

لیل لوندز

چگونه با هر کسی صحبت کنیم

۹۲ راهکار برای رسیدن به موفقیت بزرگ در ارتباطات

مترجم: رضا ابراهیمی



سرشناسه

نشر به صورت الکترونیک وب سایت مکاتب Makateb.com مترجم: رضا ابراهیمی نوبت چاپ: الکترونیکی آدرس: پیرانشهر کمربندی بلوار کردستان پلاک ۱۱۰	مشخصات نشر: دیجیتال نام کتاب: چگونه با هر کسی صحبت کنیم نویسنده: لیل لوندز تعداد صفحات: ۲۶۰ موضوع: روانشناسی
---	---

فهرست

- مقدمه: چگونه هر چه می‌خواهید از هر کسی به دست آورید..... ۹
- بخش اول: چگونه همه را بدون گفتن کلمه‌ای مجذوب خود کنید: شما فقط ده ثانیه فرصت دارید تا نشان دهید که فرد مهمی هستید ۱۳
- چگونه لب‌خند خود را به طور جادویی متفاوت کنیم..... ۱۷
- چگونه با استفاده از چشمان خود، همه را باهوش و زیرک جلوه دهیم..... ۲۳
- چگونه از چشمان خود برای عاشق کردن کسی استفاده کنیم ۲۶
- چگونه در هر کجا که می‌روید شبیه یک برنده بزرگ به نظر برسید..... ۲۸
- چگونه با پاسخ دادن به "کودک درون" آنها، قلبشان را به دست آوریم ۳۰
- چگونه کاری کنیم که کسی فوراً احساس کند دوست قدیمی است ۳۵
- چگونه در نظر همه ۱۰۰ درصد قابل اعتماد جلوه کنیم ۳۶
- چگونه افراد را طوری بخوانیم که انگار حس ششم داریم ۳۷
- چگونه مطمئن شویم که حتی یک ضربان را از دست نمی‌دهیم ۴۰
- بخش دوم: چگونه بدانیم بعد از گفتن "سلام" چه بگوییم ۴۹
- چگونه صحبت‌های کوچکِ عالی را شروع کنیم..... ۵۴
- چگونه طوری صحبت کنیم که انگار شخصیتی فوق‌العاده داریم (مهم نیست چه می‌گویید!) ۵۸
- چگونه کاری کنیم که مردم بخواهند با شما گفتگو را شروع کنند ۶۰
- چگونه با افرادی که می‌خواهید ملاقات کنید، ملاقات کنید ۶۱
- چگونه به یک جمع صمیمی وارد شویم ۶۳

- چگونه "اهل کجا هستید؟" را هیجان انگیز جلوه دهیم..... ۶۶
- چگونه هر بار که می پرسند "و شما چه کاره هستید؟" برنده ظاهر شویم ۶۸
- چگونه افراد را مانند میزبان(ه) با بیشترین (ترین ها) معرفی کنیم ۶۹
- چگونه یک مکالمه در حال مرگ را احیا کنیم..... ۷۲
- چگونه آنها را با انتخاب موضوع خود مجذوب کنیم - خودشان! ۷۴
- چگونه هرگز نگران این نباشیم که "بعد چی بگویم؟"..... ۷۷
- چگونه آنها را به گفتگو واداریم (تا اگر خواستید بتوانید یواشکی فرار کنید!)..... ۷۷
- چگونه به عنوان یک فرد مثبت ظاهر شویم..... ۷۹
- چگونه همیشه چیزی جالب برای گفتن داشته باشیم ۸۰
- بخش سوم: چگونه مانند یک VIP صحبت کنیم..... ۸۴
- چگونه بفهمیم آنها چه کاره هستند (بدون اینکه حتی پرسیم!)..... ۸۵
- وقتی می پرسند "شما چه کاره هستید؟" چگونه بدانیم چه بگوییم..... ۸۷
- چگونه حتی باهوش تر از آنچه هستید به نظر برسید..... ۹۴
- چگونه مضطرب به نظر نرسیم (بگذارید آنها شباهت شما را کشف کنند) ۹۵
- چگونه "شما-اول" باشیم تا احترام و محبت آنها را جلب کنیم ۹۷
- چگونه کاری کنیم که آنها احساس کنند "فقط به هر کسی لبخند نمی زنید"..... ۱۰۱
- . چگونه از احمق به نظر رسیدن خودداری کنیم..... ۱۰۳
- چگونه از تکنیک های سخنرانان انگیزشی برای بهبود مکالمه خود استفاده کنیم ۱۰۴
- چگونه مانند افراد مهم شوخی کنیم (برندگان بزرگ آن را همانطور که هست بیان می کنند)..... ۱۰۹

