperaba que se uniera al equipo empresarial de Lenovo.

Era 1984 y casi no había industria informática en China, aunque Ni Guangnan había estado investigando temas relacionados con la informática, no se atrevió a aceptar la invitación de Liu Chuanzhi debido a la incertidumbre del desarrollo futuro de la industria. Para persuadir a Ni Guangnan, Liu Chuanzhi le prometió a Ni Guangnan: "Le garantizo que todos los resultados de su investigación se convertirán en productos".

Liu Chuanzhi y Ni Guangnan habían sido enviados a trabajar juntos en Tianjin. Liu Chuanzhi finalmente persuadió a Ni Guangnan para que se uniera al equipo empresarial de

Liu Chuanzhi por la firme promesa de su viejo amigo. Liu Chuanzhi también le dio a Ni Guangnan el puesto de primer ingeniero jefe de Lenovo Grupo. Sin embargo, en comparación con este título, lo que emociona a Ni Guangnan es que en ese año, el volumen de ventas de la "Tarjeta china Lenovo Tipo I" que investigó fue de hasta 3 millones de yuanes. El camino brillante de uno de los empresarios.

De los casos anteriores, podemos ver que cuando Liu Chuanzhi se acercó a Ni Guangnan, Ni Guangnan no estaba dispuesto a cooperar con Liu Chuanzhi al principio. En otras palabras, el proceso de persuasión de Liu Chuanzhi comenzó desde cero y fue muy difícil. Sin embargo, el resultado final fue una situación feliz para todos.

Ni Guangnan, quien fue persuadido con éxito por Liu Chuanzhi, por supuesto se sintió feliz y satisfecho después de ganar fama y beneficios.

Entonces podemos concluir el primer punto, a saber, ¿cuándo es una experiencia placentera ser persuadido? La respuesta es cuando el resultado de ser persuadido es lo que la persona que está siendo persuadida quiere ver.

Veamos otro ejemplo del mundo de Internet.

En 2003, Tencent decidió expandirse de una empresa de software con un solo producto de comunicación a una empresa integral de Internet con un sitio web de portal. En la reunión relevante celebrada dentro de Tencent, la junta directiva, excepto Ma Huateng, se opuso a la propuesta de ingresar al sitio web del portal. La razón fue que había demasiadas lecciones aprendidas de las fallas y el riesgo era extremadamente alto, y Tencent en sí mismo carecía de información relevante. reservas de talento y ventajas tradicionales.

En una situación casi unilateral, Ma Huateng dijo lo siguiente a los directores y miembros de la oficina del gerente general: "El valor central de Tencent es la cantidad de usuarios. Para maximizar el valor central de la empresa, Tencent debe ser un sitio web de portal". En ese momento, las sensibilidades comerciales de todos los directores y miembros de la oficina del gerente general se iluminaron y se dieron cuenta del valor central de la empresa. El valor central es el alma de la empresa para volverse más grande y más fuerte.

Por lo tanto, con la aprobación de algunos directores, todo el personal cambió gradualmente su pensamiento original y finalmente acordó por unanimidad que Tencent fuera un sitio web de portal. Más tarde, la tasa de clics del portal de Tencent demostró cuán correcta era la estrategia de Ma Huateng.

La clave de este caso de persuasión es que Ma Huateng compartió su análisis lógico y juicio racional con las personas persuadidas, de modo que las personas persuadidas estuvieron de acuerdo con este tema con tanta firmeza como si él mismo lo hubiera planteado.

Al mismo tiempo, el objeto de la persuasión de Ma Huateng es un grupo de personas. Este grupo de personas es propenso al efecto de polarización grupal en psicología. Más extremo que esta tendencia. Por lo tanto, cuando Ma Huateng obtuvo la aprobación de un pequeño número de directores, el resultado final es que todos están decididos a ser un sitio web del portal.

Entonces concluimos otro punto, es decir, ¿cuándo es una experiencia agradable ser persuadido? La respuesta es que la persona que está siendo persuadida está completamente de acuerdo con el punto de vista presentado por el persuasor, incluso con tanta firmeza como si presentara su propio punto de vista.

Esto es similar al efecto de asimilación en psicología: cuando la otra parte está sutilmente influenciada por usted, se comportará como usted siempre ha demostrado.

Como dijimos en el capítulo anterior, la persuasión es un juego de dos vías. En este proceso, ambas partes tienen un solo propósito, que es lograr un equilibrio de intereses de ganar-ganar.

Desde un punto de vista macro, casi ningún partido es un ganador absoluto y ningún partido es un perdedor absoluto. Especialmente en los centros comerciales y lugares de trabajo, el feng shui se alterna, 30 años en Hedong y 30 años en Hexi, si realmente te aprovechas de los demás hoy, tendrás que devolverlo tarde o temprano. Por lo tanto, es mejor considerar cada proceso de persuasión como una oportunidad para lograr la cooperación, ya sea cooperación interna o cooperación externa, cree una atmósfera cooperativa y su trabajo de persuasión obtendrá el doble de resultados con la mitad del esfuerzo.

Se puede decir que no importa si se trata de persuasión o de ser persuadidos, no importa si las dos partes finalmente llegaron a un consenso o lamentablemente no lo lograron, siempre que ambas partes puedan sentirse felices en el proceso de persuasión, entonces este es un éxito. la persuasión, y ambas partes deben Esperamos con ansias la próxima cooperación.

cuento

R: Decidí persuadir a mi papá para que se mudara al área urbana, que está demasiado lejos.

B: ¿Qué dijiste?

R: Le he dado muchas razones, pero él no está dispuesto.

B: ¿Qué pasa con el resultado final?

R: Cuando dije la última razón, inmediatamente estuvo de acuerdo.

B: ¿Qué razón?

R: Dije que solo si vives en un área urbana puedes recibir obsequios de tiendas departamentales a menudo.

Segundo:……

El "placer" es un catalizador para la persuasión.

En este mundo, solo hay dos motivaciones para todas las acciones: una es buscar la felicidad y la otra es evitar el dolor. No solo eso, sino que la gente siempre está insatisfecha con las experiencias agradables. Todo esto se deriva de un fenómeno psicológico compartido por todos los seres humanos: la búsqueda constante de cosas bellas.

Si gana la afirmación del líder debido a un buen desempeño, definitivamente trabajará más duro en el trabajo para obtener la próxima aprobación; cuando pruebe la comida de un restaurante y piense que es extremadamente deliciosa, definitivamente encontrará una oportunidad para patrocinar de nuevo; Si ha usado una marca de teléfono móvil y encontró una pequeña falla, entonces la próxima vez probablemente cambiará a una marca con mejor reputación...

¿Por qué tenemos esa idea? ¿Es nuestra codicia y vanidad en el trabajo? ¿Somos realmente tan pobres que necesitamos consuelo en cosas positivas? De hecho, no tenemos que sentirnos culpables por nuestra "insatisfacción". Desde un punto de vista psicológico, el fenómeno de que las personas nunca están satisfechas con las cosas buenas proviene del instinto humano de buscar repetidamente experiencias placenteras y evitar a tiempo las experiencias dolorosas.

En el proceso de persuasión, el "placer" también es un catalizador para la persuasión. Como factor subjetivo, el estado de ánimo tiene una gran influencia en el juicio y la toma de decisiones de las personas. Cuando transmite el mensaje y la otra parte está de buen humor, puede aceptar fácilmente su solicitud. Por lo tanto, una de las formas efectivas de facilitar la persuasión es poner a los demás en un estado mental relajado y feliz.

Kai-fu Lee fue una vez el chino de más alto rango en Microsoft. En 2005, renunció a su envidiable trabajo y regresó a China para servir como vicepresidente global y presidente de China para el gigante de las búsquedas Google. Ante las dudas del mundo exterior, Kai-Fu Lee dijo con franqueza: "Microsoft es una compañía increíble, pero Google me sorprendió". Interpretó sus acciones como "seguir mi corazón". Pero esta explicación gentil y de mente abierta es difícil de satisfacer para las dos hijas de Lee Kai-fu.

Las dos hijas no podían aceptar que su amado padre las dejara y las enfrentara al otro lado del océano, lo que hizo que Kai-fu Lee tuviera mucho dolor de cabeza. En ese momento, la esposa de Li Kaifu pensó en una manera para él. Le pidió a Li Kaifu que le prometiera a sus dos hijas que después de salir de los Estados Unidos, inmediatamente les daría dos perros

labradores para que las acompañaran. Efectivamente, cuando las dos hijas escucharon la promesa de su padre, rápidamente se echaron a reír y "soltaron" a Kai-fu Lee.

Un año después, Lee Kai-fu decidió llevar a su esposa e hija a China, y convencer a las dos hijas se convirtió en otro gran problema. Inesperadamente, antes de que Li Kaifu le pidiera a su hija que se mudara, las dos hijas le dijeron: "Padre, esta vez nos mudamos, ¿qué regalo nos recompensarás?" Resultó que la Sra. Li estaba ayudando en secreto nuevamente. Entonces, Kai-fu Lee le pidió a su hija que presentara sus deseos y los cumplió. De esta manera, toda la familia se mudó a China sin problemas.

Podemos ver que la esposa de Kai-fu Lee desempeñó un papel vital en estas dos persuasiones exitosas. Como madre de dos hijos, ella conoce mejor la psicología de los niños, por lo que sabe cómo hacer que los niños acepten la solicitud de su padre.

Por primera vez, los niños acordaron con su padre irse para buscar a su amado labrador; la segunda vez, Kai-fu Lee no había pedido mudarse, pero debido a la agradable experiencia de la última vez, los niños tomaron la iniciativa. para pedirle a su padre un regalo a cambio de su consentimiento. Cuando se cumplen sus deseos, tienen la sensación de ser respetados y satisfechos, por lo que definitivamente accederán a la petición de su padre. El éxito de Kai-fu Lee en persuadir a su hija se debe al instinto de la "búsqueda constante de cosas hermosas de los seres humanos" mencionado anteriormente.

Por lo tanto, una vez que el persuasor promete una experiencia placentera que satisfaga al objeto de la persuasión, debe cumplir su promesa. Deja que el objeto de la persuasión sienta que está de acuerdo contigo, lo que significa que puede obtener una especie de satisfacción. Esta experiencia interior se convertirá en una base poderosa para la próxima persuasión, mejora en gran medida la tasa de éxito de la persuasión futura.

Puede verse que el "placer" puede considerarse como un trampolín hacia la persuasión. Cuando una persona está de buen humor, tiende a aceptar fácilmente las opiniones de otras personas, toma decisiones más rápido, tiene una mente más abierta, tiene más coraje y valor, y es fácil comunicarse con él. Por el contrario, cuando una persona está de mal humor, es fácil pensar en las cosas una y otra vez, o incluso negarse directamente sin pensar en ello.En este momento, la mente de la persona está en un estado cerrado y no puede escuchar los comentarios de otras personas. opiniones

Hay muchas maneras de brindar una experiencia agradable a los demás, como intercambiar regalos y obsequios por un buen humor; mantener un ambiente de conversación relajado y agradable; elogios y cumplidos apropiados; respetar plenamente a

los demás; señalar los beneficios de las acciones y las desventajas de inacción; Gánese la confianza de la otra parte con sinceridad.

Para entender más claramente el uso de esta técnica de persuasión psicológica, vayamos a las actividades comerciales para ver cómo las empresas logran sus objetivos comerciales al ayudar a las personas a evitar el dolor y experimentar placer.

Siempre que escuche atentamente lo que un planificador de negocios le dice a un cliente, seguramente encontrará dos mensajes: por un lado, el mensaje es doloroso: la situación financiera del negocio está empeorando; el negocio va en quiebra; ... Por otro lado, hay buenas noticias: de acuerdo con nuestro plan, la operación de la empresa está en auge, la escala y la fuerza de la empresa están creciendo rápidamente; los líderes de la empresa se han convertido en empresarios reconocidos; los empleados de la empresa están unidos como uno...

No importa a qué empresa se dirija, no importa cuán diferente sea el diseño y no importa dónde esté el enfoque de la planificación, el punto de partida y el método de persuasión de los planificadores de negocios son los mismos: nuestros productos pueden permitir a los clientes "buscar la felicidad y escapar del dolor". ".

Dominar la eterna motivación conductual de que las personas persiguen la experiencia del placer puede guiar el comportamiento de los demás proporcionando placer a los demás. Siempre que pueda asociar la felicidad con cualquier cosa, puede obtener rápidamente la aprobación de los demás.

cuento

Maestra: ¿Quién sabe cuántos países hay en el mundo?

Xiao Ming: Lo sé.

Maestra: Entonces dime cuántos hay.

Xiao Ming: ¡Dos!

Maestra: ¿Dos? ¿cuáles dos?

Xiao Ming: China y países extranjeros.

maestro:……

Me gusta que me convenzan porque escucho lo que amo

Creo que todos tienen esa experiencia cuando estaban en la escuela: antes de cada examen (ya sea un examen principal o un examen de prueba), el maestro siempre repite un viejo dicho: haz primero los fáciles y luego los difíciles. En retrospectiva, esta oración realmente tiene sentido. Imagínese, si tomamos los exámenes y nos fijamos en las preguntas difíciles, una vez que lo pensamos durante mucho tiempo, todavía no podemos resolver el problema.Para otros temas, los fáciles también se han convertido en difíciles. Por el contrario, si comienzas con temas fáciles, tendrás más confianza para hacerlos y los difíciles se volverán más fáciles.

Haga las cosas desde el principio, este método no solo es adecuado para los exámenes, sino también para la comunicación. Por ejemplo, usar esta estrategia cuando ambas partes están negociando y negociando, comenzando con asuntos pequeños que son fáciles de aceptar para la otra parte, hará que la atmósfera de la reunión sea más armoniosa y gradualmente eliminará la actitud defensiva de la otra parte. ¿por qué? Porque si los pequeños problemas no se pueden resolver bien, ¿cómo podemos resolver los grandes problemas? Una vez que los pequeños problemas se resuelvan satisfactoriamente, será fácil generar confianza en las conversaciones y el reconocimiento mutuo se extenderá gradualmente, por lo que la posibilidad de persuadir con éxito a la otra parte aumentará naturalmente.

Puede haber objeciones a esta estrategia. Creen que, en general, hay demasiadas cosas por resolver en la negociación. Si planteas los temas más difíciles al comienzo de la negociación, una vez que la otra parte está de acuerdo con tu solución, ¿no sería mejor construir confianza mutua confianza en uno mismo? También hay algo de verdad en este enfoque. Pero el riesgo es alto y la posibilidad de que la persuasión falle también es alta.

Piénselo, los temas más difíciles suelen ser los que más preocupan a ambas partes, los más controvertidos y los más difíciles de resolver. Por lo general, es poco realista llegar a un acuerdo entre las dos partes. Si este es el primer asunto de negociación o negociación, si hay una gran diferencia al principio, una vez que las dos partes han estado discutiendo durante mucho tiempo y se niegan a ceder, inevitablemente conducirá a la pérdida de confianza en entre sí, y el problema será más difícil de resolver, es razonable fallar en la negociación entre las cosas.

En circunstancias normales, una persona astuta a menudo comenzará la negociación con una pregunta simple. Al discutir este asunto, dirá: "Al menos en este tema, podemos llegar a

un consenso, y las siguientes preguntas también son las mismas... "Como resultado, las dos partes llegaron a un acuerdo sobre 4 de los 6 problemas. Si continuamos usando este método, cuando se resuelva el problema final, el éxito será casi inseparable.

Comience con preguntas pequeñas que sean fáciles de aceptar para la otra parte, y luego avance sutilmente paso a paso para hacer requisitos más complejos y difíciles. Esta es la mejor manera de permitir que la otra parte cumpla con sus requisitos, porque los pasos pequeños pueden desdibujar la la visión de la otra parte.

David Letterman presenta un programa de entrevistas en CBS. Habla bruscamente, le gusta lastimar a la gente y sarcasmo a los invitados, y siempre deja atónitos a los invitados en el programa. Pero las calificaciones del programa son asombrosas. Por lo tanto, ya sean músicos, estrellas de cine o talentos sobresalientes en otras industrias, todos están dispuestos a aceptar las entrevistas de Letterman, e incluso la superestrella del cine y la televisión Julia Roberts ha sido entrevistada varias veces.

Sin embargo, David Letterman no siempre tiene éxito cuando se trata de cavar invitados. Una vez, David Letterman hizo todo lo posible por avergonzar a un as de los seguros de vida cuando lo entrevistó. Casualmente recogió el cenicero que estaba sobre la mesa y dijo: "Escuché que el desempeño de su seguro de vida ha sido el número uno durante años, así que puede venderme este cenicero. No fumo". David Letterman pensó: "Vamos a ver cómo sales de la vergüenza".

Inesperadamente, el vendedor as dijo con una sonrisa: "Está bien, solo mira cómo te persuado para que compres este cenicero".

Entonces, el vendedor as preguntó: "¿Quién suele aparecer en su programa?"

David Letterman respondió: "La mayoría de ellos son celebridades, incluidas grandes estrellas del cine, la televisión y la política".

"La escenografía es exquisita, y si a uno de tus invitados le gusta fumar, es una lástima si accidentalmente arrojas cenizas y colillas por todo el lugar. Si es así, la gente corra la voz, quién acudirá a él en el futuro. ¿Qué sobre el espectáculo?" El vendedor experto dijo con calma: "Aunque este cenicero es pequeño, puede ayudarlo a mantener un ambiente limpio y elegante, para que estas personas puedan venir al espectáculo para conversar cómodamente con usted. Mire este cenicero. Es muy exquisito, combina muy bien con el medio ambiente y el precio es barato, solo tres yuanes y cinco, ¿compra uno?

Después de escuchar lo que dijo el vendedor, David Letterman dijo avergonzado: "¿Tienes otros bienes? Por lo que dijiste, quiero comprar dos".

Desde un punto de vista psicológico, todo el mundo tiene una mentalidad defensiva, pero se puede debilitar infiltrándose lentamente. Por lo general, romper el primer umbral es la clave, lo que pondrá a la otra parte en una situación unilateral. Una vez que ocurre esta situación, la otra parte hará concesiones inconscientemente, lo que se acumulará en un progreso sustancial y finalmente logrará la meta.

cuento

Esposa: ¿En contra de dónde se juega este juego?

Esposo: Costa Rica y Argentina.

Esposa: ¿Es la Superliga China?

Marido: ¡Copa del mundo!

Esposa: ¿Dónde está el equipo chino?

Esposo: Al igual que tú, viendo la televisión.

Esposa: ¿Por qué no subes y pateas?

Marido: La FIFA no lo permitirá.

Esposa: ¿Es por el problema de las Islas Diaoyu?

Marido: ...Porque el nivel no es bueno.

Esposa: ¿No está Yao Ming?

Esposo: Vete...

Si desea persuadir, debe hacer que el oyente se sienta cómodo.

La persuasión es un arte. Si el significado es el mismo, a veces cambiar una declaración tendrá un efecto diferente. Algunas declaraciones pueden hacer que las personas se sientan amistosas y fáciles de aceptar;

"¡Hola! Soy Zhang Hang de Sunshine Insurance".

"Oh. Sunshine Insurance Company, el vendedor de su compañía vino aquí ayer. Odio más a los seguros, así que lo rechacé ayer".

"¿En serio? ¡Pero soy mejor que mi colega ayer!"

"Qué, ese hombre de ayer es alto, jaja, mucho más lindo que tú".

"Las personas bajas no son malas personas, y cuanto más pequeña es la pimienta, más picante es. ¿No hay un dicho: 'Cuanto más baja es la persona, más linda es la chica'? Yo no inventé este dicho".

"Jaja, eres realmente interesante".

En el trabajo de venta, una buena elocuencia es fundamental si el vendedor quiere tener un buen desempeño. Aunque el vendedor del ejemplo fue golpeado fuertemente por el cliente, aun así sonrió y respondió al golpe del cliente con humor, dejando una buena impresión en el cliente. Por supuesto, en la industria de las ventas, la buena elocuencia no se trata de retórica, sino de poder hablar al corazón de los clientes, atraer su atención y estimular su deseo de comprar.

En el proceso de venta, aunque los vendedores esperan poder completar la transacción, no todos pueden hacerlo, y en gran parte la razón es la elocuencia. En la misma situación, el uso de diferentes expresiones a menudo puede producir efectos completamente diferentes. En el proceso de persuadir a los clientes, lograr un trato es, por supuesto, el objetivo de todas las negociaciones de los vendedores, pero si su forma de hablar no es la adecuada, a menudo resultará contraproducente. El proceso de persuadir a los clientes no es solo una oportunidad para que los vendedores y los clientes logren una cooperación beneficiosa para todos, sino también un concurso lleno de coraje y sabiduría. En este proceso, si puede decir algo que haga que los clientes y usted se sientan cómodos, a menudo determina directamente el éxito o fracaso de las ventas. Es posible que enfatizar repetidamente las ventajas de un producto no pueda desempeñar un papel importante. Y la descripción detallada, vívida y precisa es la clave para guiar a los clientes a comprar productos. Hay dos versiones:

"Este tipo de máquina de fax también es buena en apariencia y rápida. Ahora ha llegado a los 12 segundos. Nunca te arrepentirás de haberla comprado".

"Usando este tipo de máquina de fax, cada vez que envía una copia, puede ahorrar XX yuanes en la ciudad y puede ahorrar XX yuanes fuera de la ciudad".

La primera afirmación es cierta, y también menciona los beneficios del producto, pero es general, y la última oración es un poco forzada, lo cual es fácil de disgustar a los clientes. La segunda declaración utiliza datos reales para explicar las ventajas específicas del producto, lo que es más convincente.

Se puede ver que si se quiere ser un excelente vendedor se debe tener una buena elocuencia y adoptar una forma de hablar que haga sentir cómodas a ambas partes. Solo así podemos abrir la puerta para comunicarnos con los clientes, resonar entre nosotros y lograr tratos en conversaciones armoniosas. Entonces, ¿a qué debe prestar atención el vendedor cuando habla?

1. sé conciso

Hablar de manera concisa y clara es algo que todo vendedor debe aprender, y también es un requisito básico para un vendedor. La terminología larga, la elocuencia y la elocuencia disgustarán a los clientes. Por lo tanto, al comunicar, el vendedor debe utilizar el menor tiempo posible para transmitir la información más importante al cliente de manera simple, clara y limpia, y expresar la información efectiva del producto en las palabras más concisas de acuerdo con las necesidades, y reducir la velocidad La velocidad del habla, incluso la pausa, puede "guiar" efectivamente el pensamiento del cliente.

2. el lenguaje debe ser vívido

El encanto del lenguaje es infinito. El lenguaje en sí mismo es arte. Cómo decir palabras que puedan ser aceptadas y apreciadas por los clientes es imprescindible para los vendedores. De esta manera, se pueden descubrir las necesidades de los clientes, se puede estimular el deseo de comprar de los clientes y se puede persuadir a los clientes para que compren. El lenguaje que puede impresionar a los clientes generalmente incluye las siguientes características:

(1) Información relacionada con el producto animada y novedosa, fácil de resumir.

(2) Es fácil hacer que las personas tengan asociaciones agradables y es fácil de recordar.

(3) Es fácil hacer que las personas se sientan cómodas y creíbles, y fáciles de persuadir.

3. no olvides el humor

Sin duda, las personas brillantes y divertidas pueden abrir fácilmente el corazón de otras personas y hacer más amigos. Para los clientes, el vendedor es un completo extraño. Si el vendedor puede tomar la iniciativa de abrir su corazón y hablar ingeniosamente, puede abrir fácilmente la situación de ventas y comenzar el trabajo de ventas. El vendedor del ejemplo adoptó este enfoque para dejar una buena impresión en el cliente.

4. hablar más de cosas ordinarias

Muchas veces, algunos vendedores se preguntan por qué buscan mucho en sus mentes y encuentran algunas anécdotas extrañas y eventos emocionantes para comunicarse con los clientes, pero los clientes no están muy interesados. Sí, a todos les encantan las anécdotas, pero es mucho más fácil hablar con tus amigos sobre las cosas mundanas de la vida cotidiana.

Durante la conversación, puedes preguntar sobre la ocupación, la familia y las mascotas del cliente, siempre y cuando el cliente crea que eres sincero, estará dispuesto a hablar contigo. Es más fácil acercar la distancia entre usted y sus clientes conversando sobre asuntos cotidianos.

5. habla generosamente

El cliente es Dios, pero el cliente y usted son iguales en personalidad, debemos hablarle al cliente de una manera humilde y humilde, debe recordar que su propósito es lograr ventas. Por lo tanto, solo mirando fijamente a los ojos de la otra persona cuando hablas y siendo generoso, puedes mostrar tu comportamiento interior. Si no puede mirar a los ojos de la otra persona cuando habla con los clientes, si su mirada es demasiado baja, inevitablemente hará que la gente mire hacia abajo, y si su mirada es demasiado alta, parecerá demasiado arrogante.

En resumen, cuando hable con diferentes clientes, debe elegir cuidadosamente la forma de hablar que haga que ambas partes se sientan cómodas. Además, "sigue lo que quieras" puede despertar la disposición de la otra parte para hablar contigo. Las personas que son buenas en comunicación y elocuencia a menudo pueden encontrar temas que les interesan a ambas partes en los primeros 30 segundos de contacto con la otra parte, despertar el interés de hablar entre ellos y establecer una relación amistosa con la otra parte tan pronto como sea posible. como sea posible, para poder comerciar sin problemas.

cuento

R: ¿Me amas?

B: Soy tu novio, ¿cómo no iba a quererte?

A: Entonces, ¿qué estás dispuesto a hacer por mí?

B: ¡Por supuesto! ¡Obligatorio!

A: ¡Quiero tener un ex-novio!

Segundo:……

La persuasión se vuelve deliciosa, a todos les gusta tragar

Hace poco vi una historia: a un niño no le gusta comer, y cada vez que come, sus padres lo engatusan y lo regañan, pero no funciona. Un día, el padre cortó accidentalmente una cáscara de coco por la mitad y la usó como tazón de arroz para el niño. Como resultado, el niño comió dos tazones de arroz ese día. Desde entonces, ya no es un problema para el niño comer.

Lo mismo es comer, use la cáscara de coco que le interesa al niño como tazón, y el niño puede comer. La razón es que los tazones de arroz viejos y ordinarios fueron reemplazados por tazones de cáscara de coco novedosos y únicos, lo que despertó un gran interés en los niños. Este fenómeno psicológico se denomina "efecto coco".

En el proceso de persuasión, también podemos utilizar el "efecto fibra de coco" para hacer que la persuasión sea "sabrosa".

Al persuadir, si usamos ciegamente un lenguaje seco, pálido y sin vida para consolar a otros a aceptar nuestro punto de vista, el efecto definitivamente será muy pequeño. Para lograr el efecto de persuasión, si empaquetamos las palabras de persuasión con cáscaras de coco, la otra parte definitivamente lo aceptará. Siempre que podamos usar el efecto de cáscara de coco correctamente y hacer que la persuasión sea "sabrosa", la comunicación con la otra parte puede continuar sin problemas.

Entonces, ¿cómo usar "cáscara de coco" para modificar palabras persuasivas? La "cáscara de coco" aquí se refiere al uso de algunas imágenes, metáforas vívidas u otras técnicas retóricas en la conversación para hacer que la expresión de uno sea más discreta, más animada y más fácil de aceptar.

En términos generales, si usa una forma muy directa para persuadir a los demás, es fácil despertar su disgusto. Al persuadir, usar varias técnicas correctamente puede impactar la mente de la otra parte mientras acepta su punto de vista.

De hecho, al persuadir a otros, el método de "juego de palabras" también puede lograr el efecto crítico deseado.

Una vez, un escritor veinteañero envió su trabajo al departamento editorial de una editorial y, después de leerlo, el editor preguntó: "¿Escribiste esto tú mismo?".

"Sí", dijo solemnemente el escritor: "Me llevó dos meses concebir y una semana terminar el libro. Fue un trabajo muy duro".

Después de escuchar las palabras del escritor, el editor suspiró: "¡Ah! Mi querido Sr. Chéjov, su pensamiento finalmente encontró un heredero".

Al escuchar esto, el joven escritor se sonrojó y dijo: "Lo siento, no debí haber hecho esto, es vergonzoso", así que salió de la editorial con la cabeza gacha.

El editor usó el método de los juegos de palabras para persuadir al autor de que se diera cuenta de que está mal plagiar los trabajos de otras personas, lo cual fue a la vez sutil y humorístico, y cuidó la cara del autor. Se puede ver que este tipo de efecto de persuasión es mucho mejor que las palabras severas y rápidas para enseñar a las personas, y también es más fácil de aceptar para las personas.

Además, a la hora de persuadir a otros, la estrategia de usar tanto la persuasión como el elogio también puede lograr el efecto deseado.

Se cuenta que cuando Coolidge era presidente de los Estados Unidos, un día le dijo a su secretaria: "La ropa que llevas puesta hoy es muy bonita. Eres una dama tan encantadora". Pero el presidente cambió de tema: “Además, quiero decirles que deben prestar atención a los signos de puntuación al copiar documentos en el futuro.” Al escuchar esto, la secretaria inmediatamente se dio cuenta de su error y aceptó humildemente la sugerencia del presidente.

Aquí, Coolidge usó el método de elogiar a la otra parte antes de persuadir, y usar el elogio para crear una atmósfera de persuasión, que no solo permite que la otra parte acepte su opinión en la alegría de la alabanza, sino que también hace que el oyente "tenga cara". . Porque después de escuchar los elogios de otros sobre algunas de sus fortalezas, a menudo es más fácil para las personas aceptar sus sugerencias y entienden las buenas intenciones del persuasor, por lo que cooperan activamente.

Cabe señalar que el preludio de la persuasión debe ser natural y apropiado, y no debe dar a las personas la sensación de ser inverosímil, artificiosa o similar. Antes de persuadir a sus hijos para que corrijan sus malos hábitos, a muchos padres siempre les gusta elogiarlo por ser inteligente e inteligente.Después de mucho tiempo, algunos niños se burlan abiertamente de esto. Por lo tanto, la predicación eufemística también debe estar atenta a los cambios y no puede ser estereotipada.

cuento

A: Cariño, ¿puedes decir algo para felicitarme?

B: Estás volando en el cielo como un cuervo, y te estoy persiguiendo por el suelo como un zorro. ¿cómo?

R: Lo odio, no soy tan feo como un cuervo. indulto.

B: Tú eres el cisne blanco en el cielo y yo soy el sapo en el suelo. Un día vuelas del cielo, sacas un pedazo de mierda y me cae en la boca. Vaya, huele tan bien.

R: Es repugnante. Y, todos somos iguales. Di una más.

B: Yo soy un jabalí y tú eres una cerda.

Primero:……

Publique una "etiqueta" para la otra parte que espera

Existe un "efecto de expectativa" en psicología, es decir, las emociones abundantes y las altas expectativas de una parte pueden provocar cambios sutiles y profundos en la otra parte. Cuando se utiliza el efecto de expectativa para persuadir a otros, se trata de poner una "etiqueta" a la otra parte de acuerdo con lo que espera, indicando su personalidad, actitud u otras características, y luego presentar requisitos que cumplan con las características de la etiqueta. Para estar a la altura de su nombre, los demás harán lo que usted espera que hagan.

En 1960, Rosenthal realizó un experimento sobre el efecto de las expectativas en una escuela de California. Rosenthal le pidió al director que les dijera a los dos maestros: "En base a su desempeño docente, la escuela cree que ustedes son los mejores maestros de la escuela. Con el fin de cultivar talentos más destacados y recompensarlos, la escuela seleccionó especialmente a algunos maestros de comparación de coeficiente intelectual. este semestre. Los estudiantes de alto nivel te dejan enseñar, y creo que con tus excelentes maestros y estos estudiantes de alto coeficiente intelectual, seremos aún mejores ". Después de escuchar esto, los dos maestros se sintieron muy orgullosos y trabajaron más duro para enseñar.

Un año después, la mayoría de los alumnos de estos dos maestros son los mejores de la escuela y sus calificaciones son mucho mejores que las de otras clases. Más tarde, el director reveló la verdad: los dos profesores y estos estudiantes fueron seleccionados al azar.

En el experimento, la evaluación del director y las expectativas de los maestros y estudiantes afectan directamente la enseñanza del maestro, y el maestro transmitirá sentimientos, palabras y acciones tan positivos a los estudiantes, para que los estudiantes desarrollen confianza en sí mismos y superación personal, y luego convertirse en maestros estudiante destacado.

El efecto de expectativa en psicología nos dice que si queremos que los demás se comporten o tomen medidas, debemos transmitir esta expectativa a la otra parte a través del lenguaje y decirle directamente a la otra parte "qué tipo de persona eres" y "harás eso". "Es beneficioso para la otra parte producir características que coincidan con sus expectativas. No importa lo que quiera que haga la otra parte, debe decirlo y hacérselo

saber a la otra parte, para que la otra parte pueda comprender sus expectativas y tomar las medidas correspondientes.

Usando el "efecto de expectativa" en psicología, en el proceso de persuadir a otros, coloque una "etiqueta" que espera en los demás, lo que puede incitar a la otra parte a tener una mentalidad bien merecida y, por lo tanto, tener un efecto positivo de acuerdo con el acción "etiquetar". Hay dos factores psicológicos que influyen aquí en su comportamiento: primero, cuando se le pregunta a una persona si está dispuesta a comportarse de la manera deseada, se siente obligada a responder "sí"; después de desarrollar esta característica, a menudo cumple sus promesas con el fin de hacerse consecuentes con sus palabras y hechos.

El método de persuasión de "etiquetado" se puede aplicar a varias situaciones de persuasión. Por ejemplo, si le has dado una tarea laboral a un empleado y te preocupa que no sea competente, puedes decirle que es una persona muy capaz y tenaz, y que se ha desempeñado muy bien en tareas anteriores, y todos confía mucho en él. Si quieres que tu hijo estudie mucho para el examen, no lo encierres en casa y no le grites, solo dile que todos saben que sus notas siempre han sido buenas y que cada vez estudia más. Como resultado, el niño definitivamente se decidirá a prepararse seriamente para el examen.

Vale la pena señalar que el método de persuasión de "etiquetado" también tendrá efectos negativos si se usa incorrectamente. Por lo tanto, el persuasor debe asegurarse de que este método se use de buena fe, es decir, las "etiquetas" publicadas deben ajustarse a los hechos, y nunca deben etiquetar a los demás negativamente., Animar a otros a hacer cosas que violan las normas sociales.

cuento

A: ¿Qué tipo de chica te gusta?

B: Me gustan las chicas con mala apariencia.

R: ¡Entonces verás si cumplo con el estándar!

B: ¡Profesor! Me gustan las chicas con mal aspecto, no las chicas con mal aspecto.

R: ¡Fuera! ¡Rodas sin parar!

Segundo:……

Cuando se toca el corazón, la mente cambia

En la vida, nuestras decisiones y acciones a menudo se rigen por las emociones. Sin embargo, incluso cuando las personas ocultan sus emociones, siempre quedan rastros de emociones expuestas. Por lo tanto, para un persuasor, al obtener información sobre el estado emocional de los demás, puede descifrar sus actitudes y pensamientos; al controlar las emociones de otras personas, puede hacer que las personas tomen las decisiones que espera. Por lo tanto, la persuasión emocional es un gran secreto para influir en los demás.

Mucha gente piensa que con el paso del tiempo y el desarrollo de la sociedad humana, la posición de la emoción en la sociedad económica será cada vez menos importante. Pero de hecho, si miramos más profundamente, debemos encontrar que la emoción siempre ocupa una posición central en nuestras vidas, y es la emoción la que mantiene nuestra relación con los demás y el mundo.

Es precisamente porque la mayoría de las decisiones de las personas no se toman sobre la base del análisis racional, el razonamiento lógico y el pensamiento sereno, sino que se toman a nivel de interés, emoción, emoción, etc. el aspecto espiritual de la vida, y desarrollar una habilidad "sensacional". Los grandes vendedores, abogados, empresarios, políticos y novelistas saben que la forma más rápida de influir en los demás es tocando las emociones más profundas.

Si no sabe cómo empezar desde un punto de vista emocional, no podrá establecer una conexión emocional con los demás. Incluso si puede persuadir a los demás, solo puede ser juzgado como una "persona irrazonable" y no puede ganarse el respeto y la obediencia sincera de la gente.

Uno de los autores más populares y respetados, Spencer Johnson, autor de The One Minute Salesman, dijo: "Mi objetivo al venderle a la gente es ayudar a la gente a obtener lo que quieren sobre sí mismos y sobre ellos mismos. Una buena sensación de comprar algo". Así, cuando el corazón se conmueve, la mente cambia.

Hay muchos estrategas en la historia que son muy buenos en el uso de las emociones para conmover y confundir a los demás, y para ganarse la simpatía y la lástima de los demás. Veamos cómo persuadió Goujian a Fucha para que lo liberara.

Después de que el rey Goujian de Yue fuera derrotado por Fuchai, el rey de Wu, soportó la humillación y obedeció la petición de Fuchai, y abandonó su propio país. Tomó los tesoros de oro y plata para el rey Wu, las bellezas de la corte y su concubina Yuda, y se convirtió en

un prisionero en el estado de Wu. Goujian sabía muy bien que tenía que regresar al Reino de Yue si quería restaurar el país y vengarse. Pero si quiere volver al país, además de hacer que el Rey Wu releve su vigilancia, también necesita ganarse la simpatía y la lástima del Rey Wu con su amor por el Rey Wu y su apariencia humilde. Y todas estas súplicas son inútiles, por lo que desde el principio hasta el final, nunca hizo una solicitud para regresar al país, pero su comportamiento logró su objetivo: primero, fingió ser lamentable para ganar simpatía; heces para diagnosticar la enfermedad. El rey Wu finalmente se conmovió y pronto envió a Gou Jian de regreso a casa.

En muchos casos, los efectos directos de persuasión pueden no ser ideales, y las acciones que pueden conmover a las personas y despertar su compasión pueden lograr mejores efectos de persuasión.

