



ТЕХНОЛОГИЯ
СТОПРОЦЕНТНОГО
УБЕЖДЕНИЯ

Ковалева Марианна Сергеевна

Марианна Ковалева

Технология

стоцентного убеждения

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=70052530

SelfPub; 2023

Аннотация

Узнайте волшебную технологию, с помощью которой убеждать другого человека будет также легко, как чихнуть! Как Вы думаете, насколько изменилась бы Ваша жизнь, если бы окружающие люди ни в чём не могли бы Вам отказать? Вы что-то предлагаете человеку – а он легко соглашается! Вы в чём-то убеждаете человека – а он охотно убеждается! Вот только представьте, к примеру: начальник легко соглашается, что Вам надо повысить зарплату с этого месяца и предоставить возможность карьерного роста; жена (или муж) всегда соглашается, что Вам надо отдохнуть и хорошо провести время; клиенты (или партнёры) с удовольствием соглашаются, что надо заказывать продукцию именно Вашего предприятия; теща (или свекровь) с радостью соглашается, что Вам надо помочь с ребёнком или по хозяйству; понравившаяся девушка (или молодой человек), не раздумывая, соглашается, что только Вам надо дарить свою любовь; дочь (или сын) соглашается, что к Вашему мнению следует прислушиваться в первую очередь. Всё это реально!

Содержание

Глава №1. Переговорные аксиомы	4
Глава №2. Квалификация собеседника	16
Конец ознакомительного фрагмента.	32

Марианна Ковалева

Технология стопроцентного убеждения

Глава №1. Переговорные аксиомы

«Поэтому твоя речь должна быть мощной и искусной, ибо сила человека заключается в его языке и слова его сильнее целого войска»

[Фараон Птахотеп, 3 тыс. лет до н.э.]

«Прежде чем отправляться на войну, вы должны увериться в том, что сможете выиграть её. Вы должны найти множество преимуществ. Продумывая свои действия, мы предвидим свою победу или поражение»

[Полководец Сунь-цзы, , IV век до н. э.]

Тема эффективных переговоров сама по себе безгранична и неисчерпаема. Что именно мы будем считать «переговорами», а также «успехом в переговорах»? От этого будет решающим образом зависеть, как нужно обучаться переговор-

ному искусству.

Перед тем, как приступать к описанию техники убеждения, я предлагаю вам осмыслить и принять для себя некоторые важные аксиомы, которые лично я давно для себя принял и ни разу не пожалел.

Аксиома №1: Переговоры – это отражение всей личности. Чем больше и сложнее переговоры Вы ведёте, тем больше развиваетесь, как личность.

Переговоры очень важны для развития Вашей личности. Умение вести переговоры – это важнейшая черта, отличающая зрелую личность от незрелого человека.

В переговорах отражается интеллект человека, умение сформулировать и отстаивать свои интересы, умение искать компромисс и договариваться, целенаправленно влиять на другого человека, слушать и понимать позицию другого человека, аргументировать и убеждать и т.д.

Чем труднее переговоры, тем отчётливее проявляются индивидуальные качества людей, участвующих в переговорах – уровень их культурного, личностного, интеллектуального развития, практический жизненный опыт.

Что такое *личностное развитие* вообще? Обучение чему-то новому, опирающееся на непосредственную практическую деятельность – это и есть личностное развитие. При этом *личностное развитие* – это не развитие какого-то одного навыка или одной способности, а гармоничное развитие многих важных для жизни навыков.

Переговоры – это как раз и есть такое искусство, в котором развивается совокупность важнейших жизненных навыков! При этом теория и практика переговоров в жизни любого человека должны тесным образом переплетаться, составлять неделимое целое.

Научное мнение: «В диалоге человек не только проявляет себя вовне, а впервые становится тем, что он есть... Быть – значит общаться диалогически. Когда диалог кончается – всё кончается. Поэтому диалог в сущности не может и не должен кончаться.» [Бахтин]

Аксиома №2. Переговоры – это непосредственное взаимодействие с другим человеком, от которого вы хотите целенаправленно получить какое-то определённое поведение, действия или отношение.

