

Curs De **Persuasiune Intr-o SINGURA Propozitie**

29 de Cuvinte ca Intreaga Lume sa-ti Faca pe Plac

Blair Warren

ATENTIE! Nu sari paginile ca sa descoperi „propozitia” – daca faci asta, ii vei micsora impactul si puterea. O sa ti-o dezvalui in curand, asa ca fa-ti timp sa citesti acest ebook rand cu rand. Va merita asteptarea, iti promit.

Este oare posibil sa captezi si sa sintetizezi ceva de valoare despre persuasiune intr-o singura propozitie? Este posibil, iar eu iti voi demonstra asta. Dar mai intai, o sa-ti spun de ce am ales sa merg la aceasta extrema.

Studiul influentei si persuasiunii reprezinta una din pasiunile mele cele mai profunde si pentru care am dedicat rusinos de mult din timpul si energia mea, in ultimii 10 – 15 ani.

Am rude si prieteni care spun ca aceasta pasiune a mea a inceput sa depaseasca obsesia. Se inseala. Am trecut deja de stadiul de obsesie cu mult timp in urma.

Nu cunosc alt subiect de discutie mai fascinant, mai puternic, mai profitabil si, din pacate, mai confuz decat acesta. Confuzia este nu numai nefericita, este de asemenea inutila.

Tinand cont de ritmul cu care se misca lucrurile in prezent, nu a fost niciodata mai usor sa fii extrem de convingator. Niciodata. Nu e nevoie sa arati bine, sa ai talent oratoric sau sa dispui de o logica infailibila. Nu trebuie sa ai incredere in tine, carisma sau o personalitate magnetica. Este extrem de simplu, odata ce dai la o parte valul care inconjoara acest subiect. De fapt, partea cea mai grea cand vine vorba de convingere si persuasiune este sa dai la o parte acest val gros.

Daca inca nu ti-ai dezvoltat puterile de convingere si persuasiune la nivelul la care doresti, e foarte probabil sa nu aiba legatura cu tine. Tinand cont de multimea de strategii si informatii gresite disponibile peste tot in lume, e de mirare ca inca mai putem sa ne intelegem om cu om, cu atat mai putin sa ne convingem unul pe altul.

Daca acest baraj de tehno-jargon te-a facut mai mult confuz decat luminat, respira adanc si relaxeaza-te. Vom tina exact aceasta confuzie, vom da la o parte valul gros de ceata si vom face lucrurile cat mai simple posibil. De fapt, vom rezuma tot ce trebuie stiut despre convingere si persuasiune intr-o SINGURA PROPOZITIE. Si cu cuvintele din aceasta propozitie vom reusi sa facem miracole.

Dar, mai intai, trebuie sa dam la o parte valul de ceata.

Pregatirea

Inainte sa ne avantam sa exploram materialul nostru despre convingere si persuasiune, hai sa aruncam o privire rapida la domeniul magiei si iluzionismului, pentru a observa cateva lucruri comune.

Incearca sa faci asta la un moment dat:

Viziteaza un magazin de magie din orasul tau unde se vand trucuri, sau cauta pe youtube trucuri de magie explicate. Dupa ce te uiti la mai multe din ele, alege unul care te lasa efectiv cu gura cascata si cumpara-l sau cauta-i explicatia. Apoi du-te la tine acasa, urmeaza instructiunile si afla cum functioneaza de fapt trucul. Daca vei face asta, pot prezice cu precizie de 99,99% ceea ce se va intampla.

Vei fi dezamagit.

„Secretele” din spatele multor trucuri de magie, chiar si a celor care par efectiv de domeniul miracolelor, sunt de obicei atat de banale, incat n-ai cum sa te simti altfel decat dezamagit dupa ce le descoperi. Acum, ca sa fac o alta previziune, urmatorul tau gand dupa ce afli secretul unui truc de magie va fi:

„E ridicol. Chestia asta n-ar putea sa pacaleasca pe nimeni”.

In acest punct, la fel ca foarte multi oameni, vei lasa trucul deoparte si vei considera ca ai dat banii pe un truc care n-are cum sa-ti iasa, pentru ca oamenii se vor prinde de modul in care e facut. In schimb, daca esti sincer cu tine insuti, (si putini oameni sunt) vei avea un alt gand care va schimba total modul in care privesti viata. Fara gluma. Acel gand suna cam asa:

„Stai putin. N-are cum sa fie *chiar atat* de ridicol, daca m-a pacalit chiar si pe mine prima oara”.