- ۱۱۰..... چگونه از بدترین عادتِ مکالمه‌ای دنیا اجتناب کنیم
- ۱۱۱..... چگونه خبر بد را به آنها بدهیم (و کاری کنیم که بیشتر دوستان داشته باشند).
- ۱۱۲..... وقتی نمی‌خواهیم پاسخ دهیم چگونه پاسخ دهیم (و آرزو می‌کنیم که آنها خفه شوند)
- ۱۱۳..... چگونه با یک سلبریتی صحبت کنیم.
- ۱۱۴..... چگونه کاری کنیم که آنها بخواهند از شما تشکر کنند
- ۱۱۹..... بخش چهارم: چگونه در هر جمعی خودی باشیم: همه آنها در مورد چه چیزی صحبت می‌کنند؟
- ۱۲۰..... چگونه یک مرد یا زنِ امروزیِ رنسانس باشیم
- ۱۲۴..... چگونه طوری صحبت کنیم که انگار همه چیز را در مورد شغل یا سرگرمی آنها می‌دانیم
- ۱۲۸..... چگونه دکمه داغ آنها را عریان کنیم (طباتِ ابتدایی)
- ۱۳۰..... چگونه مخفیانه در مورد زندگی آنها اطلاعات کسب کنیم
- ۱۳۶..... چگونه وقتی در کشورهای دیگر هستید صحبت کنیم.
- ۱۳۹..... چگونه آنها را وادار به دریافتِ "قیمتِ خودی" کنیم (تقریباً در مورد هر چیزی که می‌خرید)
- بخش پنجم: چگونه طوری صحبت کنیم که انگار دو نخود در یک غلاف هستید: "چرا، ما درست مثل هم هستیم!".
- ۱۴۱.....
- ۱۴۲..... چگونه کاری کنیم که آنها احساس کنند شما از یک "طبقه" هستید
- ۱۴۶..... چگونه کاری کنیم که آنها احساس کنند شما مثل "خانواده" هستید
- ۱۴۹..... چگونه واقعاً موضوع را برای آنها روشن کنیم
- چگونه کاری کنیم که آنها فکر کنند شما همان‌طور که آنها می‌بینند/می‌شنوند/احساس می‌کنند، می‌بینید/می‌شنوید/احساس می‌کنید.....
- ۱۵۰.....
- ۱۵۳..... چگونه "ما" را به جای من در مقابل تو در ذهن آنها تداعی کنیم.

