

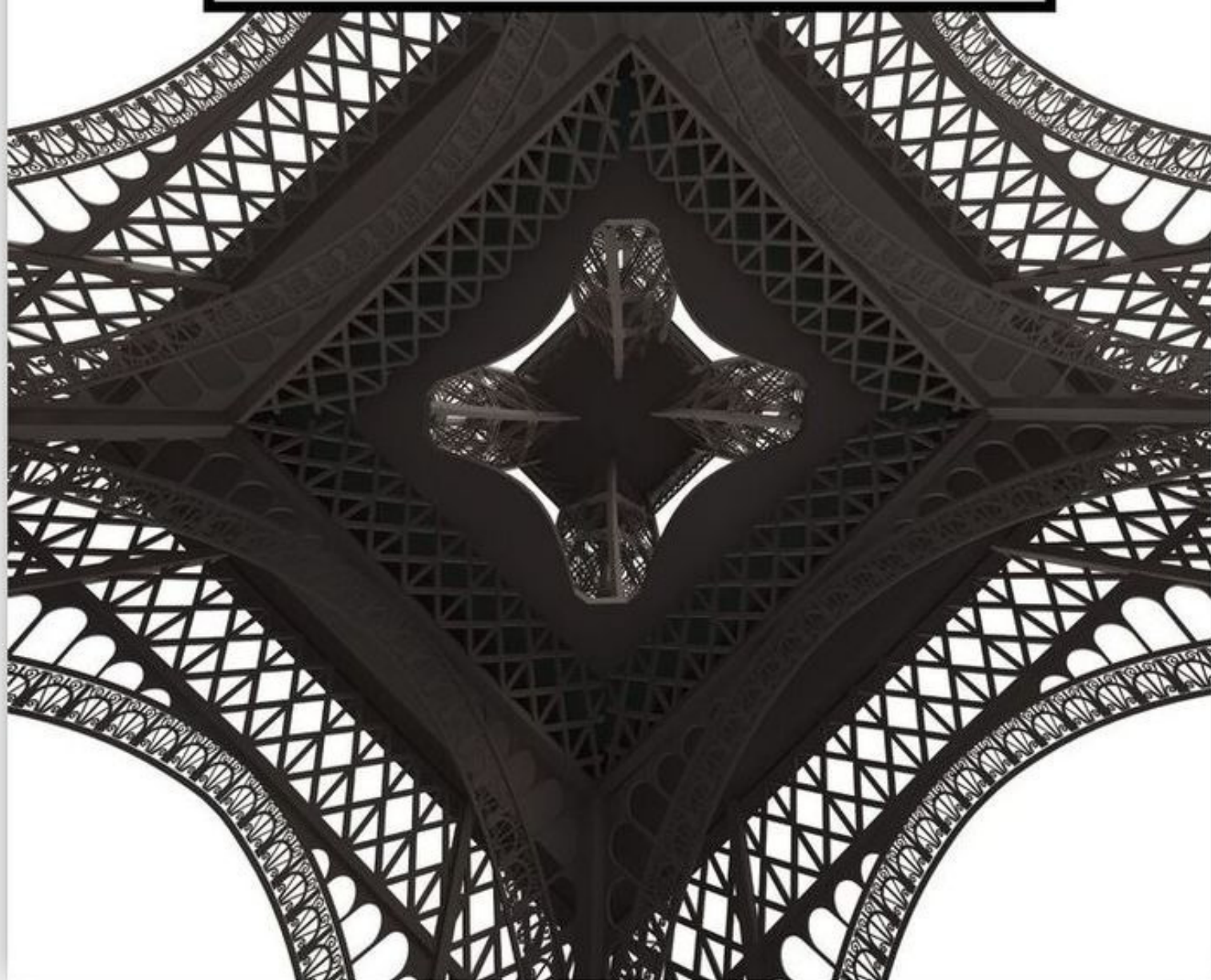
18+

АЛЕКСАНДР ЧАР

---

# Продается Эйфелева башня

РАЗГОВОРНЫЕ ТРЮКИ И УЛОВКИ  
МАНИПУЛЯТОРОВ



Александр Чар

**Продается Эйфелева  
башня. Разговорные трюки  
и уловки манипуляторов**

«Издательские решения»

## **Чар А.**

Продается Эйфелева башня. Разговорные трюки и уловки манипуляторов / А. Чар — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-514517-8

Секреты профессиональных манипуляторов, позволяющие создавать преимущество в деловых переговорах и иллюзорную реальность потенциальной выгоды. Для управления вниманием собеседников в деловом общении, контрманипуляций, успешных продаж и преуспевания в карьере.

ISBN 978-5-00-514517-8

© Чар А.  
© Издательские решения

## Содержание

От автора	6
От Эйфеля до Майами	8
Продается Эйфелева башня	8
Парадокс «М»	13
В Майами через Столешники	15
Переговорный меланж	20
Дорога ложка к обеду	20
Подготовка сцены	22
Театр и вешалка	25
Конец ознакомительного фрагмента.	26

**Продается Эйфелева башня  
Разговорные трюки и  
уловки манипуляторов  
Александр Чар**

© Александр Чар, 2020

ISBN 978-5-0051-4517-8

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

## От автора

***Чем активней развивается бизнес, тем больше возрастают проблемы манипуляционного общения для достижения нужных результатов. Но иногда на пути к успеху и финансовому благополучию возникают непредвиденные обстоятельства, которые зачастую кажутся неподвластными прогнозированию.***

Широкое распространение литературы по манипуляциям на встречах, совещаниях и публичных мероприятиях показывает актуальность проблем манипулирования и контрманипулирования для отстаивания собственной позиции. Так кто и кем в этих случаях манипулирует? Собеседник, старающийся добиться для себя различными хитростями выгодных условий, или профессионал, противопоставляющий искусство контрманипулирования и формирования иллюзорной реальности ради достижения собственной выгоды?

