

MAREK OLEJNICZAK

TY TU RZĄDZISZ



JAK ZA POMOCĄ PERSWAZJI
SPRAWIĆ, BY KLIENT ZAPRAGNAŁ
TWOJEGO PRODUKTU,
A PARTNER BEZ MARUDZENIA
POZMYWAŁ NACZYNIA?

Ten ebook zawiera darmowy fragment publikacji "[Ty tu rządzisz!](#)"

Darmowa publikacja dostarczona przez
[ZłoteMyśli.pl](#)

Copyright by Złote Myśli & Marek Olejniczak, rok 2011

Autor: Marek Olejniczak

Tytuł: Ty tu rządzisz!

Data: 29.04.2013

Złote Myśli Sp. z o.o.

ul. Toszecka 102

44-117 Gliwice

www.zlotemysli.pl

email: kontakt@zlotemysli.pl

Niniejsza publikacja może być kopiowana, oraz dowolnie rozprowadzana tylko i wyłącznie w formie dostarczonej przez Wydawcę. Zabronione są jakiegokolwiek zmiany w zawartości publikacji bez pisemnej zgody Wydawcy. Zabrania się jej odsprzedaży, zgodnie z regulaminem Wydawnictwa Złote Myśli.

Autor oraz Wydawnictwo Złote Myśli dolożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo Złote Myśli nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Wszelkie prawa zastrzeżone.

All rights reserved.

Spis treści

Wstęp.....	9
Czy perswazja jest nieetyczna?	11
Czym więc jest perswazja?.....	12
Perswazja na nieświadomym poziomie umysłu	13
Zasada win-win	13

Emocje

Odpowiedni stan emocjonalny.....	17
Ciekawość pierwszym stopniem do piekła?.....	18
Prawo aureoli	18
Jak wywołać dowolny stan emocjonalny u rozmówcy?	20
Jedno pytanie	20
Czy to Cię nigdy nie dziwiło?	22
Nieświadoma kompetencja	22
Ach, ci zakochani	23
Jakich ludzi najbardziej lubisz?	24
Prawo sympatii.....	25
Niezwykłe doświadczenie.....	27
Znaczenie komunikacji	28
Kalibracja.....	29
Potęga nieświadomego umysłu	30
Zniekształcenia	31
Usunięcia	31
Generalizacja	31
Co wyłupuje nieświadomy umysł Twojego rozmówcy?.....	32
Uaktywnienie neuronów lustrzanych.....	33

Struktura raportu	35
Odwzorowanie, czyli <i>pacing</i>	35
Co daje <i>pacing</i> ?	35
Odwzorowanie ubioru	36
Odzwierciedlenie postawy rozmówcy	39
Odwzorowanie tonu głosu i prędkości mówienia	40
Wyostrz swoje zmysły	43
Odwzorowanie wartości i przekonań drugiej osoby	43
Odwzorowanie doświadczeń klienta	44
Potwierdzanie bieżącego doświadczenia klienta	45
Odwzoruj przeszłe doświadczenia klienta	46
Potwierdź bieżący stan emocjonalny klienta	47
Odwzorowanie głębokości i tempa oddechu	49
Wzrokowcy, słuchowcy i kinestetycy — hit czy kit?	49
Wzrokowcy	50
Kinestetycy	51
Słuchowcy	53
Postawa i szybkość mówienia	54
Zmiany systemu reprezentacji	55
Jak używać predykatów — przykład	56
Skąd się biorą kolorowe słowa?	56
Brak wyróżniającego się systemu reprezentacji	57
<i>Pacing</i> — ćwiczenia praktyczne	57
<i>Pacing</i> w praktyce	58
Jak ćwiczyć <i>pacing</i> ?	58
Jak budować dobry kontakt z grupą?	59
Czy powstał już między Wami most energetyczny?	65