Para aprovechar el lado emocional de otra persona, también puedes impresionarlo contándole una historia vívidamente. La historia puede ser tierna, romántica, lamentable, indefensa, incluso de enojo y odio, pero debe prestar atención al contenido de la historia para no desviarse de su propósito persuasivo y estar relacionado con la situación y experiencia de la otra parte, para que para hacer que la otra parte resuene.

Cuando utilice la persuasión emocional, puede consultar las siguientes estrategias de persuasión:

1. Presta atención a los sentimientos de la otra persona.

En el proceso de persuadir a los demás, cuando no solo considere su propio punto de vista, sino que también preste atención a los sentimientos de la otra parte, se fortalecerá su agudeza para ver el problema. Cuando la mirada de la otra persona cambia, su rostro cambia o su postura corporal cambia, significa que la otra persona ha respondido a tus palabras. En este momento, las emociones como la alegría, el entusiasmo, la simpatía, la ira y la tristeza producidas por la otra parte son muy importantes para el persuasor.

Si la actitud mostrada por la otra parte conduce a la persuasión, debe aprovechar la oportunidad para continuar expresando sus puntos de vista y fortalecer los sentimientos internos de la otra parte; si la otra parte comienza a mostrar resistencia, entonces debe cambiar la dirección de la discurso para asegurarse de que la otra parte vuelve a un estado relajado.

Cuando no pueda juzgar la reacción de la otra parte, se recomienda preguntar directamente a la otra parte antes de profundizar en la persuasión: "¿Qué piensa de lo que

acabo de decir?" Luego ajuste las palabras en el tiempo de acuerdo con la respuesta de la otra parte.

2. Use el principio de "recompensas emocionales" para proporcionar "almuerzos gratis" a otros

Todos estamos dispuestos a devolver los favores que nos dan los demás, que es la naturaleza humana. Si desea obtener ayuda o apoyo de alguien, también podría buscar oportunidades para ayudar a la otra persona primero y dar sin esperar nada a cambio. Todo el mundo no está dispuesto a tener una "deuda de favor". Por lo tanto, cuando haya pagado hasta cierto nivel, es probable que la otra parte le pregunte: "¿Hay algo que pueda hacer por usted?"

3. Aprende a guiar las emociones de la otra parte y haz que entre en un mejor estado emocional

Cuando el estado emocional de una persona es bueno, las percepciones negativas de las cosas también se convertirán en percepciones positivas, lo que conduce a reemplazar las opiniones negativas y cerradas por opiniones positivas y abiertas. Es innegable que somos "esclavos de las emociones", y nuestros recuerdos, percepciones del mundo, conductas y acciones se volverán selectivas debido a las emociones. Por lo tanto, para el persuasor, será fácil guiar a la otra parte hacia un estado emocional positivo.

En resumen, la persuasión debe penetrar profundamente en el corazón de las personas, de lo contrario, a pesar de las palabras claras y elocuentes, las personas solo pueden sentir disgusto. La persuasión psicológica es la esencia de la persuasión psicológica, en la que las personas se sienten más seguras, más atractivas y más poderosas en presencia de un persuasor persuasivo.

cuento

A: ¿Por qué te sientes infeliz hoy?

B: Xiaomei me ignora.

R: ¿Por qué?

B: Le pregunté ayer si le gustaba.

R: ¿Qué dijo ella?

B: Dijo que todavía no le gusto. Le pregunté por qué le gusto.

A: ¿Ella dijo algo?

B: Dijo, ¡a menos que pueda impresionarla!

R: ¿Entonces qué?

B: Entonces ella fue hospitalizada.

Primero:……

Sé tu propio, naturalmente dispuesto a ser persuadido

El "efecto de aproximación" es muy utilizado en la persuasión y también es muy efectivo. Al estar cerca, clasificando a la otra parte ya uno mismo en la misma categoría, la distancia entre uno y otro se acorta virtualmente. Deje que la otra parte tenga un sentido de intimidad y confianza en usted mismo, para que sea fácil persuadir a la otra parte.

Al tratar con personas, si puede usar varios medios para hacer que la otra parte lo trate como "su propia persona", inevitablemente reducirá la actitud defensiva de la otra parte, de modo que la otra parte será persuadida inconscientemente.

Lin Miaomiao es un vendedor en una tienda de ropa, es dulce y un empleado con excelente desempeño. Mucha gente piensa que su belleza es una ventaja, por lo que la venta de ropa se realizó sin problemas.

Cada vez que escuchaba esto, Lin Miaomiao solo sonreía y no respondía.

Más tarde, los amigos también le preguntaron a Miao Miao y ella reveló el misterio.

"Al comprar ropa, muchas personas tratarán al vendedor como un 'enemigo' negociador y negociarán duro contigo. Si puedes convertirte en un frente unido con ellos, entonces llegará la oportunidad".

Miao Miao dijo que antes había recibido a una clienta de su edad, que habló muy duramente y que muchas personas no estaban dispuestas a recibirla.

"¿Por qué la ropa en su tienda es tan cara? Es solo ropa para niños", la mujer era muy antipática.

"La ropa de los niños es más cara ahora. Mi hija es similar a su hijo. Le compré esto el mes pasado", dijo Miao Miao, y la mujer no refutó.

"Mi hija dijo que la ropa de esta marca es más cómoda y siempre la usa en la clase de educación física. Por su bien, siempre le compro ropa de esta marca".

Tan pronto como la mujer escuchó las palabras de simpatía de Miao Miao, inmediatamente bajó sus defensas psicológicas y comenzó a hablar con Miao Miao: "¿Quién dice que no es así? Los niños de hoy en día son muy exigentes con la ropa, por lo que deben comprar ropa cómoda".

"Sí, yo también lo creo. Después de que se lo compré a mi hija, ella estaba feliz y yo también estaba feliz de verla feliz".

De esta manera, Miao Miao y la mujer se convirtieron en "uno de los suyos", y luego de que Miao Miao presentara los beneficios de algunas prendas, la mujer las compró sin decir una palabra.

Si tratas a los clientes como si fueran tuyos, confiarán en ti y serás invencible en las ventas. Lin Miaomiao usó muy bien el "efecto interno" y, naturalmente, el trabajo se volvió más y más fluido.

De hecho, "los condones están cerca unos de otros" es una manifestación importante del "efecto interno", que se refiere a las personas que se atribuyen a sí mismas y entre sí al mismo tipo de personas y se convierten en "la misma visión del cuerpo".

Al interactuar con los demás, cuanto más estrecha sea la relación, más fácil será que la otra parte acepte sus propias ideas y posiciones. Si permite que la otra parte sienta que usted es su propia persona, incluso si le pide ayuda a la otra parte, la otra parte estará feliz.

Este tipo de afirmación no es difícil de entender, así como todos estamos dispuestos a asociarnos con la persona que nos gusta, aunque tenga defectos, podemos tolerarlo adecuadamente; en cambio, si la otra persona es alguien muy repulsivo en tu corazón y se siente extraño, lo acumularás inconscientemente. Sin un sentido de defensa, no están dispuestos a tener demasiados intercambios, y mucho menos a ayudarse mutuamente.

Las características únicas del "efecto interno" se producen en un entorno específico. Tiene características como la cercanía, la igualdad, la similitud o la complementariedad. El número de veces de contacto en el entorno espacial, familiaridad entre sí, es fácil desarrollar afecto mutuo; personalidades similares y los mismos pasatiempos también pueden acortar la distancia entre ellos; las necesidades y expectativas de ambas partes están relacionadas, lo que es también la característica de los "individuos".

Este efecto también se usa mucho en la vida, en la comunicación, muchas personas lo usarán sin saberlo, acortando rápidamente la relación entre ellos, ganándose la confianza de los demás y obteniendo los beneficios que desean. Especialmente cuando necesitas algo de alguien, se puede decir que acercarse es un método necesario. Solo encontrando una comunidad puedes romper la línea de defensa psicológica de los demás y puedes discutir las cosas fácilmente.

La apropiación es muy poderosa, si sabes usarla correctamente, los "enemigos" también pueden convertirse en "amigos". Si puede aprovechar al máximo su propia fuerza y usar hábilmente el "efecto interno", definitivamente moverá los corazones de las personas y se convertirá en el "información privilegiada" en la mente de los demás.

Al ver esto, creo que a muchas personas les gustaría saber, ¿cómo hacerlo para acercarse? ¿Cómo podemos llegar a ser "nuestra propia persona" a los ojos de los demás?

En la vida diaria, no es difícil para nosotros encontrar que es fácil para todos considerar como propios a aquellos que tienen algo en común con nosotros. Por lo tanto, al comunicarse con las personas, primero debe ser bueno para encontrar puntos en común entre ellos y dejar que los demás tengan temas en común, a fin de sentar una buena base para un mayor desarrollo.

Siempre que tenga el coraje de comunicarse, definitivamente encontrará similitudes entre usted y la otra parte. Siempre hay similitudes en la perspectiva de la vida, los valores, las preferencias personales y las actitudes hacia la vida. En la comunicación, es necesario enfatizar profundamente el terreno común y usar más "nosotros", para que sea más probable que la otra parte se conmueva.

Por supuesto, las similitudes generalmente no se encuentran en una reunión. Puede crear más oportunidades para reunirse, para que pueda encontrarlas mejor.

Además de encontrar más puntos en común, lo más importante es saber afirmarse y entenderse, para establecer una resonancia emocional.

Chen Fang es una recién graduada y trabajó como representante de ventas en cierta empresa de diseño tan pronto como se graduó. Estaba muy nerviosa cuando se reunió por primera vez con un cliente y no tenía ninguna experiencia. ¿Cómo podría completar la ¿tarea?

Durante la conversación ella estaba muy nerviosa, obviamente el cliente estaba muy descontento con ella, no dejaba de mirar su reloj y estaba a punto de irse en cualquier momento.

Más tarde, el cliente casualmente dijo algo sobre el amor de cachorro de su hija, expresando que era un dolor de cabeza. Chen Fang de repente tuvo una idea y supo qué decirle a la otra parte.

"También entiendo profundamente tu pregunta. Mi hermana ahora está en la escuela secundaria y también ha comenzado a enamorarse temprano. Mi madre tiene dolor de cabeza cuando se entera, y es inútil golpearla. La relación entre las dos es tensa. ", Dijo Chen Fang. Al igual que en la realidad, de hecho, ella no tiene una hermana menor, solo quiere expresar su comprensión y afirmación de las emociones del cliente, y está tratando de acercarse a él.

Los hechos han demostrado que el enfoque de Chen Fang es correcto. El cliente no esperaba que Chen Fang la entendiera tan bien, por lo que comenzó a quejarse de los problemas de su hija. Los dos hablaban cada vez más especulativamente. Finalmente, Chen Fang se ganó la confianza del cliente y cumplido Misión cumplida.

Cuando el cliente se fue, también le aseguró a Chen Fang que todos eran "uno de nosotros" y que si había algún negocio, definitivamente sería la primera en encontrarla.

Chen Fang expresó su comprensión y reconocimiento del estado de ánimo del cliente al contar su propia "experiencia", lo que de repente acortó la distancia psicológica entre ellos. Lentamente, la otra parte la consideró como "uno de los míos".

Por supuesto, no es fácil hacer que las palabras sean contagiosas, tienes que estar interesado en lo que dicen los demás desde el fondo de tu corazón, solo cuando estás interesado, los demás se sentirán sinceros y tendrán una buena impresión de ti. En definitiva, en la comunicación interpersonal, si quieres que los demás confíen en ti y te traten como propio, debes mostrar sinceridad, de lo contrario será difícil conseguir resultados reales.

Aprender a acercarte a los demás hará que te traten más amablemente y confíen más en tus palabras. De la misma manera, puede ser enojado que otros lo digan, pero es más aceptable que lo diga "uno de nosotros". Este es un típico "efecto único".

Por lo tanto, en la comunicación interpersonal, uno no solo debe ser listo e inteligente, sino también ser bueno para hacer amigos, ejercer el "efecto amigo" y convertirse en una persona influyente y popular, para persuadir a la otra parte más fácilmente y obtener mejores beneficios.

cuento

A: Me gusta un chico, ¿cómo puedo acercarme a él?

B: Eso es fácil. Pretendes tirar algo, chocar con el tipo y disculparte. De esta manera, estarás familiarizado con él una vez que entres y salgas.

¿Una realidad? Lo conozco y quiero confesarlo, pero no sé cómo decirlo. Es mejor que le tire algo.

B: ¡Hola! lo que sea. La clave es tirarlo y luego decir que es el destino. Ve que tiene que decir el.

R: ¡Está bien!

Al día siguiente, B fue golpeado en la cabeza por una tetera y fue hospitalizado...

Capítulo 6 Moviliza tu memoria de persuasión y asegúrate de cambiar la opinión de la otra parte

"Alarmismo" a veces tiene efectos inesperados

Al interactuar con personas, es inevitable que se encuentre con personas relativamente fuertes y obstinadas. Incluso si hace todo lo posible para comunicarse con la otra parte, no podrá lograr resultados y no podrá persuadir a la otra parte. partido para escuchar sus propias opiniones. Si aún usa métodos de comunicación convencionales y amigables, definitivamente no funcionará. En este momento, también podría hacer lo contrario, asustar a la otra parte y exagerar los hechos para disuadir a la otra parte, pero funcionará.

Wang Xuan es el gerente de una empresa de inversión, generalmente responsable de contactar a los clientes y mantener un buen contacto con los bancos. Una vez, negoció un trato con un gran cliente, siempre que pudiera persuadir al banco para que obtuviera un préstamo lo antes posible, todo estaría bien.

Entonces, después de ver al cliente, se apresuró al banco.

"Quiero un préstamo, cuanto antes mejor", esta es la solicitud de Wang Xuan.

Aunque la persona a cargo del banco conocía muy bien a Wang Xuan, todavía estaba en un dilema. Después de todo, la aprobación de una suma de dinero tan grande requería muchos procedimientos y era imposible completarla en solo unos pocos. días.

"También quiero ayudarlo, pero hay algunas dificultades. Un préstamo así definitivamente no funcionará en tres días, y hay muchos procedimientos por los que pasar", dijo con sinceridad el responsable del banco.

De hecho, Wang Xuan también sabía que esto era un poco vergonzoso, pero estaba muy ansioso y no estaba dispuesto a renunciar fácilmente a un negocio tan grande. Pensó por un momento y dijo: "Mientras nos preste un préstamo, su banco también se beneficiará mucho y su desempeño personal también mejorará. ¿Por qué no hacerlo?"

Estas palabras tocaron el corazón de la otra parte, pero aún estaba en contra de las reglas.

“Yo también quiero hacer esto, pero no creo que funcione.” La persona a cargo del banco aún se negó.

Wang Xuan estaba tan preocupado, tan ansioso y enojado que quería golpear la mesa.

"Déjame decirte, este es un asunto muy urgente. Si nuestra empresa no puede hacerlo, definitivamente perderá mucho, y definitivamente estaré implicado en ese momento. Además, si tu jefe sabe que has perdido tal una buena oportunidad debido a su rigidez, definitivamente será infeliz y estará en una situación difícil cuando no sea un ser humano ".

Wang Xuan vio que no podía razonar con la persona a cargo del banco, así que exageró los hechos para asustarlo.

Este truco fue realmente efectivo, la persona a cargo del banco reflexionó durante mucho tiempo y finalmente se comprometió. Hizo todo lo posible para aprobar el préstamo lo antes posible. Wang Xuan logró su objetivo mediante el alarmismo.

La gente tiene este tipo de mentalidad. A veces otros simplemente no escuchan sus buenos consejos. Si la actitud de la otra parte se vuelve dura y el peligro se explica clara y vívidamente, comenzaremos a sentirnos inquietos y temerosos en nuestros corazones, y Renuncie gradualmente a la persistencia y opte por cooperar con los demás. . Este movimiento generalmente puede superar las defensas psicológicas de otras personas y disuadirlas.

En la comunicación, la paz es lo más importante, trate de mostrar su autocultivo y comportamiento, llévese bien con los demás y hable con amabilidad. No importa cuán talentosos seamos, no debemos mostrarlos a voluntad, y no debemos subestimar a los demás, esta es una estrategia de comunicación común. Sin embargo, no todas las personas están dispuestas a comunicarse pacíficamente, por ejemplo, esas personas arrogantes siempre quieren pisar a los demás, tener la sartén por el mango al hablar y hacer las cosas, y siempre piensan que tienen la razón, por lo que no pueden escuchar a nadie. palabras. Frente a tales personas, el alarmismo y la intimidación son las mejores formas de tratar con ellos. Solo con una actitud más dura el oponente puede rendirse.

El alarmismo necesario es persuadir a la otra parte, no crear conflictos innecesarios. Algunas personas piensan que alarmismo es inventar tonterías o intimidar a la otra parte para que se comprometa por miedo. Este es un entendimiento completamente erróneo. Hacerlo inevitablemente perderá el corazón de las personas con el tiempo.

La técnica de disuasión utilizada aquí se basa en los hechos originales, a partir de los intereses de la otra parte, utilizando la forma de pensar de la otra parte para analizar los pros y los contras, y amplificando el miedo en el corazón de la otra parte, a fin de superar la línea de defensa psicológica del otro, para lograr nuestro objetivo: propósito comunicativo.

Los métodos de comunicación alarmistas pueden ser muy utilizados en la vida, sobre todo a la hora de rechazar y persuadir a los demás, este truco es muy efectivo. Algunas personas son exaltadas e impulsivas en este momento, e insisten en seguir su propio camino por el camino equivocado.Si todavía nos comunicamos con ellos de una manera suave en este momento, será difícil tener algún efecto.

En este momento, también podría hacer palabras alarmistas y dejar que la otra parte se dé cuenta de la gravedad y las terribles consecuencias del comportamiento impulsivo, y la otra parte se arrepentirá fácilmente.

Cuando se usan hechos exagerados para disuadir al oponente, primero se debe averiguar el carácter del oponente, no todos serán persuadidos por este truco. Los que hacen las cosas con firmeza y delicadeza a menudo no quedan impresionados. Aquellos que son impulsivos, exaltados y sin asertividad son los principales objetivos del alarmismo.

Zhang Ming es un antiguo empleado de una empresa. Aunque ha estado en la empresa durante mucho tiempo, no tiene un desempeño sobresaliente y casi nunca ha sido ascendido. Ha trabajado durante tanto tiempo y todavía es un pequeño supervisor.

Después de la llegada del nuevo líder, se reformó el sistema salarial y se aumentó el salario de la mayoría de las personas, pero no el de Zhang Ming. Zhang Ming estaba furioso, y cuando su cabeza se puso caliente, quiso pedirle al líder que comentara.

Al ver a Zhang Ming acercarse amenazadoramente, el secretario principal entendió la mayor parte de su corazón. Tenía miedo de que Zhang Ming causara problemas, por lo que lo persuadió rápidamente para que regresara.

"No vengas aquí a causar problemas, vuelve a trabajar rápidamente", dijo la secretaria directamente.

"¿Qué? ¿Por qué ha aumentado el salario de todos los demás, pero el mío?", Zhang Ming se arremangó sin estar convencido.

El secretario sabía que Zhang Ming era una persona impulsiva y no iniciada, por lo que dijo: "Por lo general, no trabajas duro, así que, por supuesto, no te daré un aumento de salario. Te aconsejo que dejes de crear problemas. El líder es planeando despedir personal recientemente. Si lo enojas, definitivamente serás despedido. Es difícil encontrar trabajo ahora, así que te aconsejo que te calmes".

Después de escuchar la "amenaza" de la secretaria, Zhang Ming regresó enojado.

En el caso de averiguar el carácter de los demás, el uso de habilidades de persuasión alarmistas y exageradas puede lograr un efecto sorprendente y hacer que la otra parte se rinda voluntariamente.

Al exagerar los hechos para disuadir al oponente, debemos aprovechar el momento adecuado, descubrir el miedo del oponente y no decir tonterías sin apuntar. Las conversaciones infundadas y caóticas solo despertarán el asco de los demás, si hablas

demasiado será contraproducente, e incluso hará que la otra parte se resista mucho. Entonces solo podemos pegarnos un tiro en el pie.

Antes de eso, no actúe precipitadamente, descubra los rasgos de personalidad de la otra parte y las cosas que le importan demasiado, y luego descubra el punto de avance exacto, que es la estrategia perfecta.

En resumen, cuando se comunique con los demás, intente adoptar una forma amable y gentil tanto como sea posible, comuníquese con calma y no muestre su agudeza o dominación. Puede ser fuerte, pero no irrazonable. Sin embargo, siempre hay algunas comunicaciones que no podemos controlar y no pueden ser resueltas por los métodos de comunicación convencionales, en este momento, debemos hacer lo contrario, y cuando sea necesario, necesitamos usar hechos exagerados para disuadir a la otra parte.

cuento

R: ¡Los hombres tienen miedo!

B: ¿Cómo dices esto?

R: Cuando era joven, mi madre solía decir que venía el lobo; después de la escuela, mis compañeros de clase siempre decían que el maestro estaba aquí; después de casarme, ¡mis colegas siempre decían que mi esposa estaba aquí!

B: ¡Qué hay que temer!

A: ¡El mes pasado, mi amante dijo que no vino!

Segundo:……

Quédese quieto y deje que la otra parte haga una promesa primero

"Si puedo hacer que se comprometa (es decir, tome una posición, establezca un punto), he creado una buena plataforma para su autoconciencia para alinear sus acciones con los compromisos que ha hecho anteriormente. Una vez que una persona ha identificado un Si tiene una posición, naturalmente trabajará para que coincida con su posición lo más cerca posible", dice Robert Cialdini, uno de los principales expertos mundiales en influencia y persuasión.

Sí, en la mente de las personas hay un deseo de hacer (o parecer) conformarse al comportamiento pasado. Entonces, una vez que hemos tomado una decisión sobre algo, o elegido una posición, se vuelve muy atractivo para nosotros apegarnos a esta decisión, porque la presión interna y externa nos obligará a ser consistentes. Bajo tal presión, siempre esperamos demostrar nuestra decisiones previas con acciones prácticas. En la psicología de la persuasión, esto se conoce como el "principio de compromiso".

Más prácticamente, cada uno de nosotros nos engañamos a nosotros mismos de vez en cuando y encontramos innumerables razones para convencernos de que nuestras creencias o ideas son consistentes con las decisiones que tomamos o las acciones que tomamos.

Por supuesto, ser constante también es uno de los atajos que usamos para hacer frente a la agitada vida moderna. Porque no necesitamos pensar más en eso, todo lo que necesitamos hacer es ser consistentes.

Uno de los ejemplos más simples es el experimento de apostar a los caballos. Medio minuto antes de hacer sus apuestas, dudan, no están nada seguros de si el caballo por el que apostaron ganará, sin embargo, una vez que los apostantes hacen sus apuestas, su confianza en el caballo que compraron aumenta de inmediato. Si bien las probabilidades de que los caballos ganaran no cambiaron debido a sus apuestas, un factor clave en el cambio fundamental de actitud fue la decisión final que tomaron.

Es la misma razón por la que cada vez que se llevan a cabo las elecciones presidenciales de EE. UU., esos candidatos siempre hacen todo lo posible para recaudar fondos. Y es por eso que la persona que recauda más a menudo gana la elección final. Cuantos más fondos se recauden, más donantes apoyarán al candidato. De acuerdo con el principio de compromiso, estos donantes definitivamente empujarán al candidato que apoyan con su dinero para ganar las elecciones generales.

En países extranjeros, el método utilizado por algunos empresarios para mantener sus propias ventas es una aplicación flexible del principio de compromiso para persuadir a los clientes. El ejemplo más típico de esto es la estrategia de ventas utilizada por los fabricantes de juguetes estadounidenses en torno a la Navidad.

La Navidad es la época de mayor actividad para el negocio de los juguetes, pero en los próximos días, las ventas de juguetes pueden reducirse drásticamente. Debido a que los adultos acaban de comprar juguetes para los niños, rechazarán firmemente la solicitud de los niños de comprar otro juguete. Incluso los niños cuyos cumpleaños siguen a la Navidad no reciben tantos juguetes como los presupuestos de juguetes para niños de los adultos se desvanecen por completo durante el período navideño. ¿Cómo mantener el alto volumen de ventas en la temporada alta de ventas y al mismo tiempo mantener el volumen normal de ventas de juguetes en los días siguientes?

De hecho, la forma de motivar a los niños para que sigan pidiendo juguetes a los adultos es muy sencilla, ya sea en festivales o en días normales, siempre y cuando una serie de anuncios deslumbrantes sean suficientes durante la emisión de dibujos animados en las estaciones de televisión. Por lo tanto, la clave para mantener las ventas de juguetes normales en los próximos días no es estimular a los niños a pedir más juguetes a los adultos después de Navidad, sino cómo hacer que los adultos paguen de buena gana por los niños después de Navidad. Puede parecer difícil, pero algunos vendedores de juguetes lo hacen.

La estrategia que usan es hacer una serie de comerciales súper impresionantes para algún tipo de juguete en el programa animado antes de Navidad. Después de verlo, muchos niños dijeron a sus padres que sería genial recibir un regalo así en Navidad. Los adultos suelen prometer comprarlos para Navidad. ¿Por qué no comprarlo? Después de todo, es tiempo de Navidad para dar regalos a sus hijos.

Luego, cuando llegue la Navidad, cuando los adultos vayan al centro comercial a comprar este juguete para sus hijos, encontrarán que muchos centros comerciales están agotados, y los centros comerciales dicen que lo han pedido, pero no saben cuándo llegará. . Casi todos los años. Esto ciertamente no es una coincidencia, sino un ingenioso plan de negocios. Cuando llegó la Navidad, todavía no había stock en la tienda, por lo que tuvieron que comprar otros juguetes para los niños decepcionados como compensación.

Después de Navidad, vuelven los viejos anuncios de juguetes llamativos. En este momento, los niños les dirán a sus padres: "Me lo prometiste". Para cumplir sus promesas, los padres

indefensos tuvieron que sacar sus bolsillos nuevamente e ir al centro comercial a comprar. Esto permite a los fabricantes de juguetes mantener las ventas en enero y febrero después de Navidad. ¡Todos los años! Ese es el plan genial de estas empresas: explotar hábilmente las promesas que hacen los padres.

La clave del principio de compromiso es: compromiso. Se trata de incitar a alguien a realizar una determinada acción o tomar una determinada decisión, y luego usar su presión para cumplir con lo que ha dicho y hecho en el pasado para obligarlo a cumplir esa promesa. Por lo tanto, una pequeña promesa aparentemente insignificante también puede desencadenar una serie de comportamientos de cumplimiento abrumadores y finalmente realizarse. Esta es la estrategia de comenzar con solicitudes pequeñas y llegar al cumplimiento de solicitudes grandes.

Existe otro método en las operaciones comerciales: tirar la pelota baja, que también es una buena aplicación del principio de compromiso. Primero presente una muy buena condición, deje que la otra parte tome esa decisión clave (compromiso) y luego agregue una condición menos agradable a la propuesta original. La clave de esta estrategia es lograr que las personas se adhieran a una decisión anterior, incluso si las condiciones cambian y la decisión no es tan sabia, las personas no cambiarán su posición.

Por supuesto, para que un compromiso pueda influir en la percepción que las personas tienen de sí mismas, existen algunas condiciones necesarias: el compromiso debe ser activo, abierto, hecho después de un arduo trabajo y resultado de la libre elección de las personas. Esta es también una manifestación del compromiso más efectivo. Porque, cuando hacemos una elección sin presiones externas, asumiremos la responsabilidad de esta elección en nuestros corazones.

Cuando nos demos cuenta de la gran influencia del principio de la promesa en el comportamiento humano, naturalmente pensaremos en una pregunta muy importante y práctica: hay personas que no cumplen sus promesas en todas partes, ¿cómo podemos hacer que la otra parte "deba cumplir" sus promesas? ? Echa un vistazo a las sugerencias a continuación.

1. poner la promesa en el papel

Pedirle a la otra parte que escriba su compromiso ejerce una presión invisible sobre ellos. Cuando los antiguos iban a la guerra, para expresar su confianza en la victoria, daban "órdenes militares". Lo mismo es cierto en el proceso de persuasión.Negociar con otros, pedirles a las personas que escriban las condiciones y hacer documentos escritos ahorrará

muchos problemas en el futuro. Por el contrario, lo mismo es cierto para usted. Es posible que desee escribir sus promesas a los demás. No es solo un recordatorio para usted mismo, sino también una presión invisible sobre usted mismo para cumplir sus promesas. Cuando quieres rendirte, cuando ves la evidencia escrita, la escena en ese momento es vívida y tienes que obligarte a cumplir la promesa.

2. Hacer compromisos lo más públicos posible

La presión de la opinión pública es enorme, cuando una promesa se hace pública, los que la conocen te ayudarán a supervisar su cumplimiento. Por lo tanto, intente que su objetivo se comprometa con usted en público o hable al respecto.

Aunque el poder del compromiso es enorme, también debemos tener cuidado de no obligar a otros a hacer compromisos más allá de su capacidad. Las promesas que están más allá del alcance de la capacidad no pueden ser cumplidas por la otra parte, por lo que, naturalmente, no hay presión para cumplir la promesa. Nadie creerá que "Arranqué las estrellas del cielo y te las di" es una verdad.

cuento

A: Esposo, ¿la promesa que hizo antes del matrimonio todavía cuenta?

B: Por supuesto que cuenta. Pero... ¿qué promesa te hice?

A: Dijiste que después de casarte, estás dispuesto a hacer todo por mí.

B: ¡Sí, así es! Pero estoy hablando de sementales y sementales, ¡nada más que estos dos!

R: ¡Fuera! ...

Comprensión de última hora del elemento vital de la persuasión

Ke Ying es un agente de cierta compañía en los EE. UU. Se va de viaje de negocios a Japón y quiere persuadir a una compañía japonesa para que acepte los términos de cooperación de su compañía.

Cuando el avión de Ke Ying llegó al aeropuerto de Haneda en Japón, dos miembros del personal que se comunicaron con Ke Ying en nombre de las empresas japonesas ya estaban esperando en la salida para saludarlo. Los dos hombres tomaron el equipaje de Ke Ying, lo guiaron hasta la limusina que había estado esperando durante mucho tiempo y lo llevaron al hotel que había reservado.

Hablaron entre ellos en el automóvil, y un recepcionista japonés le preguntó a Ke Ying: "Sr. Ke Ying, me pregunto qué día ha reservado para regresar. Podemos prepararle el automóvil para el aeropuerto con anticipación".

Ke Ying quedó muy conmovido por tan cortés trato, así que sacó el billete de vuelta y se lo mostró al japonés con respeto. El vuelo de regreso indicado en el boleto era dos semanas después.

Desde el punto de vista de Ke Ying, esta fue solo una ceremonia de bienvenida, no directamente relacionada con los asuntos de cooperación y negociación, pero desconocía por completo que los japoneses ya habían comenzado una "operación de espionaje": preguntar sobre el itinerario era uno de los elementos importantes. Porque la parte japonesa a menudo considera la fecha límite para negociar con otros como un secreto y no quiere que la otra parte lo sepa, pero siempre encuentra la manera de obtener la fecha límite para la reserva del oponente.

Ke Ying no solo no pudo descubrir esta situación fatal, sino que también fue complaciente. En el futuro, la iniciativa de firmar el contrato estará completamente en manos de los japoneses, y la situación avanzará paso a paso de acuerdo con el plan japonés.

En los primeros 10 días antes de que Ke Ying llegara a Japón, la parte japonesa no mencionó la cooperación entre las dos partes. Simplemente enviaron personas para acompañar a Ke Ying a visitar lugares de interés en Japón todos los días y lo invitaron a asistir a una reunión separada. banquete para los directores de la empresa japonesa por la noche Recepción familiar.

Cada vez que termina la recepción, cuando Ke Ying menciona asuntos de cooperación, los japoneses siempre dicen: "Sr. Ke Ying, esta es su primera visita a Japón, mire a su alrededor, hay tiempo para negociar y hay tiempo". "

Por lo tanto, beba té hoy y escuche "Zen Machine", vea un maravilloso partido de sumo mañana y vea un espectáculo de danza folclórica japonesa pasado mañana. Ke Ying nunca ha visto estos en los EE. UU. Mientras se deleitaba, también aprendió mucho sobre las costumbres y hábitos japoneses.

A medida que el tiempo pasaba tan lentamente, Ke Ying estaba de muy buen humor y sintió que los japoneses eran realmente considerados y atentos, haciendo que el viaje valiera la pena.

El decimotercer día, los japoneses propusieron cómo cooperar. Ke Ying también sintió que era hora de hablar, pero porque se organizó un juego de golf esa tarde. Tan pronto como comenzó la reunión de intercambio, todos corrieron al estadio a toda prisa.

El decimocuarto día, la reunión de intercambio comenzó de nuevo. A la mitad de la discusión, comenzó la fiesta de despedida de Ke Ying. La hospitalidad fue difícil de encontrar, por lo que Ke Ying tuvo que aceptar detenerse aquí hoy.

El día quince, es decir, el día en que Ke Ying iba a regresar a los Estados Unidos, comenzó la discusión sobre cómo cooperar oficialmente, pero cuando se discutió el tema más importante, la limusina para llevarlo al aeropuerto de Haneda ya estaba esperando. en la puerta Entonces, el lugar de conversación se transfirió al automóvil, y en el momento en que Ke Ying se bajó del automóvil, la transacción se completó.

Sin duda, el resultado debe ser que Ke Ying, quien originalmente planeaba persuadir al lado japonés para que aceptara su solicitud, fue derrotado y el lado japonés obtuvo una victoria completa.

Piénselo, ¿por qué los japoneses enviaron personas para acompañar a Ke Ying a viajar, ver juegos, ver canciones y bailar todo el día, y no mencionaron el asunto de la cooperación durante mucho tiempo, pero cuando Ke Ying estaba a punto de regresar? a los Estados Unidos, comenzaron a ponerse manos a la obra? No hace falta decir que el propósito era usar la fecha límite para presionar a Ke Ying y finalmente aceptar las demandas beneficiosas para Japón.

Desde un punto de vista psicológico, la fecha límite a menudo puede ejercer una enorme presión sobre la otra parte. Muchos expertos en persuasión creen que con una fecha límite, su libertad se verá reducida.Con el tiempo, la situación de negociación y las expectativas

mutuas cambiarán, y habrá presión para llegar a un acuerdo rápidamente. Algunos persuasores experimentados incluso predijeron que la existencia de una fecha límite común hará que los demás tengan una competencia consigo mismos en sus corazones, lo que beneficiará a sus oponentes al obligarlos a hacer concesiones más rápidas más allá de su voluntad.

En el proceso de persuasión, las personas que fallan suelen ser aquellas que no soportan la enorme presión de la fecha límite. Una vez que no puede soportar la presión, solo puede seguir los requisitos de los demás. Muchas veces, antes del final de una persuasión, algunas grandes concesiones por parte de una determinada parte se deben a este motivo. Esta es la razón por la que los japoneses suelen considerar la fecha límite para comunicarse con los demás como un secreto, pero tratan de averiguar la fecha límite de la otra parte.

Entonces, ¿cómo sabe la fecha límite de la otra parte?

La primera fecha límite, y la más sencilla, es el final del día. En este momento, puede beneficiar el afán del rival por irse a casa. Ippolito, el vicepresidente ejecutivo a cargo de las operaciones de cierta empresa, contó una historia similar: "Cuando estaba en un viaje de negocios a cierto país de Asia, tuve que reunirme con un gerente de fábrica para completar una gran compra. Yo llegó a las 9:00 de la mañana y llegó en la tarde Unos minutos antes de las 5, comenzó a retroceder y pudimos firmar Le pregunté a mi traductor por qué tenía que esperar hasta las 5 en lugar de cerrando el trato a las 9:30, me dijo que cuando aún era temprano, el oficial no entendía lo que estaba pasando, y ahora quiere irse a su casa, segunda visita a la fábrica, programé una reunión a las 4 en punto, y las cosas se resolvieron rápida y fácilmente. Ahora en cualquier reunión, me declaro Hay otras citas después de 1 hora. Si después de 1 hora, siento que me interesa quedarme, llamo a mi secretaria y pídele que programe otra cita para mí 'abajo'. Esto solo fortalece mi poder de convencimiento, porque la otra parte considerará esto como una muestra de sinceridad, e incluso pensará que es una especie de concesión".

En segundo lugar, en términos generales, puede encontrar y juzgar a partir de varios detalles de la otra parte. Por ejemplo, en la mesa de negociación, el discurso y el comportamiento de la otra parte y la velocidad de la negociación; fuera de la mesa de negociación, la hora del boleto aéreo de regreso de la otra parte, la fecha de la reserva del hotel.

Los plazos a menudo convierten a los detractores en profesionales, lo que permite resolver los problemas no resueltos. Por lo tanto, cuando negocie con otros, es posible que desee

utilizar el método de la fecha límite para que las personas hagan compromisos moderados bajo la presión de la fecha límite y le obedezcan.

cuento

Marido: ¿Con quién acabas de hablar en la puerta durante más de una hora?

Esposa: Vecina Sra. Wang.

Esposo: Entonces, ¿por qué no invitas a alguien a sentarse en casa?

Esposa: Ella no tiene tiempo.

marido:……

Aprende a generar impulso y déjate llevar por la iniciativa

El olor a vino también le teme a los callejones profundos.Incluso los mejores persuasores necesitan que alguien los ayude, e incluso los mejores productos necesitan una buena promoción. Especialmente hoy en día, cuando la competencia es tan feroz y la información está tan desarrollada, para una empresa que necesita urgentemente abrir el mercado, es aún más necesario crear un impulso para aumentar la popularidad de la empresa. Esta es la forma más rápida y efectiva.

Convencer al presidente de los Estados Unidos para que te ayude a vender libros, ropa, bicicletas, refrescos, etc. suena a fantasía, pero no es imposible. Mientras planifique bien, los líderes nacionales también se convertirán en pesos importantes que afectarán la tendencia de sus productos.