Профессионал первый начинает отстаивать свои интересы, заставляя соперника делать ошибки и сопротивляться. Его мастерство провоцирует собеседника на принятие выгодного для профессионала решения.

Мне довелось принимать участие в разнообразных бизнес-проектах, цена которых достигала астрономических величин. Каждому из них сопутствовало много деловых встреч, переговоров, совещаний, обсуждений и пр. Среди переговорщиков встречались профессиональные акулы бизнеса, начинающие стартаперы, представители силовых структур и политические деятели, мистификаторы и филантропы. Среди многих проектов лишь несколько завершились успешно. Причем эти проекты были далеко не самыми лучшими.

Так почему многие эффективные проекты топчутся на месте и безнадежно пытаются найти финансирование, а слабые, порой никчемные проекты реализуются и привлекают инвестиции? Один из ответов кроится в том, что кропотливый автор эффективного коммерческого проекта годами его совершенствует, а профессиональный манипулятор зачастую добивается нужного результата манипуляционными способами. Анализу некоторых манипуляций посвящена эта книга.

Автор коммерческого проекта годами его совершенствует, а профессиональный манипулятор зачастую добивается нужного результата манипуляционными способами.

*Александр Чар*



**От Эйфеля до Майами  
«Вот это вор настоящий, но таких у нас мало и берут  
исключительно только что плохо лежит, считают  
в этом себя совершенно правыми на то мол и щука  
в воде, чтобы карась не дремал», – Михаил Пришвин.**

**Продается Эйфелева башня  
«Я – не преступник, я – артист», – князь Туманов-  
Церетели, специалист по банковским аферам.**

В любом виде профессиональной деятельности, в том числе и в бизнесе, существуют тайны, мало известные общественности. Но есть тайны, которые могут быть использованы с пользой для дела. Ничто не рождается на пустом месте. Всегда есть предыстория, секреты которой рано или поздно раскрываются.

Много лет назад ни про каких манипуляторов не слыхивали. Были купцы и промышленники, мелкие торговцы и ремесленники. В их числе была особые люди – авантюристы, аферисты, мистификаторы и пр. Какие-то особые качества позволяли им проводить сделки, в которых они непременно становились победителями. Они были уникальны, умели «обаять» потенциальную жертву и вызвать чувство истинного доверия. При этом жертва сама выполняла необходимые действия и следовала планам, приводящим к неминуемому краху. А ведь это и есть одно из качеств современного манипулятора. Видимо не случайно, что в числе успешных современных бизнесменов присутствуют бывшие фарцовщики, спекулянты, цеховики и др.

Поскольку предметом данной работы является манипуляционное общение, то именно с этой точки зрения анализируются черты талантливых бизнесменов-мистификаторов. Каким образом они вовлекали в аферы стреляных воробьев-бизнесменов? Исторический анализ мистификаций показывает, что существуют некоторые закономерности, актуальные в настоящее время.

*Кабинет генерал-губернатора, князя Долгорукова, от имени которого Павел Шпейер продал здание нынешнего Моссовета английскому послу (картина неизвестного художника середины XIX века).*

Технология мистификаций имеет вековую предысторию в лице плеяды зарубежных мистификаторов, начиная с графа Сен-Жермена и Алессандра Калиостро (XVIII в.). Российские «бизнесмены» не отставали от них. Аферист Поль Шпеер, главарь банды «Червонных валетов», умудрился продать английскому посланнику в 1870 году здание нынешнего Моссовета – особняк генерал-губернатора «Тверской казенный дом» (здание мэрии Москвы). Большую часть переговоров с англичанином Павел Шпеер провел непосредственно в особняке с разрешения самого генерал-губернатора. Генерал-губернатор был уверен, что Шпеер демонстрирует послу высокое качество произведенной им реставрации особняка. Посол же был уверен, что Шпеер расхваливает ему особняк для продажи.

Таких «бизнесменов» в России было немало (автор финансовых мистификаций Лазарь Поляков, антиквары Шепсель и Лейба Гохманы, корнет Николай Савин, продавший Зимний дворец и др.). Немец Вильгельм Фойгт в 1906 году взял напрокат форму прусского капитана, приказал случайным гренадерам арестовать бургомистра и захватил городскую казну.

В 1910—1914 годах по Российской империи прокатилась эпидемия банковских афер. Многие банки, чтобы не потерять клиентов, замалчивали случаи мошенничеств и выплачивали им суммы, украденные со счетов. Банкиры боялись лишиться главного – доверия вкладчиков. Руководителем группы банковских аферистов был князь Туманов-Церетели.