Prowadzenie

Prowadź swojego rozmówcę tam, gdzie chcesz.....	69
Zmień stan emocjonalny rozmówcy.....	69
Język perswazji.....	70
Jak działają perswazyjne struktury lingwistyczne?.....	71
Zasianie pewnych idei w nieświadomym umyśle Twojego rozmówcy.....	72
Umysł świadomy versus nieświadomy	72
Niedoskonałość umysłu nieświadomego	73
Dlaczego umysł nieświadomy nie rozumie zaprzeczeń?... ..	73
Sabotowanie naszych wysiłków	74
Jak wykorzystać słowo „nie” na swoją korzyść?	75
Fatalne działanie słowa „spróbuj”	76
„Spróbuj” działa na Twoją korzyść.....	76
„Spróbuj” + „Nie”, czyli zasada synergii ($1 + 1 = 3$)	77
Słowo „ale”.....	78
Presupozycje.....	79
Presupozycje czasu i miejsca	80
Presupozycje zmiany czasu	82
Presupozycje oparte na przysłówkach.....	83
Presupozycje „świadomości czegoś”	84
Presupozycje pozornego wyboru	85
Presupozycje oparte na liczbach porządkowych	86
Spiętrzanie presupozycji	87
Łączenie wzorców językowych: presupozycje + „nie” + „spróbuj”	88
Magia spójników	89
Implikacja spójnikowa.....	91

Implikacja jednoczesna.....	93
Równoważnik kompleksowy	94
Implikacja trójkowa.....	95
Implikacja skutków (wynikowa).....	97
Łączenie implikacji z innymi wzorcami perswazyjnymi.....	98
Cytat.....	99
Spiętrzanie cytatu	100
Metafory	102
Metafory kluczem do sukcesu w każdej dziedzinie.....	104
Język perswazji — podsumowanie	108
Metaprogramy.....	109
Osoby o silnym metaprogramie ja/inni	110
Metaprogram ja/inni — podsumowanie	113
Metaprogram wewnętrzny/zewnętrzny.....	114
Metaprogram wewnętrzny/zewnętrzny — podsumowanie.....	117
Metaprogram podobieństwa/różnice	119
Metaprogram podobieństwa/różnice — podsumowanie.....	121
Metaprogram konieczność.....	123
Metaprogram możliwość (opcje).....	124
Metaprogram konieczność/możliwość — ćwiczenia praktyczne.....	125
Metaprogram dążenie/unikanie	126
Metoda kija i marchewki	126
Metaprogram unikanie	127
Metaprogram dążenie/unikanie — ćwiczenia praktyczne.....	128
Metaprogram szczegółowo/globalnie	129

Metaprogram szczegółowo.....	130
Metaprogram globalnie.....	130
Metaprogram szczegółowo/globalnie —	
ćwiczenia praktyczne.....	130
Metaprogramy — podsumowanie.....	132
Daj ludziom... POWÓD!.....	133
Amerykańskie badania.....	133
Warunkowanie klasyczne.....	137
Historia Iwana Pawłowa.....	137
Skąd się bierze strach przed przemówieniami publicznymi?....	137
Warunkowanie klasyczne w Twoim życiu.....	139
Jakie mogą być bodźce?.....	140
Czy na Ciebie też to tak działa?.....	140
Przepis na kotwicę.....	142
Jak za pomocą kotwiczenia nakręcić swojego klienta? ...	142
Kotwice przestrzenne.....	143
Zakazane metody sprzedaży — sprzedaż podprogowa.....	145
Recepta na sprzedaż.....	147
Obrona przed manipulacją.....	151
Podsumowanie.....	153

Niezwykłe doświadczenie

W 1993 roku naukowcy we Włoszech przeprowadzali badania nad korą ruchową mózgu. Dwie osoby posadzono naprzeciwko siebie w pomieszczeniu, a następnie podłączono je do aparatów EEG, które miały rejestrować skupiska aktywnych neuronów w mózgu.

Badanie polegało na wywołaniu u jednej z osób (nazwijmy ją osobą A) odpowiedniego stanu emocjonalnego, np. szepcząc jej na ucho coś obraźliwego. W chwili gdy u osoby A wywołano dany stan emocjonalny, przyrządy pomiarowe zarejestrowały duże skupisko neuronów w jednej z części mózgu. Jakież było zdziwienie naukowców, gdy zaobserwowali u drugiego badanego dokładnie taki sam układ skupiska aktywnych neuronów, buzujących z tą samą intensywnością!