Таким образом, переговоры имеют осознанную цель, это процесс целенаправленный. Что это значит? Это значит, что

если вам предстоит с кем-то вести переговоры, то вам следует чётко осознавать и представлять, что вы хотите от этого человека. Какой реакции, какого поведения или отношения к определённым вещам.

Если в переговорах нет осознанной цели (я хотел бы подчеркнуть, что именно осознанной, то есть сформулированной вербально, проговорённой, представленной в собственном уме), то о каких переговорах может идти речь?

Научное мнение: *«Есть жесткие продажи, в которых основной идеей продавца является: "Я сделаю клиента!"*

Я наблюдал, как работают представители канадских компаний. Инструктор, обучающий новичка, стоит на улице и цепким взглядом высматривает свою "жертву", поворачивается к своему ученику и говорит: "Видишь, там идёт девушка, сейчас я её "сделаю".

Спустя пять минут девушка, которая не собиралась что-либо рассматривать, а уж тем более приобретать, идёт с новинкой – дурацким бутылочком дешёвых духов, которые ей никогда не пригодятся». [Рысёв]

Итак, если осознанная цель есть, то всегда есть какой-то результат, успешный либо неуспешный, а значит – новая информация для осмысления, а значит – возможность что-то изменить в своих переговорных методах и навыках.

А значит – дополнительный шанс стать ещё успешнее в искусстве переговоров, не так ли? ☺

Аксиома №3. Переговоры изначально выигрываются мысленно, до их фактического начала.

Может быть, в этот тезис поверить трудно, но сейчас я могу только громогласно заявить, что так оно и есть. Иногда переговоры можно сравнить с боксёрским поединком. Выигрываете вы в этом поединке или проиграете зависит и от вашей тренированности, и от тренированности вашего соперника.

Но на что вы можете рассчитывать, на что можете положиться? Только на собственный опыт и тренированность.

Также и в переговорах. От вашего опыта и тренированности зависит всё: как вы будете вести себя на переговорном ринге, сможете ли показать свою силу, чтобы вас слушали, сумеете ли договориться на ничью, сумеете ли победить?

Конечно, переговоры не ринг. Даже вредно думать, что переговоры – это тоже самое, что и ринг. Однако встречаются и такие переговоры. Не часто, но встречаются! ☺

Научное мнение: «Самые высокооплачиваемые торговые

агенты заключают сделку в среднем с пятой попытки. Поэтому необходимо знать множество подходов к продаже, чтобы что-то продать.

Если у клиентов больше причин отказать от вашего предложения, чем у вас способов преодолеть их, то вы не сможете много продавать». [Хопкинс]

Как же тренируются переговоры? Очень просто – сначала на практике, потом – в собственной голове, то есть мысленно; потом снова на практике, потом снова в голове, и так далее.

Мысленная тренировка происходит примерно так: «*Если я скажу то-то, то что мне ответят? А если я скажу так-то, то какотреагируют?*» ☺

Научное мнение: «*Аргументация – это речевая процедура, служащая обоснованию точки зрения аргументатора (человека, который нечто обосновывает) с целью её принятия реципиентом (человеком, которому она адресована).*

При этом не исключается, что аргументатор и реципиент совпадают в одном лице, например, когда человек пытается убедить в чём-то самого себя». [Берков]

После мысленной подготовки вы отправляетесь на переговоры с нужным человеком (или людьми), и вам становится

совершенно ясно, правильно ли вы размышляли, так ли всё планировали.

Если далеко не так, то значит в тренировочной подготовке что-то надо подкорректировать, изменить.

Аксиома №4. Чем больше вы ведёте различных переговоров в вашей жизни и осмысливаете их, тем более сильной и развитой личностью вы являетесь.

Очевидный тезис, не так ли? Чем больше человек тренируется, тем он сильнее, верно? Однако, спешу вам напомнить, что переговоры – это целенаправленный процесс.

Следовательно, если вы не намереваетесь достигнуть от переговоров какой-то цели (изменение поведения или отношения собеседника), то это вовсе не переговоры и это, к сожалению, не тренирует вас никоим образом.

