



БРАЙАН ТРЕЙСИ

10 КАЧЕСТВ ВЛИЯТЕЛЬНЫХ ЛЮДЕЙ

КАК ВДОХНОВЛЯТЬ НА УСПЕХ
СЕБЯ И ДРУГИХ



Брайан Трейси

**10 качеств влиятельных
людей. Как вдохновлять
на успех себя и других**

«Попурри»

2022

Трейси Б.

10 качеств влиятельных людей. Как вдохновлять на успех себя и других / Б. Трейси — «Попурри», 2022

ISBN 978-985-15-5466-5

Искусство влияния – один из наиболее известных навыков в области человеческих отношений. Его можно сравнить с комбинацией цифр в сложном кодовом замке. Неумение общаться, невнимательность или надменность похожи на выбор цифр наугад. Из этой книги вы узнаете точную комбинацию, которая откроет полный доступ к собственному сознанию или сознанию другого человека и позволит добиться поразительных результатов – счастливых личных отношений, выгодного партнерства, умения выполнять важные для себя обязательства. Адресована тем, кто готов развиваться, не откладывая лучшее будущее на потом.

ISBN 978-985-15-5466-5

© Трейси Б., 2022

© Попурри, 2022

Содержание

Предисловие	6
Введение	7
Конец ознакомительного фрагмента.	12

Брайан Трейси

10 качеств влиятельных людей: Как вдохновлять на успех себя и других

Перевела с английского Екатерина Бакушева по изданию: THE 10 QUALITIES OF INFLUENTIAL PEOPLE: How to Inspire Yourself and Others to Greatness / Brian Tracy. – G&D Media.

Original English language edition published by G&D Media.

Copyright © 2022 by Brian Tracy

© Перевод, издание. ООО «Попурри», 2023

Предисловие

Искусство влияния – один из наиболее известных навыков в области человеческих отношений. Без развития и совершенствования этого навыка все прочие их аспекты в лучшем случае утрачивают эффективность, а в худшем попросту разваливаются.

Если вы пытаетесь донести до инвесторов свою бизнес-идею, но не умеете оказывать влияние, то она не произведет желаемого эффекта и не заставит принять решение в вашу пользу.

Если вы хотите, чтобы дети переняли близкие вам моральные ценности, но не умеете оказывать влияние, ваши усилия окажутся ничтожными по сравнению с влиянием средств массовой информации и ровесников.

Если вы хотите убедить супругу серьезнее относиться к собственному здоровью, но не умеете оказывать влияние, в кабинете врача можете услышать дурные вести, когда будет уже слишком поздно.

Или, может, вы пытаетесь побороть пристрастие к кофеину либо к бесконечному заведению в интернете. Если вы не умеете оказывать влияние, то не сумеете убедить себя в том, что откладывание удовольствия и культивирование новой привычки стоят того.

Влияние можно сравнить с комбинацией цифр в сложном кодовом замке. Умение взаимодействовать с людьми напоминает вращение цилиндра, который открывает доступ к разуму. Неумение общаться, бесконечная болтовня, невнимательность или надменное и властное поведение – это как выбор цифр наугад. А вот развитие у себя ключевого умения оказывать влияние можно сравнить со знанием точной комбинации, которая дает полный доступ к собственному сознанию или сознанию другого человека.

Именно об этом мы поговорим в настоящей книге. Вы научитесь оказывать влияние, узнаете конкретные цифры к тщательно зашифрованной комбинации, которая позволяет добиваться поразительных результатов – счастливых личных отношений, высоких продаж, выгодного партнерства, умения выполнять важные для себя обязательства.

Идея о возможности влиять на окружающих появилась еще в библейские времена, развивалась в период Возрождения, совершенствовалась в XX веке в знаковой работе Дейла Карнеги «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей» и продолжает расширяться в наши дни. Эта книга поддерживает данную традицию, дополняя вековые истины новыми открытиями в психологии, нейробиологии и бизнес-теории.

Мы вместе откроем замок влияния. Вы познакомитесь с десятью главными качествами влиятельных людей и ключевыми принципами влияния, быстро перейдете от теории к практике. Научитесь культивировать в себе полезные качества и применять их в самых различных сферах жизни – торговле, общении с коллегами и членами семьи.

Вы не только составите максимально полное представление о десяти отличительных свойствах влиятельных людей, но и узнаете, как их использовать в любой жизненной ситуации. Эти умения помогут вам осуществить самые заветные мечты и принесут желаемое удовлетворение.

Введение

Многоликое влияние

Одно из лучших недавно услышанных мною определений влияния звучит как «перемещение». В данном случае под перемещением понимается переключение мыслительной деятельности человека с одного образа мышления на другой.