Cu acest gand te-ai ridicat la un nivel de sinceritate si intelegere pe care foarte putini oameni ajung sa-l experimenteze; vei descoperi ca cele mai multe lucruri „magice” in viata sunt de obicei rezultatul aplicarii corecte a celor mai de baza principii, mai banale decat ti-ai putut imagina.

Acest lucru nu este nicaieri mai adevarat decat in domeniul convingerii si persuasiunii. Imi dau seama ca pentru multi, ceea ce zic eu acum este de domeniul ereziei, din moment ce persuasiunea este in mod clar un lucru foarte complicat. Si judecand dupa cantitatea de informatie noua care ne invadeaza in

fiecare zi, va deveni si mai complicat. Fara indoiala, n-a fost niciodata mai usor pentru noi sa alunecam in gaura de iepure, doar ca sa fim aruncati inapoi afara, mai confuzi si mai incurcati decat eram la inceput.

Ca unul care a studiat foarte mult timp materialele disponibile pe acest subiect, voi fi primul care iti voi spune ca sunt multe lucruri de valoare acolo. Sunt multe lucruri subtile, de finete acolo, care pot sa aiba un impact puternic asupra abilitatii noastre de a-i convinge pe ceilalti. Din pacate, pentru fiecare lucru bun sunt 10 lucruri care servesc doar la a crea mai multe complicatii si confuzie.

Vestea cea buna este ca acum nu mai e nevoie sa studiezi ani de zile acest gen de materiale, pentru a deveni un om incredibil de convingator si persuasiv.

Daca ti-e greu sa crezi asta, gandeste-te la liderii carismatici sau seducatorii de-a lungul istoriei, care au fost acolo atata timp cat au existat oameni care trebuiau condusi sau femei pe care sa le seduca. Daca ei n-au avut nevoie de tehnici „de ultima ora”, tu de ce ai avea nevoie?

Da, aceste idei te pot ajuta si daca esti concentrat si ti-ai pus ca obiectiv sa iti amplifici la maxim abilitatile de convingere, ar trebui sa devii familiarizat cu toate. Dar nu lasa pe nimeni sa-ti spuna ca sunt necesare pentru a putea sa ai un impact puternic asupra celorlalti.

Este necesara intelegerea fundamentala a naturii umane, pentru a putea convinge pe cineva. Chiar si cele mai extreme exemple de persuasiune, cum ar fi sinuciderile in grup sau protestele in masa, sunt bazate de obicei pe cele mai simple nevoi si dorinte umane.

La fel cum magicienii pot produce „miracole” folosindu-se de principii banale, expertii in persuasiune conving oamenii in acelasi mod. Asadar, ramane sa studiem lucrurile de baza.

Intrebarea este: „care sunt lucrurile de baza?”. Sunt sigur ca daca intrebi 100 experti in persuasiune diferiti, vei primi 100 de raspunsuri diferite. Dar de asemenea sunt sigur ca vor fi si multe lucruri comune. Sunt sigur de asta pentru ca le-am vazut dincolo de suprafata termenilor si filozofiei prezente in materialele lor. Cand dai la o parte limbajul, jargonul si complexitatea materialelor, raman doar cateva lucruri de baza, foarte puternice.

Si, desi fiecare dintre noi poate sa le numeasca altfel, cel mai important lucru este sa inveti cum sa le folosesti la momentul in care ai nevoie de ele.

Propozitia

Mi-am dat seama ca cel mai bun mod de a face asta este sa asamblez aceste lucruri esentiale intr-o singura propozitie. Nu e o propozitie pe care sa o memorezi, ci mai degraba o propozitie de care sa-ti aduci singur aminte dupa ce ai citit-o o singura data. Este o propozitie care sa iti ghideze pasii de la inceput pana la sfarsit, in aproape orice situatie pe care ti-o poti imagina.

Propozitia aceasta ar putea fi usor condensata sau dezvoltata, iar dupa ce citesti acest raport te incurajez sa incerci sa faci asta pe cont propriu. De fapt, cea mai buna metoda sa iti insusesti aceste idei si sa le faci „ale tale” este sa le modifici in asa fel incat sa se potriveasca intelegerii si experientelor tale.

Dar deja am luat-o inainte. Hai sa ne uitam putin la aceasta propozitie despre persuasiune si sa vedem de ce e atat de speciala.

Iata:

Oamenii vor face ORICE pentru cei care le incurajeaza visurile, le motiveaza esecurile, le calmeaza fricile, le confirma banuielile si ii ajuta sa arunce cu pietre spre dusmanii lor.