Naukowcy doszli do wniosku, że wyniki są tak zbliżone ze względu na to, iż badane osoby widzą się wzajemnie. Odgrodzono je więc cienką dyktą i powtórzono badanie. Znów u osoby A wywołano dany stan emocjonalny. Natychmiast przyrządy pomiarowe obydwu osób zarejestrowały tę samą aktywność neuronów, w tym samym miejscu.

Powtórzono badanie raz jeszcze. Tym razem osoby odgrodzono od siebie tytanową ścianą, więc nie mogły się ani widzieć, ani słyszeć. I tym razem, dokładnie w tej samej sekundzie, przyrządy pomiarowe obydwu badanych zarejestrowały tę samą aktywność neuronów, dokładnie w tym samym miejscu...

Naukowcy nazwali te neurony neuronami lustrzanymi. Jest to jedno z najważniejszych odkryć w medycynie w ostatnich latach. Różne źródła podają różne rodzaje badań, jakie zostały przeprowadzone. Jedne podają, iż najpierw były badane małpy, drugie, że najpierw ludzie... Nie jest to jednak dla nas istotne. Na temat neuronów lustrzanych powstało wiele sprzecznych teorii. Nauka do dziś nie potrafi do końca wytłumaczyć tego zjawiska. Nie będziemy się jednak zagłębiać w aspekty naukowe.

Wraz z odkryciem neuronów lustrzanych słowo „empatia” nabrało nowego znaczenia. Kiedyś niektórzy ludzie byli empatyczni, a drudzy nie. Dziś już wiemy, że odpowiadają za to neurony lustrzane.

Według Wikipedii: empatia (gr. *empátheia* „cierpienie”) — w psychologii zdolność odczuwania stanów psychicznych innych istot (empatia emocjonalna), umiejętność przyjęcia ich sposobu myślenia, spojrzenia z ich perspektywy na rzeczywistość (empatia poznawcza)¹.

Znaczenie komunikacji

Mało kto zdaje sobie sprawę z tego, że słowa, jakie wypowiadamy, są najmniej istotne w całym procesie komunikacji międzyludzkiej.

Oto jak prezentuje się nasza komunikacja:

¹ Hasło: empatia [w:] Wikipedia [dok. elektr.] pl.wikipedia.org/wiki/Empatia [dostęp: 8.02.2011].

- ◆ 55% to mowa ciała,
- ◆ 38% to intonacja, ton głosu itp.,
- ◆ 7% to słowa, jakie padają z Twoich ust.

Oczywiście wypróbuj, czy to rzeczywiście tak działa. Jak to przetestować? Oto przykład: powiedz znajomemu bardzo zrelaksowanym i spokojnym głosem: „Wiesz, mam depresję”. Powiedz do swojego partnera/partnerki bardzo seksownym i uwodzicielskim głosem: „Nie cierpię cię”. Powiedz drugiej osobie, jednocześnie kręcąc głową: „Możesz mi zaufać”.

Oczywiście możesz mieć w tej chwili wątpliwości, czy słowa, jakie wypowiadamy, to rzeczywiście tylko 7% naszej komunikacji... Nie ma to jednak żadnego znaczenia. Przesłaniem tego rozdziału jest to, że mniej ważne jest to, co mówisz, a bardziej to, jak mówisz.

Kalibracja

Zazwyczaj nie musisz ludzi pytać, by wiedzieć, jakie mają zdanie na dany temat. Spotykając się z ludźmi z mojej branży, prezentując im moją firmę marketingu sieciowego i mój produkt, zawsze bacznie obserwuję rozmówcę. Często ludzie ci są bardzo sceptycznie nastawieni, gdyż branża marketingu sieciowego dalej cieszy się złą sławą w Polsce (po aferach piramid finansowych). Proponuję im produkt czy też współpracę dopiero wtedy, gdy

widzę po ich „mowie ciała” i intonacji, że są zainteresowani.

To samo dotyczy wszystkich aspektów życia. Proponowanie drugiej osobie randki, jeśli po jej minie widać, że nie jest kimś zainteresowana, jest po prostu głupie. Od dziś zacznij zwracać baczną uwagę na niewerbalną komunikację: gesty i mimikę twarzy Twojego rozmówcy. W nomenklaturze programowania neurolingwistycznego mówimy o kalibracji.