Приведу простой пример. Сколько людей ездит на автомобиле, и сколько участвует в автогонках? Несоизмеримые числа, верно? Сколько людей ежедневно помногу ходят на своих ногах, и сколько участвуют в марафонской ходьбе?

Из этого примера, очевидно, следует, что «*просто хождение*» или «*просто езда*» на автомобиле не позволяют до-

стигнуть мастерства, не являются обучением и, в конечном счёте, не служат индивидуальному развитию.

То же самое относится к переговорам. Просто общение не есть развитие переговорного искусства! ☺

Общаться следует целенаправленно, имея цель, тренируясь в её достижении и в соответствии с ней тренируя свои способности.

Аксиома №5. Нет более общительных и менее общительных от природы людей.

Это миф, довольно распространённый и к тому же вредный, если ему верить. Как не существует «от природы» хороших игроков в карты, так и не существует людей более или менее коммуникабельных.

Любой человек может научиться общаться, так же, как играть в карты, как плавать, как писать чернилами или нажимать клавиши на клавиатуре. Это только лишь приобретённый навык.

Аксиома №6. Чтобы быть успешным в переговорах, необходимо владеть большим и сложным диапазоном ответного реагирования.

Данная предпосылка очень важна. В самом деле, если человек желает научиться хорошо общаться, то очевидно, что он должен уметь общаться ПО-РАЗНОМУ.

На мой взгляд, множество различных пособий и методик по психологии общения описывают хорошие приёмы и методы общения, но большинство из них сильно страдают, как мне думается, в одном: они не учат общаться по-разному!

Что значит «*по-разному*»? Это значит, уметь быть (в зависимости от ситуации) и вежливым, и наглым, и «*умником*», и «*дурачком*», и мягким, и жестким, и сочувствующим, и безжалостным, упираться и на эмоции, и на логику и т.д. ☺

Наверно, вы согласитесь со мной, что уметь общаться по-разному, это очень полезное личностное качество. С этой точки зрения, умелый переговорщик представляется мне следующим образом.

Представьте себе Мастера переговоров. Одним людям он кажется простым и очень понятным, другим понять, что он из себя представляет, очень трудно. Он может быть открытым и доброжелательным, может быть закрытым и воинственным.

Любой, кто общается с Мастером, видит в нём что-то своё. Интересно, что и почему именно это? Один человек находит его великодушным, второй – беспринципным, третий – смешным... А какой же он на самом деле? ☺

Размышляя о настоящем Мастере переговоров, я пришёл к выводу, что такой мастер очень похож на образ Великого Гудвина из известной сказки "Волшебник Изумрудного города" ☺

Пример: *« – Я – Гудвин, великий и ужасный! Кто ты и зачем пришел ко мне?*

– Я – чучело, набитое соломой! – ответил Страшила. – Я прошу дать мне мозгов для моей соломенной головы. Тогда я буду как все люди в ваших владениях и это самое заветное мое желание!

– Почему ты обращаешься с этой просьбой ко мне?

– Потому что вы мудры и никто, кроме вас, не поможет мне.

– Мои милости не даются даром, – ответила морская дева. – И вот мой ответ: лиши Бастинду волшебной силы, и я дам тебе столько мозгов – и прекрасных мозгов! – что ты станешь мудрейшим человеком в стране Гудвина.

– Но ведь вы приказали сделать это Эли! – с удивлением вскричал Страшила.

– Мне не важно, кто это сделает, – ответил голос. –

Но знай: пока мигуны остаются рабами Бастинды, твоя просьба не будет исполнена. Иди и заслужи мозги!

Страшила печально поплелся к друзьям и рассказал им, как принял его Гудвин. Все удивились, услышав, что Гудвин явился Страшילה в виде прекрасной морской девы». [Волков]

Суть мастерства Великого Гудвина, если вы помните сказку, заключается в его способности преобразаться и разговаривать с каждым персонажем по-своему, на его языке.

Настоящий Мастер переговоров – это зеркало, которое правильно отражает любого приближающегося к нему человека, и получается так, будто человек общается ни с кем иным, как с самим собой.