Француз Виктор Люстиг прославился сделкой о фиктивной продаже на металлолом Эйфелевой башни. Мало того, что Люстиг получил от этой сделки большое состояние, так он умудрился еще раз продать Эйфелеву башню американским бизнесменам. Фантастическим манипулятивным сделкам Люстига не могли противостоять даже акулы криминального бизнеса. Говорят, что на его удочку попался американский гангстер Большой Аль (Капоне), которому Люстиг обещал за месяц удвоить состояние. Заняв у Аль Капоне несколько десятков тысяч долларов, он через месяц вернул деньги мелкими купюрами, сообщив о возникших затруднениях. Аль Капоне «отстегнул» Люстигу за порядочность несколько тысяч долларов, на которые тот комфортно погулял не один месяц.

*Обсуждение выгодной сделки, XIX век.*

Современные манипуляционные аферы во многом повторяют манипуляционные приемы мошеннических сделок прошлого, отличаясь лишь насыщенностью технических средств. Достаточно вспомнить банковские авизо, сделки Оборонсервиса, продажу земли Бородинского поля и т. п. Эти манипуляции можно обобщить и использовать полученные закономерности для практики современных контрманипуляций.

Из современных профессий, в которых активно используются манипуляции, наиболее яркими являются профессии журналистов, сотрудников специальных служб, переговорщиков, риелторов, артистов разных жанров. Они – мастера создания виртуальных иллюзий с использованием законов психологии, гипноза, аттракции, стереотипности мышления, методов выведения скрытой информации, ведения переговоров и пр. Многие техники манипуляций и введения в заблуждение описаны в зарубежной литературе, но различие в менталитете российских и иноязычных переговорщиков затрудняет их применение в русскоязычной практике.

Приемы артистов по созданию виртуальных иллюзий весьма полезны для анализа. Среди них особо выделяются профессиональные обманщики: иллюзионисты и менталисты. В большинстве случаев иллюзионисты используют визуальные иллюзии, основанные на хитроумной аппаратуре, а менталисты специализируются на психологических приемах управления человеком, лингвистических манипуляциях и пр. Нельзя недооценивать технику артистов в плане подготовки сценария, который подчинен одной задаче – заставить неподготовленного зрителя поверить в иллюзорную реальность демонстрируемого действия. Это ничем не отличается от повседневной работы бизнесмена. Красочной презентацией проекта он пытается создать у инвестора образ надежного делового партнера и выгодного коммерческого предложения.

Наиболее подходящими для использования в деловом общении являются приемы публичных менталистов. Личность менталиста подразумевает человека, владеющего гипнозом, умеющего распознавать ложь и характер других людей по малозаметным внешним признакам (визуальная и лингвистическая диагностика), предсказывать их поведение (психоанализ, психолингвистическое манипулирование). Менталисты используют уникальные приемы не только на работе, но и в обычной жизни. Нелишне вспомнить суперпопулярный американский сериал «Менталист» из 151 серии, в котором показывается жизнь детектива Патрика Джейна, владеющего всем комплексом описанных выше уникальных способностей.

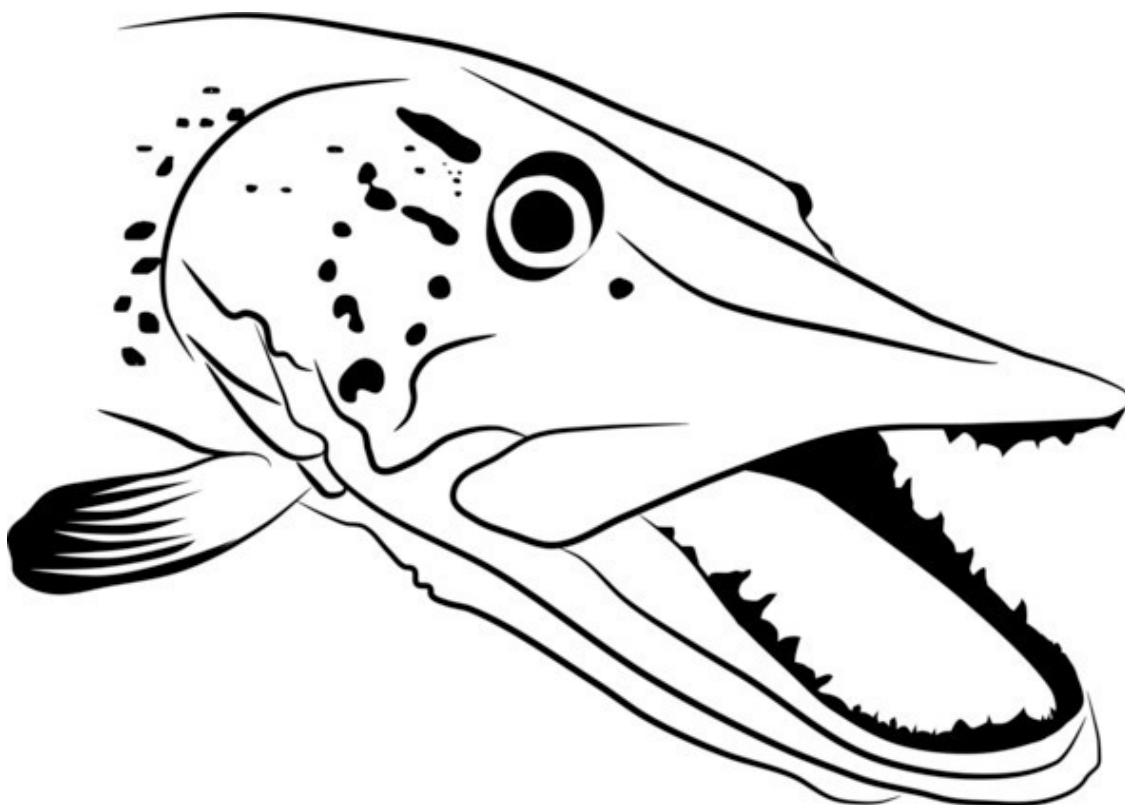
Как правило, для реализации собственных планов публичные менталисты имеют в своем распоряжении ограниченное время, за которое они должны повлиять на собеседников и заставить их поверить в иллюзорное явление. За этим стоят годы оттачивания лингвистических, аналитических, психологических, аудио и визуальных приемов воздействия на большие и малые группы людей.