Citeste-o inca o data:

Oamenii vor face ORICE pentru cei care le incurajeaza visurile, le motiveaza esecurile, le calmeaza fricile, le confirma banuielile si ii ajuta sa arunce cu pietre spre dusmanii lor.

Aici, intr-o singura propozitie, sunt cinci din cele mai importante lucruri pe care le-am invatat in toti anii in care am studiat si aplicat principiile persuasiunii si convingerii:

- ✓ Incurajeaza visurile

- ✓ Motiveaza esecurile

- ✓ Calmeaza fricile
- ✓ Confirma banuielile
- ✓ Ajuta sa arunce cu pietre spre dusmanii lor

Aceste cinci lucruri nu sunt cele mai importante pentru ca sunt puse in aceeasi propozitie. Nu sunt cele mai importante pentru ca sunt demonstrate stiintific (nu sunt). Si nu sunt cele mai importante pentru ca se bazeaza pe „cea mai recenta descoperire” (nu se bazeaza pe asa ceva).

Sunt cele mai importante pentru ca sunt simple, le poti folosi imediat si pot fi infricosator de puternice.

Hitler le-a folosit si era aproape de a cuceri lumea. Lideri de cult ca Jim Jones, David Koresh si Marshall Applewhite le-au folosit si au obtinut atata loialitate incat multi din fanii lor, de buna voie – chiar cu nerabdare – au murit pentru ei. Si totusi, aceste cinci principii nu sunt unelte pe care le folosesc doar oamenii dementi, ci le folosesc marketerii, oamenii de vanzari, seducatorii, evanghelistii, comedienii..etc. Pe scurt, acestea sunt niste unelte pentru oricine trebuie sa interactioneze cu alti oameni si, mai mult atat decat atat, pentru cei care vor ca acele interactiuni sa le ofere un anumit avantaj.

Explicatia

Daca nu ma crezi, incearca sa cauti o campanie publicitara de succes care sa nu foloseasca unul sau mai multe din aceste cinci principii. Serios, incearca sa gasesti una singura. Apoi, dupa ce te-ai lasat pagubas, incearca sa gasesti o relatie profunda intre doi oameni care nu are la baza cel putin unul, daca nu mai multe unul din aceste cinci principii. Doar incearca sa gasesti oameni care au o „chimie” incredibila intre ei si care, totusi, nu isi incurajeaza unul altuia visurile, care dau mereu vina unul pe altul, sau care se trateaza unul pe celalalt ca si cum ar fi paranoici. Sau care se lasa unul pe altul sa isi lupte singuri bataliile.

Desi cred ca daca vei cauta suficient de mult, vei gasi cativa oameni de genul acesta, de asemenea sunt sigur ca pentru fiecare om pe care il gasesti, vei gasi sute de oameni care nu sunt asa. Concluzia este: oricand si oriunde, oamenii

formeaza legaturi puternice intre ei, iar aceste cinci principii sunt prezente acolo, chiar daca nu direct pe fata.

Nu este deloc dificil sa intelegi cum functioneaza aceste strategii. Se explica singure. Unele din ele sunt „in your face”, incredibil de evidente.

Dar sa le subestimezi sau sa le dai la o parte, doar pentru ca sunt „de bun simt”, ar fi o greseala enorma. De fapt, faptul ca multi oameni le subestimeaza este motivul pentru care sunt cu mult mai puternice pentru cei care tin cont de ele.

Gandeste-te inca o data la exemplul cu trucul de magie si cat de usor subestimam „secretul” unui truc din momentul in care vedem cat de simplu si banal este. Si cu toate astea, magicienii nu se grabesc sa subestimeze. In schimb, ei iau aceste principii si secrete banale „care n-ar putea pacali pe nimeni” si, pe baza lor, creeaza niste iluzii care ii pacalesc si pe cei mai inteligenti dintre noi.

La fel este si cu persuasiunea. Efectele pot fi atat de bruste, puternice si dramatice, in asa fel incat sa credem ca la baza stau lucruri foarte profunde si complexe, greu de inteles.

In cele mai multe cazuri nu este deloc asa. Este doar aplicarea corecta a acestor principii simple de catre oameni care le aprecieaza puterea. Si deoarece majoritatea dintre noi subestimeaza aceste principii pentru ca sunt prea „de bun simt”, prea simple ca sa functioneze, ajungem sa ne cufundam in complexitatea si detaliile unor teorii care suna bine in carti, dar care esueaza complet in practica.

Pe langa asta, prin subestimarea puterii acestor principii, facem mai mult decat sa ne ducem singuri spre esec si frustrare: ii lasam pe cei cu care ne dorim sa ne conectam vulnerabili catre altii care pot le implini acele nevoi pe care noi le dam la o parte atat de usor.