Задание: *Расслабьтесь, успокойте дыхание. Сначала сосредоточьтесь на своём дыхании, медленно сосчитайте до двадцати. Теперь представьте, что вы зеркало, гладкое, идеально ровное, отражающее всё, что попадёт в его обзор. Вы отражаете любого человека, с которым общаетесь: его мысли, намерения, манеру общения, голос, жесты.*

Вы отражаете это предельно точно, словно всё существо этого человека вливается в ваше сознание. Настройтесь целиком "почувствовать" человека, отразить его. Общайтесь с ним на "его языке". Сперва это будет даваться тяжело, потом легче, со временем – почти мгновенно.

Тем самым, значительно расширятся ваши психические возможности.

Глава №2. Квалификация собеседника

*"Рабочее место хорошего переговорщика не рабочий стол,
а голова и сердце другого человека."*

[Н. Рысёв]

Грамотные переговоры необходимы везде, в любой сфере человеческого взаимодействия: в деловых отношениях, дружеских, любовных, научных и пр.

Искусство правильно вести переговоры – это овладение системой сложных навыков. Однако это искусство не просто дорого стоит (потому что немного людей умеет проводить хорошие переговоры), но и довольно быстро "окупается". ☺

И в самом деле, владея только переговорным искусством, можно достигнуть всех социальных благ и высот в человеческом обществе. Человеку, который умеет хорошо разговаривать, открыты двери в мир бизнеса, власти, любви, дружбы и т.д.

Искусство грамотно общаться в современном мире трудно переоценить, ведь грамотное общение – это признак грамотного мышления. Кто хорошо говорит, тот хорошо мыслит, верно? ☺

Структуру любых переговоров, серьёзных или не очень серьёзных, лучше всего рассматривать как развитие ряда неотъемлемых переговорных процессов. Эти процессы я постараюсь наглядно показать.

Замечу, что «*процессы*», о которых я буду говорить, легко заменить понятием переговорный «*этап*». Однако делать этого не стоит. Дело в том, что переговорные этапы подразумевают последовательную смену одного на другой, а переговорные процессы развиваться на протяжении всего хода переговоров и даже многих переговоров, и часто параллельно друг другу.

Самый первый и самый важный переговорный процесс – это квалификация человека (клиента, оппонента, собеседника, друга, супруга, партнёра – как вам угодно!) ☺

Квалификация – это тоже самое, что и познание, то есть сбор разносторонней информации о человеке, его потребностях, возможностях, интересах, мотивах, вкусах, отношениях и так далее.

Просто диву даёшься, что повсеместно многие люди пренебрегают этим, самым важным, переговорным процессом. Запомните, пожалуйста:

Квалификация – это самый важный и необходимый переговорный процесс!

ВАЖНОЕ ПРАВИЛО:

Квалификация – это самый важный и необходимый переговорный процесс!

Квалификация осуществляется с помощью набора всем известных инструментов. Легко запомнить, потому их всего три:

Личные наблюдения

Наведение справок

Вопросы

Представим себе типичную ситуацию в офисе какого-нибудь руководителя какой-нибудь фирмы, к которому пришёл посетитель.

Пример: Допустим, что руководитель начинает разговор первым:

– Здравствуйте, извините, что заставил вас ждать.

– Здравствуйте, ничего страшного. Меня зовут Вася Болтунов. Я представляю фирму "Тянь-шаньские мобильные телефоны". У меня есть хорошее предложение для вас...

– Да? И сколько они стоят?

– А вот лист с ценами. Возьмите, пожалуйста. Мы предлагаем различные виды телефонов: "Большое ухо", "Тибетский шёпот"... В среднем, то, что я хочу предложить вам, будет стоить около 200-300 у.е. Это будет телефон с оригинальным дизайном, удобный. Кроме того, мы предлагаем Тянь-шаньские радиотелефоны...

– Да? Очень интересно. Но у вас не самые дешёвые цены, конечно...

– Да, я знаю. Но другие фирмы дают меньшие гарантии на телефоны. Я же вам предлагаю телефон с большим количеством функций...