Potęga nieświadomego umysłu

Umysł ludzki składa się z dwóch części: części świadomej i części nieświadomej. Świadomie dociera do nas bardzo niewiele informacji w porównaniu do tego, co absorbuje część nieświadoma. Nasz umysł potrafi część informacji, jakie do nas docierają, po prostu wyłączyć.

Warto w tej chwili wspomnieć o procesie habituacji. Jeśli znasz osobę mieszkającą przy dworcu, spytaj, czy przeszkadza jej hałas przejeżdżających pociągów.

Gdy założysz świeżo wykrochmaloną koszulę, na początku czujesz ją bardzo dokładnie. Jednak po dłuższej chwili „przyzwyczajasz się” do niewygody i umysł usuwa tę informację z Twojej świadomości.

Ze wszystkich stron jesteśmy bombardowani tysiącami informacji, milionami bodźców. Umysł stosuje więc 3 ważne procesy w celu ułatwienia sobie życia:

- ◆ zniekształca,
- ◆ usuwa,
- ◆ generalizuje.

Zniekształcenia

Przykładowo przez pierwsze 3 tygodnie noworodek widzi wszystko do góry nogami. Nasz system soczewek w oku jest tak skonstruowany. To nasz mózg w potylicy obraca obraz. Często zdarza się, że nasz umysł błędnie interpretuje rzeczywistość.

Usunięcia

Nie czujesz w tej chwili na sobie swojego ubrania. O, być może już czujesz, gdyż zwróciłem na to Twoją uwagę! Czytając książkę czy oglądając telewizję, ze świadomości usunięte zostają inne rozpraszające bodźce. Dzięki temu możemy skupić swoją uwagę na książce. Często łapiemy się też na tym, że ktoś coś do nas powiedział, a my świadomie tego nie usłyszeliśmy.

Generalizacja

Jeśli jakaś czynność powtórzy się kilka razy, nasz umysł zakłada, że tak będzie zawsze. Jeśli kilka razy Jaś poszedł do klienta, a ten odrzucił jego ofertę, jego umysł generalizuje: „Nie umiem sprzedawać”.

Jeśli kilka razy mężczyźni przypalił się obiad, jego umysł generalizuje: „Nie umiem gotować!”. I tak właśnie mężczyźni wymigują się od tego obowiązku. Ile razy słyszałeś w swoim życiu: „Facet to świnia”, „Blondynki są głupie”? Wszystkie te rzeczy biorą się właśnie z generalizacji ludzkiego umysłu.

Jeśli dobrze nie zrozumiałeś tych trzech pojęć, cofnij się i przeczytaj ten rozdział jeszcze raz. To naprawdę bardzo ważne!

Co wyłapuje nieświadomy umysł Twojego rozmówcy?

Potęę umysłu nieświadomego świetnie reprezentuje proces szybkiego czytania. Jeśli interesuje Cię to zagadnienie, to na pewno wiesz, że: „Największym sekretem czytania fotograficznego jest to, że ty posiadasz już tę umiejętność”². Każdy z nas po jednym krótkim spojrzeniu na stronę w książce ma już w umyśle nieświadomym zapisaną całą jej treść! Problem polega jedynie na nauczaniu się, przywołania tych informacji do umysłu świadomego.

Zapewne słyszałeś o ludziach potrąconych w wypadku przez samochód, którego marki nawet nie pamiętają, a co dopiero mówić o rejestracji. Osoby takie poddane hipnozie (bezpośrednia komunikacja z podświadomością) bez problemu odczytują

² P.R. Scheele, *Czytanie fotograficzne*, Ożarów Mazowiecki 2000.

tablice rejestracyjną tego samochodu. Nasza podświadomość bowiem wylapuje mnóstwo informacji z otoczenia, z których na świadomym poziomie umysłu nie zdajemy sobie sprawy. Informacje te są usuwane z naszej świadomości.

Ważne jest, byś zrozumiał, iż każdy gest, każda zmiana intonacji, jest natychmiast wychwytywana na nieświadomym poziomie umysłu Twojego rozmówcy. Nawet jeśli do poziomu świadomego informacja ta nie dotarła.