Gandeste-te:

Legat de incurajarea visurilor...

De cele mai multe ori, parintii descurajeaza visurile copiilor „pentru binele lor” si inceaca sa ii directioneze spre „obiective mai realizabile”. Iar copiii, de cele mai multe ori, accepta acest lucru usor, pana cand intalnesc pe cineva care crede in visurile lor si ii incurajeaza sa le urmareasca.

Cand se intampla acest lucru, cine crezi ca are mai multa putere? Parintii sau strainii?

Legat de motivarea esecurilor...

In timp ce milioane de oameni il aplauda pe Dr. Phil pentru ca le spune oamenilor sa accepte responsabilitatea pentru greselile lor, zeci de milioane de oameni se uita dupa cineva care sa ia responsabilitatea de pe umerii lor si care sa le spuna ca nu sunt responsabili pentru toate lucrurile rele din viata lor. Si, in timp ce acceptarea responsabilitatii este esentiala pentru a capata control asupra vietii tale, asigurandu-i pe ceilalti ca nu e responsabilitatea lor este esential pentru a capata influenta asupra lor.

Nu trebuie decat sa te uiti la politicieni, ca sa vezi cum se joaca acest joc la nivel de experti.

Legat de calmarea fricilor...

Cand ne este frica, e aproape imposibil sa ne concentram la altceva decat la lucrul de care ne e frica. Si in timp ce toata lumea stie asta, ce facem atunci cand cineva de langa noi este speriat si vrem sa ii castigam atentia? Exact! Ii spunem sa nu ii fie frica si ne asteptam sa functioneze. Functioneaza? Nu prea.

Si cu toate astea, se pare ca nu observam ca nu functioneaza. Ne purtam apoi ca si cum am fi rezolvat problema, iar persoana respectiva dispare treptat de langa noi.

Sunt insa oameni care realizeaza ce se intampla si acorda o atentie speciala temerilor pe care le avem. Nu ne spun sa nu ne fie frica. Lucreaza cu noi pana cand ne depasim fricile. Ne arata dovezi, fapte. Ne ofera sprijin. Ne spun povesti despre alti oameni care au trecut prin aceleasi experiente. Dar nu ne spun cum sa ne simtim si nu se asteapta ca noi sa ne simtim asa. Cand ti-e frica, ce fel de persoana ai prefera sa ai langa tine? ...

Legat de confirmarea banuielilor...

Unul din lucrurile pe care il spunem foarte des si ne place sa o facem cu satisfactie este „Ti-am spus eu!”

Nu e nimic pe lumea asta mai orgasmic pentru minte decat sa ni se confirme banuielile. Cand alta persoana confirma si dovedeste ceva ce noi banuiam de mult, nu numai ca simtim un val de superioritate care ne invadeaza creierul, ne simtim atrasii de persoana care a facut ca acea banuiala sa iasa la iveala. Hitler a „confirmat” (chiar daca nu a trebuit sa dovedeasca, a fost suficient sa spuna cu voce tare ceea ce altii gandeau in secret) suspiciunile pe care multi germani le aveau legat de cauzele problemelor lor si i-a atras mai mult sub puterea sa facand asta.

In diverse secte se confirma aceleasi suspiciuni catre potentialii membrii, spunandu-li-se ca intr-adevar membrii familiei sunt de vina pentru viata lor. Este foarte simplu sa confirmi banuielile celor care doresc cu disperare sa primeasca o confirmare, fara sa conteze daca acel lucru e adevarat sau nu.

Si in final, legat de aruncatul cu pietre spre dusmani...

Nimic nu leaga mai usor si mai repede doi oameni decat un dusman comun. Imi dau seama cat de urat suna asta, dar in acelasi timp este adevarul gol-golut. Cei care inteleg asta vor folosi acest principiu. Cei care nu inteleg sau, mai rau, inteleg asta si refuza sa accepte, arunca la cosul de gunoi unul din cele mai puternice si eficiente moduri de a se conecta cu ceilalti. Indiferent ce crezi tu despre asta, stai linistit, oamenii au dusmani! Toti oamenii au dusmani. E o vorba care spune ca orice persoana pe care o intalnesti este implicata intr-o lupta cu ceva. Acel ceva este dusmanul lor. Fie ca e vorba de o alta persoana, de un grup, de o filozofie diferita, de o boala, de o religie diferita, de o problema, atunci cand cineva este angajat intr-o lupta, in 99,99% din cazuri se uita in jur pentru altii care i se pot alatura. Acei oameni devin mai mult decat prieteni. Devin parteneri.