Много нелицеприятных слов высказано в деловой литературе по поводу манипуляционных приемов, использование которых дает определенную выгоду переговорщику. Считается, что применение лингвистических, психологических и прочих манипуляций неэтично. Однако, вряд ли можно припомнить деловые мероприятия, в которых стороны были бы лишены права отстаивать свои позиции с использованием манипуляционных приемов.

Опыт показывает, что использование манипуляций почти всегда практикуется на мероприятиях различных уровней. Встречная демонстрация эффективных контрманипуляций добавляет авторитет переговорщику. В полной мере работает принцип «Рыбак рыбака видит издалека». Стороны начинают общаться на едином профессиональном языке. Они понимают, что обман партнера нереален, наказуем и находят пути открыто преодолеть имеющиеся разногласия.

Использование манипуляций практикуется на деловых мероприятиях различных уровней. Использование эффективных контрманипуляций добавляет авторитета переговорщику. В полной мере работает принцип «Рыбак рыбака видит издалека».





Из прессы широко известно о манипуляциях в политике, экономике, средствах массовой информации и пр. Многочисленные стратегии и тактики политических переговоров на высшем уровне активно муссируются журналистами, что дает богатый материал для размышления. Но эти

источники информации и соответствующие им примеры остаются вне рамок обсуждения.

В свое время, на переговорах в Бангкоке с представителями местных коммерческих структур переводчик мне сообщил, что по многолетней восточной традиции устные договоренности имеют силу письменных обязательств. Это было началом многодневных дискуссий и последующих переговоров в Москве, которые в конечном итоге ничем не завершились. Почему? Наши менталитеты оказались столь различны, что их было невозможно привести к единому знаменателю. На одной стороне переговорных весов оказались англоязычные «восточные» традиции, а на другой – правовые нормы отечественного бизнеса.

## **Парадокс «М»**

***Парадокс современного человека-манипулятора состоит в том, что он, будучи существом разумным и вооруженным научными познаниями о мире, продолжает оставаться в дремучем неведении относительно всего, что касается его самого. Вроде бы он не особо от этого и страдает, но как немного он знает об истинной творческой жизни, – Эверетт Шостром.***

В литературе по психологии делового общения, как правило, подразумевается негативное отношение к психологическим манипуляциям и человеку, владеющего ими в совершенстве. Но способность к манипулятивному управлению окружающими людьми является врожденной. Последующее «взрослое» воспитание «убивает» эту способность. В некоторых случаях манипулятивная черта характера сохраняется, что позволяет ее обладателю достичь высот в управлении обстоятельствами на протяжении всей жизни.

Манипулирование на деловых встречах невольно провоцирует активное противодействие, контрманипулирование. Если контрманипулятор работает на опережение «противника», то он моментально превращается в активного манипулятора. Это и есть «Парадокс М», в котором переговорщик одновременно действует в двух лицах:

- манипулятора, пытающегося достичь собственных целей;
- контрманипулятора, противодействующего своим оппонентам.

«Парадокс М» приводит к тому, что переговорщик должен владеть лучшими качествами противоборствующих сторон, оставаясь в образе добродетельного участника деловой встречи.

Нелишне отметить лингвистическую подготовку переговорщика, который должен в совершенстве владеть речью, логикой и ясностью мышления. В последние годы к этим требованиям добавилось совершенное владение техническими средствами. Лингвистическая подготовка включает в себя технику владения эвфемизмами, трюизмами, софизмами и прочими приемами, позволяющими одновременно говорить правду и утаивать ложь. Умение вести разговор «ни о чем» и искусство ответов на вопросы характеризуют высокую степень подготовки переговорщика. Он должен уверенно отвечать даже на незнакомые ему вопросы.

Обязательным требованием для переговорщика является владение технологиями публичных выступлений и актерскими приемами, позволяющими держать себя в рамках образа, определенного переговорной стратегией. Различные образы требуют специфической подготовки:

- Демонстрация принадлежности к соответствующему социальному классу.
- Умение повышать личное доверие, владение коммуникационными навыками и мастерством общения.
- Управление вниманием собеседников и естественность общения, позволяющих скрывать истинные намерения переговорщика. Разговор выстраивается так, что фокус внимания уводится в сторону от проблемы, которая может привести к отрицательным результатам.
- Управляемая эмоциональность.