Uaktywnienie neuronów lustrzanych

Czy widziałeś kiedyś tańczącą parę? Tak naprawdę nigdy nie wiesz, która z osób prowadzi. Ich ruchy są doskonale zgrane i dopasowane... Kiedy partner odchyła lekko głowę w bok, partnerka co do ułamka sekundy postępuje dokładnie tak samo, podążając za partnerem. Jest to przykład doskonałego dopasowania niewerbalnego.

Wiedząc już, że najbardziej lubimy osoby, które są do nas podobne, jeśli chcemy skutecznie wywierać na nie wpływ, powinniśmy... jak najbardziej upodobnić się do swojego rozmówcy! Robiąc to, wytwarzamy tzw. most komunikacyjny. To swoiste połączenie energetyczne uaktywnia pracę neuronów lustrzanych. Sprawia ono, że zaczniesz odczuwać dokładnie to samo, co Twój rozmówca. Dłate-

go też napisałem, że słowo „empatia” zyskało nowe znaczenie.

Neurony lustrzane nakazują nieświadomie kopiować zachowania, wartości, stan emocjonalny „lidera”. Przykładowo dzieci zawsze chcą się upodabniać do swoich rodziców (ćwiczyć jak tata, malować się jak mama). Proces dopasowania, a następnie prowadzenia rozmówcy, będziemy nazywać rapportem.

Struktura raportu

Raport składa się z 2 podstawowych części:

1. *Pacingu*, znanego także jako dobry kontakt.
2. *Leadingu*, czyli prowadzenia.

Pacing to nic innego jak nawiązanie dobrego kontaktu z drugą osobą. Jego celem jest jak największe dopasowanie się do drugiej osoby, a co za tym idzie, uaktywnienie neuronów lustrzanych.

Leading to prowadzenie rozmówcy tak, by w niezauważalny sposób wpływać na niego, sprawiając, by realizował Twoje cele perswazyjne.

Odwzorowanie, czyli *pacing*

Czy kojarzysz takie powiedzenie: kiedy wejdiesz między wrony, musisz krakać tak jak one? Powiedzenie to bardzo dobrze odwzorowuje ideę *pacingu*.

Co daje *pacing*?

- ◆ Stosując *pacing*, zwiększasz podobieństwo między Tobą a klientem. Udowodniliśmy już

bowiem, że najbardziej lubimy osoby, które są do nas podobne.

- ◆ Za pomocą *pacingu* sprawisz, iż klient poczuje do Ciebie sympatię, co będzie sprzyjać działaniom perswazyjnym.
- ◆ Dobry kontakt wpływa na stan emocjonalny Twojego klienta.
- ◆ Odwzorowanie uaktywnia pracę neuronów lustrzanych.

Pacing, czyli odwzorowanie, będziesz wykonywać na kilku płaszczyznach. Oto one:

1. Ubiór.
2. Postawa ciała.
3. Ton i prędkość mówienia.
4. Przekonania i wartości rozmówcy.
5. Doświadczenia.
6. Stan emocjonalny klienta.
7. Unikatowe słowa i zwroty.
8. Oddech.

Przyjrzyjmy się teraz bliżej każdej z części *pacingu*.

Odwzorowanie ubioru

Zacznijmy od przykładu. Zapewne znasz powiedzenie: jak cię widzą, tak cię piszą. Spotykając drugą osobę, natychmiast wyrabiamy sobie na jej temat jakąś opinię. Oczywiście, zajmuje się tym nasz

nieświadomy umysł. Zjawisko to związane jest też z generalizacją.

Przykład. Spotykasz mężczyznę, który ubrany jest w biały garnitur, ma na głowie bardzo elegancki kapelusz, na ręku błyszczy złoty zegarek... Mówi on do Ciebie: „Za chwilę podjadę tutaj samochodem”. Jakiego samochodu się spodziewasz? Malucha? Czy też może jakiejś limuzyny? Albo niech młody człowiek z pióropuszem na głowie i z kolczykami na twarzy powie Ci, że przywodzi samochód. Czy pojedzie on limuzyną? Czy może maluchem?

Oczywiście Twój umysł tworzy opinie na temat ludzi na podstawie ich wyglądu i ubioru. Na podstawie Twoich przeszłych doświadczeń i wartości socjalnych³, Twój umysł tworzy często fałszywe przekonanie.