En los Estados Unidos, hay una editorial que tiene una gran cantidad de libros invendibles que no se pueden vender durante mucho tiempo, por lo que la editorial está muy ansiosa. Después de pensar mucho, el editor finalmente ideó un plan inteligente: enviar un libro al presidente y pedirle su opinión una y otra vez.

El presidente, que está ocupado con todo, realmente no tiene tiempo para leer este libro. Debido al enredo del editor, respondió casualmente: Este libro es bueno. Eso es lo que quería el editor, e inmediatamente salió a la cancha: "El presidente elogió el libro". Sin duda, el libro se agotó rápidamente.

Al poco tiempo, el editor tenía un libro que no podía vender, así que repitió el mismo truco y envió otro ejemplar al presidente. El presidente estaba muy enojado porque el editor usó su fama para promocionar la última vez, por lo que se burló: "¡Este libro es terrible!" Inesperadamente, el editor no estaba enojado, sino muy feliz, y el editor inmediatamente anunció a Yuyu: "Este libro es profundamente odiado por el presidente." Esta vez, el libro está agotado nuevamente.

Por tercera vez, el presidente recibió un libro de venta lenta de la editorial. El presidente, que había aprendido las lecciones de las dos veces anteriores, pensó para sí: esta vez no haré nada, a ver cómo lo promocionas. Así que el presidente realmente no respondió. Quién hubiera esperado que el editor aún pudiera hacer uso del tema: "Hay libros sobre los que el presidente no puede sacar una conclusión, ¡así que cómprelos rápido!" Como se puede imaginar, el libro se agotó una vez más.

Como resultado, los editores hicieron varias fortunas gracias al prestigio de la presidencia.

Hoy en día, muchas personas quieren aumentar su popularidad social y usar el prestigio de las celebridades es un atajo. Porque las celebridades a menudo pueden desempeñar un papel importante en la sociedad. Por lo tanto, si usted es un líder, debe hacer un buen uso de su prestigio como celebridad para aumentar su influencia y persuasión. Incluso si nunca ha conocido a esas celebridades, siempre que planifique adecuadamente, los efectos de celebridades pueden hacer que sus productos sean bien publicitados y que sus productos sean más convincentes.

También puede usar Buzz para que las personas sepan que su producto es excelente. Esto tendrá un fuerte impacto y conmoción en la psicología de las personas, lo que requiere que el operador adopte un nuevo método, la llamada sorpresa puede ganar. Por supuesto, debemos ser buenos para generar impulso y hacer que la escena sea lo más grande posible. Hacerlo no solo puede ganar clientes, sino también ganar una buena reputación.

Un día de mayo de 1985, muchas personas se reunieron en una plaza en un área céntrica de Hong Kong, todos miraban hacia el cielo sin saber lo que miraban. Resultó que hace unos días, Citizen Company anunció en varios periódicos conocidos que, para agradecer a los clientes por su amor, lanzarían relojes desde el aire dentro de un período de tiempo específico. Además, se promete que la calidad del reloj lanzado desde el aire es absolutamente confiable. Si se descubre que el reloj recogido se rompe durante el lanzamiento desde el aire, el cliente puede usar este reloj para cambiarlo por dinero en efectivo que es 10 veces el precio del reloj en el lugar designado del ciudadano. Quién quiere perderse esta oportunidad, y si encuentra un mal reloj, también puede obtener efectivo por valor de 10 veces el reloj.

Por lo tanto, todos se reunieron en el lugar de entrega designado por Citizen Company uno tras otro ese día, con la esperanza de recibir el reloj lanzado desde el aire por Citizen Company. En la multitud, alguien gritó: "¡Vamos, vamos, el helicóptero está por allá!" Vi un helicóptero con las palabras "Corporación Ciudadana" flotando en el centro de la plaza. Dos grandes lemas salieron de la pasarela con un fuerte "golpe". Una es: si no quiere tener preocupaciones, use un reloj Citizen. La otra es: Para ver si el producto es bueno o no, vea el reloj presentado a una altura de 100 metros.

Todos en la plaza aplaudieron en voz alta y luego vieron brillantes relojes Citizen que caían del cielo. Todos formaron un ejército de "relojes agarradores".

Como resultado, los poseedores de relojes defectuosos son pocos y distantes entre sí. Los ciudadanos de Hong Kong quedaron atónitos por la cifra de solo 8 de 10,000 del mal reloj

anunciado al día siguiente, y todos elogiaron la calidad del reloj. Incluso los modelos más modestos de la línea se promocionan como los mejores relojes disponibles en Hong Kong. Confiando en este movimiento, Citizen logró un efecto sensacional y rápidamente ocupó una participación considerable en los mercados de Hong Kong y el continente.

La razón por la que los relojes Citizen pueden lograr un efecto tan sensacional es, en primer lugar, porque son creativos y movilizan helicópteros para publicitar, los consumidores rara vez han visto esta forma antes. En segundo lugar, la forma de regalar bienes también es relativamente novedosa, utilizando relojes de regalo de gran altitud, y el método general utilizado por las empresas es comprar bienes cuantitativos como obsequios. Otro punto, que también es el más importante, es que un reloj roto se puede cambiar por dinero en efectivo que vale 10 veces el reloj mismo, esto llama la atención de la gente, la gente piensa que si se cae desde un lugar tan alto, es un reloj y definitivamente se romperá. . Si recibe un regalo roto, no tiene sentido, y esta es exactamente la intención de Citizen, que es mostrar a los consumidores que los relojes de la compañía son de una calidad bastante confiable.

Se puede ver que si desea que los demás sepan que los productos de su empresa son buenos, debe utilizar un método para atraer la atención de las personas y mover sus corazones. ¿Cuál es el secreto para generar impulso?Utilizar las oportunidades para crear un impulso poderoso y así formar la mayor influencia es el truco para generar impulso. Sin embargo, también se debe enfatizar la escala y la honestidad para generar impulso. Si el impulso es demasiado alto, será contraproducente.

cuento

R: Mira, ni siquiera puedes publicar anuncios en estos días.

B: ¿Por qué?

R: Coloqué un anuncio en el Beijing Evening News—requiriendo dos o tres vigilantes.

B: ¿Encontraste al perro?

R: No. Debido a esto, mi casa fue asaltada esa noche.

Segundo:.....

Usa el arte del lenguaje hábilmente para que otros te sigan inconscientemente.

Para persuadir a una persona que no está dispuesta a hacer algo para desafiar algo no se basa únicamente en la crítica. La habilidad excelente y el comportamiento expresivo y persuasivo pueden hacer que realmente contagies a los demás, de modo que los demás estén de acuerdo con tu punto de vista y hagan las cosas por ti de buena gana.

Si desea persuadir a una persona, primero debe prestar atención a algunos puntos, la idoneidad del uso de las palabras, si puede empatizar con la otra persona y si puede hacer que la otra persona se sienta feliz. El tono es armonioso y agradable, el encanto artístico es rico, la creatividad es novedosa y el lenguaje lleno de sentido artístico puede tener un sentido de la belleza, puede desarrollar un poder de ataque psicológico y lograr buenos resultados.

Que una persona pueda lograr el propósito deseado en la vida o en el trabajo depende en gran medida del proceso de comunicación con los demás. En el trabajo, a menudo puede tener tales dudas: su capacidad de trabajo no es inferior a la de los demás, y su actitud de trabajo también es diligente y concienzuda. Después de tantos años, el líder no lo aprecia y dudará de su capacidad con el tiempo. Pero, de hecho, este no es el caso.La razón clave es que no eres bueno en la comunicación y no has dejado que los líderes reconozcan tus habilidades.

En un hotel con estrellas en Guangzhou, un huésped extranjero se guardó en silencio unos exquisitos palillos cloisonné en el bolsillo después de comer.

El mesero se topó con esta escena. Caminó lentamente hacia el invitado extranjero, le entregó una pequeña caja con palillos cloisonné al invitado extranjero con ambas manos y le dijo al invitado extranjero: "Después de ti Durante la comida , Descubrí que ama tanto nuestros palillos, gracias por su amor por las artesanías de nuestro país. Para expresar nuestra gratitud, en nombre del hotel, le daré este par de palillos cloisonné estrictamente esterilizados y bellamente estampados, y sigue el 'precio preferencial' del hotel te dará un descuento, ¿te gusta?"

El invitado extranjero entendió naturalmente a qué se refería el mesero, quien luego de expresar su agradecimiento le explicó que había bebido demasiado, por lo que se guardó los palillos en el bolsillo por error. Luego, me di un "paso" y dije: "¡Los palillos no se pueden usar sin desinfectarlos, así que 'cambiaré lo viejo por lo nuevo'!" Luego puso los palillos sobre la mesa.

Todos tienen tiempo para hacer algo mal, pero la mayoría de las personas dirán algunas mentiras para darse un paso hacia abajo para salvar las apariencias.Si siempre hablan sin rodeos y no prestan atención a los métodos y métodos, solo empeorarán la situación. Usted deja espacio para la otra parte. En términos generales, la otra parte comprará su cuenta y le agradecerá su misericordia.

Un cliente vino a una tienda y pidió devolver un traje. Obviamente, el traje había sido abierto y usado, y la marca registrada fue arrancada, pero a su esposo no le gustó, por lo que ella insistió en que "nunca lo usó". Tras la inspección por parte del vendedor, se encontró que el traje tenía signos evidentes de limpieza en seco. Sin embargo, el cliente ya ha dicho que no lo ha usado y ha disfrazado las huellas de usarlo. Si lo dijo sin rodeos, definitivamente habrá una disputa.

Entonces, el vendedor cambió de rumbo y dijo eufemísticamente: "¿Es posible que un miembro de su familia haya enviado esta ropa a la tintorería por error? Yo he tenido una experiencia similar antes. Dejo la ropa que acabo de comprar y la ropa vieja en amontonada en el sofá y mi esposo termino metiendo toda la ropa en la lavadora sin darse cuenta, como la ropa si tenia signos evidentes de haber sido lavada, dudo que te haya pasado una situación similar. No lo creas, puedes comparar este vestido con otras prendas del mismo estilo."

Después de una comparación, la clienta supo que no había nada que decir, y el vendedor ya le había dado un paso hacia abajo, salvándole bastante la cara, así que empujó el bote y guardó la ropa.

Por lo tanto, mejorar el atractivo del lenguaje está relacionado con la capacidad de persuadir a los demás.

Entonces, ¿la llamada ofensiva significa usar una actitud fuerte para obligar a otros a obedecer?

Como dice el dicho, "Perdona a los demás y perdona a los demás", todos tienen dignidad, y no se permite que la dignidad de todos sea pisoteada fácilmente. Si confías en tu propia razón y culpas ciegamente a los demás, definitivamente empeorará las cosas. Una o dos palabras de comprensión no solo pueden salvar la cara de otras personas, sino también mostrar su generosidad.

cuento

A: Esposa, cuida a tu hijo hoy, él no escuchará lo que digo.

B: Los demás te tienen mucho miedo, ¿tu hijo no tiene miedo?

A: Yo soy un tigre y él es un buey. ¿No has oído que los terneros recién nacidos no le temen a los tigres?

Segundo:……

Convencer a los demás de que crean en sí mismos

En la vida real, la gente tiene este tipo de psicología: cuando tienes una comprensión más profunda de cierto aspecto, quieres que todo el mundo lo sepa. Pero incluso si puede demostrar que de alguna manera es una autoridad, es posible que aún se sienta avergonzado: los demás pensarán que solo se está jactando. Esto conducirá inevitablemente a que las personas te odien e ignoren tus sugerencias. En este momento, ¿por qué no aprendemos del zorro en la historia del prestigio del tigre falso del zorro? ¿Por qué no usar la boca de los demás (sin incluir a sus propios parientes, como el padre y la madre) para publicitarse y convencer a otros de que crean en usted?

En las actividades sociales, podemos usar la fuerza de los demás para desarrollarnos. Cuando todavía eres un "zorro", si quieres persuadir a los demás para que te miren con admiración, primero debes encontrar un "tigre poderoso". Un zorro en realidad nunca puede convertirse en un tigre, pero puedes convertirte en un hombre realmente fuerte con el poder del "tigre".

Muchas personas están de acuerdo con este método de persuasión y han logrado buenos resultados después de adoptarlo. Una conocida empresa financiada con fondos extranjeros quería contratar personal administrativo de alto nivel. El salario generoso y el trato superior atrajeron a muchas personas a postularse para el trabajo, incluidos muchos médicos y maestros, y algunos eran originalmente empleados de empresas extranjeras. Pero para sorpresa de todos, el ganador final fue un "don nadie" que solo tenía un título universitario y nunca había trabajado en una empresa extranjera. Al hablar de cómo ganar, este señor reveló su “arma mágica”: ××, un alto cargo en la industria, escribió una frase recomendándome en mi currículum.

Tal vez todavía tenga algunas preocupaciones en su corazón: ¿La gente tendrá prejuicios contra usted después de descubrir la verdad? No necesita preocuparse por esto, porque casi nadie usa atribuciones situacionales (como intercambios de intereses) para explicar el comportamiento de los demás. Los psicólogos llaman a este sesgo de juicio el error de atribución fundamental.

El error de atribución fundamental, también conocido como sesgo de atribución fundamental o error de atribución fundamental, se refiere a la tendencia de las personas a explicar el comportamiento humano con las características del comportamiento individual incluso cuando están en juego fuerzas ambientales muy poderosas, es decir, esta tendencia

sesgada a explicar Comportamiento causado por enfatizar solo los factores de personalidad e ignorar los factores situacionales. Por ejemplo, cuando los representantes de ventas tienen un desempeño deficiente, los gerentes de ventas tienden a atribuirlo a la pereza de los subordinados en lugar de a las condiciones objetivas.

Jeffrey Pfeiffer, profesor de comportamiento organizacional en la Escuela de Negocios de Stanford, realizó una investigación al respecto y cree que las personas usan el error básico de atribución para ver los comportamientos de otras personas de manera persuasiva.

En el experimento, Jeffrey Pfeiffer pidió a los participantes que simulen que son un editor que revisa el trabajo de un autor conocido. Jeffrey Pfeiffer les pidió que leyeran parte del prólogo del artículo. Un grupo de participantes leyó los logros biográficos del autor transmitidos por un tercero, y el otro grupo leyó la descripción del autor. El estudio de Jeffrey Pfeiffer encontró que a los participantes del primer grupo les gustaba más el escritor que a los del segundo grupo. Esto también confirma que existe un error de atribución fundamental.

Se puede ver que conseguir que el tercero adecuado haga publicidad para usted es muy útil para persuadir a otros.

Una empresa inmobiliaria utiliza este método para persuadir a los clientes. La división de negocio de la inmobiliaria se divide en dos partes: el departamento de venta de viviendas y el departamento de arrendamiento. Antes de 2012, su rendimiento era mediocre, pero después de hacer un pequeño cambio, su rendimiento aumentó repentinamente en un 50 %. ¿Qué es este pequeño cambio?

Antes de 2012, cuando un cliente llamaba a la empresa de bienes raíces, el operador siempre decía: "Oh, está buscando el departamento de arrendamiento. Espere un momento, transferiré la llamada a Lu Lanlan de inmediato". buscando el departamento de ventas, espere un momento, transferiré la llamada a Wang Jingjing de inmediato".

Después de realizar los cambios, el operador agregó la descripción de calificación de la persona a cargo cuando transfirió la llamada para el cliente: "Oh, está buscando el departamento de arrendamiento. Entonces debe preguntarle a la Sra. Lu Lanlan, ella es muy competente en el negocio de arrendamiento por aquí. 10 años de experiencia. Lo transferiré de inmediato "O" Oh, está buscando el departamento de ventas, lo transferiré a la Sra. Wang Jingjing, ella es la gerente del departamento y ha trabajado en esta línea durante 8 años".

El cambio en el discurso del operador tiene las siguientes características: Primero, la situación es verdadera. De hecho, Lu Lanlan ha estado en el negocio de arrendamiento durante 10 años, y Wang Jingjing tiene, de hecho, 8 años de experiencia en ventas. Pero si estas palabras salen de la boca de Lu Lanlan y Wang Jingjing, los clientes pueden pensar que están fanfarroneando, por lo que su credibilidad se verá muy reducida. En segundo lugar, los clientes no considerarán cómo se relaciona el operador con Lu Lanlan y Wang Jingjing, y si se benefician de ello. En tercer lugar, una mejora del rendimiento del 50 % es prueba de esta capacidad de persuasión. En cuarto lugar, este es solo un pequeño cambio y el costo de la persuasión es cero. No es necesario gastar dinero en capacitación especial para los operadores y no requiere que los operadores tengan conocimientos avanzados.
Por supuesto, uno debe prestar atención a que al usar la ley de la falsedad del zorro y el poder del tigre, uno no debe tener malas intenciones, de lo contrario, solo se quemará y eventualmente arruinará su reputación.

cuento

R: ¡Cambié a dos suegras al año!

B: ¡Puedes hacerlo, chico!

R: ¡No soy yo, es mi suegro quien puede!

Segundo:……

Si no puede persuadir, impresione a la otra parte con sinceridad.

Una persona cariñosa entiende y comprende los sentimientos humanos. Saben que al tocar a las personas con emoción, harán que otros hagan las cosas con la mitad del esfuerzo, que es mucho más rápido que convencer a las personas con la razón. Esta es una actitud de experiencia emocional que compara el corazón con el corazón y se pone en la situación. Pensar siempre el uno en el otro, entenderse, tomar la iniciativa para comprender y encontrar formas de resolver sus dificultades prácticas. Por otro lado, debería ser "no hagas a los demás lo que no quieres que te hagas a ti mismo".

Un día, una anciana lloró al abogado de Lincoln que trabajaba en un bufete de abogados sobre su desgracia. Ella es un anciano viudo cuyo esposo murió por su país en la Guerra Revolucionaria, y ella vive de una pensión. No hace mucho tiempo, el cajero de la pensión la extorsionó para que pagara una tarifa de tramitación antes de poder recibir la pensión, y esta tarifa de tramitación era la mitad de la pensión. Lincoln se enojó mucho después de escuchar esto y decidió presentar una demanda por la anciana de forma gratuita.

Sin embargo, debido a que el cajero estaba chantajeando verbalmente y no dejó ninguna evidencia, el demandante fue acusado de hacerlo de la nada y la situación era extremadamente desfavorable para Lincoln. En este momento difícil, sigue muy tranquilo y firme. Con lágrimas en los ojos, recordó con tristeza la opresión del pueblo colonial por parte de los imperialistas británicos, cómo los patriotas se levantaron para resistir, cómo pasaron hambre y lucharon en el hielo y la nieve, y cómo sacrificaron sus vidas y derramaron sangre por el independencia de los Estados Unidos. Finalmente, dijo: "Ahora, todo está en el pasado. Los héroes de 1776 han estado enterrados en el suelo durante mucho tiempo, pero su anciana y pobre esposa está justo frente a nosotros, exigiendo una apelación. Esta anciana fue una vez una hermosa niña "Tuvo una vida feliz junto a su esposo. Sin embargo, ahora lo ha perdido todo y está en la indigencia. Sin embargo, algunas personas que disfrutan de la felicidad que los mártires han ganado por la libertad quieren extorsionar su mísera pensión. ¿Tienes conciencia? ¿Cómo puedes hacemos la vista gorda cuando ella está indefensa y tiene que pedir nuestra protección?"

El tribunal estaba lleno de llanto, las ojeras del juez estaban rojas, y la conciencia del acusado se despertó, y ya no lo negó. El tribunal finalmente dictó sentencia para proteger a la viuda del mártir de la extorsión.

Es difícil ganar una demanda sin pruebas, pero Lincoln lo consiguió. Esto debe atribuirse a sus emociones conmovedoras, dominando la psicología de la audiencia y el acusado, logrando la unidad orgánica de la razón y la emoción, y logrando el efecto de conquistar los corazones de las personas.

Debido a que las personas son animales emocionales, tocar a las personas con emoción es la mejor manera de impresionar a los demás. Si se dice que cuando los demás están tristes, en realidad es indiferente; cuando los demás encuentran dificultades, no puede ayudarlos a resolver sus problemas, o incluso negarse a hacerles favores, eso no es razonable. Tal persona no obtendrá la simpatía y la ayuda de los demás. Entonces, le será más difícil hacer las cosas, por lo que es difícil tener éxito en su carrera.

Sabiendo ser humano y empatía, entonces al mirar los problemas, manejar las cosas y resolver los conflictos, tendrás más comprensión, más sabiduría y más métodos, y será más fácil hacer las cosas. En la vida real, hay demasiados lugares donde la gente necesita empatizar.

Al hablar y hacer las cosas, debe tener evidencia, razón y sustancia en sus palabras, es decir, convencer a las personas con razonamiento. Es mucho más lento que tocar a las personas con emoción. Porque, en el proceso diario de tratar con personas, a menudo nos encontramos con algunas personas con temperamentos extraños. Siempre hay algunas personas que "comen suave pero no duro". Para tratar con este tipo de personas, no es bueno ser duro, y la razón no puede sacudirlo fácilmente, así que sé suave y muévelo con emoción, y las cosas serán mucho más fáciles después de eso. Al tratar con alguien, lo mejor es adaptarse a la personalidad de la otra persona, tratar de hablarle con palabras suaves, decirle palabras de respeto y elogio, para ganar su simpatía, comprensión, tolerancia y perdón, para obtener su apoyo y ayuda, a fin de lograr su propio propósito.

En definitiva, emocionar a las personas es más rápido que convencerlas con razonamientos, esta es una verdad innegable cuando se trata de personas. No importa cuál sea su estado, no puede decidir y tratar las cosas en función de sus gustos y disgustos personales, sino que debe decidir cómo hacerlo de acuerdo con la razón del asunto, para ganar la convicción de la gente. Es decir, familiarizarse con los sentimientos humanos, aprender a empatizar con los demás, a pensar con empatía, a mirarse con detenimiento, a ponerse en el lugar del otro, a persuadir a los demás a través de la comunicación, a hacerles sentir su sinceridad. , y retribuirles con la misma sinceridad, a fin de lograr la armonía entre ustedes.

cuento

A: Pesa algunas bananas para mí.

B: Diez yuanes y cincuenta centavos.

R: Diez yuanes. A menudo te compro plátanos.

B: ¿Puedes ser un poco sincero al engañar a la gente? ¡Hace medio año que no pongo un puesto aquí!

Primero:……

Convéncete a ti mismo antes de convencer a los demás

Si quieres convencer a alguien de algo, primero convéncete a ti mismo. Dicho esto, debe ser firme para tener alguna posibilidad de persuadir con éxito a otros. Si su propio punto de vista es vacilante, es posible que al final no pueda convencer a la otra parte, pero puede permitir que la otra parte lo convenza a usted. Por ejemplo, si un vendedor quiere vender su producto con éxito, primero debe creer que el rendimiento del producto es bueno y que vale la pena el dinero de la gente para comprarlo Para actuar de manera realista, debe estar en la escena, creer que la trama realmente te sucedió, entonces puedes llevar a la audiencia a una situación realista al actuar... En pocas palabras, si queremos que la otra parte reconozca algo, primero que nada, permítete reconocer completamente este asunto, sin importar cómo la otra parte parte lo cuestiona, no debe vacilar. Este es el llamado "corazón de cuchillo" al persuadir a otros.

¿Debe expresarse el "corazón de cuchillo" a través de la "boca de cuchillo"? No necesariamente, o esta no es la mejor manera de persuadir a otros. Si quieres persuadir a los demás, tus creencias deben ser extremadamente firmes, no hay duda al respecto: pero si tu tono también es muy duro, no permitas que la otra parte tome un respiro, o no le des un poco de margen de maniobra, incluso si realmente persuade a la otra parte, entonces también se ve obligado a venir. Como dice el dicho, "los melones retorcidos no son dulces", incluso si la otra parte admite que usted la persuadió, es posible que no esté realmente convencida en su corazón. De hecho, esto no logra el verdadero efecto de persuasión, pero hará que la otra parte te tema y te asquee.

Lin Xia obtuvo un muy buen resultado en el examen de ingreso a la universidad y toda la familia estaba muy feliz. Sin embargo, Lin Xia tuvo un desacuerdo con su madre cuando se trataba de solicitar carreras. Lin Xia quería solicitar una especialización en economía y comercio exterior, pero su madre quería que su hija se especializara en administración de ingeniería. Con respecto al futuro de su hija, la madre de Lin Xia no pasó mucho tiempo pensando en eso. Esta vez, le pidió a la gente que averiguara qué carreras son las más populares y qué carreras serán más fáciles de encontrar en el futuro. El resultado de la investigación fue que ella finalizó unilateralmente la especialización en administración de ingeniería, y debe permitir que Lin Xia informe sobre esta especialización.

La madre y la hija discutieron sobre esto durante mucho tiempo. Lin Xia dijo: "Me gusta más el inglés y espero poder desarrollarme en inglés en mi trabajo futuro. Por lo tanto, la

especialización en economía y comercio exterior es la más adecuada". para mí Y la especialidad en administración de ingeniería que mencionaste En el futuro, es posible que tenga que quedarme en el sitio de construcción todos los días para participar en el trabajo, que no es lo que quiero ". La madre de Lin Xia respondió de inmediato:" Hay tantas chicas en administración de la construcción, creo que es bueno. Tu comercio exterior, el futuro. ¿Viajas a menudo a varios lugares por trabajo? ¿No sería peor? No, estoy totalmente en desacuerdo. Debes postularte para la carrera que mencioné, y estás no se le permite solicitar nada más". El tono de su madre era tan fuerte que Lin Xia no tuvo más remedio que hacerlo. En un ataque de ira, cerró la puerta y se fue. Unos días después, Lin Xia regresó de la escuela y le dijo a su madre que ya había completado la carrera de economía y comercio exterior y que no podía cambiarla.

La forma en que la madre de Lin Xia persuade a los demás es un típico "corazón de cuchillo, boca de cuchillo". No le dio a su hija una razón desde la perspectiva de las ventajas profesionales, sino que vetó directamente las ideas de su hija, tratando de imponer su propia voluntad a su hija. Por supuesto, tal persuasión no será efectiva. Por el contrario, si puede cambiar el método de persuasión, primero dígale a su hija las ventajas respectivas de las dos carreras en un tono deliberativo y las razones por las que quiere que elija la gestión de ingeniería; luego, exprese su opinión "solo como referencia", y tomar la decisión final Todavía depende de la hija tomar la decisión, por lo que creo que Lin Xia pensará con calma cuál de las dos carreras es mejor y, al final, puede elegir la carrera que eligió su madre para ella. Este método de persuasión de "corazón de cuchillo, boca de tofu" no solo puede lograr un mejor efecto de persuasión, sino que tampoco dañará la relación entre madre e hija.

De esto se puede ver que no importa que usted, como cabeza de familia, quiera persuadir a sus hijos, o que un líder superior quiera persuadir a sus subordinados, no importa cuán decidido esté a cambiar a la otra parte, el método que adopte. debe ser duro en tu corazón y suave en tu boca. El efecto de tal persuasión a menudo es mucho mejor que imponer la voluntad de uno a los demás.

cuento

R: ¡Escuché que el supervisor lo regañó esta mañana!

B: Sí. Pero no importa, se dice que el supervisor tiene boca de cuchillo y corazón de tofu, ¡creo que lo hace por mi bien!

R: ¡Sí! ¡El tofu congelado también es tofu!

Segundo:……

Capítulo 7 Aprende a andarte por las ramas y usa la lógica para confundir al oponente

La persuasión con lógica hace la diferencia

Los movimientos históricos de innovación y los movimientos culturales han provocado cambios generales en la psicología social. Los resultados a alcanzar están relacionados con los medios del líder y los fines a alcanzar.

Pedro I fue un genio reformador. Sus reformas involucraron casi todos los campos de la vida social. Durante su vida, promulgó más de 3000 leyes y reglamentos, llevó a cabo reformas en las agencias administrativas, las fuerzas armadas, la industria y el ejército, estableció muchas escuelas y academias de ciencias y envió a jóvenes a estudiar en el extranjero. Bajo tal tormenta de lavado de cerebro en Rusia, la racionalidad superó a la ignorancia y la luz de la ciencia brilló en todas partes. Después de la reforma, Rusia rápidamente se puso al día con la tendencia avanzada del mundo. No es de extrañar que Peter dijera: "Aunque no pude construir una Rusia fuerte con mis propias manos, mis hijos y nietos seguirán este camino hasta que se logre la meta".

Echemos un vistazo al impacto de la reforma en la sociedad: el crecimiento de la fuerza nacional y la enorme mejora de la fuerza general han convertido a Rusia en uno de los países más poderosos de Europa. La perestroika trajo cambios trascendentales a la sociedad rusa.

Rousseau, el padre de la revolución burguesa, dijo: "Inculcamos la verdad en el cerebro humano para que no sea ocupado por la falsedad". En la vida de una persona, la educación es lo más útil para ayudar a las personas a eliminar las falacias. Por lo tanto, estar ocupado por la verdad y estar ocupado por la falsedad deben ser dos extremos. Cuando el sistema de la verdad echa raíces en nuestro cerebro, es difícil que entre la superstición feudal.

Mucha gente piensa que los maestros de marketing negocian con los clientes, rara vez hablan de cosas y pasan la mayor parte de su tiempo haciendo dos trabajos:

●Estudiar las debilidades de los clientes.

● Hablar repetidamente sobre los beneficios y la influencia del producto.

Este tipo de comprensión solo ve la superficie. De hecho, 1 es ganar el favor de los clientes y 2 es hacer que los clientes estén de acuerdo con el producto. Después de que estos dos puntos se realicen con éxito, la mayoría de los clientes elegirán entre los productos que presente. Sin embargo, los clientes a los que no se les ha lavado el cerebro a fondo todavía tienen dudas sobre el producto y quieren echarle otro vistazo y compararlo. A estos clientes se les debe lavar el cerebro por segunda vez.

El impacto de los conceptos ocurre en todos los aspectos de nuestras vidas, aunque no los entiendas o incluso los reconozcas, muchos conceptos han sido sutilmente "plantados" en nuestras mentes.

Hubo un momento en que Wanjiu King era muy popular y había un anuncio en el horario de máxima audiencia. Todos estaban familiarizados con el eslogan: "Didiglycol, la calidad fluye como el oro".

Algunos clientes fueron al centro comercial a comprar vino, y cuando escucharon que el precio del vino había bajado, se marcharon en masa. En el área de degustación de productos, muchos clientes preguntaron: "Me pregunto si es lo mismo que Wanjiu Wang, goteando dulzura, y la calidad es como el oro".

Al parecer ese eslogan popular se ha convertido en un referente para que la gente juzgue si el vino es bueno o malo, y les han lavado el cerebro.

Lo más interesante es que la mayoría de los clientes que se confunden con los anuncios no son nuestros clientes potenciales, pero tienen información exclusiva sobre nuestros productos y le dicen al personal de ventas que nuestros productos deben estar en línea con ciertos productos. Y lamentablemente, nuestros vendedores a menudo también son persuadidos por los clientes. Si el rendimiento no es bueno, dicen con tristeza:

(1) El precio es demasiado alto.

(2) La popularidad de nuestros productos es demasiado baja.

(3) Tenemos que aumentar nuestra reputación para que los clientes confíen más en nosotros.

Al escuchar estas palabras, hay que admirar, la opinión del cliente hace que el vendedor pierda confianza en sí mismo, y siempre piensa que la opinión del cliente es la correcta. De hecho, lo que dicen los clientes no es más que desde la perspectiva de sus propios intereses. Si el rendimiento no es bueno, puede ser que los grupos de clientes bloqueados por el personal de ventas estén sesgados. La razón fundamental para ser persuadido por los clientes es que el vendedor aún no ha tenido un conocimiento profundo de sus productos y no ha captado la información detallada de los clientes, por lo que no es de extrañar que se deje llevar por las narices cuando trabaja en estas circunstancias. Cuando tiene la misma opinión que el cliente, el cliente lo ha persuadido.

Estamos rodeados de mucha información todos los días, algunas de las cuales pueden sernos útiles y otras negativas. Por ejemplo, aquellos anuncios que prohíben fumar y beber

alcohol son beneficiosos para nuestra salud. Los anuncios que ensalzan el hecho de que poseer algo es verdaderamente satisfactorio intentan que paguemos por ello.

cuento

Chica: Hermano, déjame presentarte a una novia, ¿y tú?

Hermano: ¿Quién es?

Hermana: Nuestra directora es tan bonita.

Hermano: ¿Por qué presentármelo?

Hermana: No haré mi tarea en el futuro, si se atreve a regañarme, romperás con ella.

hermano mayor:……

La imitación también debe ser invisible.

Todos hemos pasado por eso: en muchos restaurantes grandes, después de ordenar, el mesero se aleja sin decir una palabra o simplemente dice "sí" y lo deja pasar. Obviamente, en comparación con ese camarero, el camarero que repite el pedido será más apreciado por los clientes, porque este último no hará que los clientes se preocupen por el Red Star Erguotou que ordenaron, pero cuando se entregue, será Niulanshan Erguotou.

El profesor de psicología Rick von Baren realizó un experimento y descubrió que mientras el mesero pueda repetir la oración cuando el cliente ordena, puede hacer que su dinero extra sea más lucrativo. No hay necesidad de más explicaciones, no más asentimientos, no hay necesidad de decir "sí", simplemente volviendo a contar frase por frase, puede enriquecer su bolsillo. Según una encuesta, los meseros que reciben clientes de acuerdo con el método anterior obtienen propinas un 70% más altas que aquellos que no dicen una palabra o responden "sí" a la ligera.

¿Por qué la imitación deliberada sin dejar huellas puede despertar el favor de la otra parte y obtener más propinas? Quizás esto tenga algo que ver con nuestro gusto subconsciente por las personas que son similares a nosotros. Desde un punto de vista psicológico, los movimientos corporales son una forma de "comunicación interior". Dos personas se toman como objetos a imitar, y deben apreciarse mutuamente o tener el mismo estado mental. De hecho, los profesores Chatand y Barge creen que imitar el comportamiento de otra persona puede potenciar las emociones y fortalecer la relación entre las dos partes involucradas.

Cierto psicólogo hizo un experimento de este tipo: encontró al azar a dos sujetos en la calle, les pidió que tuvieran una breve comunicación con un asistente de investigación y luego expuso sus impresiones sobre el asistente de investigación. Luego, el psicólogo le pidió al asistente de investigación que copiara el comportamiento de uno de ellos: si se sentaba con los brazos cruzados y golpeaba los pies en el suelo de vez en cuando, el asistente de investigación lo copiaría exactamente; el comportamiento no tiene que ser imitado.

Los resultados del experimento mostraron que a la persona imitada le gustaba más el asistente de investigación y encontraba agradable el contacto con él. Del mismo modo, cuando el camarero repite la frase cuando el cliente pide, también es porque al cliente le gusta y recibe más propinas.

El experimento de William Maddux también puede probar este punto.

En uno de sus experimentos, invitó a un muy buen negociador. Le pidió al negociador que realizara la misma negociación con los negociadores de dos empresas en nombre de una determinada empresa, y le pidió al negociador que negociara con una empresa. Al negociar, imite el parte negociadora Si a la otra parte le gusta cruzar las piernas, también debe hacer la misma acción, pero no es necesario cuando se negocia con otra empresa. Los resultados mostraron que se tardó solo una hora en negociar con la empresa anterior para llegar a un acuerdo, mientras que con la otra empresa se tardó dos días.

William Maddocks cree que esto se debe a que la imitación aumenta la confianza, y la confianza alienta a una de las partes a revelar detalles y, por lo tanto, llegar a un acuerdo.

Tal vez tenga esta experiencia: cuando la otra parte está sentada en la misma mesa con usted para negociar, accidentalmente descubre que sus acciones son exactamente las mismas que las de la otra parte. Una vez que descubres esto, inmediatamente te ajustas a una posición diferente porque te sientes incómodo. Pero el experimento de William Maddux nos dice que imitar sin dejar rastro puede beneficiar a ambas partes, al menos para que tu éxito no sea a costa de los demás.

La imitación invisible también puede ser persuasiva en otros contextos.

Gao Yuan es telefonista de una empresa eléctrica. Ella una vez contó algo como esto:

Un cliente enojado llamó y pidió hablar con un gerente, quien estaba muy enojado con el servicio posventa de la empresa. Después de recibir la llamada, Gao Yuan le dijo al cliente: "Lamento molestarlo".

"¿Estoy molesto? Estoy enojado. "El cliente levantó la voz.

"Sí. Puedo oír que estás preocupado".

"¿Molestia? ¿Es molestia? ¡No estoy molesto, estoy enojado!", la voz del cliente era más fuerte esta vez.

La conversación se convirtió rápidamente en una discusión sobre la intención, con el cliente furioso por el hecho de que Gao no admitió que estaba enojado.

Después de contar su historia, Gao Yuan me preguntó: "¿Por qué sucedió esto?".

"En realidad, no es tu culpa, es solo que has descuidado la importancia de parafrasear a la otra persona. Si simplemente parafrasearas al cliente, no te habrías metido en esta situación", le dije.

"¿En serio? La próxima vez que me encuentre en una situación así, probaré tu método. Si funciona, te invitaré a cenar", respondió Gao Yuan.

"Confía en mí, todo lo que tienes que hacer es decir 'Lamento molestarte. ¿Hay algo que podamos hacer por ti?'", Dije.

Efectivamente, Gao Yuan nunca permitió que nada se convirtiera en una situación así en su trabajo. Por supuesto, también tuve una buena comida.

Vale la pena señalar que al imitar el comportamiento de la otra parte, no debe mostrar ningún rastro, de lo contrario, la gente pensará erróneamente que se está burlando de él o halagándolo deliberadamente, lo cual es algo malo.

cuento

A y B son hermanos, y a B siempre le ha gustado imitar a A.

Un día, A estaba charlando con un amigo.

R: Un día llevé a una chica conmigo en una moto, quise besarla en el camino, pero la chica se negó. Estaba tan triste que tiré a la niña al costado del camino y regresé solo.