Если присутствие переговорщика создает дискомфортные условия собеседникам, то трудно ожидать от общения положительного результата. Поэтому переговорщик должен иметь сообразный дресс-коду внешний вид и ситуации. Для создания комфортной обстановки пере-

говорщик должен обладать, как считали раньше, личным магнетизмом, т.е. быть притягательным для собеседников (аттракция).

Манипулятор, участвующий в переговорах, не обязательно должен быть активным переговорщиком. Роль манипулятора может быть значительной, но невидимой для большинства участников. Он может разрабатывать стратегию и тактику переговорного процесса, выполняя роль режиссера, оставляя лавры коварных переговорщиков своим коллегам. Если же манипулятор и переговорщик выступают в одном лице, то велика предсказуемость успешных переговоров.

Манипулятор в переговорах должен уметь управлять (как лично, так и дистанционно) участниками переговоров для реализации заданного сценария. Он должен владеть техникой визуализации поставленных задач, уметь договариваться и диагностировать участников переговорного процесса. Его важной чертой является нацеленность на конечный результат переговорного процесса. Например, это может быть подписание договора или некоего соглашения, программа воплощения проекта в жизнь с заданными показателями и др.

Сложным звеном в обучении профессиональных переговорщиков является их ментальная подготовка, которая, кроме психологических техник, требует ряда специальных качеств:

- Выдержка и самоконтроль;
- Умение слушать и понимать сказанное;
- Психологическая подготовка (Гипноз, суггестия, НЛП и пр.);
- Умение вести адаптивный диалог (гипнороллинг);
- Владение техникой многомерной реальности. Каждую беседу переговорщик должен чувствовать со стороны всех участников (рефлексия), не ослабевая полного контроля над своими действиями и эмоциями.
- Сужение реальности восприятия проекта участниками переговоров в заранее установленных границах (управление фокусом внимания).
- Постоянная готовность к психолингвистическому контрманипулированию.
- Владение психологическими трюками и уловками.

Профессиональный переговорщик, как правило, специализируется на тематике фирмы, в которой он работает. Ему требуется специализация в общении с определенной группой людей (финансисты, менеджеры, владельцы компаний, технические работники и т.п.), поскольку решение профессиональных вопросов требует знания конкретики. Переговорщик должен в совершенстве владеть навыками использования специальных технических устройств и уделять достаточное время тщательной подготовке к переговорам.

Переговорщику, кроме высокой общей подготовки, зачастую требуется знание юриспруденции, когда он нацелен на конечный результат в виде подписания соответствующих документов.

Чтобы своевременно распознать профессионального переговорщика-манипулятора, надо уметь думать его мыслями и категориями. Актуальна тема ментальной самоподготовки переговорщика посредством игровой и мысленной имитации переговоров, владения техникой поверхностных медитаций для принятия оперативных решений, успешного адаптивного диалога (гипнороллинг) и EDO-анализа (анализ ключевых параметров и крайних позиций оппонентов по каждому пункту переговоров с целью выявления оптимальных условий переговоров).

**В Майами через Столешники  
С практическим использованием сложного  
манипуляционного сценария мне пришлось  
познакомиться лично при рейдерском захвате крупного  
инвестиционно-строительного проекта. Только  
финал истории оказался совершенно необычным.**

Речь идет о крупном строительном проекте в Москве, в котором мне довелось играть одну из ключевых ролей. Над проектом «Барвихинский пассаж» наша управляющая команда работала около пяти лет под руководством единоличного Владельца компании, имевшего громадный опыт работы в Москве. Но даже с учетом его авторитета и влияния, понадобилось около трех лет на выпуск первичного организационно-распорядительного документа Правительства Москвы.

Подбор команды инвесторов был также мучительно долгим. Несмотря на обширные связи с первыми лицами строительного комплекса г. Москвы, возникало множество технических вопросов, которые решались в Москве впервые. В основном это было связано с освобождением строительной площадки от высоковольтной линии электропередач и переноса ее в подземный коллектор. Поскольку проект этот для г. Москвы был пилотным, то инвесторы сомневались в возможности его реализации.

Над проектом жилищного комплекса «Барвихинский пассаж» управляющая команда работала около пяти лет. На рисунке – проект одного из зданий на Можайском шоссе в Москве.

Неожиданно на горизонте появилось интересное коммерческое предложение от некоего Бизнесмена (назовем его АД), которое сулило своевременное выполнение всех договорных обязательств. «Пробивка» АД показала, что он возглавляет крупную инвестиционно-строительную компанию и имеет возможность кредитования нашего проекта. Тем не менее сомнения оставались. Как же можно обойтись без них в проекте ценою около полумиллиарда долларов? В чем-то мы подстраховались. Но наша дружная управляющая команда не могла предположить того объема манипуляционных уловок АД, который свалился на голову Владельца компании.

Уловки АД были отнюдь не бесплатны. Они стоили денег, довольно больших. Затраты АД на первоначальном этапе составили миллион долларов наличными. Они должны были многократно прирасти в случае успеха расставленных ловушек. Все управление манипуляциями и принятие соответствующих решений осуществлялось АД.

Нетрудно догадаться, что Владелец компании более никаких денег от АД не увидел, а все имущество компании стоимостью десятки миллионов долларов и права на реализуемый проект перешли к АД. Этот сценарий требовал от АД профессионализма, существенных денежных вложений и значительного терпения. Его эффективность напрямую зависела от способности АД манипулировать Владельцем компании.