- چگونه با آنها یک "شوخی خصوصی" دوستانه ایجاد کنیم ۱۵۴
- بخش ششم: چگونه قدرت ستایش را از حماقت تملق تشخیص دهیم ۱۵۷
- چگونه از کسی تعریف کنیم (بدون اینکه چاپلوس به نظر برسیم) ۱۵۹
- چگونه "کبوتر حامل" احساسات خوب باشیم ۱۶۵
- چگونه کاری کنیم که آنها احساس کنند تعریفشان "فقط از دهانتان پریده است" ۱۶۷
- چگونه با "تعریف کننده پنهان" بودن، قلب آنها را به دست آوریم ۱۶۸
- چگونه با یک "تعریف کننده" کاری کنیم که هرگز شما را فراموش نکنند ۱۷۰
- چگونه با "تقویت کننده های کوچک" لبخند بر لبانشان بنشانیم ۱۷۲
- چگونه با زمان بندی بی نقص تعریف کنیم ۱۷۴
- چگونه کاری کنیم که آنها بخواهند از شما تعریف کنند ۱۷۵
- چگونه به یک عزیز این حس را بدهیم که شما بهترین همسر زندگی هستید ۱۷۸
- بخش هفتم: چگونه مستقیماً به قلب آنها وصل شویم ۱۸۱
- چگونه از طریق تلفن هیجان انگیزتر به نظر برسیم ۱۸۲
- چگونه صمیمی به نظر برسیم (حتی اگر صدها مایل دورتر باشیم) ۱۸۴
- چگونه آنها را از اینکه با شما تماس گرفته اند خوشحال کنیم ۱۸۵
- چگونه از نگهبان عبور کنیم ۱۹۰
- چگونه از طریق تلفن از افراد مهم آنچه را که می خواهید به دست آورید ۱۹۲
- چگونه آنچه را که می خواهید به دست آورید - با زمان بندی! ۱۹۴
- چگونه با پیام صوتی خود همه را تحت تأثیر قرار دهیم ۱۹۷

- ۱۹۸..... چگونه کاری کنیم که با شما تماس بگیرند
- ۲۰۰..... چگونه کاری کنیم که نگهبان فکر کند شما با فرد مهم، رفیقِ گرمابه و گلستان هستید
- ۲۰۱..... چگونه کاری کنیم که بگویند شما فوق‌العاده حساس هستید
- ۲۰۳..... چگونه در مکالمه تلفنی "بین خطوط را بشنویم"
- بخش هشتم: چگونه در یک مهمانی مانند یک سیاستمدار در یک اتاق کار کنیم: شش نکته از چک لیست مهمانی سیاستمدار ۲۰۵
- ۲۰۸..... چگونه از رایج‌ترین اشتباه مهمانی اجتناب کنیم
- ۲۰۸..... چگونه ورودی فراموش‌نشده‌ای داشته باشیم
- ۲۰۹..... چگونه با افرادی که می‌خواهید ملاقات کنید، ملاقات کنید
- ۲۱۱..... چگونه به طور ناخودآگاه افراد را در یک گروه‌هایی به سمت خود جذب کنیم
- ۲۱۴..... چگونه به آنها این حس را بدهیم که یک ستاره سینما هستند
- ۲۱۶..... چگونه آنها را با آنچه در موردشان به خاطر می‌آورید شگفت‌زده کنید
- ۲۱۸..... چگونه با چشمان خود فروش را انجام دهیم
- بخش نهم: چگونه شیشه‌ای‌ترین سقف از همه را بشکنیم: گاهی اوقات مردم ببر هستند..... ۲۲۵
- ۲۲۷..... چگونه با نادیده گرفتن اشتباهات آنها، محبتشان را جلب کنیم
- ۲۲۹..... چگونه وقتی زبان‌شان می‌لغزد، قلبشان را به دست آوریم
- ۲۳۰..... چگونه به آنها بفهمانیم که "چه چیزی در آن" برای آنها وجود دارد
- ۲۳۵..... چگونه آنها را وادار به انجام لطف برای خودتان کنید
- ۲۳۶..... چگونه درخواست لطف کنیم (و آنها را به دست آوریم!)