B escuchó la conversación de A. Al día siguiente, él estaba aburrido y bajó a andar en bicicleta, se encontró con una niña del vecino que vino a sentarse detrás del auto.

B: ¿Puedo besarte?

Chica: ¡Sí!

B: ¡Ups! La situación no coincide. ¡Bajaré, puedes regresar solo!

chica:……

Usa datos para hablar, tu persuasión es más poderosa

Cuando discute con alguien, si quiere convencer a la otra parte, generalmente tiene que hacer que la otra parte no pueda refutar mediante el razonamiento. Sin embargo, si se enfrenta a un debatidor fuerte o si su capacidad de control del idioma es limitada, puede que no sea ventajoso persuadir al oponente a través del razonamiento. En este momento, la estrategia de citar clásicos puede mostrar sus talentos.

Con hechos para apoyarse, inmediatamente dejará sin palabras a la otra parte. Cabe señalar que las palabras citadas de otros, los datos de encuestas e investigaciones y los casos reales son mejor conocidos por todos, y solo las cosas que generalmente reconocen las personas pueden ser reconocidas por otros.

Como dice el refrán: "Los hechos prueban todo". No importa cuán elocuente sea una persona, tiene que inclinar la cabeza ante la realidad. En el momento crítico, mostrará la carta de triunfo indudable de los "hechos". Por un lado , también admitirá tu habilidad desde el corazón.

Si usted es un miembro del personal en la oficina de ventas y alguien le pregunta a qué distancia está el inmueble de la estación de autobuses, la mayoría de las personas responderá "unos dos kilómetros", pero su respuesta es "1,85 kilómetros", de este Ven, el otro parte pensará que lo que dijiste es verdad, y su confianza en ti también se verá fortalecida, e incluso sentirán que "la distancia no debe ser demasiado lejana". Y la respuesta de "unos dos kilómetros" le dará a la gente una sensación de ocultamiento y hará que otros duden de ti y de lo que dijiste.

Aquí, una forma muy convincente de presentar los hechos es hablar con datos.

Muchas veces, tan pronto como aparecen "Creo", "Mi sugerencia es" y palabras similares, las personas comienzan a buscar agujeros en su punto de vista y se preparan para rebatirlo. No importa cuán suave sea tu tono, se verá imponente. En lugar de afirmar su propia opinión, deje que los datos hablen por usted. También podría comenzar con "según los datos del Instituto XX" y decirle a la gente que es un mensajero apasionado y que no quiere manipular ni coaccionar a la otra parte. De esta manera, la otra parte aceptará fácilmente su información y comenzará a pensar en la dirección indicada por la información.

Después de una cuidadosa investigación de 21 experimentos sobre persuasión, el psicólogo McCloskey confirmó la conclusión de que "es más fácil persuadir con éxito a otros cuando

hay datos y hechos". Según McCloskey, si ya tiene los siguientes datos, puede convencer fácilmente a la otra parte si se los muestra.

(1) Datos inesperadamente preciosos;

(2) Datos confiables;

(3) Datos recopilados de muchas personas;

(4) Datos profesionales;

(5) Combinación de múltiples datos.

Los datos tienen una presión indiscutible sobre las personas, incluso las personas que no están dispuestas a obedecerte son impotentes para refutar frente a los datos. Hay otra ventaja obvia de usar datos para hablar, que es usar datos para expresar pensamientos personales, incluso si la otra parte tiene opiniones, no hay razón para señalar los signos de oposición hacia usted mismo, evitando así la confrontación con los demás.

De hecho, siempre que haya hechos para respaldar, no es necesario explicar demasiado, no importa cuán tercas sean las personas, solo pueden aceptar su punto de vista. Curiosamente, lo importante aquí es "tener hechos", y "la verdad de los hechos" a veces no es importante. En pocas palabras, solo hacer que lo que dices "parece la verdad" funciona, y no tiene que ser verdad.

Por ejemplo, si desea enfatizar que un hilo es muy delgado, dígale a la otra parte que el hilo tiene solo 20 micrones de diámetro y la autenticidad se reflejará de inmediato. Incluso si el diámetro real del cable es de 23 micrones, no es un gran obstáculo. Parece la verdad y se mejora la persuasión.

Al mismo tiempo, a lo que debe prestar atención el persuasor es a que aunque los hechos no sean absolutamente ciertos, no debemos chismorrear sin límites y olvidar que lo más convincente son siempre los hechos mismos. De hecho, en muchos casos, siempre que las cosas relacionadas con el problema se expliquen de manera clara y completa, será una cuestión de rutina para persuadir a los demás.

cuento

A: ¿Escuché que su computadora está rota?

B: no. Acabo de enviarlo a logística.

R: ¿Ah? ¿Te va a dar una computadora nueva?

B: ¿Dónde está?, quieren ver los datos del ordenador y me piden que les dé el disco duro del móvil. No sabía cuál se llamaba disco duro móvil, así que pasé la computadora a logística.

Primero:……

Deje que los clientes se concentren en las ventajas

Cuando estamos en contacto con los clientes, debemos hacer todo lo posible para cambiar la mirada de la otra parte hacia las ventajas de nosotros mismos y de nuestros productos. Pero en el proceso de comunicación, lógicamente hablando, los clientes primero comprenderán las diversas funciones del producto y luego encontrarán las piezas que se ajusten a sus propias necesidades, y las piezas que no coincidan con las funciones del producto y las necesidades del cliente se convertirán en las primeras. opción para que los clientes compren obstáculo.

Dado que es un obstáculo objetivo, ¿puede ser superado?

La mente de la mayoría de las personas se detiene en este punto.

De hecho, no necesitamos superar la dificultad de los obstáculos, solo necesitamos expresar completamente las ventajas del producto.

Al igual que los cantantes, no muchos cantantes son tan perfectos, pero esto no impide que muchas personas amen a los cantantes. Esto demuestra que lo que compra la audiencia son sus necesidades, y esos "defectos" son tolerables. Al igual que los productos en nuestras manos, hay ventajas y desventajas, por lo que tratamos de no exponer las desventajas propias y de los productos a los clientes, y cuando los clientes se aferran a las desventajas, puede decirles:

En términos relativos, las desventajas no son tan malas y otros productos las tienen.

Las ventajas de nuestros productos no se encuentran en otros productos.

Y deje que los clientes se sientan más acerca de las ventajas del producto. Bajo los ojos de enfrentar los defectos directamente, cómo cambiar razonablemente la atención a las fortalezas de uno mismo y el producto es la habilidad que el maestro del pensamiento necesita para jugar. La viabilidad del producto es la premisa, por lo que incluso si el cliente se da cuenta de que lo está haciendo intencionalmente, no sentirá que está siendo engañado, simplemente cambia la situación a su favor al pensar.

Suponga que no es una persona elocuente, pero puede analizar las funciones de varios productos con mucha claridad, esta es su ventaja diferente a la de los demás. Muchas empresas reconocerán a ese personal de desempeño sobresaliente en la conferencia y alentarán a las personas a aprender de ellos. La gente tendrá la idea de que el desempeño sobresaliente de la persona que se recomienda se logra a través de la elocuencia y las conexiones. Entonces la mentalidad de rebaño impulsa a todos a desarrollarse en esta

dirección. Pero, de hecho, el éxito de todos tiene características individuales. No todos pueden lograr las metas de los demás a través del trabajo duro. Cuando otros tienen éxito, tenemos que cambiar nuestro pensamiento y ver qué vale la pena aprender.

El ganador del Premio Nobel Otto Wallach estudió literatura en la Universidad de Göttingen antes de ingresar al campo de la química, pero sus calificaciones no eran satisfactorias, el maestro pensó que aunque trabajaba mucho, era demasiado reservado. Y la literatura requiere suficiente imaginación. Incluso si Wallach tiene cualidades perfectas, tal personalidad no se puede resaltar en la literatura.

En este caso, Wallach tuvo que aprender a pintar al óleo, y esta vez Dios volvió a hacer una gran broma con Wallach. Su comprensión del arte no es sólida, no es bueno para la composición y no es muy bueno para colorear, y sus calificaciones son las peores de la clase. La evaluación que le da la escuela es: "Eres un talento inculpable en el arte de la pintura". En el campo del arte, esto puede llamarse un estudiante muy "torpe". La mayoría de los profesores piensan que no tiene esperanzas de convertirse en un talento. Solo un profesor de química lo encontró meticuloso en su trabajo, que es imprescindible para los experimentos de química. Así que Wallach volvió a estudiar química con Weller. Este cambio encendió todas las chispas de la sabiduría de Wallach a la vez. Su rigor lo hizo desarrollarse a pasos agigantados en este campo. En 1910, ganó el Premio Nobel de Química. Este mago "torpe" simplemente encontró su propia posición y manejó sus propias fortalezas para alcanzar el pináculo del logro.

Algunas debilidades pueden desaparecer a través del trabajo duro, pero esas debilidades inherentes, como las diferencias en apariencia, físico, patología, etc., no se pueden cambiar. Todos esperan mostrar su lado fuerte y hacer todo lo posible para cubrir su lado débil, pero también hay muchas personas que saben cómo convertir su lado débil en fortaleza. Esto es capital débil. Este tipo de capital no está disponible para aquellos que son fuertes en este campo. Este poder es el capital psicológico, es decir, la riqueza psicológica.

Theodore Roosevelt se convirtió en presidente de los Estados Unidos a la edad de 42 años. Es el presidente más joven de los Estados Unidos y uno de los presidentes más grandes de la historia estadounidense. Sin embargo, el estadista fue un individuo bastante imperfecto en su juventud. Cuando era niño era muy tímido y frágil, cuando el maestro lo cuestionaba en clase, se ponía de pie horrorizado, sus piernas y labios temblaban constantemente y su voz no se escuchaba con claridad. Además, su apariencia no es apuesto. Pensaríamos que un niño como él con dientes de conejo y una personalidad muy sensible encontraría una

manera de evitar una vida colorida, porque la mayoría de estos niños tienen una personalidad tranquila y son taciturnos. Pero Roosevelt no es así, tiene un espíritu de lucha tenaz. No desistió de sus esfuerzos por sus defectos, al contrario, estos defectos aumentaron su entusiasmo por la lucha. Enfrentando el ridículo de los demás, enderezó aún más la espalda y usó su firme voluntad para evitar temblar cuando hablaba. En el proceso de crecimiento, a través de esta fuerte voluntad, superó muchos defectos inherentes.

Mientras que otros estaban molestos por sus propios defectos, Roosevelt los convirtió en capital para el crecimiento. Usó sus propios métodos para superar estos defectos una y otra vez, y gradualmente ya no tuvo miedo de ser mencionado por otros.

Gates dijo: "Respetamos a Roosevelt y, al mismo tiempo, también esperamos hacer algunos esfuerzos para cambiar nuestro propio destino como él. Si tratamos de hacer algo que valga la pena y fallamos, usaremos excusas para encubrir el nuestro". entonces estamos usando nuestras propias deficiencias como excusa".

Las deficiencias no son terribles en primer lugar, y las deficiencias también pueden transformarse en la fuerza impulsora del éxito. ¿Qué poder puede tener una persona así para impedir que triunfe explotando sus fortalezas y convirtiendo sus debilidades en capital? ¿Por qué molestarse en ser levantador de pesas si no eres alguien con grandes brazos? Todos tienen sus propias características, al igual que una persona tiene sus propios defectos irresistibles en algunos aspectos, no hay necesidad de competir en absoluto, en lugar de competir con otros en este aspecto. No hay necesidad de gastar energía en cosas que no podemos hacer con éxito. Claramente, aquellos que saben trabajar en sus fortalezas son sabios. Al mismo tiempo, también debemos aprender a admitir las deficiencias y encontrar formas de convertir las debilidades en capital.

Cuanto mejor gestionemos nuestras fortalezas, mejor seremos. Este tipo de pensamiento también es aplicable a los productos. No compares las debilidades de tus propios productos con otros productos, siempre que exista una analogía similar.

cuento

R: Háblame de tus fortalezas y debilidades.

B: Mi ventaja es que mi imagen personal es mejor y me veo más guapo, por lo que puedo dejar una buena impresión en los clientes.

A: ¿Qué pasa con tus defectos?

B: Mi defecto es que tengo una mejor imagen personal y una apariencia más atractiva, de esta manera los clientes solo pueden prestar atención a mi apariencia y tienden a ignorar mi habilidad.

Primero:……

No hay un objetivo en mente, solo ser llevado por la nariz.

En un gran desierto, un padre llevaba a sus hijos a cazar camellos.

Cuando llegaron a su destino, el padre le preguntó al hijo mayor: "¿Qué viste?"

El hijo mayor miró a su alrededor y respondió: "Cielo azul, nubes blancas, desierto interminable y camellos en el desierto".

Después de escuchar al padre, no se comprometió y continuó preguntando al segundo niño: "Hijo, ¿qué viste?"

El segundo hijo también miró a su alrededor y dijo: "El cielo azul, las nubes blancas, el desierto y los camellos en el desierto y nosotros los peatones".

El padre todavía no se comprometía y continuó preguntando al tercer niño: "Hijo, ¿qué viste?"

El niño miró a lo lejos y solo dijo dos palabras: "Camello".

El padre felizmente palmeó la cabeza del tercer niño y dijo: "Tienes razón, estamos aquí para encontrar camellos".

Se puede decir que entre los tres niños, solo el tercero no ha olvidado el propósito de esta visita. Luego, el jefe y el segundo niño distrajeron su atención del objetivo porque prestaron demasiada atención a la información.

Una persona cierra los ojos y no piensa en nada, abre los ojos un minuto después y recuerda cuántos pensamientos pasaron por ti en ese minuto. Nos sorprendió descubrir que algunas personas tienen docenas o incluso cientos de pensamientos en un minuto, mientras que aquellos con pocos pensamientos tienen de 3 a 5. Pueden surgir tantos pensamientos en un minuto, y no es suficiente detenerse y pensar. Realmente no es fácil para nosotros ordenar nuestro pensamiento entre tantos pensamientos y ver claramente la verdad. No es raro en nuestro trabajo olvidar el objetivo porque nos enfocamos demasiado. Muchas personas quieren hacer un informe, así que enumeran muchos datos y hacen un hermoso PPT, pero al final olvidan el propósito de hacer esto.

El experto en administración Peter Drucker propuso por primera vez el concepto de "administración por objetivos" en "Práctica de administración" en 1954. Creía que no es porque hay trabajos que hay metas, sino que solo cuando hay metas se puede determinar el trabajo de todos. Por lo tanto, la misión y las tareas de la empresa deben transformarse en objetivos. Si no hay una meta para cierta posición, entonces el trabajo de esta posición se pasa por alto fácilmente. Por lo tanto, los gerentes deben administrar a los subordinados a

través de metas. Cuando la alta dirección de una organización determina las metas, es necesario descomponerlas de manera efectiva y transformarlas en metas escalonadas y personales, de esta manera, las metas y tareas asignadas por los gerentes pueden evaluarse fácilmente.

En el proceso de comunicarse con los demás, sin un objetivo claro en mente, es fácil perderse en la conversación. Originalmente, puede tener el deseo de persuadir a otros, pero al final, está hablando con los clientes sobre otros temas irrelevantes. Al final, fue llevado por la nariz por el cliente.

Entonces, ¿quién es más probable que se pierda en el pensamiento manipulador?

●Personas que apuntan demasiado alto.

Aunque aquellos que no se fijan metas a sí mismos a veces ganan, pero eso es muy contingente. Para evitar perdernos en la comunicación con los clientes, debemos establecer objetivos razonables. Esto requiere que aprendamos a dividir las metas grandes en metas pequeñas con resultados visibles. Esto está más motivado psicológicamente.

Esas metas lejanas y poco realistas pueden desorientar, porque es difícil saber si el final de la actividad está más cerca de la meta. Si el objetivo es demasiado grande, no puedes sentirlo incluso si te acercas a él, por lo que si no te acercas al objetivo, parece ser solo una pequeña desviación del objetivo elevado, y no lo harás. No siento que afecte la situación general. La psicología humana es así: cualquier suposición incierta dañará los resultados.

●Personas que no tienen metas.

Las personas sin objetivos se sienten poco importantes en lo que hacen y en lo que dejan de hacer, porque sin un sentido de logro, no hay presión, ni sentido del honor ni de la desgracia. Si no hay una meta y no se puede mejorar el desempeño personal, la empresa definitivamente se arruinará pronto como todos decían. Por lo tanto, el efecto de las metas en la mejora personal es muy evidente: si tienes metas, las perseguirás, y si tienes objetivos, encontrarás la manera. Una meta es una expectativa que crea la motivación para alcanzarla.

Tan grande como la organización y planificación de un evento de ventas, tan pequeño como una conversación y visita de un cliente, no hay un objetivo en mente, no importa cuán buena sea la oportunidad, es inútil.

Algunos jóvenes que acaban de ingresar al lugar de trabajo entrarán en pánico cuando se enfrenten a grandes clientes, y serán guiados por la nariz durante la conversación, y finalmente perderán por completo el "poder de contraatacar". Es como si esta

comunicación con el cliente fuera una aventura, y mis propios trucos están agotados y no soy tan grande como el cliente. Obviamente, esto se debe a que el vendedor se ha fijado metas personales demasiado pequeñas y no es una cuestión de nivel personal.

Hay una historia interesante sobre un pescador que fue a pescar en el mar, pero cuando recogió la red, soltó todos los peces grandes, dejando solo los pequeños. Alguien se sintió muy extraño y le preguntó por qué soltó al gran pez. El pescador respondió: "Solo tengo una olla pequeña en casa, y esos peces pequeños se pueden poner en ella".

Esto es exactamente lo mismo que entrar en pánico frente a un gran cliente, pensando que no tiene la capacidad de soportar el pez gordo, por lo que solo puede darse por vencido. Este es un ejemplo del uso de las limitaciones de algo en la realidad para medir la capacidad de uno. Tales vendedores son difíciles de completar tareas grandes y usan objetivos demasiado pequeños para limitar su potencial. No importa cuán grande sea el desempeño, también lo hacen las personas. Nadie estipula que los novatos no puedan lograr grandes logros.

Podemos dividir el "pez gordo" de los grandes clientes en pequeños objetivos a superar y evitar que la otra parte nos arruine.

Las necesidades del cliente siguen siendo la primera prioridad, primero averigüe cuáles son las necesidades del cliente y brinde soluciones de acuerdo con las necesidades del cliente. Por supuesto, si eres un novato, tienes muchos servicios a los que debes prestar atención, es normal que te preocupes por no poder servir bien. En este momento, puede preguntarle al cliente con franqueza, ¿qué tipo de servicio necesita? Los clientes entienden que espera brindar un servicio considerado y se sentirán muy cómodos si tiene miedo de descuidarlos, y también aumentará su buena voluntad hacia usted.

Use el método de consulta para reducir la distancia. Siempre que el cliente haga una solicitud, es muy fácil para usted bloquear el alcance.

El segundo paso es cómo satisfacer la demanda. Supongamos que usted es un vendedor de seguros y acaba de terminar la capacitación y no ha captado completamente el conocimiento de los seguros. En este momento, puede pedirle a su supervisor superior que lo ayude en la negociación. Si las necesidades del cliente no son obvias, pero solo se comprende tentativamente el comportamiento, puede presentar la fuerza de la empresa, la influencia de la marca, etc. al presentar el producto.

De hecho, es muy difícil no exponer su psicología de querer persuadir a los clientes, pero no dejar que los clientes lo lleven por la nariz. Siempre que divida el gran objetivo de

convencer a los clientes en pequeños objetivos, ajuste sus tácticas en cada acción. Incluso podemos descomponer nuestros objetivos en cada hora del día para completar, para que no te pierdas, y la eficiencia también es bastante alta.

Los grandes clientes son tu campo de entrenamiento. Toda élite de ventas exitosa tiene la experiencia de "luchar" con grandes clientes. Ellos pueden mejorar tu mente y hacerte crecer con la marea. Habiendo tenido tal experiencia, estarás mucho menos confundido cuando enfrentes otras metas en el futuro. Las altas montañas no son un problema, ¿cómo pueden las pequeñas colinas detener tus pasos?

cuento

R: ¿Por qué establece el objetivo de puntaje de geografía en 80, pero el objetivo de puntaje de matemáticas y chino en 70?

B: Si aprendo bien la geografía y no apruebo el chino y las matemáticas, puedo escapar hasta los confines de la tierra.

R: Es difícil viajar a los confines de la tierra. También podrías aprender bien chino y encontrar un lugar con un buen paisaje al que sea más fácil ir.

B: Puedo recitar mucha poesía Tang y Song Ci, pero las que hay son montañas y ríos famosos, por lo que son fáciles de encontrar.

R: Eso es porque no estudiaste "Peach Blossom Spring", de lo contrario, sería genial ir a Xanadu.

B: Eso tiene sentido, ¡pero tienes que mantenerlo en secreto para mí!

Primero:……

La persuasión debe hacerse paso a paso, no en un solo paso.

En el proceso de persuasión, puede obtener una satisfacción a largo plazo al hacer una pequeña solicitud y hacer que la otra parte acepte su punto de vista paso a paso a través de la penetración poco a poco. Esta es la verdad que la gente suele decir "piensa en grande, empieza en pequeño". Si puede usar hábilmente esta técnica en la persuasión, la otra parte accederá fácilmente a su solicitud.

¿Por qué es fácil para el objeto de la persuasión aceptar primero una petición pequeña y luego una grande? Esto puede explicarse por el "efecto umbral" en psicología. Los psicólogos creen que, por lo general, es difícil para las personas aceptar una solicitud más dura a los demás a la vez, pero es más fácil aceptarla si la solicitud se hace paso a paso y una solicitud u objetivo grande se divide en varios más pequeños.

El efecto de umbral significa que cuando un individuo acepta primero una solicitud pequeña, puede aceptar una solicitud mayor y menos deseable para mantener una imagen consistente. Este fenómeno es como subir paso a paso cuando se sube un umbral, de modo que es más fácil y suave subir a un lugar alto aparentemente inaccesible.

Este efecto fue propuesto en el experimento de campo de "Tecnología de umbral de sumisión sin estrés" realizado por los psicólogos sociales estadounidenses Friedman y Fraser en 1966.

El proceso experimental es así: el experimentador le pidió a su asistente que fuera a dos áreas residenciales para persuadir a las personas de colocar un gran cartel con las palabras "conduce con cuidado" frente a la casa. En la primera zona residencial, el experimentador hizo esta solicitud directamente a las personas, pero el resultado fue rechazado por muchos residentes, y solo el 17% de las personas a las que se les preguntó aceptó. En la segunda zona residencial, los experimentadores primero pidieron a los vecinos que firmaran una petición a favor de la conducción segura, una petición pequeña que fue fácilmente satisfecha y que cumplieron casi todos los peticionarios. Unas semanas más tarde, el experimentador les pidió que pusieran de nuevo las tarjetas, y el resultado fue que los destinatarios representaron el 55% de los que se les pidió.

Se puede observar que en el proceso de persuasión, la aplicación correcta y adecuada de estrategias de persuasión paso a paso, muchas veces nos permite lograr resultados inesperados. Por ejemplo, para los vendedores, al persuadir a los consumidores para que compren sus propios productos, en lugar de pedirles directamente a los consumidores que

compren productos, pueden pedirles a los consumidores que prueben primero los cosméticos y la ropa, y luego hacer solicitudes de compra después de que se cumplan estos requisitos.

Muchos comerciantes aprovechan esta debilidad humana para vender sus productos a través de la persuasión paso a paso.

En el centro comercial, ves un abrigo. Cuando miras la etiqueta del precio, 800 yuanes es demasiado caro, por lo que tienes que prepararte a regañadientes para irte. En este momento, el astuto vendedor notó tus ojos.

"Señorita, ¿le gusta este vestido?"

"Me gusta, pero es un poco caro." Dijiste con pesar.

"Está bien, la señorita tiene una figura tan buena, también podrías intentar usarla".

Incapaz de resistir su persuasión repetida, todavía te pones este vestido. La ropa se ve bien y queda bien, pero el precio hace que quieras rendirte.

En ese momento, el vendedor la elogió mucho: "La señorita es tan blanca y tiene una buena figura. Nuestra ropa parece hecha a su medida. Ahora que te la pusiste, no te la quites". Pongámoslos y vámonos".

Al final, apretaste los dientes y te llevaste el vestido probado a casa.

Lo mismo es cierto para los maestros experimentados cuando hacen el trabajo de los estudiantes. Por ejemplo, en la educación de los niños, como los estudiantes que tienen dificultades de aprendizaje, el maestro no establece requisitos demasiado altos para ellos al principio, sino que primero presenta un requisito pequeño siempre que haya un progreso en comparación con el pasado, y cuando los estudiantes cumplan con este requisito, aprobarán la prueba. Aliente a que se presenten gradualmente requisitos más altos, y es más probable que los estudiantes los acepten y se esfuercen por lograrlos.

En términos generales, la estrategia de persuasión paso a paso requiere que avancemos paso a paso en todo, no llegar al cielo de un solo paso.

cuento

R: Estoy especialmente ansioso por el lanzamiento de iphone6 este año.

B: ¡Hay tanta gente ansiosa!

R: Soy diferente de lo que esperaban.

B: ¿Cuál es la diferencia?

R: Tan pronto como salga el iphone6, puedo usar el iphone5 que reemplazó mi esposa.

Segundo:……

Curva para salvar el país, ataque desde el costado

Durante la Guerra Antijaponesa, surgió el término "curva para salvar el país", lo que significa que cuando el problema no se puede resolver por medios directos, se deben adoptar estrategias indirectas y de acción más lenta, utilizando otras fuerzas o desvíos. desde el lado para contener la interferencia.Lucha por la victoria poco a poco, y a veces puede que tengas que renunciar a parte de lo que ya has obtenido, pero la dirección general sigue siendo la misma. En la vida, a veces tenemos que ser directos, pero a veces ser franco no conduce a resolver problemas. Tenemos que ser más sutiles, discretos y adoptar una estrategia de "curva para salvar el país" para mejorar la expresión.

En las conversaciones diarias, a menudo nos encontramos con algunos temas de los que es inconveniente hablar, no podemos soportar mencionarlos o no se les permite hablar directamente en la ocasión, y también habrá temas incómodos, estancados y difíciles de lograr. esta vez, es necesario ocultar "Ci Feng" y " Redondear los bordes y las esquinas, o pensar desde otro ángulo, o cambiar el tema para aliviar la tensión, o desviar la atención de las agudas contradicciones. Estos métodos pueden suavizar los intercambios difíciles y permitir que la otra parte reciba información en un ambiente más cómodo.

Entonces, ¿cómo se debe aplicar a la persuasión la estrategia de la "curva para salvar el país"?

1. Cambia el ángulo, no te dejes engañar

Como dice el refrán: "No vayas hasta la oscuridad". Esto nos dice que no solo podemos entender las cosas desde un ángulo. Cuanto más complicadas son las cosas, más necesitamos mirar los problemas desde diferentes ángulos. . En general, es difícil que los persuasores sean efectivos si solo saben cómo debatir sobre sus propios puntos de vista, posiciones y prejuicios. Por lo tanto, uno debe saber analizar las cosas desde múltiples ángulos, uno puede asegurar una visión más integral del problema y dos es propicio para captar las ideas de los demás.

Durante el Período de los Reinos Combatientes, el estado de Zheng era débil y las fuerzas de la coalición de Qin y Jin rodearon a Zheng. El duque Wen de Zheng envió a Zhu Zhiwu a negociar con el duque Mu de Qin. Zhu Zhiwu se reunió con el duque Mu de Qin y dijo: "Aunque soy un médico del estado de Zheng, estoy aquí en beneficio del estado de Qin". El duque Mu de Qin se burló y no lo creyó.

Luego, Zhu Zhiwu analizó: "Qin y Jin rodearon conjuntamente a Zheng, y se sabía que Zheng estaba condenado. Sin embargo, Zheng está en el este de Jin, y Qin está en el oeste de Jin. Los dos países están a miles de millas de distancia, y está Jin en el medio. ¿Gobernamos el territorio del estado de Zheng en todo nuestro país? ¡Zheng solo caerá en manos del pueblo Jin! Una vez que el estado de Zheng sea tragado por Jin, el poder del estado de Jin superará al del estado de Qin. ... Si el estado de Jin es fuerte, el estado de Qin será débil. Expandir el poder para otros, me temo que no fue obra de un hombre sabio".

Después de escuchar esto, Qin Mugong asintió y dijo que sí, y le pidió a Zhu Zhiwu que se sentara y hablara. Zhu Zhiwu continuó diseccionando: "Si Zheng puede continuar existiendo debido al favor del rey, si Qin tiene algo que hacer en el este en el futuro, Zheng Guo servirá como 'anfitrión' para entretener a los enviados de Qin que pasan y tropas y proporcionar suministros militares ". Duque Mu de Qin Estaba muy feliz después de escuchar esto, por lo que firmó una alianza con Zhu Zhiwu.

La razón por la que Zhu Zhiwu pudo desintegrar la coalición Qin-Jin al final fue porque se aprovechó del hecho de que Qin y Jin estaban igualados, se amenazaron mutuamente y sospechaban el uno del otro. En persuasión, Zhu Zhiwu no persuadió directamente a Qin Mugong para que formara una alianza con él, sino que lo convenció desde otro ángulo. Primero planteó la hipótesis de que Zheng sabía que iba a perecer, y que un país que estaba a punto de perecer ya no podía representar ninguna amenaza, por lo que Qin Mugong relajó su vigilancia y creó la ilusión de que Zhu Zhiwu realmente "vino en beneficio de Qin"; Analizar el impacto de las fuerzas de la coalición Qin-Jin en los intereses de Qin, en la superficie, es para la consideración del estado de Qin, pero de hecho es para la necesidad urgente del estado de Zheng.

Persuadir a otros desde otro ángulo es comunicarse desde un lado sobre algunos puntos en común, crear naturalmente una atmósfera armoniosa y luego aprovechar la oportunidad para volver al tema y comenzar la persuasión.

2. cambiar el tema, cambiar el estado de ánimo

Durante una conversación, la renuencia de la otra parte a abrirse probablemente se deba a la falta de interés en el tema. No importa lo habladora que sea una persona, generalmente guarda silencio cuando se enfrenta a temas que no le interesan. Si el persuasor quiere abrir la boca de la otra persona, debe tratar de encontrar los puntos de interés de otras personas cuando la conversación no avanza. No importa quién tenga algunos temas de interés, pueden ser películas, automóviles, acciones, política, chismes, etc., siempre que los

descubra, la otra parte cambiará inmediatamente su actitud silenciosa. Por lo tanto, en lugar de hablar con paciencia y desgana sobre temas que no son de interés, es mejor cambiar rápidamente a temas que llamen la atención de los demás.

Si obviamente siente que el tema es aburrido o no puede progresar, cambie rápidamente de tema. La conversación no se trata de comparar la paciencia de alguien, y es un paso en falso hablar incansablemente sobre temas aburridos.

Si te encuentras con las siguientes 5 situaciones, debes cambiar de tema sin dudarlo:

(1) Hay un respiro en la conversación;

(2) La mirada de la otra parte cambia y ya no se mira a sí misma;

(3) La otra parte ya no asiente para expresar acuerdo;

(4) La otra parte mira el reloj con frecuencia;

(5) El cuerpo de la otra persona tiembla o tiembla constantemente.

3. distracción momentánea

La falta de cambio de idioma hará que la escena se vea aburrida y aburrida, y todo lo que diga se volverá aburrido y débil, por lo que no será favorecido por los clientes. Si tiene muchas sugerencias, debe elegir un lenguaje rico en cambios para expresar, porque los cambios pueden agregar interés a su discurso.

La cantidad de información que las personas pueden captar en un determinado flujo semántico es limitada, lo que significa que aunque alguien tenga tiempo para escucharte, no podrá absorber por completo tus palabras. Los estudios han demostrado que la capacidad de atención sostenida de la audiencia es de solo 30 segundos. Por ejemplo, si alguien está mirando una luz, en 30 segundos, su atención se transferirá a otros lugares. En este momento, solo la luz que parpadea, golpea o emite un sonido puede recuperar su atención. Pero sin ningún cambio en la luz, no puede seguir atrayendo la atención de los demás.

Esta regla es muy utilizada en anuncios de radio y televisión, y el tiempo de emisión de muchos anuncios estará limitado a menos de 30 segundos, esta es la aplicación del "principio de atención instantánea".

Por lo tanto, el persuasor debe saber cómo enriquecer su lenguaje en variedad, porque el cambio puede romper la impresión aburrida y rígida, agregar interés al discurso y atraer la atención del oyente con mayor facilidad.

4. avance por retroceso

"Soporta la calma por un tiempo, y da un paso atrás para ensanchar el mar y el cielo." Ser capaz de doblarse y estirarse es el verdadero caballero y la sabiduría. Usar la paciencia

temporal y las concesiones superficiales a cambio de los resultados que desea lograr es el verdadero significado de tomar el retiro como un progreso.

En el proceso de persuasión, retirarse es hacer que el objeto de la persuasión sienta que estás siguiendo su pedido y "comprometiendo" desde su perspectiva, e incluso sentir que te está convenciendo. Pero, de hecho, solo tienes un objetivo, que es llegar a un acuerdo entre las dos partes.

Cuando se utiliza el método de persuasión de retirarse para avanzar, se deben dominar dos principios básicos: uno es el principio de control general. Simplemente no retroceda hasta el punto en que no pueda controlar la situación. "Retirarse" es solo una formalidad, no renunciar a su puesto. El segundo es el principio de veracidad y franqueza. Las concesiones en la superficie no pueden convertirse en ataques y encuadres tras bambalinas, el persuasor debe ganarse la confianza de la otra parte con una actitud sincera y dejar que la otra parte relaje su vigilancia y defensas, solo así se logrará una persuasión exitosa.

Al adoptar la estrategia de la "curva para salvar el país" para persuadir a los demás, el camino y la meta parecen ser contrarios, pero los desvíos son a veces un atajo hacia Roma.

cuento

A: ¡Llueve mucho hoy!

B: ¡Sí!

R: Eso es que Dios está babeando por ti.

Segundo:……

A: Quiero preguntarte el camino.

B: ¿Adónde vas?

R: ¡Ve a tu corazón!

Segundo:……

R: Si estás dispuesta a ser mi novia, te haré la segunda persona más feliz del mundo.

B: ¿Por qué no la primera?

R: Contigo, soy la persona más feliz del mundo.

Segundo:……

No todo tiene que ser dicho explícitamente

Como dice el refrán, "la gente clara no hace cosas oscuras", lo que significa que las personas rectas se comportarán rectas y no harán esas cosas que no son visibles para los demás. Sin embargo, aunque las "personas listas" no pueden hacer "cosas secretas", deben saber "insinuar" al hablar. En otras palabras, cuando una persona inteligente habla, no lo dirá todo, sino que dará algunas pistas de acuerdo con la situación. Saber hacer las indirectas adecuadas al hablar con la gente en lugar de decirlo todo claramente es también una manifestación de prestar atención al arte de hablar.

No todo es apto para que el hablante hable. Para el oyente, por supuesto, las insinuaciones eufemísticas son más fáciles de aceptar que las "revelaciones flagrantes". Por ejemplo, cuando un jefe quiere persuadir a un empleado para que renuncie, por supuesto que no puede decir directamente "renuncia", sino que tiene que pasar por algunos presagios y sugerencias para que el empleado comprenda las intenciones del jefe. Esto salva la cara tanto para el jefe como para los empleados, y hace que sea relativamente más fácil de aceptar para los empleados. Para otro ejemplo, la esposa espera que su esposo esté más motivado, si le dice directamente "Quiero que ganes mucho dinero" o "Deberías ser como tal y cual y ser un jefe", puede hacer que el esposo siente que la esposa está insatisfecha con él, lo que afectará la relación entre las dos partes. ; pero si usa indirectas, dígale a su esposo "Me siento muy feliz, pero si tengo una casa grande (u otras cosas que no tengo), seré más feliz", para que el marido inteligente sepa que debe trabajar más duro para mi familia.

Por lo tanto, ya sea en el lugar de trabajo o en la vida familiar, siempre hay muchas cosas que no se pueden decir a la ligera, sino que se deben aprender a adoptar sugerencias razonables para lograr mejores efectos persuasivos.

Shi Lei y Fang Fang originalmente eran una pareja feliz, pero después de comenzar a trabajar, Shi Lei descubrió que la actitud de Fang Fang hacia el trabajo era muy diferente a la suya. Shi Lei es una persona muy responsable, y debe hacer su trabajo bien o incluso perfecto antes de darse por vencido; mientras que Fang Fang está un poco confundido, a menudo trata el trabajo de manera muy vaga y, a menudo, se queja con Shi Lei de que su jefe es demasiado duro. Además, Shi Lei persigue el progreso y ha sido ascendido dos niveles seguidos en los dos años desde que se unió a la empresa y ha alcanzado el puesto de supervisor, mientras que Fang Fang está dispuesto a ser una persona desconocida, holgazaneando y esperando. para salir del trabajo todos los días. La persuasión repetida de

Shi Lei fue ineficaz y gradualmente tuvo la idea de romper con Fangfang. Después de pensar una y otra vez, envió un mensaje de texto a Fangfang: "El tiempo contigo es muy feliz y espero que podamos seguir juntos. Sin embargo, si dos personas quieren caminar juntas, deben mantener el mismo ritmo. de lo contrario, tarde o temprano, nos separaremos". Fangfang también es una chica inteligente, frente a la sugerencia de Shi Lei, después de pensarlo seriamente, respondió: "También siento que nuestro ritmo se está volviendo cada vez más desafinado, pero es muy difícil cambiar a una persona. Algo difícil. Creo que romper puede ser la mejor opción". De esta manera, los dos se separaron pacíficamente. Shi Lei no solo mantuvo su comportamiento debido, sino que también le entregó la iniciativa de separarse de Fangfang, salvándole la cara.