Если мы вернемся на 6000 лет назад, то увидим, что люди всегда руководствовались одной базовой мотивацией – улучшением. Все попытки продать или купить сводятся к тому или иному улучшению своего положения.

Мы называем этот подход теорией мотивации ABC. **А** обозначает antecedents, то есть ваше положение до того, как вы почувствовали на себе влияние; **В** – это behaviors, или поведение, которое вы демонстрируете в результате влияния; **С** – consequences, или последствия. Формула такова: 15 процентов ваших действий определяются прошлыми событиями, а 85 процентов обусловлены предполагаемыми последствиями, стремлением двигаться вперед и меняться.

Теория мотивации ABC

А обозначает прошлое, **В** – поведение, **С** – последствия.

Так с чего же начать реализацию этих неиспользуемых богатств? Прежде всего необходимо осознать наличие у себя потенциала, причем гораздо большего, чем вы можете использовать за сто жизней. Миллионы людей по всему миру разбогатели, вырвавшись из нищеты, стали миллионерами и миллиардерами за одно поколение. Вам под силу добиться всего, чего добились они. Я покажу, как кардинально изменили свою жизнь люди, начинавшие с нуля, долгое время терпевшие поражение за поражением. Сделанное ими повернуло ключ и открыло двери. Любой человек сумеет стать по-настоящему влиятельным, если будет регулярно следовать определенным правилам.

Мой покойный друг Ог Мандино, автор книги «Самый великий торговец в мире», однажды сказал: «Нет никаких секретов успеха. Есть простые правила и принципы, которые снова и снова открываются на протяжении человеческой истории. Вам нужно лишь освоить их и раз за разом применять на практике, и тогда вы получите те же результаты, что имеют самые успешные компании».

И вот что удивительно: эти правила работают. Чтобы оказывать влияние, необходимо сделать ряд логичных шагов. Если следовать правилам, люди откроются вашему влиянию, захотят поддаться ему, станут обращаться к вам за рекомендациями. Эффективность их труда вырастет до невообразимого уровня, а результаты превзойдут самые смелые ожидания.

Слова «влияние» и «убеждение» часто используют как синонимы, но я думаю, что они различаются. Можно оказывать влияние на людей, используя сильные качества своей личности, не пытаясь в чем-то убедить их. Одним из примеров служит ролевая модель «некто, кого слушают и кому подражают другие люди». Те, кто верит, что вы человек с сильным характером, чистыми помыслами и твердыми убеждениями, с большей готовностью будут поддаваться вашему влиянию, чем люди, которые имеют о вас противоположное представление.

Родители ответственны за формирование 40–50 процентов привычек своих детей. Огромное влияние оказывает не только словесное воздействие со стороны родителей, но и их поведение. Дети будут вести себя по отношению к другим людям так же, как ведете себя вы, особенно по отношению к супругу или супруге. Кто-то однажды сказал: «Величайшее благо, которое мужчина может сотворить для детей, – любить их мать».

Мы с женой понимали это уже с того момента, как поженились. Наши дети всегда видели, как уважительно мы с женой относимся друг к другу. Все они вступили в брак с людьми, которых уважали и которые уважительно относились к ним, и столь же уважительно теперь относятся к своим детям. Они также проявляют уважение к окружающим и требуют аналогичного отношения в ответ.

В книге «В поисках совершенства» Том Питерс подчеркивал, что родитель одним только личным примером в состоянии менять психологическое развитие ребенка. Он может игнорировать ваши слова, но прекрасно видит, как вы поступаете, и впитывает это кожей. Если вы проявляете уважение к детям, они будут уважительно относиться к другим и требовать к себе такого же отношения. Вы как ролевая модель обладаете колоссальным влиянием.

В то же время убеждение предполагает подталкивание человека вести себя так, как вам хотелось бы. Поскольку люди совершают те или иные поступки, руководствуясь собственными мотивами, ваша задача состоит в том, чтобы выяснить, чего эти люди хотят, и показать самый короткий и простой путь получить желаемое.

Как видим, иногда влияние никак не связано со словами. Вы не произносите ни слова, прибегая к закону непрямых усилий. Если хотите впечатлить кого-либо, гарантированный способ – восхищаться этим человеком. Если хотите понравиться кому-либо, гарантированный способ – проявлять симпатию. Чем больше вы восхищаетесь другими людьми, находя их важными и ценными, тем быстрее они начнут считать вас интересной личностью.

Применяйте закон непрямых усилий. Если хотите впечатлить кого-либо, гарантированный способ – восхищаться этим человеком.