Problema este ca, in timp ce aceste principii par a fi de bun simt, ele sunt departe de a fi modul obisnuit in care oamenii abordeaza situatiile de zi cu zi, cu exceptia expertilor in convingere si persuasiune.

Ce altceva mai lipseste?

Este ceva extrem de important care lipseste din ce am zis pana acum, ceva de observat in aceasta propozitie. Este un lucru care lipseste intentionat, ceva ce oamenii cred ca e extrem de important cand vine vorba de procesul convingerii. Citeste inca o data propozitia si vezi daca iti dai seama despre ce este vorba:

Oamenii vor face ORICE pentru cei care le incurajeaza visurile, le motiveaza esecurile, le calmeaza fricile, le confirma banuielile si ii ajuta sa arunce cu pietre spre dusmanii lor.

Ai gasit ce lipseste? Daca da, esti cu un pas in fata celorlalti in acest joc al persuasiunii. Iata ce lipseste: *TU*. Nu este nici un cuvant in toata propozitia referitor la dorintele *tale*, nevoile *tale*, sperantele *tale* sau grijile *tale*. Nu este nici un cuvant referitor la oferta sau propunerea *ta*. Nu este nici un cuvant despre ceea ce gandesti *tu*. **Totul E Despre Cealalta Persoana.**

Din nou, asta suna ca o erezie. Se scriu carti intregi despre cum sa iti prezinti ideile, cum sa iti creezi imaginea personala, cum sa te vinzi pe tine insuti, cum sa scoti in fata calitatile tale. Si, cu toate astea, oamenii care scriu acele carti sunt interesati doar de propria persoana. Iti poti imagina cata energie ai putea sa economisesti daca te-ai opri sa te mai gandesti atat de mult la tine insuti si ti-ai concentra atentia pe nevoile celorlalti? Iti poti imagina cat de carismatic ai putea sa fii atunci cand oamenii te vor vedea ca pe cineva care poate sa implineasca unele din cele mai de baza dorinte pe care le au?

Gandeste-te la asta in felul urmator:

Imagineaza-ti ca stai la masa cu cineva pe care speri sa il influentezi sa ia o decizie. Propunerea ta are sens. Argumentele tale sunt solide. Conversatia este chiar placuta. Dar in tot acest timp te uiti intr-o parte si iti pui privirea pe un tablou care atarna pe un perete in stanga persoanei pe care vrei sa o influentezi.

Ce conexiune crezi ca vei reusi sa ai cu acea persoana? Adu-ti aminte, totul este perfect, cu exceptia locului unde iti concentrezi tu atentia. Mesajul tau este stralucitor, logica este infailibila, argumentele sunt solide, increderea in tine este la maxim, propunerea ta este de nerefuzat. Si cu toate astea, nimic din cele

de mai sus nu fac nici cat o ceapa degerata daca in timpul cat esti cu persoana respectiva tu te uiti in alta parte si nu iti concentrezi atentia si privirea la ea. Nu vei reusi sa faci o conexiune.

La fel se intampla intr-o conversatie, atunci cand tot ce vrei este sa scoti obiectivele tale in fata. Ignori persoana cealalta. Sa nu dai atentie lucrurilor care sunt importante pentru celalalt e cea mai sigura cale sa nu poti sa stabilesti o conexiune profunda cu acea persoana.

Inca nu esti convins? Atunci observa inca un lucru care nu apare in propozitia noastra.

Nu spune: oamenii vor face orice pentru cei care ii educa, le fac cadouri sau ii trateaza corect. Nu spune: oamenii vor face orice pentru cei care stiu sa vorbeasca in public, sunt imbracati bine si sunt politiciosi. Nu spune ca oamenii vor face orice pentru cei care sunt inteligenti, stiu sa argumenteze sau sunt rezonabili si cu picioarele pe pamant.

Atunci cand ne focusam pe principiile de baza ale naturii umane, *toate aceste lucruri de mai sus devin neglijabile.*

Cand ne concentram pe principiile de baza ale naturii umane, reusim sa cream relatii in care oamenii *ISI DORESC in mod natural* sa faca lucruri pentru noi. Acesta este *secretul real* pentru a obtine ceea ce iti doresti.

Serios. Este atat de simplu. Sau, mai bine: *Poate fi* atat de simplu.