- ۲۳۸..... چگونه بدانیم در مهمانی‌ها چه چیزی را نگوییم
- ۲۴۰..... چگونه بدانیم در هنگام شام چه چیزی را نگوییم
- ۲۴۱..... چگونه بدانیم در یک ملاقاتِ اتفاقی چه چیزی را نگوییم
- ۲۴۲..... چگونه آنها را برای گوش دادن به خود آماده کنیم
- ۲۴۳..... چگونه خشم آنها را برگردانیم (در سه جمله یا کمتر)
- ۲۴۴..... چگونه کاری کنیم که شما را دوست داشته باشند (حتی وقتی خرابکاری کرده‌اید)
- ۲۴۵..... چگونه یک موش را با کلاس به دام بیندازیم
- ۲۴۶..... چگونه از پرسنل خدماتی هر چه می‌خواهید به دست آورید
- ۲۴۷..... چگونه در یک جمع، رهبر باشیم، نه دنباله‌رو
- ۲۵۲..... چگونه تمام حرکاتِ درست را انجام دهیم
- ۲۵۸..... یادداشت‌ها

***** هر گونه کپی برداری از این کتاب یا بخشی از پیگرد قانونی دارد.**

مقدمه

چگونه از هر کسی هر چه می‌خواهید را بگیرید (خب، حداقل بهترین تلاش خود را بکنید!)

آیا تا به حال به افراد موفق‌تری که به نظر می‌رسد "همه چیز دارند" غبطه خورده‌اید؟ آنها را می‌بینید که با اعتماد به نفس در جلسات کاری یا راحت در مهمانی‌های اجتماعی گپ می‌زنند. آنها کسانی هستند که بهترین شغل‌ها، بهترین همسران، بهترین دوستان، بزرگترین حساب‌های بانکی یا شیک‌ترین کدهای پستی را دارند.

اما صبر کنید! بسیاری از آنها از شما باهوش‌تر نیستند. آنها از شما تحصیل کرده‌تر نیستند. آنها حتی خوش‌قیافه‌تر هم نیستند! پس موضوع چیست؟ (بعضی‌ها گمان می‌کنند که آن را به ارث برده‌اند. برخی دیگر می‌گویند که با آن ازدواج کرده‌اند یا صرفاً خوش شانس بوده‌اند. به آنها بگویید دوباره فکر کنند.) در نهایت، موضوع به روش ماهرانه‌تر آنها در برخورد با هموعانشان برمی‌گردد.

می‌بینید، هیچ کس به تنهایی به اوج نمی‌رسد. در طول سال‌ها، افرادی که به نظر می‌رسد "همه چیز دارند" قلب صدها نفر دیگر را تسخیر کرده‌اند و ذهن آنها را فتح کرده‌اند، کسانی که به آنها کمک کرده‌اند تا پله پله به بالای هر نردبان شرکتی یا اجتماعی که انتخاب کرده‌اند، صعود کنند.

افراد که در پایین نردبان سرگردانند، اغلب به بالا نگاه می‌کنند و غر می‌زنند که پسران بزرگ و دختران بزرگ در بالا آدم‌های متکبری هستند. وقتی افراد بزرگ دوستی، عشق یا تجارت خود را به آنها نمی‌دهند، آنها را "گروهی" می‌نامند یا آنها را متهم می‌کنند که به یک "شبکه قدیمی" تعلق دارند. برخی غر می‌زنند که سرشان به "سقف شیشه‌ای" خورده است.

این بازیکنان کوچک لیگ که شکایت می‌کنند، هرگز متوجه نمی‌شوند که طرد شدن تقصیر خودشان بوده است. آنها هرگز نمی‌دانند که به دلیل اشتباهات ارتباطی خودشان، رابطه، دوستی یا معامله را خراب کرده‌اند. انگار افرادی که مورد علاقه هستند، کیسه‌ای از ترفندها، یک جادو دارند که هر کاری را که انجام می‌دهند به موفقیت تبدیل می‌کند.