- Я всё понимаю, но у нас сейчас нет денег. Мы вложили очень много в новый проект.

- Понимаю, разумеется, это требует больших расходов.

- Я возьму вашу визитку. Возможно, мы воспользуемся вашим предложением потом.

- Может вас смущает цена, но есть фирмы, которые берут намного больше, чем мы.

- Угу, я знаю

– Что ж, раз у вас есть мои координаты, то, я надеюсь, что вы свяжетесь со мной, если что.

- Конечно, непременно.
- До свидания. Приятно было познакомиться.
- До свидания.

Типичный диалог, сотни тысяч раз ежедневно звучащий в различных офисах и учреждениях, в котором напрочь отсутствует такой важный элемент, как квалификация! ☺

Подобные переговоры, как правило, обречены на провал с самого начала, поскольку не содержат в себе необходимой квалификации человека (в данном случае, руководителя организации).

Пример: « – Конечно, для всякого ясно, – сказал Шерлок Холмс с улыбкой, – что наш гость одно время занимался физическим трудом, что он нюхает табак, что он франк-масон, что он был в Китае и что за последние месяцы ему приходилось много писать. Кроме этих очевидных фактов я не мог отгадать ничего.

Мистер Уилсон вскочил с кресла и уставился на моего приятеля.

– Каким образом, мистер Холмс, могли вы всё это узнать? – спросил он. – Откуда вы знаете, например, что я занимался физическим трудом? Действительно, я начинал карьеру корабельным плотником.

– Ваши руки рассказали мне об этом, дорогой сэръ. Ваша

правая рука больше левой. Вы работали ею, и мускулы на ней сильнее развиты.

– А нюханье табаку? А франкмасонство?

– О франкмасонстве догадаться нетрудно, так как вы, вопреки строгому уставу вашего общества, носите запонку с изображением дуги и окружности.

– Ах да! Я и забыл про неё... Но как вы отгадали, что мне приходилось много писать?

– О чём ином может свидетельствовать ваш лоснящийся правый рукав и потёртое до гладкости сукно на левом рукаве возле локтя!

– А Китай?

– Только в Китае могла быть вытатуирована та рыбка, что красуется на вашем правом запястье. Я изучал татуировки, и мне приходилось даже писать о них научные статьи. Обычай окрашивать рыбу чешую нежно-розовым цветом свойственен лишь Китаю. Увидев китайскую монету на цепочке ваших часов, я окончательно убедился, что вы были в Китае.

Мистер Уилсон громко расхохотался.

– Вот оно что! – сказал он. – Я сначала подумал, что вы бог знает какими мудрёными способами отгадываете, а, оказывается, этот так просто» [Конан-Дойл]

Подобные переговоры как два века назад, так и сейчас являются редкостью. Но мы, наивные, думаем, будто век вы-

соких технологий повысил эффективность наших межличностных коммуникаций. Ничего подобного! ☺

Сегодня, как и раньше, очень редко можно встретить людей, которые внимательно слушают, наблюдают и анализируют собеседника. Как и раньше, сегодня большинство людей в общении «циклятся» на самих себе (и на том, что они хотят сказать или предложить), а не на собеседнике.

В полной мере сказанное относится не только к деловым переговорам, а к любым, в том числе семейным, любовным и т.д.

Научное мнение: «Никогда не скрывайте сексуальной неудовлетворённости. Поразительно: мужчина и женщина ложатся в постель нагишом, проделывают там всяческие бесстыдные штуки – а затем обнаруживают патологическую стеснительность, не позволяющую им открыть рот и спросить: "Дорогой (дорогая), тебе понравилось то-то и то-то?"

Лишить сексуального партнёра права объяснить, чего же он хочет, не менее фатально, чем вовремя не объяснить ему, чего хочется вам. Подталкивайте его к разговорам на эти темы, если нужно – клещами из него тащите, чего ему нужно – и непременно выясните, что ему особенно неприятно. Главное, чтобы ваш партнёр не молчал, если вы, не

дай Бог, действуете ошибочно.