Все сводится к базовому правилу. Кто нравится нам больше всех на свете? Мы сами. А о ком думаем большую часть времени? Девяносто девять процентов времени мы думаем о самих себе. Человека может окружать толпа людей, но он больше думает о своем больном зубе, чем об окружающих, или о последних новостях, или о телепередаче. Собственные заботы поглощают 99 процентов нашей мыслительной деятельности.

Ни один человек не имеет над вами влияния, если только вам от него ничего не надо и вы не хотите, чтобы он для вас что-то сделал или не сделал. Если человек не в состоянии изменить вашу жизнь, он не сможет повлиять на вас. Великий немецкий поэт Иоганн Вольфганг фон Гёте писал: «Вы можете легко судить о характере человека по тому, как он относится к тем, кто ничего не может для него сделать».

Представьте, к примеру: вы идете по улице. Вам встречается явно выживший из ума бездомный, который начинает кричать на вас. Но он кричит на всех прохожих. Этот бездомный не имеет над вами никакого влияния, поскольку не может ничего сделать для вас: ни помочь, ни причинить вред.

В противоположность этому человек, занимающий в вашей организации более высокую должность, в значительной степени способен вам помочь или навредить. Одна из форм власти в любой компании – *позиционная* власть. Тот, кто наделен ею, может оказать на вас колоссальное влияние, поскольку в состоянии что-либо сделать или не допустить в отношении вас каких-либо действий.

«Вы можете легко судить о характере человека по тому, как он относится к тем, кто ничего не может для него сделать».

Иоганн Вольфганг фон Гёте

Не секрет, что подчиненные стелются перед новым начальником. В первый день его появления в офисе все приходят на работу ни свет ни заря и безумно рады его видеть. Приносят кофе и наперебой спрашивают: «Чем я могу помочь? Что могу для вас сделать? Может, вам что-то нужно?» Некоторые сразу пытаются очертить свое положение: «В этой компании я лучший торговый агент, у меня продажи выше, чем у всех остальных, уже в течение шести или

восемью месяцев. Так что в выполнении нормы по объемам продаж я решающий фактор. С большим нетерпением жду начала совместной работы!»

Вы хотите подружиться с боссом, потому что у него есть власть, он выделяет кабинеты, разрешает не соблюдать дресс-код, может пораньше отпустить. Иными словами, обладает сильной позиционной властью. Пусть вы никогда раньше не встречались и не разговаривали, но новый начальник оказывает на вас влияние в силу своего положения. Вместе с положением приходит и возможность сделать что-либо для вас или против вас, помочь вам или навредить.

Люди большое значение придают выгоде. Ее высочайшая степень – это прежде всего стабильность. Второй уровень – безопасность. Когда я принимал бразды правления в очередной компании (а я занимал должность президента во многих из них), то сразу же понимал: все сотрудники осознают, что теперь я могу контролировать, кто какой кабинет занимает, кто какие задачи выполняет, кто отправляется на совещание, кому какая должность достается. Поэтому соперничают за мою благосклонность, ведь я наделен возможностью помочь или навредить.

Два типа организационной власти

1. Позиционная власть – форма власти, которую вы получаете в соответствии со своим положением на корпоративной лестнице. Другие люди могут как наделить вас этой властью, так и лишить ее.

2. Приписанная власть – форма власти, которую вы получаете как специалист в своем деле. Эту власть уже никто не может отобрать, она навсегда остается с вами.

Поразительный пример позиционной власти американцы могли наблюдать несколько лет назад. Перед президентскими выборами миллионы людей были абсолютно убеждены в том, что в президентской гонке проиграет тот, кто в конечном счете ее выиграл. Инфлюенсеры уже мечтали, как воспользуются властью, которая, как они думали, у них появится после смены президента.

Но на следующий день картина кардинально изменилась, и новым президентом США стал совершенно неожиданный для большинства человек.

Все пребывали в шоке. Влияние и убежденность целой страны и значительной части мира изменились так, что трудно представить. В президентском аппарате началась настоящая круговерть; люди, которые с помпой занимали одну позицию, теперь сместились на другую. Всего за несколько часов, в течение которых участники наблюдали за картой избирательных округов, мечты, надежды и фантазии 160 миллионов избирателей в одночасье трансформировались. Подобное происходит довольно часто.

Случается, что компании попадают в беду, когда генеральный директор принимает неверные решения, влекущие громадные убытки. Совет директоров назначает нового президента, он подбирает новых людей, и все бывшие власть имущие оказываются за дверью. Вчера вы были большим начальником с серьезной должностью и просторным кабинетом, подчиненными и прочими плюшками, а сегодня – никто. Ваша способность оказывать влияние испарилась, потому что теперь вы больше не можете ничего сделать для кого-либо или против кого-либо.