Las sugerencias son más aceptables que la franqueza. Shi Lei en el caso entendió muy bien este principio de comunicación, por lo que pudo manejar la ruptura relativamente sin problemas. El papel de la sugerencia en la comunicación no puede subestimarse. Si desea dar una buena impresión a los demás, debe aprender a usar pistas para comunicarse entre sí sobre algunos temas más privados y delicados.

Peter va solo a un cóctel y no puede evitar sentirse un poco solo al ver a todos los demás en su compañía. Bebió su vino con aburrimiento y miró a la multitud. De repente, vio a una dama muy hermosa parada en la esquina, también sola. Inmediatamente enamorado de la dama, Peter observó durante un rato antes de decidirse a actuar. Sin embargo, Peter acababa de acercarse a la dama y antes de que tuviera tiempo de entablar una conversación, vio un poco de salsa en las nalgas de la dama. Pensó: "Tal vez alguien accidentalmente derramó la salsa en la silla, y la señora se sentó en ella sin verla. Pero, ¿debo recordárselo? Si se lo digo en la cara, se sentirá avergonzada". ella no estará dispuesta a comunicarse conmigo de nuevo, si no lo digo, si alguien se entera, puede que se rían de ella".

Después de mucha deliberación, Peter decidió decírselo a la dama. Primero lo saludó cortésmente y luego elogió: "Señora, está tan hermosa con este vestido. Solo lo miro desde atrás y la espalda me resulta muy atractiva. La flor roja en la parte posterior del vestido es realmente hermoso". ¡Es tan ingenioso, tan interesante, tan lindo!" Cuando la señora escuchó esto, miró hacia atrás, forzó una sonrisa y fue al baño con una excusa. Cuando regresó, se rió de sí misma: "Gracias por tu cumplido, pero no son flores, sino salsa. Realmente no puedo deshacerme de eso. Me pregunto si puedes prestarme tu abrigo", gritó

Peter en voz baja. su corazón. Bien." Inmediatamente se quitó el abrigo y envió a la dama a casa.

La insinuación de Peter es muy ingeniosa, él entiende muy bien la psicología de las personas: cuando una persona es vergonzosa, será vergonzoso que los demás se lo digan, pero cuando lo descubra, será un poco más divertido y menos vergonzoso. Al comprender los beneficios y métodos de la sugestión, Peter se ganó el favor de la dama.

De esto se puede ver que no es algo deshonroso dar algunas pistas, por el contrario, puede reflejar mejor la inteligencia y la sabiduría de una persona y, al mismo tiempo, también puede hacerte una persona más agradable.

cuento

A: Querida, ¿crees que debería haber algo en mi dedo?

B: ¿Qué es?

R: (Por supuesto que es un anillo de bodas). El brillante.

B: ¡Bien! ¡Te compraré esmalte de uñas ahora mismo!

Primero:……

Capítulo 8 No pelees batallas sin preparación, la persuasión requiere un análisis específico de temas específicos

Traiga el "grupo de respaldo" y "colectivamente" para persuadir

En la vida, el trabajo y la comunicación interpersonal, a veces tenemos que persuadir a otros a través de nuestras propias palabras. Por ejemplo, por el bien del futuro del niño, los padres deben persuadirlo para que se mantenga alejado de los juegos y estudie mucho; para fortalecer la gestión, el jefe debe persuadir a los empleados para que cumplan con las normas y reglamentos de la empresa; cuando un amigo rompe amor, necesitamos persuadirlo para que participe en más actividades grupales y salga de la sombra del amor roto... En resumen, persuadir a otros es usar una serie de comportamientos (principalmente el lenguaje) para que la otra parte esté de acuerdo con uno. punto de vista y actuar de acuerdo con las propias ideas. Esto determina que persuadir a otros es un tipo de comunicación difícil, y se deben tomar ciertas medidas auxiliares necesarias.

Cuando vamos a persuadir a una persona, muchas veces el punto de vista de la otra persona es opuesto al nuestro, si vamos solos en este momento es probable que el resultado sea un empate, y la esperanza de éxito no es mucha. Puede aprender a usar el poder del lenguaje de otras personas para aumentar la persuasión de sus palabras mientras persuade a la otra parte usted mismo.

Ai Yue es una chica nativa de Beijing y su novio Duan Yong es diseñador de interiores. Los dos tenían una dulce relación cuando se enamoraron por primera vez, pero debido a que Duan Yong viajaba a menudo a otros lugares por negocios y estuvo fuera durante varios meses, Ai Yue gradualmente descubrió problemas en esta relación. Sintió una fuerte sensación de inseguridad, pensando que Duan Yong podría asociarse en secreto con otras chicas afuera. Especialmente cuando llamó varias veces, escuchó la voz de una chica hablando al otro lado del teléfono de Duan Yong. Ai Yuesi lo pensó, pero aún no podía dejar esta relación, por lo que decidió dejar su trabajo y seguir a Duan Yong. Dondequiera que él fuera en un viaje de negocios, allí encontraría un trabajo temporal. La madre de Ai Yue desaprobó mucho su idea y trató de persuadirla muchas veces, pero fue en vano. Aunque Ai Yue sabe que Duan Yong no es muy específico en cuanto a las relaciones, insiste en que mientras permanezca al lado de Duan Yong, se pueden prevenir los problemas.

La madre de Ai Yue tenía miedo de que su hija resultara herida, por lo que tuvo que llamar a todas las tías y primas de Ai Yue a su casa y se turnaron para iluminar a Ai Yue. Algunas personas se sintieron conmovidas por la emoción y la razón, y aconsejaron a Ai Yue que no abandonara su trabajo fácilmente y siguiera a una persona poco confiable. Ai Yue fue

obstinada al principio, pero después de algunas rondas, gradualmente se volvió dudosa y vaciló en sus pensamientos. Finalmente, la tía dijo: “Si un hombre es honesto, no necesita cuidarlo deliberadamente; pero si tiene pensamientos que lo distraen en su corazón, no puede vigilarlo por mucho que lo mire. Puedes verlo por un tiempo, pero no puedes verlo para siempre. ¿No quieres estar en la casa para siempre? ¿Pasas los días cuidando a tu esposo? Además, si él está dispuesto a casarse contigo. o no, todavía es incierto”. Luego, la tía le dio muchos materiales de enseñanza negativos a Ai Yuexiao. Al final, aunque Ai Yue estaba triste, escuchó las opiniones de todos y eligió romper con Duan Yong.

Como dice el refrán: "Las autoridades están obsesionadas, pero los transeúntes lo tienen claro". Ai Yue está enamorada y su racionalidad está influenciada por sus emociones. No solo no puede ver la razón con claridad, sino que tampoco se toma en serio la disuasión de su madre. Pero cuando sus tías, tías y primas le dijeron la misma verdad, sus pensamientos comenzaron a cambiar y consideró seriamente si su decisión era realmente incorrecta. Esto muestra la importancia del "grupo de respaldo". En muchos casos, lo que dice una persona solo representa su punto de vista personal: pero lo mismo dicho por un grupo de personas es diferente, y puede ser la verdad.

Busque un "grupo de respaldo" para ayudarse a sí mismo, y hay algunos consejos que puede consultar:

En primer lugar, el número de personas puede ser unas cuantas más, pero no demasiadas. Unas cuantas personas más significan unos cuantos ayudantes más, lo que puede mejorar la capacidad de persuasión. Pero hay un límite para todo, y el equipo de apoyo no debe tener demasiadas personas, de lo contrario, puede dar a la otra parte la sensación de "exponer al maestro para pedir el delito", lo que no favorece una comunicación fluida entre las dos partes. .

En segundo lugar, las personas del grupo de apoyo deben mantener la misma opinión. Si desea persuadir a otros, debe asegurarse de que su punto de vista sea correcto. Si todavía hay diferencias de opinión entre las personas del grupo de apoyo, el poder de persuasión se reducirá considerablemente y será difícil lograr el efecto de la persuasión.

Tercero, si es posible, es mejor tener algunas personas muy respetadas en el equipo de soporte. La influencia de la autoridad no se puede subestimar. La mejor manera de persuadir a una persona es encontrar una autoridad para "testimoniar" por uno mismo.

cuento

A: ¿Cuál es su actividad grupal más memorable en su empresa?

B: Horas extra colectivas!

Primero:……

Prescribir la medicina para el "síndrome" y darle buena mano según la constitución

Cada uno tiene su propio físico diferente, la medicina china aboga por recetar medicamentos de acuerdo con el físico del paciente al ver a un médico. De hecho, este principio también se aplica cuando se pide ayuda. Sabemos que cada uno tiene su propio temperamento, temperamento y punto de vista, si podemos aplicar una "receta" adecuada de acuerdo con la personalidad diferente de la otra persona cuando pida ayuda, entonces también podemos aumentar el número de pacientes de la misma manera. que la medicina tradicional china es beneficiosa para el estado del paciente probabilidad de persuasión.

Además de la persuasión de declaración convencional, existen dos "recetas" comunes para la persuasión, una es el método de elogio y la otra es el método de provocación. Tome el método de la alabanza como ejemplo. En la vida diaria, la mayoría de las personas se sentirán felices cuando escuchen que otros las elogian y, por lo tanto, entrarán en el estado de "todo es fácil de discutir". Por lo tanto, se puede decir que el método del elogio es aplicable a la mayoría de las personas, especialmente a aquellas a las que les gusta escuchar elogios de los demás y otorgan gran importancia a las opiniones de los demás sobre sí mismos. Por lo tanto, cuando esperamos obtener ayuda de los demás, también podemos tratar de elogiarlo primero para hacer feliz a la otra persona primero. Luego hablamos sobre el tema de buscarnos, incluso si no podemos garantizar el acuerdo absoluto de la otra parte, obtendremos algunos consejos o ayuda parcial debido al mejor humor de la otra parte.

Hu Nan acaba de ingresar a una empresa para hacer ventas. Como recién llegada, no está familiarizada con muchos negocios de la empresa, y mucho menos con las llamadas "habilidades de ventas". Por lo tanto, el desempeño de Hu Nan siempre ha sido el peor en los últimos meses. Aunque el superior entendió que acababa de llegar a la empresa y no preguntó demasiado, Hu Nan todavía se sentía muy avergonzado. Decidió quedarse un poco más después de salir del trabajo todos los días para aprender y pedir consejo a los empleados veteranos con experiencia. Inesperadamente, aunque Hu Nan está dispuesto a aprender, no hay muchas personas dispuestas a enseñar. En primer lugar, los colegas y Hu Nan no son parientes y, en segundo lugar, todos están orgullosos de su desempeño primero, y nadie está dispuesto a ser Hu. El maestro de Nan. Hu Nan estuvo deprimida durante varios días.

Un día, se acercó a un antiguo empleado experimentado y le dijo: "Hermana Qiu, escuché que vino a trabajar cuando se estableció nuestra empresa, ¿verdad?"
La hermana Qiu dijo: "Sí. ¿A quién le preguntaste?"
Hu Nan respondió: "¿Todavía necesita preguntar? A menudo escucho a la gente decir que usted es un 'veterano' de nuestra empresa, con una rica experiencia. Capacitó a muchos lotes de nuevos empleados antes. ¡Realmente lo admiro! "
"Jajajaja, no es tan exagerado como lo que dijeron. Solo vine aquí por más tiempo", mientras decía, la cara de la hermana Qiu se convirtió en una flor con una sonrisa.
"Entonces, hermana Qiu, ¿cuándo estás libre? ¿Puedes darme algunos consejos? El último grupo de empleados que entrenaste no tardó en llegar, ¡pero su desempeño es mucho mejor que el mío! Tengo mucha envidia".
"Está bien, ¿cuál es el problema entonces? ¡Dime con anticipación cuándo quieres aprender y tendré tiempo para enseñarte!", La hermana Qiu estuvo de acuerdo muy fácilmente.
Ya sea un líder de alto rango o una persona común, todos esperan ser elogiados por los demás. El elogio no es solo un reconocimiento de la otra parte, sino también un indicio de que la otra parte es más capaz que muchas personas. Cuando elevas a la otra parte a tal altura, te será fácil persuadir a la otra parte.
Sin embargo, debe tenerse en cuenta que el método de elogio debe usarse de manera adecuada y no demasiado, de lo contrario, mostrará rastros de esfuerzo deliberado e incluso se sospechará de adulación. Además, estas palabras de elogio no deben ser demasiado directas, y será más fácil que los demás las acepten si se pronuncian con naturalidad.
El método de provocación es usar la autoestima de otras personas o la psicología rebelde para usar la "estimulación" para despertar las emociones inflexibles e inflexibles de la otra parte, estimular su potencial y hacer que estén más dispuestos a ayudarse a sí mismos. Pedirle a alguien que haga algo, cuando no se puede persuadir a otros métodos, quizás usar el método agresivo puede lograr resultados milagrosos.
Un joven cantante desconocido, para meterse en la escena musical, pidió ayuda en todas partes y finalmente produjo un álbum. Sin embargo, por un lado, no tenía dinero para promocionarse y, por otro lado, la compañía distribuidora no le prestó mucha atención, por lo que este álbum permaneció en la esquina de la tienda de discos durante mucho tiempo. tiempo y poca gente vino a comprarlo. Desesperada, la pequeña cantante encontró a una persona bien conectada en la industria y le rogó que la promocionara.

"Hermano, escuché que conoces a mucha gente, ¿puedes recomendar mi nuevo álbum?" Después de terminar de hablar, ofreció su álbum con ambas manos. La otra parte mostró una mirada vacilante, tomó el álbum y lo sostuvo en su mano para leer por un rato, pero no expresó su opinión por mucho tiempo.

Al ver esto, la pequeña cantante dijo de inmediato: "Solo he oído hablar de eso y no sé la verdad. Si no tienes amigos, no lo fuerces. Puedo encontrar a alguien más". "

"¿Quién dijo eso? No creo que nadie pueda tener más amigos en esta industria que yo. ¡Déjame esto a mí!", se palmeó el pecho y tomó todas las docenas de discos de la mano del pequeño cantante.

Cuando el camino normal falla, este tipo de método agresivo que parece rendirse a menudo puede tener el efecto de "dar vida a otro pueblo". Sin embargo, debe tenerse en cuenta que el ámbito de aplicación del método agresivo no es tan amplio como el del método de elogio y, por lo general, solo se aplica a aquellos que son francos y competitivos. Por lo tanto, al usar este método, debe ver claramente al objetivo, para no hacer que la otra parte sienta que lo está menospreciando y humillando. Además, incluso si usa el método agresivo con la persona adecuada, debe tener cuidado, ni demasiado apresurado ni demasiado duro. De lo contrario, no solo no desempeñará un papel positivo, sino que también puede hacer que la otra parte se enfurezca.

Además del método de la alabanza y del método agresivo, hay algunas pequeñas recetas para la persuasión, como los trucos amargos apropiados. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que, independientemente de la estrategia que se use, se debe seguir el principio del lenguaje apropiado y no se puede usar el engaño ni otros medios. Además, antes de usar cada estrategia, primero se debe tener una comprensión integral del estado, los pasatiempos, los rasgos de personalidad, etc. de la otra parte, y luego usar pequeñas recetas específicas según corresponda, para no tener el efecto contrario.

cuento

A: ¿Crees que me veo bien con este vestido?

B: Cualquier ropa te queda bien.

A: ¿Crees que me veo bien con este collar?

B: Cualquier collar queda bien en tu cuello.

A: Entonces dígame, ¿es guapo mi esposo?

B: Cualquier caballero se ve bien parado a tu lado.

Primero:……

Lanzar ladrillos para atraer jade, reconocer si el oponente es una mula o un caballo

La negociación es un concurso desconocido. En el campo de la negociación, si desea persuadir a la otra parte, primero debe conocer la fuerza de la otra parte. Ya sea una mula o un caballo, solo puede saber si lo saca para un paseo. Pero, ¿cómo sacar esta mula o caballo? Puede desear aprender del arte de la guerra.

Hay un dicho en el Arte de la Guerra: "Hay muchas maneras de atraer al enemigo, y la mejor manera no es entre la sospecha, sino la similitud, para consolidar su confusión. Los que atraen al enemigo con estandartes y tambores de oro son también sospechado; Es lo mismo." Se trata de las treinta y seis estrategias de "tirar ladrillos para atraer jade": tirar ladrillos atraerá jade blanco. Cualquiera puede resolver esto. La negociación es una batalla de intereses. Si desea atraer el "jade blanco" de la otra parte, también puede lanzar "ladrillos" para atraerlos primero. Al igual que la pesca requiere carnada, solo si el pez prueba la dulzura de la carnada primero, morderá obedientemente la carnada.

La librería Xinhua en cierta provincia ordenó un lote de materiales didácticos de una editorial. Las dos partes acordaron en el contrato: la editorial enviará el lote de materiales didácticos a la librería dentro de los 30 días, y la librería liquidará el pago dentro de 30 días después de recibir el material didáctico. Inesperadamente, debido a que muchos colegios de esta provincia recuperan clases durante las vacaciones de verano, la demanda de material didáctico se ha adelantado medio mes. Naturalmente, la librería no podía perder esta oportunidad, por lo que rápidamente se puso en contacto con la editorial para ver si podían entregar la mercancía con medio mes de antelación.

De hecho, estos libros de texto de la editorial se almacenaron con éxito al quinto día de la firma del contrato, por lo que no hubo problema en enviarlos a la librería con medio mes de anticipación. Además, la entrega por adelantado no solo puede ocupar menos almacén y ahorrar una suma de alquiler, sino que también puede emitir facturas por adelantado y obtener el pago de los bienes antes. Por lo tanto, Xiao Li, quien está a cargo del proyecto del Departamento de Libros de Texto de la editorial, se llenó de alegría cuando escuchó la noticia. Sin embargo, Xiao Li, que tiene mucha experiencia en la negociación, se dio cuenta de inmediato de que si aceptaba la solicitud de la librería, no le haría ningún bien. También podría pedirle a la librería que le diera más descuentos en este proyecto con esta condición.

Por lo tanto, después de recibir una llamada del gerente de compras de la librería, el astuto Xiao Li dijo que no tenía derecho a tomar la decisión y que necesitaba pedirle instrucciones al líder, pero al mismo tiempo, también afirmó repetidamente que lo haría. haga todo lo posible para luchar por una entrega temprana con el líder para las necesidades de la librería. La otra parte estaba naturalmente agradecida por la amabilidad de Xiao Li.

Xiao Li golpea mientras el hierro está caliente y pregunta: "Sabes, necesitamos comunicarnos con la imprenta para pedirles que impriman durante la noche, lo que inevitablemente aumentará el costo. Me preocupa que el líder se niegue a entregar los productos antes de tiempo". Por lo tanto, para aumentar la probabilidad de una aplicación exitosa al líder, me aventuraría a preguntar: '¿Qué descuento nos puede dar si podemos enviar antes?'"

El gerente de compras de la otra parte pensó por un momento y dijo: "Si puede entregar los productos con medio mes de anticipación, haré un pedido de otros 1,000 libros de texto, porque habrá más personas que necesiten libros de texto por adelantado para los estudiantes para recuperar clases en verano."

Después de escuchar esto, Xiao Li se llenó de alegría, pero aun así dijo con calma que regresaría y le pediría instrucciones al líder y luego respondería lo antes posible.

Como resultado, Xiao Li solo obtuvo dos piezas de jade de la otra parte al entregar los libros de texto del almacén a la librería con medio mes de anticipación; no solo recibió el pago por adelantado, sino que también vendió 1,000 libros de texto adicionales.

Se puede ver que Xiao Li, un maestro negociador, está bien versado en la forma de "tirar ladrillos para atraer jade", y ha captado la psicología de la necesidad urgente de materiales didácticos de la otra parte, pero no está seguro de qué tan ansioso es la otra parte y cuánto puede pagar por ello. Por lo tanto, Xiao Li jugó trucos, primero arrojó un ladrillo para probar al oponente y finalmente ganó el retorno de jade. De hecho, "tirar ladrillos para atraer jade" en la negociación, para decirlo sin rodeos, es aprovechar una pequeña pérdida y aprovecharla: una parte primero hace una pequeña concesión para inducir a la otra parte a hacer una concesión mayor.

Aunque arrojar ladrillos puede atraer el jade, no significa que todos los ladrillos de buena calidad puedan atraer el mármol blanco. Solo esos "ladrillos" que a usted le parecen ladrillos pero que son jade a los ojos de la otra parte pueden atraer el "jade" a sus ojos. Es decir, debido a que las partes negociadoras tienen diferentes posiciones y diferentes perspectivas, solo cuando "su concesión es solo un 'ladrillo' a sus ojos, pero a los ojos de la

otra parte, su concesión es un 'jade'" puede usted tener éxito en la negociación Lanzar ladrillos para atraer jade.

Por lo tanto, para tener éxito en la negociación y persuadir a la otra parte en la mesa de negociación, es necesario sopesar si el valor del ladrillo es suficiente para atraer a la otra parte antes de lanzar el ladrillo y hacer las concesiones correspondientes después de aclarar las necesidades. de la otra parte.

Además, "lanzar ladrillos" es un medio, y "atraer jade" es el objetivo final. Por lo tanto, al hacer concesiones a la otra parte, debe aprovechar la oportunidad para presentar sus propios requisitos y hacerle saber a la otra parte que su concesión no es gratuita ni inútil, sino que requiere una cierta devolución. Esto puede evitar que la otra parte cruce el río y destruya el puente, recoja ladrillos pero se niegue a arrojar jade.

Lanzar ladrillos debe prestar atención al "tiempo". Solo al hacer concesiones cuando la otra parte más las necesita, la otra parte puede estar agradecida por sus concesiones y puede seguir negociando. Si "tira ladrillos" a voluntad, hará que la otra parte sienta que hay mucho espacio para las concesiones, de modo que la otra parte progresará.

Además, debe prestar atención al sentido de la proporción cuando use la técnica de lanzar ladrillos para atraer jade, a fin de evitar que la otra parte use su forma de atacarlo. La sutileza de lanzar ladrillos para atraer jade radica en las diferentes interpretaciones de "ladrillo" y "jade" en ambos lados. Dado que las partes negociadoras tienen intereses opuestos, los "ladrillos" y el "jade" se consideran montañas y picos. Por lo tanto, cuando intente atraer jade, tenga cuidado de si la otra parte tiene un entendimiento tácito con usted y si lo está atacando de la misma manera con la misma psicología.

En resumen, "lanzar ladrillos" es solo un medio, y "atraer jade" es el propósito. Por lo tanto, si desea reconocer si la otra parte es una mula o un caballo, debe saber cuánto debe pagar y cuánto puede ganar al final antes de sacarlo a pasear.

cuento

R: ¡Esta tierra estará bajo mi control a partir de ahora!

B: ¿Por qué? Siempre he estado a cargo aquí.

R: Parece que nuestra negociación está a punto de romperse. Vamos con espadas y armas reales, a quien gane le importará.

B: Bien. ¡Que venga el caballo!

R: Piensa maravillosamente. Hay un caballo que guardo para mí, ¿puedo dejarlo ir a ti?

Segundo:……

Negociaciones para conquistar al "rey" del otro lado

Hay un poema de Du Fu: "Cuando usas un arco, debes ser fuerte, y cuando usas una flecha, debes ser largo. Cuando dispares a un hombre, primero dispara a un caballo, y cuando captures a un ladrón, primero captura el rey". Si se aplica a las negociaciones, es "las negociaciones deben ser dirigidas", y para ganar las negociaciones, primero debe encontrar los objetos clave para conquistar. Solo controlando al enemigo con un movimiento en un lugar clave podemos ser invencibles en toda la negociación. La negociación es una batalla de intereses, en la que las dos partes luchan entre sí en torno a sus propios intereses y no se rinden entre sí. Si desea encontrar un gran avance y abrir un camino brillante, debe encontrar el objeto clave de conquista en la negociación, para que pueda golpear el punto vital del oponente y obtener el resultado más favorable con la mayor velocidad y la menor energía.

Una joven pareja iba de compras con sus hijos en brazos, al pasar por el mostrador de juguetes infantiles, el niño de 5 años se sintió atraído por los coloridos y variados juguetes que había en el mostrador de juguetes. El niño travieso inmediatamente se liberó de los brazos de su madre, se acostó frente al mostrador para mirar este juguete, miró ese juguete y señaló para tomarlo. Al ver esta situación, el vendedor inmediatamente saludó al niño y lo saludó con entusiasmo: "Mi niño, ¿quieres comprar un juguete?" El niño asintió rápidamente y trató de obtener el juguete. La madre del niño se apresuró, miró las etiquetas de precios de esos juguetes, frunció el ceño y le guiñó un ojo al esposo que estaba al lado, diciéndole que se fuera con el niño en brazos.

El vendedor se dio cuenta inmediatamente de que los padres pensaban que el juguete era demasiado caro. En este momento, el niño que fue llevado lejos del mostrador de repente se echó a llorar y siguió clamando por comprar juguetes, sin importar cuánto intentaron sus padres persuadirlo, fue inútil. El astuto vendedor inmediatamente sacó un Transformer importado del mostrador, lo puso en el suelo para mostrárselo al niño y lo engatusó amablemente: "Sé bueno, bebé, no llores, mira a la tía jugar a Transformer para ti". niño que todavía estaba llorando estalló en lágrimas cuando vio a los Transformers caminando por el suelo. Al final, los padres del niño tuvieron que comprar Transformers para su hijo.

La vendedora pudo vender el juguete con éxito porque descubrió que el derecho de compra está en manos de sus padres, pero este muñeco de 5 años es el "rey" de la familia. Trató de

despertar al "pequeño el deseo del príncipe de comprar. Ya no puedo vivir en mi bolsillo. Se puede decir que este truco da en el clavo de un solo golpe.

La clave para capturar primero al ladrón y capturar al rey es identificar con precisión al "rey" del oponente. Solo cuando se encuentra al "rey" se puede prescribir el medicamento adecuado y obtener la victoria de un solo golpe. Esto requiere que los negociadores tengan fuertes habilidades de observación y sean capaces de descubrir las huellas del "rey" en cada palabra, acción y cada movimiento del oponente, y luego atacarlos y capturarlos de una sola vez.

Cuando Liu Yang estaba solicitando un supervisor de red en una empresa de Internet, capturó inteligentemente al "rey de los ladrones" y finalmente derrotó a todos los competidores y se destacó. De hecho, entre las personas que participan en esta entrevista con Liu Yang, hay muchos competidores altamente educados y experimentados. Incluso hay varios de ellos con antecedentes en el extranjero, que pueden describirse como maestros como las nubes. Y Liu Yang solo tiene una licenciatura, y las pocas empresas pequeñas en las que trabajó antes no fueron muy convincentes. Efectivamente, después de aprobar la primera ronda del examen escrito, se le dijo a Liu Yang que no había tenido éxito y que no podía participar en la siguiente ronda de entrevistas. Liu Yang miró a las cuatro personas que ingresaron al reexamen, gritando con arrogancia y triunfo, sin ninguna cualidad que un gerente debería tener, y no estaba muy convencido. En este momento, Liu Yang notó que un anciano con una tetera al final del pasillo los miraba fijamente. Liu Yang descubrió que el anciano le resultaba familiar. Después de pensarlo, de repente recordó que durante todo el proceso de prueba escrita, este anciano sospechoso entró y salió de la sala de examen muchas veces. Hablando lógicamente, ¿cómo podría un anciano pasar fácilmente dentro y fuera de un examen tan importante? Además, a juzgar por los ojos profundos y la expresión significativa en la cabeza, este definitivamente no es un personal de servicio ordinario.

Liu Yang lo pensó y decidió intentarlo. Vi que Liu Yang caminó cerca del anciano a propósito y suspiró solo: "Es demasiado sesgado confiar solo en una prueba teórica formal para evaluar la lista para la entrevista. Este puesto requiere personas con experiencia práctica, no solo hablando en el papel. ¿Cómo puedo encontrar el talento más adecuado si soy tan arbitrario? Debo examinar exhaustivamente la teoría y la experiencia práctica. Aunque no soy lo suficientemente bueno en teoría, mi experiencia en seis empresas profesionales de Internet en cuatro años es definitivamente mejor que otras Ventaja."

Después de hablar consigo mismo, Liu Yang echó un vistazo furtivo al anciano que servía el té. Efectivamente, el anciano olvidó su "deber" de servir el té y miró a Liu Yang pensativo. En la segunda ronda de entrevistas, Liu Yang, que ya había sido eliminado, se unió en secreto al equipo de entrevistas. El entrevistador vio las pistas de un vistazo y preguntó con seriedad: "¿Hay alguien aquí para la entrevista?"

Liu Yang se puso de pie con honestidad y dijo: "Estimado señor, aunque fui eliminado en la prueba escrita, quiero participar en la entrevista".

Todos se rieron después de escuchar esto, y el entrevistador preguntó con indiferencia: "Ni siquiera puedes aprobar el examen escrito, entonces, ¿qué calificaciones tienes para participar en la entrevista?"

Liu Yang explicó con seriedad: "Aunque mis puntajes en las pruebas escritas no son tan buenos como los demás, creo que este puesto necesita personas con experiencia práctica".

"Entonces, ¿cómo demuestras que eres más adecuado para este puesto que otros?", preguntó el entrevistador con desdén.

Liu Yang señaló al anciano que estaba parado en la puerta sirviendo agua para todos: "Creo que puedes preguntarle al entrevistador real sobre esto, puede ver todo sobre nosotros con claridad".

Al escuchar esto, los entrevistadores presentes y todos los solicitantes se sorprendieron. En este momento, el anciano que servía té se acercó con una sonrisa, le dio unas palmaditas en el hombro a Liu Yang y dijo: "Sí, yo soy el verdadero entrevistador. De hecho, cumple con los requisitos de un gerente mejor que otros. Ha sido contratado. "

De hecho, Liu Yang reconoció la verdadera identidad del anciano que vertía té de sus ojos y comportamiento, y luego lanzó una ofensiva contra él, ganando la posición que quería.

Se puede ver que solo identificando con precisión el quid del problema y encontrando los objetivos clave para conquistar podemos tomar rápidamente la iniciativa y el control de la negociación.

cuento

Maestro: Escribamos un artículo hoy, escribamos sobre personajes y resaltemos los puntos clave. Recuerde, asegúrese de resaltar los puntos clave.

Estudiante A: Maestra, ya me he decidido, escribiré sobre mi abuela.

Maestra: ¿Ah? ¿Cuál fue el punto destacado de tu abuela?

Estudiante A: Mi abuela tiene una hernia de disco lumbar.

maestro:……

Conócete a ti mismo y al enemigo, y la persuasión es la única forma de ganar cien batallas.

El famoso filósofo Bacon dijo: "Al tratar con personas, debes conocer sus hábitos para guiarlos; comprender su propósito para persuadirlos; conocer sus debilidades para intimidarlos; observar sus fortalezas para contenerlos. , Solo teniendo en cuenta lo que él tiene la intención de que en todo momento pueda saber lo que está diciendo; es mejor hablar menos, y sólo cuando sea más inapropiado. Esperar a que el fruto esté maduro". La teoría de Bacon y los argumentos en "El arte de la guerra" para tener el mismo propósito, y todos señalan la importancia de conocer los detalles del oponente antes de persuadir. Antes de la persuasión, solo se puede preparar la comprensión más específica y profunda de uno mismo y de la otra parte, cuanto más completa y en el lugar se pueda preparar, más poderosa se puede captar la iniciativa en la negociación durante la persuasión, y el objetivo de la persuasión se puede lograr de manera más efectiva.

Una importante empresa minera de cobre en Chile, país sudamericano, tuvo que subastar una gran cantidad de camiones pesados como "Dodge" y "Benz" comprados a Estados Unidos y Alemania antes del accidente. Una empresa china escuchó la noticia e inmediatamente envió un equipo negociador capacitado a Chile. Después de que el equipo chino llegó a Chile, primero inspeccionaron cuidadosamente estos camiones uno por uno en el garaje. Después de una inspección detallada, llegaron a la conclusión de que la calidad de estos camiones era completamente calificada. Luego, el equipo chino comenzó a recopilar la información operativa de la minera de cobre chilena, analizó la brecha de financiamiento de la empresa y la cantidad de fondos que se necesitaban con urgencia, y finalmente determinó que el precio psicológico de la subasta de camiones debería estar entre el 35 % y el 45 %. del precio de fábrica del camión. Con base en esta información precisa, el equipo chino llevó a cabo varias rondas de intensas negociaciones con empresas chilenas y finalmente compró 1.500 camiones pesados a un precio del 38% del precio original del vehículo, lo que ahorró decenas de millones de dólares al país.

Se puede ver que conocerse a sí mismo y al enemigo es la única arma mágica para ganar ventaja en las negociaciones. Por supuesto, conocer al enemigo en la mesa de negociación tiene más elementos de flexibilidad, y explorar las raíces de la otra parte antes de la negociación puede hacer que esté más tranquilo en la negociación.

Una empresa informática china negoció una orden de compra de equipos con una empresa estadounidense. La empresa estadounidense fue la primera en ofrecer $ 2 millones, porque

la parte china había obtenido información por adelantado.Hace seis meses, la empresa estadounidense había vendido el mismo equipo a una empresa japonesa por $ 1,08 millones. Por lo tanto, la parte china estuvo en total desacuerdo con la oferta realizada por el empresario estadounidense. Los empresarios estadounidenses dijeron que para promover los negocios, decidieron arrojar otros 100.000 dólares estadounidenses, pero la parte china permaneció impasible. La parte estadounidense de repente se enojó y dijo en el acto que dejaría caer otros 50.000 dólares estadounidenses y que, si no se podía completar el trato, se cancelaría el pedido. La parte china es indiferente a las artimañas de los empresarios estadounidenses e insiste en pedir otra gota.

Estados Unidos se fue enojado, pero los negociadores chinos dijeron con calma: los empresarios estadounidenses realmente nunca cancelarán el pedido y definitivamente regresarán para continuar con la negociación. Efectivamente, como esperaba la parte china, dos días después, el representante del empresario estadounidense tomó la iniciativa de buscar al negociador de la empresa china, diciendo que el precio aún podía negociarse. De esta manera, debido a que la parte china había captado de antemano el precio de venta relativamente real de los comerciantes estadounidenses, tomó la iniciativa y finalmente obligó a los comerciantes estadounidenses a bajar el precio a un precio razonable antes de hacer un trato.

En términos generales, comprender el estado, la personalidad, los pasatiempos, las capacidades, la autoridad y la experiencia de negociación de los negociadores de la otra parte es la base para conocer a la otra parte. Luego, también podría recopilar información interna sobre el equipo de negociación de la otra parte, como como la relación entre los negociadores de la otra parte ¿cómo? ¿Hay una contradicción? ¿Quién es el orador principal y cuál es su opinión? Si hay opiniones diferentes a las de los negociadores entre los negociadores, etc. Si investiga más, puede averiguar del tercero las negociaciones previas de la otra parte sobre proyectos similares, necesidades reales, expectativas psicológicas, etc. La adquisición de dicha información es crucial para la preparación del plan de negociación.

Entonces, ¿cómo conocer mejor al enemigo y obtener más información sobre la otra parte de manera más completa? Si hay personas en el equipo interno que están familiarizadas con la otra parte, naturalmente es la forma más conveniente y directa de consultar en persona. Si no tiene estas condiciones convenientes, puede utilizar la "teoría del espacio de seis dimensiones" para confiar a un tercero que esté familiarizado con la otra parte o que

haya tratado con ella para que indague indirectamente sobre la información de la otra parte. Además, también podemos predecir la información de la otra parte investigando la situación de artículos similares en el mercado y comparándolos.

Por supuesto, la adquisición de dicha información inevitablemente tiene cierta subjetividad o errores, que requieren que los negociadores se ajusten con flexibilidad en cualquier momento de acuerdo con la situación real en las negociaciones reales. Los negociadores inteligentes también usarán métodos tortuosos de interrogatorio para explorar las cartas ocultas del oponente, solo de esta manera pueden estar en una posición invencible en la persuasión.

Después de conocerse a sí mismo y al enemigo, si puede captar el interés de la otra parte y luego persuadirlo, obtendrá el doble de resultados con la mitad del esfuerzo. Porque el interés es el mejor mentor de una persona. Por un lado, puede guiar a una persona a realizar una investigación profunda en un determinado campo que le apasione; por otro lado, las personas pueden descubrir las características de su personalidad analizando los intereses de una persona y usarlos para sí mismos. En las negociaciones, ver lo que le gusta a la gente es la mejor "panacea" para conocer a la gente y conocerse, y tomar la iniciativa de la negociación para persuadir a la otra parte.

Hay una empresa de pan muy conocida en Nueva York, EE. UU., y su pan se vende en casi todo Nueva York con una excelente reputación. Aún así, un gran hotel de Nueva York no lo está comprando. En los últimos tres años, el gerente de la compañía de pan ha cambiado dos veces, pero no importa si es un ataque frontal o lateral, el pan aún no puede ingresar a este gran restaurante. La "arrogancia" de este gran restaurante despertó la gran curiosidad de Jack, el nuevo gerente de la empresa de pan, e incluso despertó la determinación de Jack de vender pan a este restaurante.

Jack recopiló información sobre el gerente del hotel, Michael, a través de varios canales. A través del análisis, se encontró que Michael también era el presidente de la Asociación Americana de Hoteles además de ser el gerente del restaurante. Además, el presidente está muy entusiasmado con el trabajo de la asociación, y cada vez que la asociación celebra una reunión, sin importar cuán grande o pequeña sea, asistirá inquebrantablemente a la reunión en persona.

Después de descubrir esta pista, Jack de repente tuvo un plan. Empezó a recopilar todo tipo de información sobre la Asociación Americana de Restaurantes, y se la sabía de memoria. Entonces, Jack encontró una oportunidad adecuada para encontrar a Michael. Después de

que Jack conoció a Michael, nunca mencionó el tema de la venta de pan, pero habló con él sobre varias situaciones de la Asociación Americana de Restaurantes, y afirmó que estaba muy interesado en la asociación y que se uniría a ella, esperando que Michael le diera más orientación. Obviamente, Michael estaba muy contento con la visita de Jack. Cambió su anterior actitud indiferente hacia el personal de la empresa de panadería, dio respuestas detalladas a varias preguntas y sugerencias sobre la asociación planteadas por Jack e invitó encarecidamente a Jack a unirse.