در کیسه ترفندهای آنها چیست؟ چیزهای زیادی پیدا خواهید کرد: ماده‌ای که دوستی‌ها را محکم می‌کند، جادویی که ذهن‌ها را تسخیر می‌کند و جادویی که باعث می‌شود مردم عاشق آنها شوند. آنها همچنین دارای

کیفیتی هستند که باعث می‌شود رئیس‌ان آنها را استخدام کنند و سپس ارتقا دهند، ویژگی‌ای که باعث می‌شود مشتریان دوباره برگردند و مزیتی که باعث می‌شود مشتریان از آنها خرید کنند نه از رقبا. همه ما چند تا از این ترفندها را در کیف خود داریم، بعضی‌ها بیشتر از بقیه. کسانی که تعداد زیادی از آنها را دارند، برندگان بزرگ زندگی هستند. کتاب "چگونه با هر کسی صحبت کنیم" نود و دو تا از این ترفندهای کوچک را که آنها هر روز استفاده می‌کنند به شما می‌دهد تا شما هم بتوانید این بازی را به کمال انجام دهید و هر چه را که در زندگی می‌خواهید به دست آورید.

چگونه "ترفندهای کوچک" آشکار شدند

سال‌ها پیش، یک معلم نمایش که از بازی بد من در یک نمایش دانشگاهی عصبانی شده بود، فریاد زد: "نه! نه! بدنت حرف‌هایت را نقض می‌کند." او فریاد زد، "هر حرکت کوچک، هر موقعیت بدن، افکار خصوصی شما را فاش می‌کند. صورت شما می‌تواند هفت هزار حالت مختلف ایجاد کند و هر کدام دقیقاً نشان می‌دهد که شما چه کسی هستید و در هر لحظه خاص چه فکری می‌کنید." سپس چیزی گفت که هرگز فراموش نمی‌کنم: "و بدنت! ونحوه حرکت شما زندگی‌نامه شما در عمل است."

چقدر حق با او بود! در صحنه زندگی واقعی، هر حرکت فیزیکی که انجام می‌دهید، به طور ناخودآگاه داستان زندگی شما را به هر کسی که در چشم‌انداز است می‌گوید. گربه‌ها صداهایی را می‌شنوند که گوش‌های ما نمی‌توانند آنها را تشخیص دهند. خفاش‌ها در تاریکی شکل‌هایی را می‌بینند که از چشم ما دور می‌مانند. و مردم حرکاتی انجام می‌دهند که در سطح ناخودآگاه انسان هستند اما قدرت فوق‌العاده‌ای برای جذب یا دفع دارند. هر لب‌بند، هر اخم، هر هجایی که ادا می‌کنید، یا هر انتخاب دلخواه کلمه‌ای که از بین لب‌هایتان می‌گذرد، می‌تواند دیگران را به سمت شما جذب کند یا باعث شود که آنها بخواهند فرار کنند.

آقایان – آیا حس درونی شما تا به حال به شما گفته است که از یک معامله کنار بکشید؟ خانم‌ها

– آیا شهود زنانه شما باعث شده است که پیشنهادی را بپذیرید یا رد کنید؟

در سطح هوشیار، ممکن است از این حس آگاه نباشیم. اما مانند گوش گربه یا چشم خفاش، عناصری که احساسات ناخودآگاه را تشکیل می‌دهند بسیار واقعی هستند.

لطفاً دو انسان را در یک جعبه پیچیده تصور کنید که با مدارهایی سیم‌کشی شده‌اند تا تمام سیگنال‌های جاری بین این دو را ثبت کنند. در هر ثانیه ده هزار واحد اطلاعات جریان می‌یابد. یک متخصص ارتباطات از

دانشگاه پنسیلوانیا تخمین می‌زند که "احتمالاً تلاش‌های مادام‌العمر تقریباً نیمی از جمعیت بزرگسال ایالات متحده برای مرتب‌سازی واحدهای اطلاعات در یک ساعت تعامل بین دو موضوع لازم است."