Убытки по приобретению «Барвихинского пассажа» списали на соинвесторов и дольщиков проектов жилищного строительства АД.

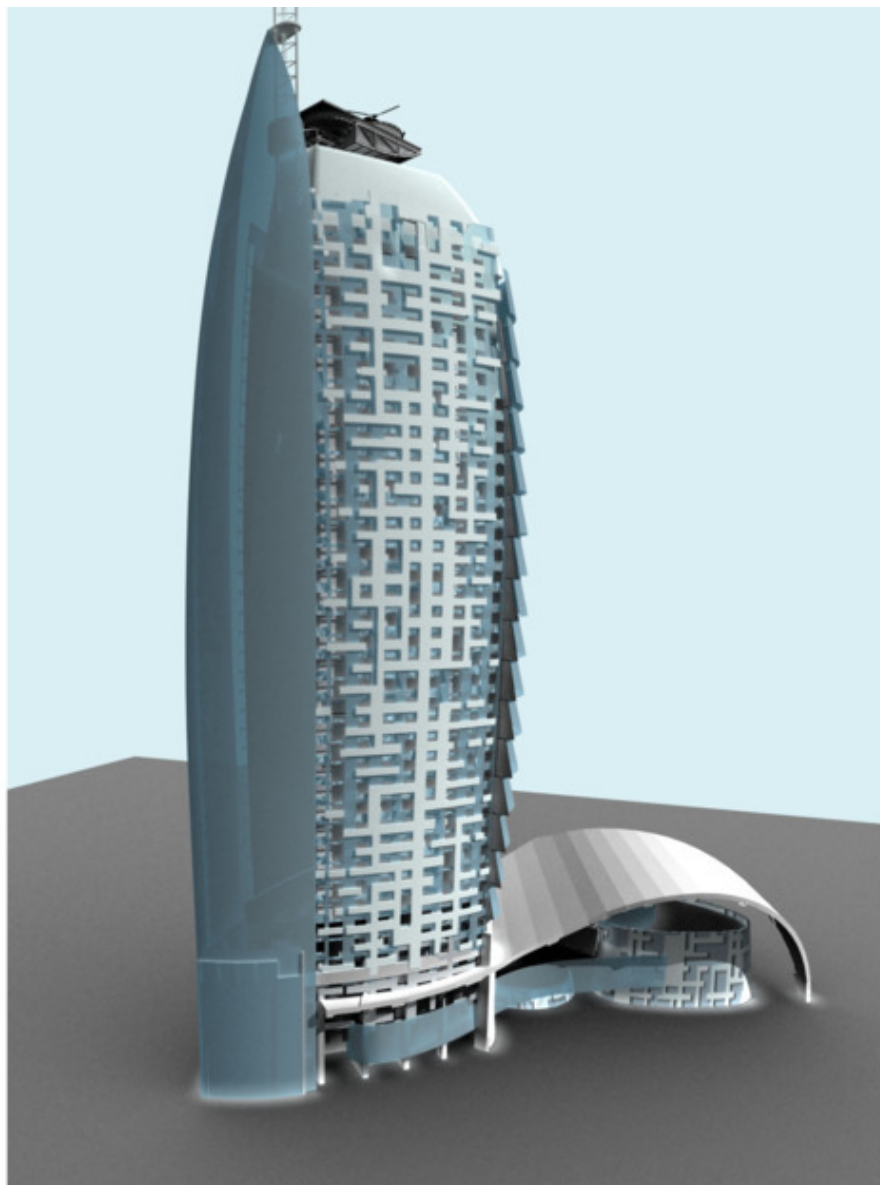
Но это отнюдь не финал манипуляционного сценария. Бизнесмену АД пришлось столкнуться с непреодолимыми проблемами, которые он не решил без прежней управляющей команды. Затраты на проект превысили десятки миллионов долларов. Но проблемы так и не удалось решить. Инвестиционно-строительная компания Бизнесмена АД обанкротилась...

До настоящего времени рядом с Можайским шоссе, вплотную к высоковольтной линии электропередач, стоит современный пятиэтажный офис, огороженный глухим забором. В нем никого нет, как нет и гигантской строительной площадки: И на старуху бывает проруха.

Но на этом история отнюдь не закончилась. Что значит для неутомимого профессионала АД потеря миллионов долларов? Оказалось, что практически ничего! Все убытки списали на соинвесторов и дольщиков других проектов жилищного строительства АД. Отсутствие собственных амбиций АД и вера в неотвратимость манипуляционных успехов, привела к тому, что он через некоторое время стал заместителем одного из наших знакомых (назовем его кратко ЖГ).

Объединив усилия АД с административным ресурсом ЖГ, компаньоны занялись укладкой тротуарной плитки в Столешниковом переулке Москвы. Неизвестна эффективность работы их компании, но сами компаньоны через некоторое время стали владельцами фешенебельных квартир и вилл в Майами. Вот что значит учиться на собственных ошибках и сохранять уверенность в собственных силах!

После укладки тротуарной плитки в Столешниковом переулке руководители компании приобрели фешенебельные квартиры и виллы в Майами (фото взяты с сайта риелторского агентства).