Ai observat vreodata ca, daca esti intr-o situatie in care pui presiune pe cealalt, primesti in schimb mai multa rezistenta? Cu cat presezi mai tare si pui accent pe ceea ce vrei tu, cu atat celalalt opune mai multa rezistenta. Cand te concentrezi pe ceea ce vrei tu de la oameni, oamenii vor opune rezistenta.

Asta fac oamenii mereu. Politicienii mint, soarele rasare dinspre Est si oamenii se opun presiunii. Este insa un lucru caruia oamenii ii rezista cu greu, iar acela este atunci cand apare cineva care le implineste nevoile.

Iar cand nevoile unei persoane sunt implinite, se creeaza de obicei o legatura si apare o dorinta naturala de reciprocitate.

Cat de puternica poate fi totusi aceasta dorinta?

Catre ce extreme vor merge oamenii ca sa plateasca inapoi acel favor? Asta e partea infricosatoare. Nu trebuie sa ma crezi pe cuvant. Priveste in jurul tau si convinge-te singur.

Sunt oameni care isi parasesc de buna voie familiile si se ataseaza unor culte sau religii care le satisfac aceste nevoi. Sunt oameni care isi cumpara arme si iiucid pe altii, pentru cei care le implinesc aceste nevoi puternice. Sunt oameni care pleaca din relatii sau casnicii lungi, pentru persoane pe care abia le-au intalnit, iar partenerii lor raman incremeniti de uimire. Asta nu s-ar intampla, daca ar intelege puterea acestor nevoi. Fie ca ne place sau nu, durata relatiilor noastre reprezinta nimic in comparatie cu *profunzimea* relatiilor noastre. Iar profunzimea se bazeaza pe implinirea nevoilor noastre cele mai profunde, nu pe durata conversatiilor.

As vrea sa observi ca nu am spus niciodata ca trebuie sa-ti *ignori* propriile dorinte. Am spus ca ar trebui sa iti concentrezi atentia pe implinirea dorintelor celuilalt, nu sa te uiti pe tine. Sau ca sa fii mai clar, atunci cand esti cu o persoana pe care vrei sa o influentezi, focusul tau principal ar trebui sa fie acea persoana.

Nu iti lua atentia de la persoana cealalta incercand sa te concentrezi pe intentiile tale. Momentul in care trebuie sa te concentrezi pe sperantele tale, visurile tale, dorintele tale este atunci cand esti singur. Cand esti singur, trebuie sa-ti clarifici exact ce vrei sa atingi, in ce mod ai vrea sa se intample, in ce situatii. Dar apoi, dupa ce ai clar in mintea ta ceea ce vrei sa obtii si ajungi sa interactionezi cu alte persoane, pune-ti atentia acolo unde poate sa aiba impactul cel mai mare. Pune-ti atentia pe cealalta persoana. Nu te teme ca dorintele tale vor trece neobservate. Dimpotriva, vor gasi singure un mod de a se dezvalui in interactiunile pe care le ai cu oamenii. Fie ca vor iesi la iveala spontan sau atunci cand cealalta persoana intreaba explicit, ele vor veni de la sine. Si atunci cand vor aparea in mod natural, de obicei vor fi implinite fara efort.

Exemple:

Asa cum am spus mai devreme, nu e dificil sa intelegi aceste strategii, mai ales cand vine vorba de interactiuni unu-la-unu. Dar oare pot fi ele folosite in alte

contexte, cum ar fi websiteuri sau in publicitate? Si ar avea acelasi impact pe care il au in relatiile interpersonale?

Raspunsul la prima intrebare este: Foarte usor. Raspunsul la a doua intrebare este: Cu SIGURANTA.

Exemplul nr. 1: Pelmanism.

Acum cativa ani Joe Vitale si Pat O'Bryan au lansat un site care in mod neasteptat a depasit orice record de vanzari la care se gandisera. Succesul lor i-a surprins pe toti cei implicati si la acel moment s-a discutat mult despre motivele pentru care a fost atat de eficient.

A fost datorita produsului? A fost datorita pretului? A fost pentru ca a reprezentat oferta potrivita la timpul potrivit?