Aunque la visita de Jack a Michael no habló en absoluto sobre la venta de pan, en el segundo día de la visita, el departamento de compras del gran hotel tomó la iniciativa de llamar a la empresa de pan de Jack, expresando que pediría una gran cantidad de pan. aquí en el futuro.

Hasta ahora, Jack ha capturado con éxito esta "gran fortaleza", impulsando las ventas de la empresa de panadería un paso más allá.

¿Por qué la empresa de panadería pasó tres años devanándose los sesos para vender pan a este restaurante y no logró vender una sola pieza de pan, mientras que Jack, con su lengua penetrante, charlaba interminablemente con el gerente del restaurante sobre la incompatibilidad con el pan? el asunto relacionado con la asociación de hoteles, esta gran lista se resolvió fácilmente? La razón es que Jack captó inteligentemente el punto clave del entusiasmo del gerente del hotel por la asociación hotelera e hizo lo que quiso, convenció a la otra parte y finalmente logró un éxito inesperado.

En las negociaciones, es una estrategia inteligente hacer lo que les gusta a los demás. Cuando la negociación está estancada o no tiene idea, es mejor que se detenga, cambie su perspectiva, comience con los rasgos de personalidad, intereses y pasatiempos de la otra parte, estudie cuidadosamente los gustos y aversiones de la otra parte, y aprenda a amar la casa y el negro, para encontrar otro camino.

El mejor vendedor del mundo, Joe Girard, es un maestro en negociar lo que le gusta.

Un extraño caballero llegó a la sala de exhibición de autos donde estaba Joe Girard. Cuando Joe Girard vio a este "Dios", exclamó: "El negocio está aquí". Vi a Joe Gillard caminando hacia este señor con entusiasmo, pero no presentó varios autos como otros vendedores, por el contrario, medio en broma le preguntó a la otra parte: "Señor, déjeme adivinar su auto. ¡Profesional! Se lo puedo asegurar". que definitivamente eres un abogado dedicado".

Recuerde, ser abogado es un puesto muy respetado y bien pagado en los Estados Unidos, por lo que aunque adivine mal, la otra parte entiende que el interlocutor lo dice por

respeto. Por lo tanto, este tipo de especulación "edificante" es una excelente manera de comenzar el tema.

Por supuesto, las intenciones de Joe Gillard son más que eso. Quería averiguar la verdadera identidad de la otra parte a través de este tipo de especulaciones.

Efectivamente, el caballero escuchó a Joe Gillard adivinar a sí mismo tan felizmente y dijo "no, no lo es" felizmente, mientras explicaba que su verdadera identidad era solo un carnicero que sacrificaba ganado.

Carnicero no es una profesión muy prestigiosa en Estados Unidos. Sin embargo, el astuto Joe Gillard hizo uso del tópico: "¿De verdad? ¡Eres genial! Nunca he entendido de dónde viene la carne de res que comemos. en detalle? Si es conveniente, ¿me puede mostrar todo el recorrido?" El caballero que miraba el auto escuchó que Joe Girard no solo no mostró desdén por su profesión, sino que estaba lleno de sincera admiración. Entonces, le presentó su ocupación a Joe Gillard en el acto. Ante los elogios sinceros y las preguntas curiosas de Joe Gillard, el caballero explicó con paciencia y orgullo. Al final, el caballero no solo compró el auto recomendado por Joe Girard, sino que también invitó con mucho entusiasmo a Joe Girard a visitar el matadero para matar ganado.

A Joe Gillard le gusta lo que le gusta a los demás y usa lo que le gusta a la gente como una oportunidad para comunicarse, ganarse la simpatía de la otra parte y luego realizar con éxito sus propias ventas. De esto puede verse que captar el interés de la otra parte es una "vid" que se puede encontrar en la negociación.

Por supuesto, frente a un oponente desconocido, no es una tarea fácil captar con precisión el interés del oponente. En ausencia de pistas, es aconsejable inferir el interés de la otra parte por la apariencia externa de la otra parte. Por ejemplo, una persona que cuelga todo el día una cámara réflex probablemente se interese por la fotografía, una persona que suele usar tapones en los oídos probablemente se interese por la música... Incluso cuando "montañas y ríos están llenos de dudas", la frase "Dónde compraste tu ropa, es realmente de buen gusto" y otras palabras casi amables pueden aliviar inmediatamente la atmósfera y convertirte en "un nuevo pueblo".

Debes saber que no importa cuán racional sea un negociador, sigue siendo un ser humano. Si es un ser humano, tiene pasatiempos, y si tiene pasatiempos, tendrá recursos para hablar. Obviamente, es mucho más fácil encontrar un gran avance en la negociación después de comprender el material de conversación común.

cuento

R: Mamá, cambié mi clase de interés. Del arte a las ciencias naturales.

B: ¿Cómo cambió tan rápidamente tu interés? ¿No te seguía gustando el arte la semana pasada?

R: No es que mi interés haya cambiado rápidamente, es que el interés de mi tío ha cambiado rápidamente. Dijo que los profesores de ciencias naturales eran más hermosos que los de bellas artes.

Segundo:……

Domina el "punto codicioso" y usa los "beneficios" para abrir el corazón de la otra parte

La codicia es una naturaleza humana y una debilidad de la naturaleza humana. En la persuasión, podemos aprovechar la codiciosa debilidad de la otra parte y sutilmente dar a la otra parte "beneficios" para seducir a la otra parte, de modo que podamos lograr el propósito de la persuasión.

La avaricia y la tentación están íntimamente relacionadas y se complementan. La codicia a menudo proviene de la tentación. Los "beneficios" que nos damos unos a otros son las tentaciones que nos lanzamos unos a otros.

Cuando los "beneficios" tientan a la otra parte, la psicología codiciosa de la otra parte querrá tomar los "beneficios" para sí misma. Entregamos los "beneficios" para satisfacer el deseo codicioso de la otra parte, abriendo así la puerta del corazón de la otra parte.

Wang Xiaoping abrió una tienda de ropa y pronto encontró problemas en la operación.

Un día, vio dos restaurantes en la misma calle, uno prosperaba y el otro no. ¿Cuál es la razón? Así que entró al restaurante con buenos negocios para averiguarlo.

Resulta que además de los platos con precios fijos, la tienda lanzará dos platos especiales todos los días. Esta es la ganancia que el jefe le da al cliente, y también es el "beneficio" arrojado por el jefe, que ha creado una tentación para el cliente.

Wang Xiaoping se inspiró en los métodos y conceptos comerciales del dueño del restaurante, por lo que lanzó una ropa especial todos los días. El precio de venta es casi cercano al precio de compra y, a veces, más bajo que el precio de compra. Esta forma de vender produjo resultados rápidamente. La ropa especial del día puede vender al menos dos piezas en el mismo día, y como máximo se agotará.

Cuando los clientes se hacen correr la voz entre ellos de que hay ropa especial en la tienda de Wang Xiaoping todos los días, más y más clientes vienen a patrocinar. Algunas personas vienen por la ropa en oferta, pero otras prendas en la tienda también son buenas y también atraerán clientes. Al final, cuando el cliente se fue, no solo compró la ropa de precio especial, sino que también eligió otra ropa. Entonces, el negocio de Wang Xiaoping se está poniendo cada vez más caliente.

No solo eso, para atraer clientes, Wang Xiaoping sigue volviendo a los clientes, e incluso después de negociar el precio, cuando el cliente paga, siempre le dará al cliente el cambio del precio.

Xiaoping siempre decía: "Hermana, la ropa en nuestra casa es de la mejor calidad y la variedad más completa, y todavía es muy barata. Ven a visitarlos cuando tengas tiempo, y no quiero el cambio".

A veces, algunos clientes dirán en broma: "De esta manera, ¿no pierdes mucho?"

Wang Xiaoping sonrió y dijo: "Entonces, vienes aquí a menudo, y si compras algunos más, es como ayudarme".

A través de este método de regalar ganancias a los clientes y tirar "beneficios", el negocio de Wang Xiaoping está mejorando cada vez más. Después de ganar suficiente dinero, Wang Xiaoping se convirtió en agente de cierta marca de ropa y abrió varias sucursales.

Como operadora de una tienda de ropa, Wang Xiaoping pudo tener éxito porque comprendió la naturaleza codiciosa de las personas. Aproveche esta debilidad humana y deseche los "beneficios", y la cantidad de clientes aumentará naturalmente. Con tales "beneficios", los clientes antiguos traerán nuevos clientes, los nuevos clientes traerán más clientes y el negocio mejorará naturalmente.

La iniciativa de Wang Xiaoping de eliminar las probabilidades y los extremos en realidad arroja "beneficios". Este método hace que los clientes sientan que se están aprovechando psicológicamente. Los clientes tendrán una buena impresión de Wang Xiaoping, y tendrán una impresión más profunda de esta tienda, y volverán la próxima vez. Si hay más clientes habituales, el funcionamiento de la tienda de ropa será relativamente estable.

La práctica de dar "beneficios" a los demás parece ser un poco una desventaja. De hecho, después de mucho tiempo, lo que ganas es mucho más que los "beneficios" que das a los demás. La concesión temporal de ganancias es para obtener mayores ganancias en el futuro.

Dar "beneficios" a los demás también se aprende y refina, y los "beneficios" deben darse claramente para que la otra parte sepa lo que sabe. Solo así la otra parte puede sentir que te debe favores, y si le pides algo en el futuro, hará lo mejor que pueda.

Este es el caso de la deuda de favor, que consiste en darle a la otra parte "beneficios" poco a poco, aunque cada vez no parezca mucho, después de la acumulación, la otra parte eventualmente le deberá más. En el futuro, la otra parte no le pagará muy poco, esto es muy importante en la persuasión.

Tal vez los "beneficios" otorgados a la otra parte en un momento no puedan impresionar a la otra parte, por lo que debemos continuar brindando "beneficios" a la otra parte, acumulándolos poco a poco, y gradualmente la acumulación será mayor. Si le ha dado

suficientes "beneficios" a la otra parte, la otra parte se conmoverá y su corazón eventualmente se abrirá a usted, y la persuasión será aún más efectiva.

Para la persona clave en el asunto, debe darle beneficios a la otra parte. Todos son codiciosos, usan "beneficios" para tocar el corazón de los demás. Sin este beneficio, podría estar perdiendo mucho. Sin embargo, una vez que se otorga este beneficio, la otra parte definitivamente se encargará de usted para minimizar su pérdida.

Cheng Jin está en el negocio, y algunos bienes a menudo se mueven. En ese momento, la industria de la logística no estaba tan desarrollada como ahora y no era rentable ir a la oficina de correos. Entonces, Cheng Jin le pidió a su relación que tomara la ruta de los pasajeros para ayudarlo a transportar las mercancías.

Tiene conocidos en la empresa de transporte de viajeros. También entregó obsequios al encargado y atendió a los invitados, y de esta forma finalizó el asunto del transporte de las mercancías a los pasajeros.

Cada vez que coloca las mercancías en el automóvil de pasajeros que se dirige al destino, y luego, cuando llega el automóvil, alguien naturalmente recogerá las mercancías. Otros también pueden enviarle la mercancía en autobús. De esta forma, no solo ahorró costos, sino que también incrementó el volumen de fletes.

Pero más tarde descubrió un problema: cada vez que la mercancía entregada llegaba a su destino, faltaban una o dos piezas. Tras la investigación y análisis, se descubrió que el conductor del transporte de pasajeros lo había detenido en secreto. Solo entonces, Cheng Jin comprendió de repente que solo les dio obsequios a los funcionarios y se olvidó de la persona más importante: el conductor del vehículo de pasajeros.

Por lo tanto, cada vez que Cheng Jin entrega productos, prepara una copia adicional para el conductor del autobús y también prepara un paquete de buenos cigarrillos para el conductor. Cheng Jin no solo brindó beneficios al conductor del autobús al entregar los productos, sino que tampoco se olvidó de dejar una copia para el conductor del autobús al recibir los productos. De esta manera, el conductor del autobús se beneficiará y, naturalmente, cuidará bien los bienes de Cheng Jin. Desde entonces, los bienes de Cheng Jin nunca se han perdido.

Antes de enviar "beneficios" a la otra parte, debe elegir los "beneficios" que está dando. Este "beneficio" debe ser lo que la otra parte necesita, le gusta y es atractivo para la otra parte. Solo tales "beneficios" pueden impresionar más profundamente a la otra parte.

Envíe algunos "beneficios" prácticos, que se utilizan en la vida diaria. Por ejemplo, bolígrafos de alta gama, perfumes de alta gama, encendedores de alta gama y otros artículos de uso común. Antes de dar "beneficios", debe comprender los pasatiempos y la personalidad de la otra parte, y hacer lo que quiera, para que la otra parte sea más fácil de aceptar y luego pueda establecer lentamente una buena relación.

Otorgue algunos "beneficios" ornamentales, como artículos coleccionables. Antes de enviarlo, debe saber si la otra parte tiene preferencia por el cobro. Si es así, también necesita saber qué tipo de colección le gusta a la otra parte y luego elegir los "beneficios" que desea otorgar a la otra parte.

Envíe algunos "beneficios" de tipo token, como tarjetas de transporte, tarjetas de recarga de teléfonos móviles y tarjetas de compras de supermercado. Tales "beneficios" son fáciles de aceptar para la otra parte. Es conveniente para el remitente y asequible para el destinatario.

Cuando la otra parte te pide "beneficios", no solo debes satisfacer lo que quiere, sino también darle más en la superficie. Él entenderá mejor lo que quieres decir y hará todo por ti más.

Si la otra parte es una persona que salva las apariencias, los "beneficios" que usted otorga deben estar disponibles. De lo contrario, la otra parte lo menospreciará, no solo no logrará nada, sino que también resultará contraproducente.

A veces, dar a la otra parte un "beneficio" puede no funcionar. Pero para lograr su objetivo, debe otorgar a la otra parte varios "beneficios". De esta manera, la otra parte puede sentir su sinceridad. La otra parte lo usará por usted.

Aprovechar la codiciosa debilidad de la naturaleza humana y otorgar "beneficios" a la otra parte es una forma más efectiva de lograr el propósito de la persuasión.

cuento

Oficial y soldado: ¿Quién eres? ¡Cómo te atreves a traspasar el jardín real!

Erudito talentoso: soy un erudito talentoso del sur del río Yangtze, y accidentalmente entré aquí por error.

Oficial y soldado: Oh. Resulta que es un erudito talentoso del sur del río Yangtze, por lo que su elocuencia debe ser excelente. Nos cuentas un chiste, y si es divertido, te dejamos ir, pero solo puedes decir una palabra.

Ingenio: ¡Pedo!

Oficiales y Soldados: ¿Qué?

Ingenio: ¡Pedo!

Oficial y soldado: ¿Qué quieres decir?

Erudito talentoso: Depende de ti dejarlo ir, ¡y depende de ti no dejarlo ir!

Oficial y soldado: Jaja... ¡vamos!

Capítulo 9 Un golpe mata, para que el oponente no tenga tiempo de decir "no"

En la persuasión, necesitas encontrar tu debilidad y puedes controlar al enemigo con un solo movimiento.

Para los vendedores, solemos hablar de qué tipo de clientes y qué tipo de productos vender.

A menudo decimos: "Un buen comienzo es la mitad del éxito". No deje que los clientes desconfíen de usted, así la mitad del éxito se perderá. Le toma menos de tres minutos hablar y la primera oración está decidida. .tu destino. Qué tipo de productos se venden a qué tipo de personas, por lo que el vendedor debe analizar los grupos de audiencia y comprender las debilidades de estos grupos de consumidores. A la hora de vender, el vendedor debe utilizar tus fortalezas para atacar directamente las debilidades del oponente, por lo que tu probabilidad de cierre será alta.

Un editor de una editorial vende un libro de referencia educativo a una gran librería. Después de escuchar la presentación del vendedor, el gerente comercial de la librería quería pedir 2000 juegos. Pero el vendedor no se alegró mucho con la transacción, creía que las futuras ventas de este libro afectarían la reputación de la editorial y de él mismo, por lo que le analizó al gerente de la librería: “Hasta donde yo sé, en su ciudad hay 15 escuelas que necesitan este libro, y cada escuela necesita de 70 a 80 estudiantes que necesitan este libro, y cada período de capacitación es de tres meses. Por lo tanto, 1200 juegos en tres meses son suficientes. Esta cantidad puede garantizar el suministro de libros de su tienda también puede evitar atrasos y afectan la rotación de capital”. Después de escuchar esto, el gerente se mostró escéptico, pero después de tres meses, los libros de referencia se agotaron. En comparación con otros vendedores que solo le piden a la librería que ordene más libros, independientemente de si la librería tiene o no atrasos, este tema ha ganado clientes en virtud de la integridad.

Después, el vendedor disfrutaba de un trato especial, siempre y cuando los libros le pareciesen buenos, aunque los entregaba en la librería, la librería aceptaba todos los pedidos y saldaba las facturas a tiempo, sin incumplir nunca. Sin embargo, otros emisores a menudo se enfrentan a la devolución de bienes o al pago fuera de plazo.

Las personas que practican artes marciales conocen todos los puntos de acupuntura del cuerpo humano, por lo que pueden golpear las partes vitales del oponente en un momento crítico para lograr el objetivo de ganar con un solo movimiento. Este método también se adapta al trabajo de ventas del vendedor.

Wang Hong, un vendedor directo de cosméticos, llamó a la puerta de un cliente. Después de que ella explicó sus intenciones, el cliente quiso cerrar la puerta y dijo: "Nunca compro cosméticos para las ventas de puerta en puerta, por favor regrese". Al ver que era difícil comunicarse con el cliente, Wang Hong estaba a punto de irse. cuando escuchó tocar el piano desde la sala de estar, ella fue ingeniosa y dijo: "Tu hija también está aprendiendo a tocar el piano. Parece que ella tocó mal la parte en este momento".

Tan pronto como el cliente lo escuchó, supo que Wang Hong sabía tocar el piano, por lo que preguntó: "¿Cómo sabes que ella tocó el piano equivocado en este momento?"

"Mi hija también está aprendiendo esta canción. La escucho todos los días y puedo escucharla. ¡Hoy en día, los niños realmente tienen que aprender todo y todo es difícil de aprender! "De repente, dijo que el cliente inmediatamente le dijo a Wang Hong: "Sí, el dinero que ganamos es para nuestros hijos. Para ser honesto, no es fácil para ti ganar este dinero y tienes que mirar las caras de otras personas".

"Entra y siéntate, hablemos lentamente, Yuanyuan, prepárate una taza de té..."

...

Obviamente, Wang Hong captó la "debilidad" de la hija del cliente, comenzó con la niña, encontró un tema común con el cliente y resonó con él. Esto hace que sea más fácil convencer a los clientes para que compren.

En las ventas reales, muchos vendedores siempre hacen estas preguntas: ¿Qué les pasa a los clientes actuales? Cada vez es más difícil de manejar, es una pérdida de esfuerzo, no hacen nada y algunos vendedores incluso se enojan y calumnian a los clientes.

Aquí, antes que nada, debe quedar claro que los clientes no están acostumbrados a "tratar", sino a cooperar sinceramente para lograr una situación de ganar-ganar. Antes de dedicarse a la industria de las ventas, el vendedor primero debe corregir esta mentalidad. No piense que las ventas son simplemente un proceso de vender productos y completar el volumen de negocios. Si realiza el trabajo de ventas con esta mentalidad, no podrá entender por qué. los clientes están interesados en los productos. Si no estás interesado, ¿por qué no puedes vender tu producto?

De hecho, los clientes a veces compran productos no solo por algún tipo de beneficio o beneficio que trae el producto en sí, sino también por otras razones. Estas razones están ocultas y deben ser descubiertas por el vendedor. Este no es el punto de venta y el punto de compra del producto que la gente suele decir, sino la "debilidad" o el "defecto" del cliente.

Siempre que el vendedor descubra estos dos puntos, las ventas serán más rápidas y fáciles. Hay dos métodos:

1. evitar la verdad

Este método se utiliza cuando el cliente no muestra gran interés por el producto, aunque el vendedor esté agotado, el cliente sigue impasible. En este momento, el vendedor debe evitar el tema delicado de las ventas y, en su lugar, conversar con el cliente sobre otras cosas, como algunas rutinas diarias, pero estos temas deben ser de interés para el cliente.

Para hacer esto, el vendedor necesita tener alguna información sobre el cliente. Al mismo tiempo, también es necesario que el vendedor comprenda el estado psicológico del cliente.

Además, existe otra situación, es decir, el cliente está interesado en el producto, en este sentido, el vendedor también puede usar su conocimiento profesional para ayudar al cliente a completar la compra, este también es un método para evitar la verdad.

2. Asediando a Wei y rescatando a Zhao

"Rodea a Wei y salva a Zhao" es también un truco del Arte de la guerra de Sun Tzu. Originalmente se refiere al método de asedio del estado de Wei por parte del ejército de Qi durante el Período de los Reinos Combatientes, lo que obligó al estado de Wei a retirar sus tropas para atacar el estado de Zhao y salvar el estado de Zhao. Atrás se refiere a la táctica de atacar la fortaleza trasera del enemigo para obligar al enemigo atacante a retirarse.

En términos de trato con los clientes, este método es una forma de influir en los clientes trabajando duro con las personas que los rodean.Este es un método de construcción de relaciones. Es decir, cuando no podemos llegar a una opinión común sobre el cliente, lo que afecta la transacción, podemos desviar nuestra atención y tratar de prestar atención a la familia, amigos y colegas del cliente, e influir en el cliente creando una buena relación. con estas personas, este método se utiliza a menudo en el marketing de relaciones públicas.

Por lo general, las personas otorgan gran importancia a los miembros de la familia, y los miembros de la familia son el factor más importante que puede influir en los clientes. Por ejemplo, podemos enviar regalos a los hijos del cliente, cosméticos a la esposa del cliente y productos de salud a los padres del cliente. Por supuesto, los factores específicos que pueden afectar al cliente dependen de la situación específica del cliente.

Los métodos anteriores son solo algunos pequeños métodos resumidos en el trabajo diario, que son simples y prácticos. Sin embargo, no podemos centrarnos únicamente en confiar en estos métodos, con la esperanza de ganarnos la confianza de los clientes y lograr buenos

resultados de ventas. Los vendedores siempre deben recordar que lo que más les importa a los clientes son siempre los beneficios y beneficios que el producto puede brindarles.

cuento

R: Mi hijo a menudo rompe los electrodomésticos en casa, ¡pero afortunadamente su papá puede arreglarlos!

B: Mi hijo también lo hace, ¡pero afortunadamente su papá también puede arreglarlo!

R: ¿Ah? ¿Tu marido también repara electrodomésticos?

B: ¡No! ¡Él arreglará a su hijo!

Primero:……

Solo unas pocas palabras llegarán al "punto crucial" de la otra parte.

Los antiguos dijeron una vez: "Unas pocas palabras son lo más importante". Cuando quiera persuadir a la otra parte, debe hablar directa y claramente. Si dice una palabra, unas pocas palabras darán en el clavo y obtendrán la aprobación de otros.

En una conversación, las personas más habladoras y persuasivas suelen ser aquellas que pueden dar en el clavo. Por lo general, no hablan mucho, pero en los momentos críticos, siempre pueden hacer un gran revuelo y decir sus palabras al grano. En resumen, cuando sea el momento de ser directo, nunca parlotearás.

Había un orador al que le gustaba mucho dar discursos. Su sueño era convertirse en un maestro del habla. Todos vinieron a escuchar su discurso. Pero contrariamente a lo esperado, muy poca gente acudió a escuchar su discurso.

Después de pasar por muchos giros y vueltas, el orador pensó que él podría no ser el material, pero que era demasiado inútil. Con el consejo y el aliento de sus amigos, el orador fue a visitar a los famosos maestros del habla en la ciudad.

Después de llegar a la casa del maestro, el maestro estaba recibiendo amigos y le indicó que se sentara primero.

"He estado de mal humor últimamente. Me quedo en casa todo el día sin nada que hacer. No puedo dormir por las noches, y mi insomnio es severo. Puedes ver que mis ojeras han salido". Mi amiga parecía haber sufrido un gran agravio, y lo dijo con una miseria indecible.

El orador pensó: "Si ella viene a hablarme sobre este problema, haré todo lo posible para consolarla y razonar con ella, y creo que definitivamente lo aceptará".

Pero lo que sorprendió al orador fue que el maestro despidió a su amigo con una sola frase.

"Tu familia es tan buena y tu vida es demasiado cómoda. Si sales y encuentras un trabajo, definitivamente no sufrirás de insomnio por la noche", dijo el maestro.

Tan pronto como el amigo escuchó que tenía razón, inmediatamente se dio la vuelta y se fue. Todavía estaba muy feliz cuando se fue.

El orador estaba perdido en sus pensamientos.

"¿Tienes algo que ver conmigo? Preguntó el maestro. De hecho, había oído hablar del orador. Su forma de hablar era demasiado engorrosa, y no podía llegar al punto en pocas oraciones, lo que siempre daba la gente una sensación de estar en la niebla.

"Creo que no tengo ninguno" El orador finalmente se dio cuenta de su problema.

"Una persona que puede hablar puede ganarse el corazón de las personas con una sola palabra. No es suficiente hablar demasiado, solo explique claramente", este es el consejo del maestro para el orador.

El orador se benefició mucho, se fue a casa y pensó mucho, y finalmente cambió su estilo de hablar y se convirtió en una persona que "habla".

A algunas personas siempre les gusta hablar de manera muy detallada y engorrosa cuando persuaden a la otra parte, al igual que un orador, hace que las personas se sientan habladoras y desenfocadas, y otras se sentirán disgustadas. Al persuadir, estas personas no pueden comprender los puntos clave y, a menudo, están en desventaja.

La persuasión es un arte muy delicado, los que entienden el arte de la persuasión no hablan muchas palabras, pero si pueden dar en el clavo. Aquellos líderes que son buenos para hablar pueden hablar al corazón de los demás con unas pocas palabras, dando en el clavo. Este estilo de hablar no solo refleja su inteligencia, sino que también revela su personalidad, lo que ganará la admiración de los demás.

Si no tiene su propio estilo de lenguaje al hablar con la gente, si no puede hablar con claridad en los momentos críticos, no podrá impresionar a los demás y, naturalmente, sus palabras tendrán poco poder para hablar. Para otros, es como el viento que pasa por los oídos y no deja nada atrás.

Algunas personas piensan que poder hablar y persuadir significa poder hablar de manera elocuente y elocuente frente a los demás, por lo que comienzan a hablar sin parar durante la conversación, mostrando sus talentos y sintiéndose bien consigo mismos. Pero a los ojos de los demás, solo escucharon muchas palabras falsas sin ningún significado práctico. Cuando hable, pronuncie palabras más importantes y trate de evitar el parloteo.

En la persuasión, quienquiera que pueda aprovechar la oportunidad clave a menudo ganará. En el momento crítico, no dude y no hable demasiado, simplemente explique su punto de vista de manera sucinta y podrá lograr el efecto de tomar la iniciativa para ganar.

Al enfrentar un momento crítico, si no puede obtener los puntos clave y decir tonterías, puede perder la oportunidad y será demasiado tarde para arrepentirse.

La forma de hablar directa y de una sola palabra también puede establecer majestuosidad en ocasiones necesarias, haciendo que todos lo miren con admiración y logrando un efecto de gran éxito.

Al ver esto, todos deben querer ser una persona que hable de manera concisa y poderosa, primero deben aprender a moderar su propio idioma.

No se trata de la cantidad de palabras, sino de la esencia, solo las personas con poca elocuencia pueden parlotear todo el tiempo, y los que pueden hablar bien deben ser aquellos que hablan concisamente.

Al persuadir a la otra parte, deje que la otra parte entienda sus palabras en el menor tiempo posible. En resumen, nunca diga dos oraciones si una oración puede explicar algo simple.

Además, debes concentrarte en lo que dices, y tener claro lo que quieres expresar, si no te comprendes a ti mismo, ¿cómo podrán entender los demás? En resumen, debe centrarse en los puntos clave al hablar, para que la expresión sea más concisa y concisa.

Una joven se sintió angustiada porque los demás no siempre la querían, por lo que comenzó a quejarse con sus amigos.

"Tampoco soy una mala persona. Soy entusiasta y me gusta ayudar a los demás, pero ¿por qué la gente no me quiere en la comunicación?"

La señora empezó de nuevo, diciendo que no estaba contenta con esto, y que eso no estaba bien, de este a oeste, de sur a norte, contó todas las historias cortas de sus padres.

"Detente, está bien, no hables. Déjame decirte la verdad, a la gente no le gustas porque siempre te gusta charlar y hablas sin parar. Después de escucharlo durante mucho tiempo, no lo sé". Qué quieres decir."

“Yo, yo no lo tengo.” La dama se quedó estupefacta al escuchar eso.

"Sí, en el futuro tienes que controlar tu boca y pensarlo antes de hablar. Si es necesario, habla brevemente y no digas nada innecesario", después de hacer los comentarios, el amigo se fue rápidamente.

Las personas que hablan sin enfocarse y parlotean a menudo aburren a las personas; cuando hablan de manera nítida y concisa, harán que las personas se sientan capaces y ordenadas, y se ganarán el amor de todos.

Si desea que el idioma dé en el clavo, cuando se trata de los puntos clave, debe escuchar claramente los puntos clave de otras personas, para que pueda "marcar la diferencia". Una persona famosa dijo: "Al hablar con la gente, siempre y cuando captemos los puntos clave y expresemos el significado".

En la comunicación, por lo general, si no puede persuadir a los demás, la otra parte lo persuadirá fácilmente, lo que requiere que comprendamos los puntos clave de la teoría. Resulta que la incapacidad de escuchar el énfasis de otras personas es un signo de una grave falta de habilidades de comunicación.

“Yo también quiero comunicarme con los demás en un lenguaje sencillo y claro, pero a veces no entiendo las verdaderas intenciones de la otra persona, lo cual es realmente angustioso”, esta es la voz de muchas personas.

Tal fenómeno ocurre, y la razón es que no entienden los puntos clave de lo que dicen los demás. Si puede centrar sus argumentos en los puntos clave de otras personas, no le llevará mucho tiempo hablar con claridad y obtener la aprobación de los demás.

En comunicación, hablar de manera concisa y al grano no es sólo una manifestación del arte de hablar, sino que también muestra la propia personalidad y gana el favor de los demás. A nadie le gusta alguien que habla de forma vaga, demasiado oblicua y balbucea.

Si quieres ser una persona que pueda hablar, si quieres brillar en la comunicación y poder convencer a todos, debes comprender la verdad de que "hablar puede ser muy valioso". Una persona que realmente puede hablar bien pronuncia "buenas palabras de oro y jade", no palabras grandilocuentes o palabras vacías sin significado práctico. En resumen, cuando llega el momento de estar limpio y ordenado, debemos aprovechar la oportunidad para ganarnos la aprobación de los demás de manera concisa.

cuento

R: Escribí un poema, por favor ayúdame a evaluar cómo es.

B: Qué poema, léelo y escúchalo.

A: Un pájaro solitario vuela solo, vuela hacia la puesta del sol y regresa hacia el oeste. ¡Tristezas y penas, penas y penas, pon a la gente melancólica y triste!

B: ¡Prolongado!

R: Está bien si dices "prolongado", ¿por qué sigues siendo "prolongado"?

B: "Waltered" es demasiado simple y claro, solo "Wilted" puede mostrar las palabras reales.

Primero:……

Haz que la otra persona diga “sí” desde el principio

Cuando tenga una conversación con alguien, no empiece hablando de las cosas con las que no está de acuerdo, sino de las cosas con las que está de acuerdo. También podrían decirse unos a otros que sus objetivos son los mismos, pero los métodos son diferentes.

Si es posible, queremos que la otra parte diga "sí" al principio e intentar evitar que la otra parte diga "no". El profesor Harry Overstraight, autor de Influir en el comportamiento humano, dice:

Cuando hables, nunca le des a la otra persona la oportunidad de decir "no". Un "no" crea un bloqueo que bloquea la continuación de la discusión. Porque cuando una persona dice "no", tiene que atenerse a ello por su propia dignidad. Aunque puede sentir que se equivocó al decir "no" después, seguirá diciendo "no", no por la verdad, sino por el bien de la dignidad. Por lo tanto, cuando tratamos con personas, debemos encontrar la manera de hacer que la otra parte exprese afirmación desde el principio. De lo contrario, te arrepentirás más tarde.

La mayoría de las personas tienen tal estado mental que cuando dicen "no", subconscientemente forman una idea de rechazo, y la idea subconsciente hará que todavía digan "no" a la conversación de seguimiento. Lo contrario también es cierto, cuando se dice la palabra "sí", se formará una idea afirmativa y aceptable en la mente subconsciente, y la reacción a la conversación subsiguiente será "sí".

Aquellos que saben cómo persuadir pueden obtener un "sí" como respuesta al principio. De esta manera, puede guiar la psicología de la otra parte, controlar la situación de toda la conversación y finalmente obtener el resultado que desea.

Airy es un vendedor de motores que tiene una fábrica en su zona como cliente potencial. Airy vendió motores a esta empresa durante 3 años y, finalmente, la empresa compró varios. Allie está muy contenta, porque siente que desde que empezó, seguirá comunicándose en el futuro. Sin embargo, surgieron problemas solo 3 semanas después cuando la compañía llamó y dijo que ya no compraría motores Airy.

Airy conocía bien los productos que vendía y sabía que el motor no tenía la culpa. Pero, ¿por qué la otra parte estaría insatisfecha? Corrió a la empresa rápidamente.

La persona que recibió a Airi era el ingeniero jefe de esa empresa. El ingeniero jefe dijo: "Su motor está tan caliente que puse mi mano sobre él y me quemé hasta morir".

Airi se congeló por un momento, ¿qué tipo de problema es este? Es normal que el motor esté muy caliente, sin contar que en fábrica la temperatura ambiente de la fábrica ya es

muy alta. Pero, ¿cómo lidiar con eso? Ciertamente es inútil discutir directamente con la otra parte. Entonces, Airy adoptó apropiadamente la técnica de hacer que la otra parte diga "sí".
Airy dijo: "Sí, si el motor está demasiado caliente, le aconsejaría que no lo use. Sin embargo, debe tener un motor aquí y su temperatura cumple con el estándar nacional. ¿Verdad?"
El ingeniero jefe estuvo totalmente de acuerdo y Airy obtuvo el primer "sí".
Airy agregó: "El estándar nacional dice que la temperatura del motor puede estar 72 grados Fahrenheit por encima de la temperatura ambiente, ¿verdad?".
El ingeniero jefe respondió: "Sí. Pero la temperatura de su motor es mucho más alta". En lugar de discutir con él sobre la temperatura del motor, Airy continuó: "¿Cuál es la temperatura ambiente en su fábrica?".
El ingeniero jefe pensó por un momento y dijo: "Hace unos 75 grados Fahrenheit".
Airy dijo: "Así es. La temperatura ambiente en la fábrica es de 75 grados Fahrenheit, y el motor puede tener 72 grados Fahrenheit más que la temperatura ambiente. En otras palabras, lo que toca es 147 grados Fahrenheit. Si pone su mano en esta alta temperatura ¿Se siente caliente encima de las cosas?"
El ingeniero jefe pensó por un momento y dijo: "Sí. 147 grados Fahrenheit, debe estar caliente".
Allie dijo: "Entonces te sugiero que mantengas las manos alejadas del motor, ¿de acuerdo?".
El ingeniero jefe admitió: "Tienes razón".
Unos meses más tarde, la empresa compró algunos motores más de Airy.
A partir de esto, también podemos ver que es muy importante diseñar una serie de preguntas que hagan que la otra parte asienta con la cabeza y diga que sí. Es decir, podemos llevar el rumbo de la conversación en persuasión haciendo preguntas que despierten el interés y la atención de la otra parte, influyendo así en el resultado de la persuasión.
A Eddie le gusta cazar, pero nunca antes había comprado equipos de arco y flecha, siempre los alquilaba. Un día, llamó a la tienda donde solía alquilar arcos y flechas. El dependiente le dijo que la tienda ya no brinda servicios de alquiler y que solo puede comprarlos si es necesario.
Eddie tuvo que llamar a otra tienda para preguntar. Había un hombre que contestó el teléfono.

De hecho, todas las tiendas ya no alquilan arcos y flechas, sino que los venden. Pero el hombre no lo dijo directamente, sino que preguntó: "Disculpe, ¿alquiló arcos y flechas antes?"

Eddie respondió: "Sí".

El hombre continuó preguntando: "¿Puedo preguntarle si solía alquilar un juego completo de equipo por $25 a $30 a la vez?"

Eddie recordó un momento y dijo: "Sí, básicamente ese es el precio".

El hombre volvió a preguntar: "Disculpe, ¿sueles ser muy económico?"

Eddie respondió: "Por supuesto que lo es, y eso es evidente".

El hombre le dijo a Eddie: "Señor, básicamente todas las tiendas ya no se alquilan, sino que se venden. Tenemos un juego especial de arcos y flechas en nuestra tienda, incluidos todos los accesorios. El costo total es de solo 32 dólares. Le sugiero que compre un juego, para que no tenga que pagar $30 cada vez que alquile, lo cual es más rentable".

Edillo asintió después de pensarlo, colgó el teléfono y se dirigió a la tienda. Eddie no solo compró un juego de arcos y flechas por valor de casi cien dólares, sino que también compró muchos otros accesorios. Al mismo tiempo, Eddie también se ha convertido en un cliente fiel de la tienda.

¿Decir "sí" también puede ser adictivo? Como argumenta Overstraight, hacemos que una persona diga que sí al principio, y tiende a decir que sí más tarde. Esto también puede decirse que es la inercia del lenguaje. Sin embargo, tenga en cuenta que decir "no" puede ser adictivo. Si queremos obtener el "sí" de la otra parte, debemos dejar que la otra parte se acostumbre a decir "sí", ese es el secreto del éxito.