Nie jest przecież powiedziane, że chłopak ten nie jest ekstrawaganckim milionerem... Twój klient oczywiście będzie robić to samo. Zapamiętaj więc: pierwsze wrażenie, jakie robisz na swoim kliencie, jest bardzo ważne! Ludzie zawsze, świadomie czy też nie, będą Cię oceniać. Zastanów się, ile razy zdarzyło Ci się błędnie ocenić drugą osobę? Oczywiście każdemu człowiekowi choć raz w życiu się to przytrafiło.

³ Wartości socjalne — stereotypy; np. gdy człowieka w łachmanach kojarzymy z menezem, a o bogatym mówimy, że na pewno swoje pieniądze ukradł.

Wyobraź sobie, iż przychodzisz na bardzo ważne spotkanie biznesowe. Umówiony byłeś m.in. z prezesami największych polskich banków. Oczywiście, przychodzisz odpowiednio ubrany (garnitur, żakiet).

Zasiadasz z prezesami do stołu, aż tu nagle wpada spóźniony gość, na którego wszyscy czekają. Tylko że przychodzi... w dresie. Czy myślisz, że jego ubiór wpłynie na to, w jaki sposób postrzega go grupa? Oczywiście, jeśli nie wierzysz na słowo, możesz to przetestować...

Jak ubiera się współczesna młodzież? Może masz dziecko w wieku szkolnym? Czy nie ubiera się ono dokładnie tak jak jego koledzy i koleżanki? Szczególnie fascynują mnie młodzi ludzie, którzy chodzą w glanach o każdej porze roku. Czy -20 czy też $+30$ stopni, oni twardo trzymają się swoich ukochanych butów. Dzieci, tak jak i dorośli, chcą się upodobnić do grupy, do której należą, czy też chcą należeć. Robimy to często zupełnie nieświadomie!

Jeśli chcesz z kimś nawiązać dobry kontakt, odzwierciedlaj jego sposób ubierania się. Przykładowo, na poważne spotkanie biznesowe mężczyzna założy garnitur, a kobietka garsonkę. Na mecz piłkarski założą koszulkę z logo swojej drużyny. Na koncert metalowy założą glany, ciemne spodnie i koszulki... Wszystko po to, by jak najbardziej upodobnić się do danej grupy. Po to, by Twój rozmówca (rozmówcy) odebrał komunikat: „Jestem jednym z was”.

Dlaczego warto mieć pełną wersję?



Zawód sprzedawcy bardzo się zmienił w ciągu ostatniego półwiecza. Dzisiaj, by coś sprzedać, handlowcy muszą m.in. odczytywać mowę ciała i znać co najmniej dwa języki – ojczysty oraz ten drugi: język perswazji! W „Ty tu rządzisz” Marka Olejniczaka znajdziesz bogato opisane działanie neuronów lustrzanych, które w odpowiednich rękach stanowią potężną broń zarówno na polu biznesowym, jak i w codziennych relacjach z rodziną, znajomymi, czy nawet życiowym partnerem. Ta wiedza przyda się każdemu, kto chce przejąć kontrolę nad swoim życiem. Zanim jednak to się stanie, musisz nauczyć

się: jak odczytywać oczekiwania innych z dyskretnych sygnałów mowy ciała? jak za pomocą kilku zdań wywołać pożądany stan emocjonalny u rozmówcy? jakimi algorytmami sterowany jest ludzki umysł i dlaczego tak łatwo go przestawić? w jaki sposób wykorzystać neurony lustrzane, by zyskać przychylność rozmówcy? jak niepostrzeżenie przejąć kontrolę nad rozmówcą lub całą grupą słuchaczy? jak obronić się przed manipulacją ze strony innych? Ta wyjątkowa pozycja została napisana zrozumiałym dla każdego językiem. Solidna dawka teorii przeplatana jest tu licznymi ćwiczeniami praktycznymi, dzięki czemu zyskasz pewność siebie, zaś sama nauka przebiegnie zdecydowanie efektywniej, dając konkretne i namacalne rezultaty. Zacznij wreszcie rządzić w swoim świecie!

Pełną wersję książki zamówisz na stronie wydawnictwa Złote Myśli

<http://wywieranie-wplywu.zlotemyśli.pl>

[Dodaj do koszyka](#)