Причём надо, чтобы эти разговоры у вас обоих вошли в привычку, а не носили форму однократной исповеди – ведь отношения ваши развиваются, и сексуальные вкусы претерпевают изменения, и порой то, что в начале казалось неприятным, позднее принесёт букет разнообразнейших удовольствий». [Мастертон]

Как вы наверно уже поняли, главная задача классификации – понять основные потребности человека, его мотивы, интересы или выгоды, которые он ищет. Зачем же это нужно?

Разумеется, для того, чтобы предложить человеку именно то, что хочет он, и согласовать это с тем, что у вас есть. Для чего же ещё?

Зная собственные качества (своё предложение, услугу, товар), а также потребности (вкусы, желания, интересы) человека, можно легко найти то, что подойдёт другому. Или – быстро понять дальнейшую бесперспективность самих переговоров. ☺

Кстати, а чем можете похвалиться лично вы, когда пытаетесь «продать» себя, например, как друга, любовника или супруга? Чем вы можете привлечь человека? Деньгами? Оба-

анием? Личными качествами? ☺

То, о чём я сейчас говорю, называется разрушение позиции эгоцентризма, то есть взгляд на ситуацию с позиции интересов другого человека (с точки зрения его мотивов, его выгоды), а не только (и не столько) со своего собственного.

Это невозможно осуществить без процесса квалификации.

Пример: *«У нас очень весело!» – торжественно заявлял руководитель одной компании потенциальному сотруднику на собеседовании, где мне довелось быть консультантом.*

Я внимательно посмотрел на соискателя и мне сразу же стало ясно, что ему дела нет до того, какой в компании коллектив, весело там или грустно. Его волновала только зарплата. Она была его мотивом.

Руководитель, проводивший собеседование, обязан это видеть, то есть правильно квалифицировать человека. И, в результате, говорить только о том, что волнует человека, а не о том, что радует или не радует руководителя. Верно? Кроме того, стоит задуматься, брать ли на работу человека, которого интересуют только деньги? #

Пример: *Одна женщина с большим трудом уживалась в любом коллективе. Она постоянно со всеми ругалась, от-*

стаивала свою правоту, которая казалась ей безоговорочной. После нескольких посещений хорошего психолога она воспользовалась его рекомендациями.

Постепенно стали происходить изменения. Она дословно признала следующее: «Зачем я со всеми ругалась? Конечно, мне хорошо я одна, а у Маши – больной ребёнок, а у Светы, оказывается, очень не простые отношения со свекровью...»

Как можно охарактеризовать процесс, который происходил с этой женщиной? Квалификация? Разумеется, но одновременно и разрушение позиции хронического эгоцентризма.

Научное мнение: «Проявление эгоцентрической позиции очень разнообразны, поэтому трудно дать полное и исчерпывающее её определение. Приведу один пример для наглядности. Ребёнку даётся задание срисовать некий макет местности: горки, спуск, домик, речка и так далее. Он это делает.

Затем даётся задание срисовать его с позиции куклы, которая сидит с другой стороны макета и, естественно, должна "видеть" все эти компоненты пейзажа с другой стороны. Однако ребёнок до определённого возраста не понимает этого: он опять рисует местность так, как видит её сам со своей позиции». [Соколова]

Зачем нужно квалифицировать любого человека? О, преимущества от этого огромные. Дело в том, что большинству индивидов часто кажется, что они «знают» человека, с которым общаются. Но это опаснейшая иллюзия!

На самом деле, большинство людей общается с «образом», со своим представлением о другом человеке, которое довольно часто не соответствует реальной действительности. Верно замечено, что не стоит мерить других по себе. ☺

Так, какие же преимущества в глубокой квалификации человека? А, кстати, я настаиваю, чтобы, ведя переговоры с кем-либо, вы пытались понять его личность, его мотивы как можно глубже.

Вы учитесь разбираться в людях и в психологии личности вообще;

Вы понимаете, как на человека можно влиять, как его заинтересовывать;

Вы определяете дальнейшие перспективы взаимодействия с этим человеком;

Вы очень сильно улучшаете качество своих взаимоотношений с этим человеком (!).