Манипуляционный сценарий начинался с выгодного коммерческого предложения, в котором Владельцу компании было обещано вознаграждение в размере 10 млн. долларов.

Аванс в размере 1 миллион долларов Владелец компании получил от АД наличными.

О полученном авансе узнало максимальное количество заинтересованных лиц.

Поскольку работа над проектом велась коллективом, возник конфликт. Он привел к развалу управляющей команды и практической остановке проекта. Проведенный аудит убедил Владельца компании в катастрофической ситуации.

АД порекомендовал Владельцу компании внести полученный миллион долларов на расчетный счет тонущего корабля. Владелец, пытаясь исправить критическое положение, внес на расчетный счет компании весь полученный

аванс, ожидая в скором времени вернуть деньги и получить от АД оставшиеся 9 миллионов долларов.

## **Переговорный меланж**

***В отличие от сценарного плана, переговорный меланж (фр. – смесь) совмещает различные инструменты ведения переговоров: стратегию, тактику, лингвистические уловки хитроумных манипуляций. При этом все его элементы не стабильны, а могут меняться под влиянием действий и ответных ходов собеседника, делового партнера. Это требует высокого мастерства и умения мгновенно реагировать на малейшие изменения в реакции собеседников. Тем не менее, приводимые ниже уловки выстроены по некоторому идеальному сценарному плану.***

## **Дорога ложка к обеду**

**Выбор удачного момента для проведения сделок и переговоров предполагает, что проводить их следует только тогда, когда к ним имеется интерес противоположной стороны. Успех приходит лишь при сочетании интереса и возможностей.**

Вполне вероятно, что это одна из основных стадий манипуляционного сценарного плана, которой некоторыми переговорщиками придается незначительное значение. Предварительное выявление интереса у предполагаемых компаньонов дает возможность перейти переговорщику с места в карьер. Хотя, если этого интереса не проявилось, то можно попытаться пробудить его рекламой, сопутствующими сделками или различными мотивационными уловками.

Иногда втягивание нужного человека в «дело» производится за счет серии выгодных сделок таким образом, чтобы в дальнейшем ему стало невыгодным бросать начатое. Данный прием широко распространен в процессе поиска инвесторов на крупные проекты: потенциальному инвестору предлагается серия реальных выгодных инвестиций по надежным проектам. На самом деле эти предложения готовят почву для реализации крупного лоббируемого бизнес-проекта. Грамотно предложенный инвестиционный портфель мотивирует инвестора на дальнейшие финансовые вложения (Уловка «Коготок увяз»).

Аналогичной по смыслу является китайская стратагема «Заманить на крышу и убрать лестницу». Ей часто пользуются посредники для вовлечения инвесторов в коммерческие проекты. Но расшифровка этой стратагемы опытными инвесторами приводит к аннулированию посреднического вознаграждения посреднику по причине несоответствия обещанных результатов реальности.

Особое значение стадии «Дорога ложка к обеду» придается в откровенно мошеннических сделках, объем которых значительно вырос в последнее время благодаря возможностям

социальной инженерии. Широчайшее применение компьютерных технологий дает возможность узнать личные предпочтения человека через социальные сети и его поисковые запросы. Желание многих людей «работать напрямую» без посредников готовит благодатную почву для подготовки манипуляций.

## Подготовка сцены

*Подготовительная работа, в т.ч. подготовка места для проведения переговоров, презентационных материалов, является одной из важнейших стадий переговорного меланжа. От нее во многом зависит результат переговоров.*

После выявления интереса у потенциального собеседника переговорщик приступает к уловкам подготовительной стадии, обещающих необходимый результат будущих переговоров.

Иногда неопытные переговорщики руководствуются китайской стратагемой «Украсить сухие деревья искусственными цветами». Однако, чрезмерная и не обоснованная реклама может привести к досрочному завершению переговоров.

Существенное внимание можно уделять предварительным разговорам с техническим персоналом оппонентов в период подготовки основных переговоров. В этом случае процесс переговоров как бы переносится с основного поля боя на поляну «со сладостями и угощениями». В непринужденной и мало обязывающей обстановке можно получить много конфиденциальной информации о реальном положении оппонента.

Если переговорщик в совершенстве владеет уловкой внедрения своей идеи оппоненту, то он может эффективно этим пользоваться. Во время основных переговоров оппонент искренне выдает идею переговорщика за собственную.

Существуют приемы для снятия критичности восприятия переговорщика, что аналогично повышению уровня доверия между участниками переговоров. К их числу относится формирование положительного имиджа переговорщика за счет реальных или мнимых историй, формирование доброжелательного портфолио отзывов заказчиков (уловка «»), а также проведение малозначимых предварительных переговоров, где переговорщик идет на значительные уступки оппоненту (уловка «»). **Остап Бендер Значительная уступка на малозначимых переговорах**

Довольно сложная тактическая уловка «». Уловка заключается в том, что оппоненту внедряется ложная информация о виновности переговорщика. Оппонент предъявляет претензии переговорщику и выставляет значительные неустойки за обман и злоупотребление доверием. В процессе выяснения обстоятельств выявляется невинность переговорщика. У оппонента возникает чувство вины, что приводит к более доверительным отношениям. **Ложный донос**

Для демонстрации собственной финансовой состоятельности переговорщик блефует, выдавая мнимые доходы за действительность. Популярны истории о приобретении дорогого автомобиля или недвижимости за комиссионные от только что проведенной сделки. Передача ложной информации довольно эффективно происходит через посредников, организующих сделку. Автор блефа в этом случае застрахован от обвинений в нечистоплотности.