Entonces, ¿cómo logras que los demás asientan y te digan que sí?

1. Deje que otros estén de acuerdo voluntariamente con usted señalando los beneficios de la otra parte

Siempre que las personas responden afirmativamente, es porque ven sus propios intereses. La razón por la cual algunas personas pueden cooperar rápidamente con otras es porque sus palabras y acciones siempre pueden comenzar desde la perspectiva de las necesidades de la otra parte. De hecho, cuando las personas dicen voluntariamente "sí", solo se están adhiriendo a sus propios intereses. En tales circunstancias, es inútil intentar explicar los propios puntos de vista y opiniones de todas las formas posibles para persuadir a la otra parte. Por lo tanto, es aconsejable poder señalar adecuadamente los beneficios para la otra parte.

2. Repite lo que ha dicho la otra persona para que la otra persona sienta que estás en sintonía con él

Algunas personas piensan que repetir las palabras de los demás enterrará su propia personalidad, lo que no es propicio para las actividades de persuasión. De hecho, este no es el caso. Por un lado, hacerlo puede hacer que la otra parte se dé cuenta de que estás en sintonía con él y tenga una buena impresión de ti; por otro lado, también te da tiempo para pensar antes. haciendo un contraataque apropiado.

3. Preguntas principales de diseño

Las preguntas inductivas pueden abrir el pensamiento de la otra parte y guiarla para que acepte su punto de vista. Al igual que Eddie en el artículo anterior, diseñe una serie de preguntas lógicas, guíe gradualmente a los ingenieros fuera del malentendido del pensamiento y finalmente esté de acuerdo con sus propios puntos de vista.

Lo mismo es cierto para los persuasivos. Deje que la otra parte diga "sí" en lugar de "no" desde el principio, y deje que la otra parte continúe afirmando su opinión, y la otra parte gradualmente estará de acuerdo con su forma de pensar. De esta manera, tienes una gran oportunidad de ganar.

cuento

A: ¿Has sido muy bueno desde niño?

B: ¡Sí!

A: ¿Normalmente no refutas lo que dicen los demás?

B: ¡Sí!

A: Entonces me reconoces como madrina? Ja ja.

B: ¡Mamá!

Primero:……

B: ¡Mamá, quiero amamantar!

Primero:……

Directo al grano, es mejor hablar primero

Como dice el refrán, "un buen comienzo es la mitad de la batalla", esta frase no solo es cierta para hacer las cosas, sino también para persuadir a los demás.

Después de un análisis cuidadoso, encontraremos que gran parte de la dificultad para persuadir a los demás proviene de varias razones y excusas de la otra parte.

Independientemente de que estas razones y excusas puedan convertirse en "argumentos" poderosos, entorpecerán más o menos nuestro proceso de persuadir a los demás. En lugar de dejar que la otra parte encuentre excusas para negarse a aceptar nuestras ideas, es mejor comenzar la conversación desde el principio y cortar la oportunidad de que la otra parte objete o presente excusas.

Este método de "hablar primero" a veces puede acabar rápidamente con nuestro proceso de persuasión y permitirnos alcanzar nuestros objetivos sin problemas.

La compañía de medios del Sr. Zhang en Beijing creció más y más, por lo que comenzó a planear abrir una sucursal en su ciudad natal, Dalian. Pero, ¿quién se hará cargo de la gestión de la nueva empresa? Debe saber que aunque Dalian y Beijing no están muy lejos, si se va a establecer una nueva empresa, el nuevo gerente debe permanecer allí durante mucho tiempo. En cuanto a las personas en la empresa ahora, ¿quién puede dejar su círculo de vida en Beijing e ir a un lugar desconocido para arreglárselas por sí mismo? Para encontrar candidatos, el Sr. Zhang se devanaba los sesos.

En este día, el Sr. Zhang llamó al supervisor Wang Wei a la oficina y le dijo: "Xiao Wang, has estado conmigo durante tantos años, siempre te has desempeñado muy bien y siempre me has sido leal". "Un subordinado como tú es muy raro. Si hay alguna dificultad ahora, tengo que dejar que lo hagas tú, así que puedo estar tranquilo".

Wang Wei no sabía que el Sr. Zhang iba a abrir una sucursal, por lo que, naturalmente, no esperaba que le dieran este "trabajo duro", por lo que respondió: "Sr. Zhang, es demasiado educado para decir eso. También quiero agradecerte por estos años. ¿Qué pasa con tu promoción de mí?

El Sr. Zhang dijo de inmediato: "Oye, en comparación con tu arduo trabajo, estas recompensas son demasiado insignificantes. Así que lo pensé y decidí promoverte para que seas el gerente de nuestra nueva empresa".

Wang Wei mostró alegría: "¿En serio? ¡Felicitaciones, no sabía que ibas a abrir una sucursal! ¡Me valoras mucho, trabajaré duro para administrar bien tu nueva empresa!"

Al escuchar lo que dijo Wang Wei, el Sr. Zhang sonrió y dijo lentamente: "Xiao Wang, esta es una gran mejora en tu carrera. ¡Te felicito sinceramente! Sin embargo, también quiero decirte que debes. Hay grandes avances en la carrera. , y se deben saber algunas cosas necesarias. Nuestra nueva empresa no está en Beijing, sino en Dalian, mi ciudad natal..."

Tan pronto como Wang Wei escuchó que las palabras del Sr. Zhang estaban equivocadas, estaba a punto de expresar su opinión cuando el Sr. Zhang hizo un gesto con la mano para detenerlo y continuó: “Sé que sería un gran sacrificio para ti dejar Beijing. , y sería aún más cruel dejar a su esposa e hijos. Así es como lo pienso. Además del salario adeudado al gerente, le daré otro año de salario como tarifa de reasentamiento. Puede alquilar un buen casa allí primero y lleva a tu esposa e hijos allí. Además, Dalian es mi ciudad natal. También tengo algunos amigos allí, y les pediré que te cuiden. De esta manera, tu pérdida es en realidad para reducir la reunión con amigos en Beijing. Mira, Xiao Wang, ya he pensado en ti tan cuidadosamente que no debes rechazarme ".

Al escuchar esto, Wang Wei no pudo decir más excusas. Después de regresar y considerar durante dos días, decidió hacerse cargo de la nueva empresa en Dalian.

Es fuerte hablar primero, lo que se refleja plenamente en el manejo de este asunto por parte del Sr. Zhang. Por supuesto, ser capaz de persuadir a Wang Wei tan fácilmente, además de que el Sr. Zhang fue muy considerado con él y su posición fue promovida, también es inseparable de que el Sr. Zhang sea el superior de Wang Wei.

De esto se puede ver que esta táctica de "hablar" primero, más o menos "fuerte", es más adecuada para personas con alto poder para usar contra personas con bajo poder. Sin embargo, este tipo de "fuerza" no significa coerción. La "boca" es la primera en ser fuerte. También debe llevarse a cabo sobre la base de que la otra parte puede aceptarla. No puede hacer que la otra parte sienta que sus propios intereses están demasiado dañados, de lo contrario será difícil tener éxito. .

Convencer a otros no tiene que ser como un concurso de debate, donde ambas partes expresan primero sus puntos de vista y luego discuten por separado. Si estamos más seguros, podemos ir directamente al grano, exponer nuestro propósito y luego luchar por la aprobación de la otra parte. Este método es más dominante en términos de impulso y, a menudo, puede completar el proceso de persuadir a otros más rápidamente.

cuento

A: Escuché que compraste un reloj nuevo ¿Qué funciones tiene?

B: Las funciones están completas. Impermeable, a prueba de polvo, a prueba de golpes...

R: ¡Sácalo y déjame verlo!

B: Desafortunadamente, no es antirrobo. ¡El ladrón fue el primero en llevárselo a ver!

Primero:……

Es más fácil encontrar el terreno común entre las dos partes y golpear el corazón.

Al tratar de persuadir a la otra parte, las personas encontrarán que si el persuadido descubre que el persuasor tiene algo en común con él, entonces el persuadido está más dispuesto a escuchar su opinión. Por lo tanto, encontrar y utilizar los puntos en común con la otra parte es el atajo y la forma más efectiva de persuadir a la otra parte. Debido a estos puntos en común, tenemos un tema común y un lenguaje común entre nosotros, por lo que él confiará más en ti, estará más dispuesto a acercarse a ti y estará más dispuesto a ser persuadido por ti.

Los puntos en común pueden ayudarlos a entenderse más fácilmente y a acercarse más que a los demás. Debido a la similitud, es probable que la otra parte se convierta en un amigo que pueda hablar de todo con usted. De esta manera, tendrá un intercambio y una comunicación más profundos con la otra parte, y la distancia entre ustedes se reducirá gradualmente debido al terreno común.

Yang Li es el jefe de una empresa de construcción. Recientemente, la compañía de Yang Li planea participar en una reunión de licitación de proyectos de ingeniería en la ciudad.

A través de la relación, Yang Li descubrió que la persona a cargo de este proyecto era el director Wang de la ciudad. Entonces, fue a la oficina para encontrar al Director Wang una y otra vez, pero siempre fue rechazada. Ella no está reconciliada.

Yang Li es una creyente budista. Una vez fue al templo a ofrecer incienso, y vio que el director Wang también fue al templo a adorar a Buda, y ella estaba muy cerca del maestro en el templo, así que sabía que el director Wang también fue discípulo del budismo.

Una vez, Yang Li se enteró de que el jefe Liu invitó al director Wang a salir y se dirigía al hotel Jin Jiang, por lo que llevó a su asistente al hotel Jin Jiang lo más rápido posible.

En el vestíbulo del hotel, Yang Li fingió estar aquí para cenar también, creando un encuentro casual con el director Wang y el jefe Liu. Yang Li mintió diciendo que no tenía una reserva y esperaba almorzar con el director Wang y el jefe Liu, pero no rechazaron la solicitud de Yang Li.

En la mesa del comedor, el jefe Liu ordenó muchos platos de carne, pero el director Wang no movió los palillos durante mucho tiempo. En ese momento, Yang Li comenzó a decir: "El jefe Liu es muy amable, pero el director Wang y yo creemos en el budismo. Tenemos que ayunar el primer y el decimoquinto día del año nuevo lunar. Hoy es el decimoquinto día, así que realmente no podemos romper el precepto".

El director Wang se sorprendió gratamente en ese momento y rápidamente preguntó: "¿El jefe Yang también cree en el budismo? Qué destino".

Yang Li mostró hábilmente las cuentas budistas en su muñeca y luego dijo: "Mi madre es budista y, bajo su influencia, yo también soy un discípulo budista".

Sin embargo, la comida ya ha sido servida y el restaurante no permite la devolución de la comida sin motivo. Yang Li dijo inteligentemente: "Director Wang, sé que hay un buen restaurante vegetariano. He reservado un asiento allí y aún no lo he cancelado. ¿Por qué no vienes conmigo?"

A las personas que creen en el budismo les suele gustar comer en lugares como Vegetarian Vegetarian. Por supuesto, el director Wang también estaba feliz de ir, por lo que aceptó de inmediato.

Al final, Yang Li y el director Wang tuvieron una buena conversación en el restaurante vegetariano debido al terreno común, y la relación también se acercó mucho más.Después, el director Wang nunca rechazó la invitación de Yang Li. Al final, la empresa de Yang Li ganó la licitación del proyecto.

Porque Yang Li descubrió los puntos en común entre ella y el Director Wang, y los usó para ganarse la confianza del Director Wang, logrando así su objetivo.

Al interactuar con las personas, tal vez haya llegado al punto de la cortesía y el amor, pero simplemente no puede lograr el objetivo que desea. Además, hay muchos competidores que son más respetuosos y amigables que tú.

De hecho, cuando utiliza la habilidad de comunicación de "encontrar algo en común", se acercará fácilmente a la otra parte y ganará la confianza de la otra parte. Esta habilidad hará que obtenga resultados inesperados en la comunicación.

Una vez que la otra parte vea lo que tienes en común con él, estará muy dispuesto a comunicarse y llevarse bien contigo, y te dará la oportunidad de interactuar con él, y es posible que te conviertas en su amigo en un corto período de tiempo.

Debido a la similitud, tendrá una resonancia emocional en la comunicación, y esta resonancia está profundamente arraigada en los corazones de las personas. Entonces la amistad entre ustedes estará un paso más cerca, e incluso serán considerados como amigos íntimos. Entre confidentes, si le pides algo, definitivamente se lo tomará en serio y hará todo lo posible para ayudarte.

Tal vez, usted nunca ha tenido algo en común con la otra parte, y usted crea el llamado terreno común, por lo que parece tener una naturaleza engañosa, pero no lo es.

Cuando la otra parte lo considera como "uno de los suyos", por esta emoción, debe cultivar la comunidad real entre usted y él. Esto no desperdiciará la confianza y cercanía de otras personas hacia usted.

Deje que la otra persona se dé cuenta de que lo que tiene en común con ella es natural, coincidente y, preferiblemente, no exagerado. La discusión entre ustedes sobre el terreno común es valiosa y profunda. Deje que la otra parte vea su profunda connotación y herencia. En lo que tienen en común, deja que tu encanto y estilo únicos lo atraigan profundamente.

Encontrar lo que tiene en común con la otra parte es lo primero que debe hacer en la comunicación. Puede investigar las preferencias de la otra parte con anticipación preguntando a las personas que la rodean sobre los intereses y pasatiempos de la otra parte.

Es mejor si tiene algo en común con la otra parte, si no, necesita cultivar, esperar la oportunidad y luego ganar la confianza y el favor de los clientes a través del terreno común.

Ning Xin es una vendedora que por casualidad conoció a un cliente potencial que está muy interesado en las villas pequeñas. Ning Xin se dio cuenta de que este cliente era rico y tenía muy buen gusto. Aunque Ning Xin hizo todo lo posible para recomendárselo al cliente y le dejó su tarjeta de presentación, el cliente nunca respondió.

Después de muchas consultas, Ning Xin se enteró de que a este cliente le encanta el tenis. Ning Xin aprendió algo de tenis y se inscribió en un curso intensivo de tenis. Cuando Ning Xin estaba en el mismo nivel, llamó al cliente y le dijo que "accidentalmente encontré una cancha de tenis con un ambiente particularmente bueno", y también reveló que jugaba bien al tenis.

En ese momento, no tuvo ningún efecto. Luego, un fin de semana, el cliente llamó y le pidió a Ningxin que jugara al tenis. Debido a que su golfista se fue al extranjero, pensó en Ning Xin. Finalmente, durante un período de juego de tenis, el cliente tomó la iniciativa de firmar un contrato de compra con Ning Xin.

Además, también puede prestar más atención a algunos hábitos en la vida y el trabajo de la otra parte, prestar atención a escuchar el idioma de la otra parte o analizar las características de personalidad de la otra parte y descubrir qué tiene en común con él.

También puede juzgar el estado de vida, el nivel espiritual y los pasatiempos de la otra persona observando la forma de vestir, la expresión y el comportamiento de la otra persona. También puedes discutir algunos temas con él, como hablar sobre sus gustos y su

vida. A partir de una cuidadosa observación y discusión, encontrará lo que tienen en común.

Además de discutir temas como el gusto o la vida, también puedes hablar sobre algunos conocimientos de la vida diaria, y puede ser más fácil encontrar puntos en común al respecto. También pueden participar en actividades y hacer caminatas entre ustedes, para que puedan encontrar puntos en común a través del chat y el contacto mutuo.

Lo que tienen en común puede acercarlos a la otra parte y, aunque no hay garantía de que realmente logren su objetivo, definitivamente aumentará las posibilidades de una persuasión exitosa.

cuento

Maestra: ¿Quién puede decir qué tienen en común los dos huevos y los huevos de pato en mi mano? Tenga en cuenta que es común.

Xiao Ming: Ninguno de estos dos huevos puede convertirse en pollo o pato.

Profesor: ¿Por qué?

Xiao Ming: Porque no puedes incubar huevos.

maestro:……

Recogiendo semillas de sésamo o abrazando sandía

En la comunicación interpersonal, a menudo hay muchas personas que se dan prisa, la razón principal es que estas personas no saben ser flexibles y no pueden distinguir las prioridades de las cosas. Así que no hay duda de que hay pánico.

Un maestro de la comunicación tranquilo debe ser una persona que sea buena en flexibilidad, que comprenda las prioridades de las cosas y organice su comunicación de manera razonable.

Todos encontrarán algo de "sandía" y algo de "sésamo" en la comunicación interpersonal. Todos pensarán en cómo obtener "sandía". Es extraño que las personas a menudo recojan "semillas de sésamo" en acción. Aunque anhelo abrazar a "Sandía", no quiero perder a "Sésamo". Esta es obviamente la consecuencia de no poder distinguir las prioridades de la comunicación.

Jinsuo es un granjero emprendedor. Él mismo montó una gran fábrica de procesamiento de frutas y ganó mucho dinero.

Con la ayuda de los líderes de la aldea, Jinsuo atrajo inversores. Jin Suo se vistió elegantemente y fue a la ciudad para hablar sobre la cooperación con los representantes de los inversores.

El representante del inversor es una persona muy puntual y eficiente. El representante del inversionista fijó el lugar para la negociación en una habitación privada de un hotel y Jin Suo felizmente asistió a la cita. Cuando llegó la hora del almuerzo, la cooperación casi había terminado. El inversionista sugirió almorzar antes de firmar el contrato. Jin Suo también estuvo de acuerdo.

Después de ordenar los platos, Jin Suo fue al baño mientras esperaba que se sirvieran los platos. Sucedió que me encontré con un antiguo compañero de clase a quien no había visto en mucho tiempo. Luego, Jin Suo fue arrastrado por sus antiguos compañeros de clase a su habitación privada para beber.

Jin Suo pensó para sí mismo, el contrato está resuelto y lo único que queda es firmar el contrato. Jin Suo regresó y le dijo al representante de los inversores que lo dejara comer primero y que regresaría en un rato. Después de eso, volvió a la habitación privada de su antiguo compañero de clase para seguir bebiendo. Jinsuo dejó fuera a los representantes de los inversores en la sala privada.

La forma de tratar con el mundo y el comportamiento de Jinsuo hizo que los inversores se sintieran muy insatisfechos. Sintió que Jin Suo no prestó mucha atención a esta cooperación y lo despreciaba mucho. Entonces, antes de que Jin Suo regresara, el inversionista salió del hotel sin siquiera comer.

El tonto Jin Suo finalmente perdió una importante oportunidad de cooperación.

Debido a que Jin Suo no distinguió las prioridades de la socialización, finalmente cometió el error de "recoger semillas de sésamo y perder la sandía".

En la comunicación interpersonal, hay muchas cosas que necesitan hacer una elección alternativa. A la hora de elegir, debes tener claro cuál es tu propósito, para poder lograr tu propósito, debes renunciar a una elección. Si no sabes cómo rendirte, o tomas la decisión equivocada, recogerás las semillas de sésamo y perderás la sandía.

La mayoría de las veces, tenemos que aprender a elegir. En la encrucijada de las relaciones humanas, debemos elegir un camino y abandonar el otro, porque es imposible pisar dos caminos al mismo tiempo con un solo pie. Cuando "sandía" y "sésamo" no pueden tener ambos, debemos distinguir entre prioridades. Renuncia audazmente al "sésamo" y elige "sandía".

Si no renuncias a ambas opciones, entonces estás agobiado con demasiado, y al final perderás lo grande por lo pequeño. Aprende a renunciar a lo que no es importante y elige lo importante, para que puedas comunicarte fácilmente. Solo tomando las decisiones correctas puedes tener buenas y valiosas relaciones.

Lo que se pierde en la comunicación interpersonal es lo que se gana. Aprende a tomar la decisión correcta. La elección correcta es una actitud, la elección correcta es una especie de sabiduría y la elección correcta es una estrategia. Aprender a elegir significa aprender a rendirse.

En las relaciones interpersonales, debemos tomarnos el tiempo para tratar las ligeras y las urgentes con las serias.La clave para hacer esto es la elección. Independientemente de las prioridades, hacer las cosas solo de acuerdo con ideas personales a menudo es una pérdida de tiempo. No solo se pierde la oportunidad, sino que su destino puede cambiar.

En la comunicación, a menudo nos encontramos con tales y tales cenas. Algunas cenas se programarán a la misma hora que otras cenas importantes, a la hora de elegir deberás elegir ir a la cena importante. Porque conoces las prioridades de las cosas, y no quieres perder tu sandía por tus semillas de sésamo.

Zheng Jie es el jefe de una gran empresa y se enfrenta a varias cenas todos los días, ya sea una cena oficial, una cena en un centro comercial o una cena entre amigos. Se puede decir que estos intercambios ocupan la mayor parte de su tiempo, y en ocasiones tiene que participar en dos o más intercambios al mismo tiempo.

Ante tal situación, Zheng Jie siempre se equivocaba, yendo y viniendo entre cenas sin orden. Después de mucho tiempo, se sentía física y mentalmente exhausto e impotente.

Una vez, había dos contactos de negocios que necesitaban ser atendidos, uno era una reunión entre varios colegas para conectarse entre sí, y el otro era un banquete para hablar de negocios con el presidente de una empresa conocida. Zheng Jie no quería renunciar a estos dos intercambios. Pero en comparación, esto último es más importante. Para cuidar de ambas partes, instaló los dos locales de vino en el mismo hotel.

Incluso si hay una técnica de clonación, tienes que lidiar con ella rápidamente. Pero, ¿cómo podría Zheng Jie tener habilidades de avatar? Estaba solo entre las dos licorerías, corriendo entre una habitación privada y esa habitación privada, después de beber el vino aquí, continuó bebiendo el vino allá;

Más tarde, el presidente de la conocida empresa vio que estaba tan ocupado, sin entusiasmo por sí mismo y sin la consideración suficiente para cuidarlo, por lo que se fue sin despedirse.Al final, el negocio no se negoció. y ni siquiera se hicieron amigos. Y los amigos en el banquete de allí también tenían opiniones sobre él. Al final, Zheng Jie se perdió el sésamo y perdió la sandía.

Inspirado por amigos, Zheng Jie hace una lista de prioridades todos los días antes de participar en actividades sociales. Cuando se encuentra con una cena al mismo tiempo, Zheng Jie siempre elige la más importante para asistir y luego llama a la que no participó para expresar sus disculpas.

Para aquellas comunicaciones sin importancia en la lista de prioridades, Zheng Jie envió a su asistente para cancelarlas y explicarlas en persona.

De esta manera, la vida de Zheng Jie no solo es mucho más fácil, sino que también mantiene bien su importante relación interpersonal.

La gente tiene que aprender a ser flexible en la comunicación interpersonal. Las personas que saben ser flexibles pueden distinguir cuál es más importante y cuál es más urgente en varias comunicaciones, para organizar la hora del día de acuerdo con la urgencia del asunto. Y esas cosas sin importancia pueden ser apartadas.

Si hay dos o más comunicaciones al mismo tiempo, debe elegir la más importante y luego llamar para explicar las otras comunicaciones, con la esperanza de obtener comprensión.

Si encuentra dos cosas contradictorias en la misma comunicación, entonces su comportamiento y lenguaje deben enfocarse en lo importante. Porque eso es de lo que estás hablando.

Si no puede tomar una decisión de inmediato, comience por hacer una lista de prioridades. Primero, evalúe cada comunicación usando los cuatro principios de meta, necesidad, recompensa y satisfacción. Luego elimine la comunicación innecesaria y confíe en otros para que lo ayuden a completar alguna comunicación que no necesita hacerse en persona. Al final, se trata de prepararse para su comunicación importante.

Frente a todo tipo de comunicación, después de determinar la prioridad de la comunicación, debe averiguar qué propósito desea lograr a través de la comunicación en la que elige participar y renunciar a todo lo que no conduce a su propósito. Solo así no perderás la "sandía" sino que recogerás el "sésamo".

Mientras sean maestros de la comunicación, todos entienden el principio de priorización en la comunicación interpersonal. Organice su comunicación de acuerdo con la prioridad, y su vida no será caótica.

cuento

A: Marido, ¿qué soy yo en tu corazón?

B: ¡Sésamo!

A: ¿Soy tan pequeña y encantadora?

B: ¡Estoy hablando del contenido de grasa, que supera el 58%!

Primero:……

Capítulo Diez Sé un Rey Culto de la Persuasión

Guarda la cara y dale un descuento a la solicitud

Existe un "efecto de salvar las apariencias" en psicología, que se refiere al fenómeno de que es más probable que las personas acepten una solicitud más pequeña después de rechazar una solicitud más grande cuando se les pregunta. La razón por la que se puede producir el efecto de salvar las apariencias es principalmente porque cuando las personas rechazan las grandes solicitudes de otras personas, sienten que no han podido ayudar a los demás, lo que daña su imagen de ser compasivo y servicial, y decepciona los buenos deseos de los demás. para ellos culpable. En este momento, con el fin de restaurar una buena imagen a los ojos de los demás y obtener el equilibrio psicológico, con gusto aceptarán solicitudes más pequeñas. Al persuadir a otros, el "efecto de salvar la cara" también es aplicable. Por ejemplo, si desea persuadir a alguien para que cumpla con su solicitud, para aumentar la posibilidad de persuadir a la otra parte, primero puede hacer una solicitud más grande y, cuando la otra parte se niega, puede realizar su solicitud original. para convencer a la otra parte, la posibilidad será mayor.

Zhang Tong y su esposo, Chen He, han estado casados por un año. Su relación es bastante estable y sus vidas van bien. Lo único que hace que Zhang Tong esté insatisfecho es que Chen He es un completo fanático de los juegos. El trabajo de Chen He es relativamente regular y sale temprano del trabajo. Lo primero que hace cuando entra a la casa todos los días es encender la computadora y jugar, y a menudo se sienta hasta la medianoche. A veces, cuando Zhang Tong salía tarde del trabajo y tenía que cocinar y ordenar la habitación cuando llegaba a casa, inevitablemente se quejaba de Chen He. Pero Chen He continuó concentrándose en jugar el juego como si no lo escuchara todo el tiempo. Zhang Tong sintió que él y Chen He deberían hacer un acuerdo de tres partes.

Zhang Tong pensó durante mucho tiempo, eligió un momento adecuado, fingió estar muy insatisfecho y le dijo a Chen He: "Tu desempeño realmente me decepciona, si continúas obsesionado con los juegos y no te preocupas por los asuntos familiares, entonces yo solo puedo considerar romper contigo".

Al ver el rostro serio de su esposa, Chen no pudo evitar sobresaltarse e inmediatamente dijo: "No, ¿puedo cambiarlo?"

Zhang Tong expresó deliberadamente vacilación: "Dijiste que cambiara, pero sé que no me enojaré más tarde y volverás a ser el mismo. Si quieres que lo crea, a menos que cumplas con las reglas que establecí".

"¡Qué reglas, dime, haré todo lo posible para cumplirlas!", Preguntó Chen He con ansiedad.
Zhang Tong dijo con seriedad: "Solo puedes jugar los fines de semana en el futuro, y no más de cinco horas a la semana".
Cuando Chen He escuchó esto, frunció el ceño y dijo: "Cariño, no es que no quiera cumplir con tus reglas, pero tampoco quiero mentirte que puedo hacerlo en contra de mi voluntad, y el El tiempo que me diste es muy poco. Te lo prometo, trata de hacer bien tu tarea antes de jugar, ¿de acuerdo?
Cuando Zhang Tong escuchó que su esposo tomó la iniciativa de "meterse" en la trampa que ella jugó, no pudo evitar reírse en secreto y respondió: "Entonces daré un paso atrás. Solo puedes jugar juegos cuatro veces a la semana, y cada vez no puede exceder de dos horas".
Chen He luchó duro y suavemente, y ganó el límite de tiempo de dos horas a dos horas y media. Zhang Tong fingió dudar durante mucho tiempo, pero finalmente accedió.
Efectivamente, desde entonces, Chen He ha cumplido estrictamente su promesa, no solo haciéndose cargo de muchas tareas domésticas, sino que ocasionalmente ve películas y camina con Zhang Tong después de salir del trabajo, y los dos se han vuelto cada vez más armoniosos. en sus pequeños días.
Zhang Tong usó inteligentemente el "efecto de salvar las apariencias" al persuadir a su esposo. Este tipo de comunicación de estilo de negociación es mucho más efectivo que establecer reglas y regulaciones directamente para Chen He.
El cumpleaños de la esposa se acerca pronto y espera que su esposo pueda comprarle un anillo como regalo de cumpleaños este año.
Así que le dijo a su esposo: "Para mi cumpleaños este año, quiero un collar de platino, ¿te parece bien?".
El esposo vaciló después de escuchar esto: "Collar de platino, al menos costará miles de dólares. Querida, no es que no quiera comprártelo. Compremos algunos primero este año. Mi salario aumentará el próximo año. Debes celebrar tu cumpleaños el próximo año. ¿Puedo darte un collar de platino?
La esposa hizo un puchero, fingió estar enojada por un momento y dijo: "Entonces no puedes comprar un collar de platino, puedes comprar un anillo de oro, ¿verdad? El más pequeño cuesta solo dos o tres mil, y mis colegas lo tienen !"
El esposo vaciló, pero estuvo de acuerdo.

Imagínese, si la esposa pide un anillo de oro tan pronto como abre la boca, el esposo también puede posponer la compra hasta el próximo año cuando aumente el salario. La esposa "abrió la boca del león" primero y luego bajó la solicitud. El esposo se avergonzó y rechazó a la esposa nuevamente, por lo que fue persuadido. Se puede ver que si desea persuadir a otros para que acepten su solicitud, también podría hacer una solicitud más alta primero. Si la otra parte se niega, descarte su propia solicitud, de esta manera, la posibilidad de persuadir a la otra parte aumentará mucho.

cuento

Empleado: Señor, ¿quiere comprar este vestido?

Cliente: ¿Hay descuento si lo compro?

Empleado: si lo compra, puede obtener un 50% de descuento. Si no lo compras, también puedes obtener un descuento.

Cliente: ¿Qué descuento obtienes si no lo compras?

Empleado: Si no lo compra, lo golpearán en pedazos.

Cliente: ...Entonces comprémoslo.

Presta atención a los sentimientos de la otra persona e influye en los demás con tus ojos.

Hay un viejo dicho: "El mismo sonido corresponde al mismo espíritu, y el mismo espíritu se busca." Las personas similares son fáciles de llevarse bien y se acercan entre sí. Por lo tanto, en la persuasión, debemos tratar de usar algunos métodos para igualar los sentimientos de la otra parte, ganar el favor de la otra parte y dejar que la otra parte sienta que podemos ser cercanos y dignos de confianza.

Es una expresión de afinidad para coincidir con la forma en que otros se sienten. En la persuasión, la buena afinidad a menudo te trae ganancias inesperadas.

Cooperar con los sentimientos de otras personas de manera oportuna puede hacer que sientan tu amistad y, al mismo tiempo, hacerte muy popular. Para ganar el favor de la otra parte, es muy importante coincidir con la forma en que se sienten los demás.

Gao Ya es vendedor de una compañía de seguros. Una vez, Gao Ya vino a vender seguros, llamó a la puerta y fue recibido por una cara muy indiferente.

La anfitriona le dijo sin ceremonias a Gao Ya: "Lo siento, estoy muy ocupada ahora y no tengo tiempo para escuchar la presentación de sus productos".

Después de hablar, la anfitriona cerrará la puerta. En este momento, el inteligente Gao Ya ya había visto al niño en los brazos de la anfitriona, el niño probablemente tosía sin parar debido a un resfriado.

Gao Ya sonrió y dijo: "Tu hijo es tan hermoso que se nota que se parece a tu madre a primera vista".

"¡Por supuesto!" Escuché que otros alababan a sus hijos ya ellos mismos. La anfitriona estaba muy contenta.

Gao Ya luego preguntó con cariño: "El niño está tosiendo mucho, ¿significa que tiene fiebre? ¿Quieres que te acompañe a llevar al niño al médico?"

Cuando la anfitriona escuchó a Gao Ya decir esto, sintió pena por su actitud en este momento y estaba un poco agradecida por la preocupación de Gao Ya: "Acabo de ver a un médico y ya he tomado medicamentos".

Gao Ya dijo con preocupación: "Los niños deben prestar atención a la seguridad cuando usan medicamentos. Algunos medicamentos recetados también son dañinos para el cuerpo de los niños".

El dueño dijo con impotencia: "No puedo evitarlo. El niño tiene una tos fuerte y debe ser tratado. El médico también dijo que si los síntomas no se alivian, se necesitan inyecciones e infusiones".

Gao Ya exclamó: "¿Todavía necesitas una infusión? Entonces el niño sufrirá. Tengo una buena receta para reducir la flema, aliviar la tos y reducir la fiebre. Es muy eficaz. Te la encontraré cuando llegue a casa".

Cuando Gao Ya llamó a la puerta por segunda vez, la anfitriona no solo no se negó, sino que también invitó calurosamente a Gao Ya a la habitación y sirvió té. La anfitriona continuó charlando con Gao Ya. Esta vez, la anfitriona tomó la iniciativa de preguntarle a Gao Ya sobre el seguro, y Gao Ya sugirió que la anfitriona comprara un seguro médico para el niño.

Debido a que Gao Ya puede ponerse en el lugar de la anfitriona y cuidar los sentimientos de la anfitriona, la anfitriona tiene una buena impresión de Gao Ya sin saberlo. Compré un seguro médico de Ping An.

Gao Ya no está familiarizada con la otra parte. Cuando descubrió inteligentemente que los sentimientos de la otra parte estaban en el niño enfermo, comenzó a coincidir con los sentimientos de la otra parte y mostró la preocupación adecuada por la otra parte. Como resultado, cambiaron de desconocidos a familiares, de indiferentes a entusiastas, de mala actitud a aceptación activa.

El éxito elegante nos dice que si realmente queremos lograr nuestro objetivo, podemos "curvar para salvar el país". A veces es más fácil tener éxito en una forma indirecta de elegir coincidir con los sentimientos emocionales actuales de la otra persona y mostrar un reconocimiento y una preocupación sinceros.

Cuando comience a cuidar los sentimientos de la otra persona, la otra persona tendrá un sentido de identidad y confianza en usted. Debe hacer algo por la otra parte en el momento oportuno para que coincida con los sentimientos de la otra parte. Cada acción y cada palabra que diga debe tocar el corazón de la otra parte. Ante tu preocupación, nadie te dejará fuera.

Cuando inicias una relación con un extraño, tal vez la otra persona sea muy fría contigo. Pero tienes que sonreír y usar tu ingenio para sentir lo que la otra persona está sintiendo realmente en ese momento, y luego traducir tus palabras a lo que la otra persona está sintiendo. Solo así podrás tener un tema común con la otra parte, y la otra parte te aceptará indefenso.

Cuando no coincida con los sentimientos de la otra parte en la comunicación, habrá obstáculos en su comunicación y comunicación con la otra parte. Además, su comportamiento de preocuparse solo por sus propios sentimientos molestará a la otra parte, entonces no podrá continuar con su relación y no se logrará su objetivo de persuadir a la otra parte.

Cuando desee persuadir a la otra parte, debe tener en cuenta los verdaderos sentimientos de la otra parte y luego hacer cambios o concesiones para brindarle algunos beneficios. Tu cortesía hará que la otra persona lo aprecie y le hará sentir que es bueno entablar amistad contigo.

Song Tongtong y Zhang Yunyun estudian en la misma universidad y son muy buenos amigos. Song Tongtong es más hermosa y más temperamental que Zhang Yunyun, por lo que es muy popular entre los chicos.

Cuando fueron al baile de la escuela por primera vez, los niños invitaban con frecuencia a Song Tongtong a bailar en el baile, y Zhang Yunyun parecía quedarse afuera sin darse cuenta.

Song Tongtong se sintió inapropiado, por lo que le pidió al chico que la invitó a bailar que eligiera a Zhang Yunyun con el pretexto de sentirse mal. El niño respetó la solicitud de Song Tongtong y Zhang Yunyun finalmente sintió la alegría de tener un compañero.

Song Tongtong valora la amistad y no quiere que sus amigos sean ignorados. Para cuidar los sentimientos de su amiga, Song Tongtong inteligentemente adoptó un método de equilibrio que consoló el corazón de Zhang Yunyun. Las acciones de Song Tongtong han profundizado su amistad.

Para mantener una buena relación interpersonal, tus palabras y acciones deben cuidar los sentimientos de la otra persona y aprender a calmar el corazón de la otra persona. No puedes permitir que la otra parte tenga una mala reacción psicológica, y hacerlo también consolará tu corazón.

En la vida, a menudo nos encontramos con algunas personas a las que les gusta elogiar sus propias ventajas y mostrar su orgullo. Cuando estás inflado, no te das cuenta de cómo se siente la otra persona. La otra parte no solo no lo reconocerá, sino que se aburrirá de usted. Si desea obtener una buena impresión, debe cuidar los sentimientos, las emociones y la psicología de la otra persona.

¿Cómo podemos cuidar los sentimientos de la otra parte, tener una gran afinidad y ganarnos el favor de la otra parte?

Cuando otros hablan, hay que escuchar con tranquilidad. Muestra tu entusiasmo al participar en la conversación. No seas egocéntrico, toma en cuenta los sentimientos internos de la otra persona.

Tienes que prestar atención a esas personas dignas en tu comunicación, y tienes que ser humilde y tolerante al interactuar con los demás, en este caso te será más fácil notar los sentimientos de los demás.

Todo el mundo quiere ser reconocido, así que cuando quieres persuadir a los demás, lo más tabú es hablar de tu orgullo. A veces no puedes evitar hablar, pero asegúrate de prestar atención a la forma en que hablas. Si el método es correcto, no solo puede obtener la aprobación de la otra parte, sino también cuidar los sentimientos de la otra parte.