Sunt sigur ca toate acestea au avut un rol, dar stiu inca un lucru care a avut un rol substantial: Textul de pe site s-a adresat unor nevoi umane de baza. Nevoile despre care am vorbit in acest raport. Spre exemplu:

Titlul siteului era:

„Daca esti genul de persoana care vrea sa se elibereze de convingerile limitative si sa obtina tot ce vrea in viata....aceste 12 carti din 1920 despre care nu vorbeste nimeni te vor elibera! „

Acesta este genul de text care incurajeaza visul spre libertate sau spre ceea ce iti doresti in viata. Acesta este efectiv prima propozitie de pe siteul lor si deja au atins un punct sensibil. Hai sa ne uitam la urmatorul paragraf:

<<„Iti simtim durerea. Ai citit „De la Idee la Bani”. Ai puricat rafturile in librarii ore intregi incercand sa gasesti raspunsul la singura intrebare care te urmareste de ani intregi: „De ce nu sunt unde as vrea sa fiu financiar, mental sau spiritual?”Ai facut tot ce ai putut...dar este ceva ce inca te tine pe loc.>>

Acest paragraf nu numai ca ne face sa vedem ca autorii ne-au observat problema, dar si sugereaza ca *Nu Este Vina Noastra*. In timp ce am facut „*tot ce se putea face*” este inca ceva care ne tine pe loc. Deci raspunderea cade pe acel misterios „ceva” si nu pe umerii nostri. Nu numai ca ne elibereaza de raspundere, dar sunt aproape sa ne confirme banuielile ca trebuie sa existe un

raspuns la dilema noastra. Asa ca in urmatoarea sectiune fac introducere catre solutia lor:

Care este solutia?

<< De ani de zile, oameni la fel ca tine si-au pus aceeasi intrebare. Din fericire, cativa au fost in stare sa gaseasca raspunsul la aceasta intrebare si multe altele, cumparand un curs in anii 1920. Daca ar fi sa rasfoiesti cateva reviste sau ziare din acei ani, ai observa cateva din cele mai bune exemple de marketing direct. Pentru ce erau acele reclame?

Pelmanism.>>

Si iata, tocmai ai primit confirmarea ca exista un raspuns la dilema ta, iar acel raspuns se regaseste intr-un curs despre Pelmanism. In doar doua paragrafe au reusit sa se adreseze catre trei din cinci nevoi despre care am discutat. Iar de la acest punct, cei care au citit sunt deja prinsi in joc. Dati click pe linkul de mai sus si vedeti cu ochii vostri tot siteul. Merita studiat.

Ce succes a avut acel site? Joe Vitale spunea ca au vandut cateva mii de copii instant si au vazut aproape 20.000\$ intrandu-le in cont aproape imediat. Nu e rau, pentru un site pe care il faci in cateva zile, nu?

Din nou, atunci cand nevoile noastre sunt in joc, nu ne intereseaza daca fontul este urat, grafica nu arata extraordinar sau chiar daca websiteul e usor sau greu de navigat. Trecem de lucrurile superficiale si ii ascultam pe cei care se adreseaza direct nevoilor noastre.

Exemplul 2: Acest raport special.

Daca ai fost atent pana acum, exista un motiv pentru asta. Am folosit strategia prezentata in propozitia mea, chiar in timp ce scriam acest raport. Daca o sa recitesti, o sa observi locuri unde am introdus subtil cele cinci principii. Cel mai bun exemplu este partea a doua a sectiunii introductive. Am incheiat acea sectiune folosind fiecare din cele cinci principii, nu numai ca sa demonstrez eficacitatea acestor idei, ci si pentru a-ti arata o particica din cat de transparente si in acelasi timp puternice pot fi.

Hai sa ne uitam impreuna la cateva paragrafe din acea sectiune si sa vedem cum am folosit acele principii, fara sa te fac sa devii suspicios.

In primul paragraf:

<< Tinand cont de ritmul cu care se misca lucrurile in prezent, nu a fost niciodata mai usor sa fii extrem de convingator. Niciodata. Nu e nevoie sa arati bine, sa ai talent oratoric sau sa dispui de o logica infailibila. Nu trebuie sa ai incredere in tine, carisma sau o personalitate magnetica. Este extrem de simplu, odata ce dai la o parte valul care inconjoara acest subiect. De fapt, partea cea mai grea cand vine vorba de convingere si persuasiune este sa dai la o parte acest val gros.>>

Aici nu am facut altceva decat sa incurajez visurile cititorului de a deveni mai persuasiv si convingator.

Iar pentru cei care au indoieli asupra potentialului lor, (nu au suficienta incredere, carisma, etc.) imi iau masuri de precautie si ii asigur ca si ei pot obtine acelasi rezultat.

In urmatorul paragraf:

<< De fapt, daca inca nu ti-ai dezvoltat puterile de convingere si persuasiune la nivelul la care doresti, e foarte probabil sa nu aiba legatura cu tine. Tinand cont de multimea de strategii si informatii gresite disponibile peste tot in lume, e de mirare ca inca mai putem sa ne intelegem om cu om, cu atat mai putin sa ne convingem unul pe altul.>>

In acest paragraf folosesc doua din principiile de care am vorbit. Mai intai motivez esecul cititorilor pentru faptul ca nu sunt suficient de persuasivi. Apoi le confirm suspiciunile ca majoritatea materialelor pe aceasta tema sunt prea complexe si creeaza confuzie, iar din motivul acesta sunt greu de inteles.