В процессе подготовки к переговорам ложная информация неоднократно публикуется в средствах массовой информации. Повышенная восприимчивость к информации в СМИ, сопровождаемой аналитическими доказательствами, является серьезным подспорьем переговорщику.

Опытные переговорщики используют тактические приемы спецслужб типа «Красная селедка» (отвлекающие маневры), «Обреченный шпион» (внедрение ложных данных в среду собственных сотрудников), «Охотники за скальпами» (поиск потенциальных источников информации в среде оппонента и недовольных сотрудников), «Проверка по-красному» (про-

верка достоверности данных, передаваемыми информаторами на предмет дезинформации) и др.<sup>1</sup>

Метод сюрстрёмминга («гнилой селедки») используется для дискредитации ключевой фигуры оппонента. Для этой цели выдвигается ложное обвинение. Важно, чтобы оно было максимально грязным и скандальным. Хорошо работает, например, участие оппонента в мелких аферах или сомнительных сделках. Цель «гнилой селедки» вовсе не в том, чтобы обвинение доказать. А в том, чтобы вызвать публичное обсуждение его... несправедливости и неоправданности. Вне зависимости от своих взглядов участники переговоров ассоциируют имя оппонента с ложным обвинением, пока тухлый «запах» не начинает следовать за оппонентом повсюду.

Иногда переговорный сценарий предполагает участие в переговорах незаинтересованного человека, чье вознаграждение не зависит от результатов переговоров, но который внимательно анализирует и оценивает переговорный процесс («»). Это может быть независимый консультант. Некоторые консультанты скрытно передают свои рекомендации по ходу текущих переговоров, в т.ч. используя технические каналы современной мобильной связи. **бизнесмен под прикрытием»**

Предварительная публикация результатов разного рода социологических опросов мало проверяема. Составление опросных листов может гарантировать заказчику необходимое общественное мнение по интересующему его вопросу. Такие отчеты являются поводом для последующего использования в переговорах уловки «Абсолютной очевидности».

В случае сложных и затяжных переговоров один из членов переговорной команды может инициировать промежуточные переговоры с членами переговорной команды оппонента. В нейтральном рабочем разговоре легче получить достоверную информацию о реальном финансовом состоянии контрагента.

Всегда ли надо тратить силы, личное время и энергию на переговоры с собеседником? Ответить на этот вопрос помогут ответы на ряд вспомогательных вопросов, которые должен задать себе опытный переговорщик:

– Кто является компаньонами предполагаемого собеседника?

– Известен ли опыт переговоров других людей с предполагаемым собеседником и какова его деловая репутация?

Другими словами, готовясь к переговорам, в которых могут принимать участие ранее незнакомые люди, необходимо рассчитывать на потенциальную угрозу и не выкладывать все карты на стол, пока не прояснятся истинные намерения и возможности противоположной стороны.

## **Украсить сухие деревья искусственными цветами**

## **Накрыть поляну**

## **Продать свою идею, как чужую**

## **Уловки для повышения доверия**

---

<sup>1</sup> В августе 1955 года на военном параде над Красной площадью иностранцам в течение 15 минут продемонстрировали полеты тяжелых бомбардировщиков (операция «Хоровод»). Военные атташе тут же сделали вывод, что Москва сделала упор на производство тяжелых бомбардировщиков. На самом деле одна и та же эскадрилья летала по кругу над Красной площадью.

## **Провоцирование чувства вины**

## **Мнимая состоятельность**

## **Лживая шарманка**

## **Технологии спецслужб**

## **Сюрстрёмминг**

## **Бизнесмен под прикрытием**

## **Подготовка очевидности**

## **Рабочая встреча**

## **Пустые хлопоты**

Предположим, ведутся переговоры с компанией о поставках крупной партии оборудования. Важным условием сделки является заключение с партнером договора купли-продажи, который предполагает 100% авансовую оплату данной сделки. Тратится время на утряску договорных нюансов, отказываетесь от других предложений. Время идет, товар простаивает на промежуточном складе...

Но есть ли у покупателя свободные денежные средства? Контрагент скажет, что готов подтвердить наличие средств на счете банковской выпиской. Но профессионал понимает, что выписка и реальные деньги – не одно и то же.

## **Театр и вешалка**

### ***Выбор места проведения переговоров.***

Эта стадия кажется конкретней предыдущих за счет простоты поставленных задач. Но задачи могут ставиться переговорщику разнообразные. Это может быть выявление состоятельности потенциального партнера, создание благоприятных условий для переговоров и наоборот.

При выборе места проведения переговоров инициатор переговоров должен сделать выбор между двумя противоречивыми требованиями. С одной стороны, он силен на привычном для него переговорном поле («Дома и стены помогают»). С другой стороны, переговорщик лишен возможности получить дополнительную информацию о партнере и его бизнесе.

Наиболее выигрышной кажется стратегия ведения переговоров в офисе противоположной стороны, поскольку это даст информацию о благосостоянии и деловом уровне потенциального партнера.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.