Последнее – особо интересно. Думаю не секрет, что человек настолько же интересуется вами, насколько вы интере-

суетесь им. ☺

Интересуясь как можно глубже другим человеком, вы открываете дорогу к очень глубоким взаимоотношениям с ним!

ВАЖНО:

Интересуясь как можно глубже другим человеком, вы открываете дорогу к очень глубоким взаимоотношениям с ним!

Какая самая ценная информация о человеке, которая свидетельствует о нём, как о личности?

Элементы классификации:

Социально-культурный уровень человека – принадлежность к тому или иному социально-культурному слою общества, уровень культуры и образования; экономическое положение;

Семья – наличие или отсутствие родителей, детей, супруга или любимого человека, условия их жизни и характер взаимоотношения с ними – всё это важно, чтоб понять личность человека;

Дело, работа, бизнес – самый важный элемент, есть замечательная фраза: "Как ты можешь знать меня, если ты не знаешь моего дела?"

Интересы, хобби, увлечения – часто эти вещи не совпадают с реальной работой или делом людей, как правило, такие люди чувствуют дискомфорт в жизни, неудовлетворённость, их интересы и увлечения помогут рассказать о них больше, чем их другие занятия;

Планы, мечты, желания – очень важный критерий, так как он наиболее полно характеризует дальновидность, широту мышления человека, осмысленность жизни человеком.

Из рассуждений о квалификации следуют некоторые совершенно очевидные выводы.

Первый вывод состоит в том, что убедить любого, или всех подряд, невозможно; продать что-либо всем подряд тоже невозможно.

Следует стараться очень быстро отличать людей, которых вам никогда не переубедить, которые не предрасположены взаимодействовать с вами, которым никогда не будет нравиться то, что вы предлагаете.

Зачем? Чтобы не тратить на них вообще своё время и нервы. Сформулируем данный вывод в духе торговли:

У каждого товара (идеи, предложения, человека) – ограниченный круг покупателей!

ВАЖНО:

У каждого товара (идеи, предложения, человека) – ограниченный круг покупателей!

Вы думаете, что это не относится к личной жизни? Ошибаетесь. ☺

***Пример:** Михаил, молодой человек, 27 лет. В его жизни нет и никогда не было серьёзных и продолжительных отношений с девушками. Все любовные отношения получаются кратковременными и вовсе не такими, какие бы он хотел. Как он сказал: «Те девушки, которые мне доступны, мне не интересны, а те, которые мне нравятся, всегда недоступны».*

После работы с психологом он понял, что у него был психологический комплекс, разрушив который, Михаил очень скоро встретил девушку, которая ему и нравилась и ответила взаимностью. Теперь те девушки, которые раньше казались ему недоступными, стали казаться доступными, но неинтересными! #

Второй вывод, вытекающий из важности классификации, состоит в том, что лучше вообще отказаться от встречи с человеком, если вы ЧУВСТВУЕТЕ, что очень мало шансов на принятие вашего предложения (услуги, идеи, руки и сердца

– чего угодно).

Не надейтесь на удачу! На удачу надеются только слабые.



Именно «чувствуете», я не зря сказал это слово. Дело в том, что ваши ощущения (иногда, правда, еле уловимые) – это очень важные составляющие процесса квалификации.

Часто случается так, что вы именно чувствуете, а не знаете умом, что с данным человеком лучше всего не взаимодействовать. И жизнь впоследствии подтверждает ваши ощущения.

Например, профессионального плута или обманщика практически невозможно разгадать с помощью ума или интеллекта, но его можно почувствовать. Вот дискомфортно вам с человеком и всё тут! Немедленно бегите от него, так как ваши чувства не лгут.

С другой стороны, человек может быть очень подозрительным на первый взгляд, но вы где-то глубоко чувствуете, что он хороший человек.

*Квалифицируйте не только умом, но и чувствами.
Доверяйте своим ощущениям!*

Теперь я хотел бы предложить вам следующее упражнение. Оно может показаться радикальным, но зато очень важным для наработки переговорных навыков.

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.