Iar ultimul paragraf spune:

<< Daca acest baraj de tehno-jargon te-a facut mai mult confuz decat luminat, respira adanc si relaxeaza-te. Vom tina exact aceasta confuzie, vom da la o parte valul gros de ceata si vom face lucrurile cat mai simplu posibil. De fapt, vom rezuma tot ce este nevoie de stiut despre convingere si persuasiune intr-o SINGURA PROPOZITIE. Si cu cuvintele din aceasta propozitie vom reusi sa facem miracole.

Dar, mai intai, trebuie sa dam la o parte valul de ceata.>>

Aici finalizez pur si simplu calmand fricile cititorilor (*trage aer in piept si relaxeaza-te*) si ajutandu-i sa arunce cu pietre la dusmanii lor (*Vom tinti exact aceasta confuzie*). De asemenea, observa faptul ca de fiecare data am folosit termenul „noi”. Am spus: „Vom tinti aceasta confuzie” si nu „Eu voi tinti aceasta confuzie”, etc. Acest lucru ajuta cititorul sa simta ca eu sunt de partea lui.

Sunt doua lectii importante de retinut din aceste exemple.

Mai intai, asa cum am spus mai devreme, aceste cinci principii au fost integrate subtil in acest raport. Ele nu ies in evidenta ca fiind prea „pe fata” sau „prea simple”, pentru ca nu se intampla asa. De fapt, tocmai pentru ca nu ies in evidenta, sunt atat de puternice.

Apoi, folosirea acestor principii este AUTENTICA. Nu a fost nevoie de fabricarea unor declaratii care sa le faca sa se potriveasca acestei strategii. Da, de acord, le-am folosit avand in minte o anumita utilitate a cuvintelor si a limbajului. Dar ele au ramas adevarate, autentice si nefortate – un factor esential daca vrei sa eviti sa te urasti cand te trezesti si te uiti in oglinda dimineata.

Aceste exemple ilustreaza cat de vaste si practice sunt aplicatiile.

In timp ce majoritatea oamenilor cred ca sunt prea destepti ca aceste tactici sa aiba efect asupra lor, chiar genul asta de gandire ii face sa fie mai vulnerabili la aceste principii.

Ok, si acum ce urmeaza?

Se spune despre Nietzsche ca a declarat ca mesajul celor mai multe carti poate fi adeseori rezumat intr-un singur paragraf, fara ca acea carte sa-si piarda din valoare. In acest raport am incercat ceva mai mult de atat. Am incercat sa creez un intreg curs de persuasiune pornind de la o singura propozitie care sa sintetizeze tot ce contine cursul.

Sunt primul gata sa admita ca, facand acest lucru, am lasat deoparte de fapt multe lucruri care ar fi fost de valoare celui care vrea sa devina un expert in persuasiune. Dar asa cum am spus inca de la inceput, daca e un lucru de care sunt convins cu adevarat, acela este ca cele mai magice lucruri in viata sunt de obicei rezultatul aplicarii corecte a celor mai simple si banale principii. Si, din

pacate, nu am gasit alte principii mai simple si mai puternice decat cele pe care ti le-am prezentat in aceasta propozitie:

Oamenii vor face ORICE pentru cei care le incurajeaza visurile, le motiveaza esecurile, le calmeaza fricile, le confirma banuielile si ii ajuta sa arunce cu pietre spre dusmanii lor.

Asadar, scopul meu in acest raport n-a fost sa-ti ofer un plan complet de actiune pe care sa-l urmezi. Scopul meu a fost sa simplific un proces care de cele mai multe ori este foarte complex. A fost sa clarific si sa dau valul la o parte de deasupra unor tehnici si strategii ambigue care, de cele mai multe ori, nu functioneaza. Si, in cele din urma, scopul meu a fost sa-ti ofer conceptele de baza prin care sa-ti creezi relatii care nu numai ca sunt puternice, dar si profitabile.

Indiferent daca vei gasi aceste notiuni pe gustul tau sau nu, gandeste-te la un singur lucru: familia ta, prietenii tai, clientii, partenerii si toti oamenii pe care i-ai intalnit sau ii vei intalni, au aceste nevoi si cineva le va satisface. Singura intrebare este:

Acea persoana vei fi tu?