Puedes usar una sonrisa para disolver los malos sentimientos en el corazón de la otra persona. Dar a los demás una sonrisa es cuidar a los demás, pero también darte a ti mismo un poco de felicidad, lo que hará que la comunicación sea más fluida.

Tienes que aprender a comunicarte con la otra parte con tus ojos, el contacto visual adecuado puede mejorar tu relación con la otra parte. También puede sentir los sentimientos de la otra parte a través de sus ojos y hacer la cooperación adecuada, de modo que pueda ganar fácilmente el favor de la otra parte y persuadir a la otra parte.

cuento

A: ¿Sabes cuál es el mayor respeto por una persona?

B: ¿Qué es?

R: Escuche en silencio su jactancia.

Segundo:……

La persuasión no se trata de ganar o perder, guarda algo de cara para la otra parte

En la vida, todos tienen que socializar y construir buenas relaciones con los demás. No solo debemos comprender el principio de "rectitud y confianza", sino también la sabiduría de "razonable pero también tres puntos", y tratar de salvar las apariencias de los demás en todo Sólo respetando a los demás podemos ganarnos el respeto de los demás, y sólo ganando el respeto de los demás podemos tener suficiente autoridad a la hora de persuadir.

Todo el mundo tiene defectos y todo el mundo tendrá momentos de vergüenza. Si puede resolver la vergüenza de los demás de manera oportuna durante la relación, la otra parte definitivamente estará agradecida y un día, corresponderá a su debido tiempo.

Yue Feng llegó a la empresa de diseño de decoración no hace mucho tiempo, debido a su excelente capacidad de trabajo, fue apreciado por los líderes. Yue Feng también fue más diligente en su trabajo.

Los antiguos clientes de la empresa de diseño vinieron a discutir la intención de trabajo y cooperación, y principalmente querían saber si tenían alguna idea nueva. Esta fue la primera vez que Yue Feng conoció a un gran cliente y estaba muy nervioso. Siguió bebiendo agua y yendo al baño toda la mañana.

Por la tarde, el cliente vino con varios grandes nombres de la industria del diseño. Yue Feng pensó, debemos dejar una buena impresión en todos.

El líder saludó al cliente, pero antes de que Yue Feng tuviera tiempo de saludarlo, el cliente sacó un fajo de papel higiénico usado y arrugado cuando sacó algo de su bolsillo. El fajo de papel higiénico inmediatamente llamó la atención de todos.

El cliente sudaba frío y estaba extremadamente avergonzado, pensó que la impresión que había dejado en el personal de la empresa de diseño debía ser terrible.

En este momento, Yue Feng reaccionó de inmediato, fingió no ver, cambió de tema y continuó hablando con los demás, aliviando con éxito la vergüenza del cliente.

En ese momento, ambas partes estaban satisfechas con la conversación, el cliente presentó muchas sugerencias valiosas y la gente de la empresa de diseño estaba muy contenta. El cliente siempre recordó la amabilidad de Yue Feng y recordó que la otra parte le dio suficiente cara.

Un año después, el cliente fue ascendido a director de diseño en su empresa, pero algo le sucedió a Yue Feng. Sus colaboradores huyeron de manera privada con el dinero, y todos lo perseguían por deudas.

Más tarde, el cliente se adelantó y le dio una garantía antes de darle la oportunidad de respirar. Con la ayuda de sus clientes y otros amigos, Yue Feng superó las dificultades sin problemas. Fue muy afortunado de que su acto de salvar las apariencias para los demás finalmente le hubiera dado un gran retorno. En su vida posterior, prestó más atención a salvar las apariencias de los demás.

En la vida, todos desean ser respetados por los demás, conservar su rostro, y solo cuando se sientan respetados por los demás tomarán acciones prácticas para respetarse unos a otros.

Especialmente en la comunicación, es muy importante dar la cara a los demás. No tienes que tener amistades cercanas con los demás, y no tienes que estar de acuerdo con la forma de hablar o hacer las cosas de los demás, pero no importa cuán disgustado estés, no puedes deprimir a la gente. Si deja que la otra parte pierda la cara hoy, la otra parte puede hacer que usted pierda el interés mañana. En la comunicación interpersonal lo más importante es no hacer enemigos, dar la cara a los demás es la premisa y garantía para ello.

Aunque el rostro es algo superficial, está estrechamente relacionado con los intereses reales. Si los demás obtienen tu respeto, definitivamente tendrán una buena impresión de ti y sentirán que todos están en el mismo frente, de esta manera, naturalmente, habrá intereses comunes de los que hablar.

Muchos hechos en realidad han demostrado que si no puedes prestar atención al problema de la cara, sufrirás mucho. El rostro representa la dignidad de una persona, y humillar a los demás cara a cara los hace incapaces de renunciar. Incluso si la otra parte no se enoja en ese momento, definitivamente guardará rencor en sus corazones. Una vez que hay una oportunidad, es muy probable que se vengue, y será demasiado tarde para arrepentirse.

Por el contrario, en la comunicación real, si a menudo podemos elogiar a los demás por hacerlos lucir bien y sentirse felices, naturalmente recordaremos nuestra amabilidad, y cuando nos encontremos en situaciones similares, haremos lo mismo para darnos la cara. Si se puede promover a la otra parte y se tiene en cuenta la relación anterior, los beneficios serán mayores.

Cuando tratamos con otros, a menudo nos encontramos con diferentes opiniones y diferentes opiniones.Algunas personas se enojan y se vuelven agresivas por una pequeña

cosa, e incluso dicen todo tipo de cosas feas, sin considerar en absoluto los sentimientos de otras personas. Tales palabras agresivas y la falta de respeto por los demás equivalen a no decir nada, sin dejar espacio para uno mismo.

Las personas que saben guardar las apariencias ante los demás son autocultas y mesuradas, si no persiguen a los demás fácilmente tendrán rencores con los demás y naturalmente caminarán más tranquilos por el camino de la comunicación.

Al interactuar con la gente, nunca haga cosas que lastimen la cara de otras personas, comience con las cosas triviales habituales y regule estrictamente sus propias palabras y acciones. Cuando otros estén en desventaja, no tomes la iniciativa de atacar y no hagas cosas para ridiculizar a los demás, incluso si lo haces bien. Si se da el gusto, a menudo habrá una segunda vez después de la primera.

Al dar la cara a los demás, también debe prestar atención a tratarlos por igual. No puede tomar la iniciativa de mostrar cortesía solo porque la otra parte es un pez gordo, e ignorar o incluso ridiculizar a la otra parte porque es normal. Cuando te enfrentas a un villano, tienes que darle más cara al oponente, ofender al villano a menudo tendrá consecuencias más graves. En definitiva, dar la cara a los demás debe ser igual a un cuenco de agua, no trates a uno más favorablemente que a otro.

Xiaomu ha estado en la agencia durante mucho tiempo, pero no hay noticias de promoción. Después de pensar durante mucho tiempo, decidió darle un regalo al líder. El líder y él son compañeros de clase en la universidad. Se hicieron muy cercanos cuando primero se graduó, y luego la relación se fue distanciando gradualmente.

Después de que Xiaomu vio al líder con el regalo, el líder lo rechazó con severidad, sin lugar para la negociación: "Eres un anciano en la unidad, ¿cómo puedes hacer tal cosa? Nunca vuelvas a dar regalos".

Estas palabras entristecieron mucho a Xiaomu, pensó que el líder era demasiado tacaño para preocuparse por los sentimientos de los demás.

De hecho, lo que Xiaomu no sabía era que cuando el líder iba a la escuela, las condiciones de su familia eran muy malas, siempre se reía del líder por su ropa andrajosa y por no poder aparecer en el escenario, lo que hacía que el líder se sintiera muy lastimado. . Durante tantos años, siempre recordó que Xiaomu no guardaba la cara por su abatimiento, por lo que siempre estaba resentido con Xiaomu y gradualmente lo alienó.

La razón por la que Xiaomu no podía obtener ayuda de los demás era porque no sabía cómo salvar las apariencias de los demás.

No importa cuál sea la ocasión, no importa a quién te enfrentes, no importa qué tan animado seas, no debes hacer cosas que lastimen la cara de las personas. precio.

Al socializar, las personas inteligentes no solo no hacen cosas que hieren la cara de los demás, sino que también toman la iniciativa para ayudar a los demás a evitar la vergüenza. Cuando otros hacen algo mal, debes tomar la iniciativa para decir cosas buenas por ellos, cuando otros están avergonzados, debes cambiar el tema a tiempo;

Todo el mundo tiene la mentalidad de devolver la gratitud. Desde la antigüedad, ha existido un antiguo dicho que dice que "la bondad de una gota de agua debe ser recompensada con un manantial". Cuando rescatas a otros en un momento crítico, es equivalente a dar un favor. a los demás; Para resolver la crisis por ti.

En resumen, salvar la cara para los demás equivale a dejar una salida para uno mismo. En la comunicación, debemos respetarnos unos a otros y no hacer cosas que lastimen la cara de los demás solo por el placer momentáneo, solo así podemos evitar cometer acciones incorrectas, causar disputas innecesarias y dañar a los demás ya nosotros mismos.

Las relaciones interpersonales son muy complicadas, no requerimos tener amigos en todas partes, pero al menos debemos evitar crear enemigos, comenzar por las pequeñas cosas que nos rodean y ser estrictos con nosotros mismos. No sea irrazonable e implacable, insista en ganar o perder y sea inflexible. En todo, debes dar tres puntos a las personas, guardar las apariencias para los demás y dejar espacio para ti.

cuento

A: ¿Qué delito cometió su hijo y fue llevado al Negociado de Seguridad Pública?

B: Compra de bienes.

R: ¿Cómo me pueden atrapar en la Oficina de Seguridad Pública por comprar bienes?

B: ¡Hola! ¡Tenía prisa por comprar, y no podía esperar para llamar a la puerta y entrar cuando la tienda no estaba abierta!

Primero:……

Ceder en el momento adecuado para estar más cerca el uno del otro

Cuando se trata de socializar o persuadir a otros, ser agresivo e implacable no necesariamente nos hace ganar, a veces solo nos hace perder amigos. Nadie quiere ser amigo de alguien a quien le gusta el ojo por ojo y no sufre un poco de todo. El sufrimiento es una bendición, y dar un paso atrás cuando es necesario es la mejor opción.

En realidad, siempre hay personas que irán a la guerra por una pequeña ganancia y no están dispuestas a sufrir una pequeña pérdida. Al final, ambos lados a menudo resultan heridos y nadie puede ganar nada. Si una de las partes puede tomar la iniciativa de dar un paso atrás y convertir un gran problema en uno pequeño, el asunto a menudo se puede resolver satisfactoriamente. La parte que retroceda también obtendrá la gratitud de la otra parte, así que ¿por qué no hacerlo?

Tian Yuan es un estudiante internacional que regresó a China para encontrar trabajo después de graduarse de un país extranjero, pero muchas empresas lo vieron como una "tortuga marina" y no estaban dispuestos a aceptarlo, pensando que su escuela no podría quedarse con él.

Tian Yuan no ha podido encontrar un trabajo adecuado y está muy deprimido. Más tarde, su padre le dio una idea, es decir, "dar un paso atrás y abrir el mar y el cielo".

Después de ser presentado por un amigo, Tian Yuan se unió a una compañía muy pequeña, todos pensaron que era solo un estudiante en una universidad común y nadie le prestó mucha atención.

Cuando llegó a la nueva empresa, fue responsable de la depuración del programa en segundo plano. Después de familiarizarse con él, lo hizo sin problemas. Una vez, hubo un problema con el programa y muchos empleados antiguos no sabían lo que estaba pasando y no pudieron solucionarlo después de trabajar toda la mañana. Finalmente, Tianyuan vio el problema y resolvió el problema del error del programa.

Cuando el líder del equipo se enteró, lo miró con admiración.

Más tarde, muchos líderes comenzaron a prestar atención a Tianyuan, él puede resolver muchos problemas no convencionales y tiene excelentes habilidades. Finalmente, después de resolver el problema del gerente, el gerente finalmente no pudo evitar elogiarlo: "Joven, eres tan bueno, eres mejor que los estudiantes de universidades famosas de China".

En este momento, Tian Yuan le dijo al gerente que había regresado de estudiar en el extranjero y el gerente estaba muy sorprendido.

"Muy pocas 'tortugas' son 'autocríticas' en estos días, y estás dispuesto a menospreciarte, muchacho, estás de buen humor".

El gerente estaba muy satisfecho con la forma de retroceder y avanzar de Tian Yuan, pensó que era un joven práctico y capaz con una mentalidad estable, por lo que inmediatamente le gustó y, naturalmente, lo reutilizó. La carrera pastoral también comenzó a ser cada vez más emocionante.

Tian Yuan dio un paso atrás, bajó su estatus y persuadió al líder con acciones prácticas, para que el líder viera su habilidad y lo ascendiera rápidamente. Entonces, a veces no necesitas usar tu boca para persuadir a otros.

En comunicación y persuasión, por lo general, cuanto más activo eres, más activo eres y más fácil es tener éxito. Pero cuando sea necesario, todavía tenemos que dar un paso atrás, especialmente cuando hay conflictos con otros o conflictos de intereses.Retroceder se convierte en una muestra de ambiente, lo que nos permite obtener más.

Si no sabes llevarte bien con los demás, si no sabes acomodarte y tolerar a los demás, por muy talentoso y capaz que seas, estarás solo y no lograrás grandes cosas. Desde la antigüedad, todas las personas exitosas que pueden hacer grandes cosas han utilizado diversas relaciones para fortalecerse.

Al interactuar con los demás, algunas personas no están dispuestas a retroceder ni un solo paso, piensan que retroceder es algo para comer y, por supuesto, no pueden hacer una cosa tan clara. De hecho, la relación entre las personas es muy delicada, si das un paso, los demás querrán dar dos pasos, si das un paso atrás, la otra parte no solo será más humilde, sino que también tendrá una buena impresión de ti. . Las personas inteligentes saben que tomar la retirada como un avance es una buena manera de acercarse, y también es la forma más efectiva de persuadir a los demás.

“Soportar la calma por un rato, y dar un paso atrás para ensanchar el mar y el cielo.” Esta es una estrategia de comunicación necesaria, y también es una expresión madura de ser flexible en la comunicación.

Especialmente cuando estamos en una posición de desventaja, presionar cada paso del camino solo hará que la otra parte aseste un golpe más fuerte. Si podemos dar un paso atrás en el tiempo, tomar la iniciativa para mostrar amabilidad y dejar que la otra parte sienta sinceridad. , la situación cambiará a menudo. En la persuasión, es una técnica de autoprotección muy segura retirarse y tomarlo con calma, y es un movimiento beneficioso para acercar la relación.

En resumen, a la hora de comunicarse y persuadir, no se limiten a pelear entre sí y nunca se rindan, la mejor manera es retroceder, convertir las cosas grandes en cosas pequeñas y ponerse en una posición favorable. Espere hasta que la relación entre las dos partes sea buena y luego tome la iniciativa para revelarla, a fin de lograr el propósito de retirarse. De esta manera, eres tú mismo quien finalmente se beneficia.

Si quieres retroceder para avanzar al persuadir, debes tener la conciencia de ser valiente para comprometerte. El compromiso no es una falta de coraje, ni es un fracaso. En muchos casos, es una manifestación de previsión y resiliencia. Solo aquellos que se atreven a comprometerse pueden captar la esencia del avance con el retroceso, y no pueden ser confundidos por el dilema superficial.

A la hora de comunicarse, no todos pueden ser amigos, cuando es necesario, es necesario utilizar medios o habilidades para acercar la relación y lograr el objetivo. Tomar la iniciativa de comprometerse es una sabia elección.

Una empresa de muebles está a punto de salir a bolsa, muchos proveedores han visto esta oportunidad de negocio y vienen a negociar por iniciativa propia, esperando ser proveedores a largo plazo. La empresa de muebles vio que había muchos competidores, por lo que planteó condiciones muy duras, exigiendo a la otra parte que completara el trabajo de pago dentro de dos meses, de lo contrario sería innecesario.Esta condición severa causó dolores de cabeza a muchos proveedores.

Uno de los proveedores era muy inteligente y quería usar tácticas de compromiso para ganar la oportunidad de cooperación con la empresa de muebles. Así que llamó y dijo: "Aunque el tiempo de pago que solicitó es ajustado, todavía queremos establecer una relación de cooperación. Tenemos muchas muestras bien diseñadas en nuestro almacén, ¿le enviamos un lote primero? No es necesario llenar el contrato, creemos que la reputación de su empresa ".

La empresa de muebles se conmovió mucho cuando lo escuchó. Sabía que la otra parte se había comprometido, y este tipo de concesión inmediatamente hizo que la gente se sintiera bien. Después de mirar las muestras, la empresa de muebles aceptó cooperar y ajustó razonablemente el tiempo de devolución del pago.

Si no te comprometes, no significa que ganarás; si te comprometes, no necesariamente perderás. La persuasión también es una especie de juego, es inmaduro saber solo avanzar pero no retroceder. Un compromiso apropiado puede revertir la situación y ganar el favor y la confianza de la otra parte.

Además de tener un sentido de compromiso, también se debe ser bueno para observar, juzgar la situación y ceder en los momentos críticos, para evitar hacer un trabajo inútil y obtener buenos resultados.

La concesión también debe prestar atención al momento adecuado. Si las necesidades de los demás no son tan fuertes, entonces su concesión no producirá mucho valor. Puede que solo toque ligeramente las fibras del corazón de la otra parte, pero no puede producir un significado práctico. Cuando el oponente más necesita ser comprendido y tolerado, si puede dar un buen paso atrás, definitivamente obtendrá el doble de resultado con la mitad del esfuerzo y ganará el favor y la gratitud del oponente.

Al persuadir, aceptar tan pronto como sea bueno, sabiendo que ya es suficiente también es un paso atrás. En el proceso de persuasión, debe haber moderación en todo. No importa cuál sea su habilidad, no puede aprovechar demasiado a la vez, lo que fácilmente hará que los demás se sientan desequilibrados e incluso despertarán sus celos.

Cuando hay beneficios, también puede tomar la iniciativa de dar un paso atrás y darles a los demás un pedazo del pastel. No solo puede mostrar su generosidad, sino que también puede obtener la gratitud de todos. Esta es una de las formas más efectivas. de inversión emocional.

Al persuadir, debe corregir su actitud y no ser demasiado fuerte o agresivo.Muchas veces, dar un paso atrás parece ser una pérdida temporal, pero una pérdida es una bendición, y generalmente habrá ganancias inesperadas después. Las personas que no saben transigir y tolerar no pueden establecer buenas relaciones a largo plazo con los demás, sin una buena relación es difícil ganar algo con la persuasión.

Por lo tanto, cuando sea necesario, debemos dar un paso atrás con calma y activamente. El favor es la mejor inversión, y un poco de esfuerzo adicional puede hacer que las personas se sientan agradecidas contigo. Solo ganando el favor de los demás podemos obtener ayuda de los demás y ser invencibles en la persuasión.

cuento

Director: Tom, te dije que no atraparas a Jerry, ¿por qué no escuchaste?

Tom: Director, los gatos que atrapan ratones es sentido común en esta tierra. Hay más de 100 episodios ahora, ¡y no puedo soportarlo si todavía no me dejo atraparlo!

Jerry: ...

director:.....

Antes de convencer a la otra parte, primero debes saber cómo presentarte

La auto-presentación es algo que toda persona en comunicación debe experimentar. A veces, puede ser necesario presentarse con frecuencia, y otras veces, puede usarse con poca frecuencia.

La autopresentación es un medio muy importante para establecer relaciones y comunicarse con extraños en la comunicación diaria. Es muy importante hacer un buen trabajo al presentarse, y debe estar cuidadosamente diseñado. La calidad de la autopresentación afecta directamente la primera impresión que deja en la otra parte y si puede continuar comunicándose en el futuro. La auto-presentación juega el papel de un trampolín en la comunicación.

Tanto Zhang Jie como Yang Ni son estudiantes universitarios que acaban de graduarse y están solicitando el puesto de asistente del presidente de una empresa con fondos extranjeros. Todos son estudiantes de inglés y su rendimiento académico es muy bueno.

Después de leer los currículos, el gerente de personal sintió que las fortalezas de los dos eran indistinguibles y estaba muy en conflicto, sin saber cómo elegir. En última instancia, el gerente de recursos humanos quiere tomar una decisión a través de una entrevista.

Antes de la entrevista, Zhang Jie creía con confianza que con su habilidad y apariencia, definitivamente ganaría el puesto, por lo que no hizo ningún preparativo. En su opinión, la entrevista no es más que una breve reformulación del currículum.

Y Yang Ni, que siempre ha sido modesta y prudente, hizo un cierto análisis de la próxima entrevista y creía que lo más importante era mostrar su habilidad en poco tiempo. Así que diseñó y arregló cuidadosamente el lenguaje necesario para la autopresentación.

Unos días después, la empresa les notificó a los dos para una entrevista, y el examinador les pidió que se presentaran a sí mismos respectivamente.

Zhang Jie dijo: "Tengo 24 años, soy de Shandong. Me acabo de graduar de cierta universidad y me especializo en inglés. Mis padres son profesores universitarios. Me gusta la música y viajar. Soy alegre y meticuloso en mi trabajo. Yo Espero trabajar en su empresa. Trabajo."

Yang Ni presentó: "He presentado mi situación en detalle en mi currículum. Aquí enfatizo dos puntos: mi inglés hablado es bueno y solía trabajar como traductor de tiempo completo en hoteles extranjeros en mi tiempo libre. Además, mi Habilidades de escritura Bueno, ha habido muchos artículos en la prensa. Puedo enseñárselos, si me lo permiten.

Finalmente, el gerente de personal contrató a Yang Ni.

Al solicitar un trabajo en una nueva unidad, la primera pregunta que a menudo se les hace a los solicitantes de empleo es "por favor, preséntese primero". Esta pregunta parece simple, pero los buscadores de empleo deben tratarla con cuidado y prepararse con cuidado.Es un buen momento para que describas tus propias características de la manera más sencilla y directa y muestres tu nivel comprensivo. Una buena respuesta dejará una buena impresión en la otra parte.

El éxito de la autopresentación está directamente relacionado con el siguiente paso de la comunicación, y hará que la gente tenga una idea preconcebida de posicionarte en su mente. La impresión que deja en la otra parte la presentación de uno mismo es muy importante. Especialmente en la entrevista, en solo unos minutos, debe utilizar una autopresentación concisa y característica para obtener la aprobación de la otra parte.

Cuando se une a un nuevo equipo, conoce nuevos amigos, conoce nuevos clientes, etc., inevitablemente deberá presentarse para que la otra parte lo conozca, a fin de abrir el canal para que usted se comunique y se comunique con la otra parte. La autopresentación más simple no es más que presentar su nombre a la otra parte, pero esto no es suficiente para impresionar a la otra parte para que se asocie con usted.

La gente común se presenta de una manera plana, contundente, vacía y sin rasgos distintivos. El resultado de esto es que después de que te presentaste, la otra parte no recordaba una palabra, e incluso puedes quejarte de que los demás tienen mala memoria. De hecho, el contenido de la presentación personal no es lo suficientemente atractivo, no es innovador, o se siente como un eufemismo y no lo suficientemente sincero.

Una autopresentación breve y precisa en realidad está diseñada para iniciar un intercambio y una comunicación más profundos entre usted y la otra parte. Por lo tanto, en la comunicación, cómo presentarse a los extraños y si el contenido y el método de autopresentación pueden llamar la atención son los medios más importantes para que la otra parte lo conozca y lo reconozca.

La autopresentación es el comienzo de la comprensión mutua en la comunicación, y también es la primera y muy importante parte de las entrevistas de trabajo. Es el trampolín de la auto-recomendación que, si se usa bien, puede abrir la puerta para interactuar con los demás y darte el comienzo de una buena relación. Más importante aún, puede hacer que no tenga obstáculos para hacer amigos, elegir un trabajo, cooperación comercial y muchas

otras comunicaciones. Si este ladrillo no se usa bien, entonces todos los talentos no se pueden mostrar a los demás.

En la comunicación, es crucial comprender el momento de la auto-presentación. Si su autopresentación es demasiado larga, hará que la otra parte pierda la paciencia e incluso se sienta disgustada. En general, el tiempo correcto de autopresentación es de unos 3 minutos. A veces solo 1 minuto es suficiente. Debido a que algunas personas aprecian mucho su tiempo, solo le dan 1 minuto para presentarse.

Yang Rui, quien se graduó de la escuela de posgrado, es muy hablador y tiene una excelente elocuencia. Para presentarse a sí mismo, pensó que era pan comido. Así que nunca hace preparativos, por lo general se encuentra con alguien y dice algo.

Una vez, Yang Rui fue a hablar de negocios con el presidente de una gran empresa de bienes raíces. Antes de irse, Yang Rui no hizo ningún preparativo. Sintió que con su elocuencia y fuerza, estaría absolutamente bien presentarse y negociar un negocio.

Después de reunirse con el presidente de la compañía de bienes raíces, Yang Rui comenzó a presentarse en una oración, que no fue del todo concisa. Al presentarse, comenzó a hablar sobre sus puntos de vista sobre la dirección futura de los bienes raíces. Después de que terminó de hablar sobre este aspecto, habló sobre ese aspecto. Aunque mostró sus talentos y aprendizaje, no habló sobre los puntos clave en absoluto.

Para mostrar respeto, el presidente escuchó pacientemente su autopresentación, que estaba seriamente fuera de tema. Al final, el presidente sonrió y dijo: "Señor, retire su tarjeta de presentación. Tengo otras cosas que hacer".Al final, la autopresentación fallida de Yang Rui le impidió cerrar el trato.

La autopresentación debe esforzarse por ser concisa y clara, y aprovechar al máximo el tiempo extremadamente corto tanto como sea posible. La auto-presentación también debe llevarse a cabo en un momento apropiado. Es mejor elegir cuando la otra parte está interesada, tiene tiempo y está de buen humor.

La autopresentación debe estar estrechamente relacionada con el tema, y el enfoque se puede ajustar de acuerdo con diferentes escenarios de comunicación, pero recuerde no desviarse ni desviarse del tema.

Al presentarse, debe tener una actitud amable, cordial y natural, la imagen general debe ser generosa y natural, con una sonrisa en el rostro, un tono tranquilo, una velocidad de habla lenta, una voz clara y llena de confianza y coraje.

Al presentarse, deben atreverse a mirarse, y deben mostrarse generosos y decentes, tranquilos y calmados. El contenido de la autopresentación debe estar en consonancia con su situación real y no debe haber información falsa.

La autopresentación debe diseñarse y prepararse cuidadosamente, y no subestimes su breve tiempo. La autopresentación es la primera impresión de su comunicación lingüística con la otra parte. Afectará directamente el desarrollo de las relaciones posteriores. Por lo tanto, asegúrese de tomarlo en serio y practicar mucho la simulación. También es necesario buscar las opiniones de familiares o amigos, y luego escribir un manuscrito.

La autopresentación debe ser oral, trate de no usar lenguaje clásico o escrito, para que suene fácil de entender. La autopresentación debe esforzarse por ser concisa, precisa y breve.

La autopresentación debe tener sus propias características, debe ser especial, debe ser innovadora, y no debe ser mera formalidad. Aprenda a comprender sus propias fortalezas, comprenda sus propias fortalezas y debilidades, encuentre el posicionamiento más apropiado y luego realice el empaquetamiento del lenguaje. Una buena autopresentación es el "diseño de imagen" de ti mismo en el lenguaje más perfecto.

cuento

Maestra: Deja que Ma Fangming se presente.

Ma Fangming: Hola a todos, mi nombre es...Obama. Oh... no, no, no, mi apellido es Ma... Mi nombre es Ma Louming. El caballo es el caballo de Obama, la casa es el edificio del edificio, no, no, la habitación es la habitación del edificio, claramente es un trozo de luz, el nombre completo es Malou film... no, no.. . ¡mareado! Cuál es mi nombre

alumno:……

maestro:……

Los pequeños detalles son más conmovedores que las bocas rotas

los detalles marcan la diferencia. En muchos casos, esos pequeños detalles suelen jugar un papel decisivo en el desenlace de las cosas. Cada detalle en la comunicación interpersonal o la persuasión puede reflejar el nivel de su habilidad. Los detalles también determinan la impresión que deja en la otra parte, si la otra parte continuará asociándose con usted, si se mantendrá en contacto o si estará dispuesta a aceptar su persuasión.

Si maneja algunos pequeños detalles adecuadamente durante la conversación, a menudo tocará el corazón de las personas y duplicará el favor de la otra parte hacia usted. Un pequeño detalle puede reflejar la naturaleza de una persona. Por lo tanto, usted también puede lograr grandes cosas a través de su atención a los detalles.

Jiang Bo es el gerente del departamento comercial de la empresa. Debido a las necesidades comerciales, los viajes de negocios son habituales para Jiang Bo. Antes de cada viaje de negocios, primero contactará al socio y luego se reunirá con él localmente. Hace unos meses, el Gerente Li de fuera de la ciudad de repente decidió cancelar la cooperación. Jiang Bo decidió hablar nuevamente con el Gerente Li, con la esperanza de mantener a este gran cliente.

Cuando Jiang Bo llegó a la ciudad donde se encontraba el Gerente Li, descubrió que el teléfono móvil del Gerente Li estaba apagado temporalmente. Jiang Bo pensó que tal vez el gerente Li aún no se había dado cuenta de que su teléfono no funcionaba. Por lo tanto, Jiang Bo inmediatamente recargó la factura telefónica del Gerente Li de 100 yuanes y envió un mensaje de texto como saludo: "No trabajes demasiado, espero que siempre estés de buen humor".

Después de recibir el mensaje de texto, el gerente Li, que no se había dado cuenta de que su teléfono no funcionaba, se dio cuenta de su negligencia. Inmediatamente llamó y se puso en contacto con Jiang Bo.

Este pequeño detalle de que Jiang Bo cargó la factura telefónica del Gerente Li conmovió profundamente al Gerente Li, y el Gerente Li inmediatamente decidió continuar cooperando con Jiang Bo sin ninguna discusión.

Jiang Bo no hizo nada a propósito, solo hizo un pequeño favor cuando vio que la otra parte se estaba cerrando. Jiang Bo hizo esta pequeña cosa para ponerse en contacto con el Gerente Li lo antes posible y ahorrar el tiempo y la energía que se gasta esperando a ciegas en otros lugares.

Para sorpresa y alegría de Jiang Bo, fue precisamente por este pequeño acto que "convenció" con éxito al Gerente Li, un gran cliente.

Detalles, es centrarse en las sutilezas. A veces, tal vez solo hacemos algo pequeño, pero podemos obtener ganancias inesperadas. Los detalles existen en nuestra vida diaria ordinaria, siempre que preste atención a cada detalle, puede obtener más beneficios.

Algunos pequeños detalles a menudo pueden jugar un papel decisivo e incluso determinar la impresión que dejas en los demás. Por lo tanto, aunque la comunicación requiere disfrazarse, no significa que se puedan ignorar los detalles y las habilidades.

No subestimes los detalles de comunicarte con los demás. Al igual que no podemos ignorar la simple y básica cortesía de saludar. Hay dos aspectos del pensamiento y la emoción en el corazón humano.Si desea iniciar la comunicación y la comunicación, debe comenzar con el saludo más básico. Si ni siquiera puede hacer los detalles más básicos, ¿cómo puede hacer frente a las relaciones interpersonales complejas? ¿Y cómo persuadir con éxito a la otra parte en asuntos complicados y cambiantes?

A la hora de comunicarnos, los modales suelen ser un reflejo del mundo interior de las personas, por lo que debemos prestar atención a los modales personales. Su forma de hablar y su comportamiento pueden hacer que la otra parte le guste o que la otra parte lo odie, lo que se convertirá en la clave del éxito o el fracaso de la persuasión.

Tienes que reflexionar y examinar tu comportamiento, tus palabras y tus actos de vez en cuando. Aunque son solo algunos detalles, presta más atención en los momentos normales para no cometer errores y hacer que la otra parte se sienta bien contigo.

En una conversación, si puedes convertirte en una persona popular tiene mucho que ver con si prestas atención a los detalles de la comunicación. No subestimes ninguna pequeña acción, comportamiento o lenguaje, que puede jugar un papel clave en los detalles. Esos pequeños detalles ofensivos y repugnantes a menudo exponen tus grandes defectos en el momento más crítico, lo que dañará enormemente tu imagen a los ojos de los demás. Por lo tanto, debe prestar atención a los detalles en el idioma.

Los detalles a veces se encuentran en las pequeñas cosas que haces por los demás. Por ejemplo, hacer más cosas por los demás sobre la base de las cosas originales y cuidar sutilmente a los demás. Estas pequeñas cosas pueden traerte ganancias inesperadas.

Yang Xiu es una chica del campo, no tiene mucha educación, pero tiene una habilidad única para coser. Por el bien del sustento de la familia, instaló un pequeño puesto al costado del camino y ayudó a otros a coser y remendar.

Un día, un cliente tomó apresuradamente un vestido viejo y se lo entregó a Yang Xiu para que lo reparara. El cliente solo dio el dinero para reparar la ropa. Después de que Yang Xiu cosió la ropa, planchó la ropa vieja arrugada con una plancha eléctrica antes de entregársela a los clientes.

Yang Xiu ayudó al cliente a planchar la ropa. Este pequeño detalle conmovió mucho al cliente. Dijo: "Solo te di el dinero para reparar la ropa, pero la planchaste tan bien para mí. ¡Muchas gracias!"

Los colegas a su alrededor pensaron que Yang Xiu era estúpido. A Yang Xiu no le importaron los comentarios de estas personas y estaba haciendo su propio trabajo diligentemente.

Más tarde, el cliente le presentó a Yang Xiu a un pariente que era dueño de una fábrica de ropa. Yang Xiu se convirtió en trabajador en una fábrica de ropa.

Muchos años después, aquellos que se reían de Yang Xiu todavía estaban haciendo trabajos ocasionales en la calle, pero Yang Xiu se había convertido en el gerente general de la fábrica de ropa.

Los detalles se reflejan en las acciones. Una palabra cálida, un apretón de manos sincero y un recordatorio cálido pueden ayudarlo a obtener ganancias inesperadas. Por ejemplo, debes sonreír cuando te encuentres con personas, aunque sean extraños, no debes poner una expresión seria y severa. Incluyendo dar la mano a la gente y hablar con la gente, debemos prestar atención a los detalles.

Solo cuando los detalles se realizan correctamente en la acción se puede establecer una buena imagen en el corazón de la otra parte, impresionando y persuadiendo a la otra parte.

Los detalles se reflejan en el autocultivo. A veces es el autocultivo, la mente y la personalidad de una persona lo que determina los detalles. Mejore su calidad personal, realce su encanto personal, establezca una buena imagen personal y gane el reconocimiento de los demás.

Por ejemplo, no critiques los errores de otras personas en el acto, puedes encontrar un momento adecuado para señalarlos con tacto, resueltamente no hables mal de los demás a sus espaldas, etc. Estos pequeños detalles pueden reflejar y reflejar el cultivo y la calidad personal.

Los detalles se reflejan en los fragmentos de la vida cotidiana. Por ejemplo, después de reunirse una vez, asegúrese de recordar el nombre de alguien. Si es posible, infórmese sobre los intereses y pasatiempos de otras personas. También puede preguntar sobre su

cumpleaños y tenerlo en cuenta. Cuando la otra persona celebre su cumpleaños, envíale un regalo que le guste.

En varios días conmemorativos, envíe un mensaje de texto para saludar o desear, o envíe su regalo bien preparado. Este es tu momento para desearle sinceramente lo mejor a la otra persona. Aprovechar estas oportunidades es equivalente a captar los pequeños detalles de la vida.

Los detalles están en el cultivo de hábitos. Es necesario desarrollar el hábito de prestar atención a los detalles. El hábito de prestar atención a los detalles te dará ganancias inesperadas en la comunicación.

El hábito de prestar atención a los detalles requiere que acumules y cultives continuamente en tu vida diaria. Si te preparas bien, cuando llegue la oportunidad, no la perderás por no prestar atención a los detalles.

Todos deberíamos empezar por valorar los detalles. Esto es cierto en la vida, en el trabajo y en la comunicación.

Al persuadir a la otra parte, no siempre piense en conquistar a la otra parte con palabras, a veces, los detalles son más convincentes que la boca rota y afilada.

cuento

Maestra: ¿Por qué ustedes dos fueron al salón de clases?

R: Nos levantamos temprano y fuimos a desayunar.

Maestra: ¿Desayunas? ¿Desayunar y comerse dos agujeros en medio del cabello? ¿Necesitas usar audífonos todo el tiempo para desayunar? ¿Regresaste del cibercafé toda la noche de ayer?

B: ¡Los detalles determinan el éxito o el fracaso!

Primero:……

maestro:……

referencias

[1] [EE. UU.] Pan Talong. 6 preguntas pueden convencer a todo tipo de personas [M]. Nanjing, Editorial de Arte y Literatura de Jiangsu, 2012.
[2] [Estados Unidos] Jim Randel (Jim Randel). Persuasión: cómo hacer que otros cambien de opinión [M]. Shanghái, Prensa de la Universidad Jiaotong de Shanghái, 2012.
[3] [Estados Unidos] Hogan, [Estados Unidos] James Speakman. Convencerte es realmente muy simple: tácticas de marketing psicológico de NO a SÍ［M］. Guangzhou, Editorial Económica de Guangdong, 2009.
[4] [Estados Unidos] David Byron, Danny Cowes. Técnica de Persuasión Profunda［M］. Pekín, New World Press, 2011.
[5] [Día] Duohuhui. Manipulación del discurso 2 - Increíbles habilidades de persuasión hipnótica［M］. Pekín, The Commercial Press International Co., Ltd., 2013.
[6] [EE. UU.] Shell, [EE. UU.] Musa, Persuasion [M]. Beijing, Prensa de la Universidad Renmin de China, 2009.
[7] ZhangRui. Una frase lo convenció de inmediato［M］. Pekín, China Editorial Yanshi, 2013.