Мой друг Дэн Кеннеди, очень умный маркетолог, сказал: «Смотрите, на кого наступаете, пока карабкаетесь по лестнице успеха, потому что, когда покатитесь вниз, они будут поджидать вас, обнажив кинжалы». Вот еще одно гениальное высказывание Дэна: «В жизни друзья приходят и уходят, а число врагов увеличивается».

Вторая разновидность власти в компании – *приписанная* власть. В этом случае вас считают знатоком своего дела. В отличие от обусловленной внешними факторами позиционной власти, которой вы можете лишиться, приписанная власть, которой обладает высококлассный специалист, всегда остается с ним.

Давайте обсудим конкретные принципы, посредством которых навык влияния можно поднять до уровня привычного мышления и образа действия. В книге Роберта Чалдини «Психология влияния», уже ставшей классикой, подробно описываются некоторые из них.

Первый принцип – это *закон взаимности*. Если вы сделали что-то для меня или каким-то образом навредили, у меня возникает желание ответить тем же. Если вы оказали мне любезность, я хочу ответить вам взаимностью. Если заплатили за обед – я заплачу в следующий раз. Или вы платите за обед, а я могу заплатить за ужин. Иногда установить степень взаимности довольно трудно, так как один человек делает для другого намного больше.

Делая людям добро, вы настраиваете их на оказание ответного добра. Давая соседу попользоваться вашей газонокосилкой или машиной, предлагая привезти что-либо или подвезти куда-то, вы пробуждаете у него желание отплатить вам тем же. Сосед считает, что остался вам должен. Около 95 процентов людей не любят чувствовать себя обязанными, поэтому стараются вернуть долг.

Четыре принципа, которых следует придерживаться

1. Закон взаимности
2. Увлеченность и постоянство
3. Социальное доказательство
4. Авторитетность

Вот почему умные люди всегда ищут возможность оказать окружающим небольшую услугу. Недавно я пересмотрел все восемь серий «Крестного отца». По сюжету иммигрант приехал в страну и устроился работать в итальянском квартале. Помог бабушке, которой нужно было пристроить кота и собаку, оказывал соседям разные мелкие услуги. А затем обращался с просьбой: «Я помог тебе тогда, помоги мне сейчас». И ему помогали.

Вскоре у героя образовалась большая сеть должников, он начал контролировать половину судей в Нью-Йорке. Всем он так или иначе оказал какое-либо одолжение: помог дочери, когда та выходила замуж, решил какие-то юридические формальности, оказал финансовую поддержку. Все эти люди обычно слышали: «Я окажу тебе услугу и, возможно, когда-нибудь попрошу об услуге тебя, и ты мне тоже поможешь». Понятно было: если Крестный отец помог тебе, рано или поздно он может попросить об ответной услуге, хотя может и не попросить. Вот так благодаря идее взаимности бывший иммигрант стал самым влиятельным человеком Нью-Йорка.

Если вы в состоянии оказать человеку услугу, окажите ее, предложите помощь, придите на выручку: купите что-нибудь в магазине, дайте попользоваться машиной, выручите деньгами. Подобные мелочи при случае вызовут желание отплатить вам добром за добро. Согласно исследованиям, посвященным власти, наиболее влиятельные люди когда-то кого-то выручали, причем даже тех, кого не имели возможности контролировать. И из чувства благодарности люди считали себя обязанными отплатить те же.

Стоит еще упомянуть реализацию *надежд и мечтаний*. Вы помогаете другим людям осуществлять их.

Как-то мне довелось пообщаться с женщиной, которая рассказала мне, что однажды она оказала помощь своей подруге при подготовке к экзамену, благодаря чему та получила высокий балл. Позднее дочь первой женщины поступила в колледж, но студенческий городок рас-

полагался в 80 километрах от места учебы. Девушка захотела перевестись поближе, но администрация отказала ей.

Мать девушки позвонила подруге и рассказала о возникших проблемах, и та ответила: «Я знаю кое-кого, кто знает кое-кого нужного». Женщины отправились к секретарю, которая сделала несколько телефонных звонков, и в результате девушку переселили поближе.

Помогайте окружающим осуществлять их мечты, и они помогут вам в этом же.

Еще один принцип психологического влияния называется *увлеченностью и постоянством*. Согласно ему, люди принимают за любое дело без особого энтузиазма, но постепенно в них просыпается увлеченность. Одним из примеров может послужить политическая кампания. Ее организатор подходит к прохожему с вопросом:

– Вы согласитесь поставить на своей лужайке огромный плакат с именем этого кандидата?

Прохожий отрицательно качает головой:

– Нет. Я его не знаю, к тому же плакат займет слишком много места.

– Хорошо, а маленькую табличку с надписью «Поддержите Джо в качестве кандидата в городской совет» поставите?

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.