با توجه به میلیون‌ها عمل و واکنش ظریف که بین دو انسان رد و بدل می‌شود، آیا می‌توانیم تکنیک‌های مشخصی را ارائه دهیم تا هر ارتباط ما واضح، مطمئن، معتبر و کاریزماتیک باشد؟

من مصمم به یافتن پاسخ، تقریباً هر کتابی را که در مورد مهارت‌های ارتباطی، کاریزما و شیمی بین افراد نوشته شده بود، خواندم. صدها مطالعه انجام شده در سراسر جهان را در مورد اینکه چه ویژگی‌هایی رهبری و اعتبار را تشکیل می‌دهند، بررسی کردم. دانشمندان علوم اجتماعی نترس در تلاش خود برای یافتن فرمول، از هیچ تلاشی فروگذار نکردند. به عنوان مثال، محققان خوش‌بین چینی، به این امید که کاریزما ممکن است در رژیم غذایی باشد، تا آنجا پیش رفتند که رابطه نوع شخصیت را با سطح کاتکول‌آمین در ادرار افراد مقایسه کردند. نیازی به گفتن نیست که فرضیه آنها به زودی کنار گذاشته شد.

دیل کارنگی برای قرن بیستم عالی بود، اما این قرن بیست و یکم است

بیشتر مطالعات به سادگی کتاب کلاسیک دیل کارنگی در سال ۱۹۳۶، "چگونه دوستان را به دست آوریم و بر مردم تأثیر بگذاریم" را تأیید کردند. خرد او برای اعصار می‌گفت که موفقیت در لبخند زدن، نشان دادن علاقه به دیگران و ایجاد احساس خوب در آنها نهفته است.

با خودم فکر کردم "این تعجب آور نیست". این امروز به همان اندازه که بیش از شصت سال پیش صادق بود، صادق است.

بنابراین اگر دیل کارنگی و صدها نفر دیگر از آن زمان همان توصیه‌های زیرکانه را ارائه می‌دهند، چرا به کتاب دیگری نیاز داریم که به ما بگوید چگونه دوستان را به دست آوریم و بر مردم تأثیر بگذاریم؟ دو دلیل بزرگ.

دلیل اول: فرض کنید یک حکیم به شما گفته باشد: "وقتی در چین هستید، به زبان چینی صحبت کنید"، اما هیچ درس زبانی به شما نداده باشد؟ دیل کارنگی و بسیاری از متخصصان ارتباطات مانند آن حکیم هستند. آنها به ما می‌گویند چه کار کنیم اما نمی‌گویند چگونه این کار را انجام دهیم. در دنیای پیچیده امروزی، کافی نیست بگوییم "لبخند بزنید" یا "تعارف صمیمانه بدهید". افراد بدبین در تجارت امروز ظرافت‌های بیشتری را در لبخند شما، پیچیدگی‌های بیشتری را در تعریف شما می‌بینند. افراد موفق یا

جذاب توسط چاپلوسانی احاطه شده‌اند که لبخند می‌زنند و وانمود می‌کنند که به آنها علاقه دارند و به آنها تملق می‌گویند. مشتریان از فروشندگانی که می‌گویند "کت و شلوار خیلی به شما می‌آید" خسته شده‌اند، در حالی که انگشتانشان کلیدهای صندوق پول را نوازش می‌کنند. زنان در برابرخواستگاران که می‌گویند "تو زیبا هستی" محتاط هستند.

دلیل دوم: جهان مکان بسیار متفاوتی نسبت به سال ۱۹۳۶ است و ما به فرمول جدیدی برای موفقیت نیاز داریم. برای یافتن آن، من سوپرستارهای امروز را مشاهده کردم. من تکنیک‌های مورد استفاده توسط فروشندگان برتر برای بستن فروش، سخنرانان برای متقاعد کردن، روحانیون برای تغییر دین، بازیگران برای جذب و ورزشکاران برای برنده شدن را بررسی کردم.

من بلوک‌های ساختمانی مشخصی را برای ویژگی‌های دست نیافتنی که منجر به موفقیت آنها می‌شود، پیدا کردم. سپس آنها را به تکنیک‌های قابل هضم و قابل استفاده تبدیل کردم. من به هر کدام نامی دادم که وقتی خود را در یک معضل ارتباطی می‌بینید، به سرعت به ذهن شما خطور می‌کند. همانطور که تکنیک‌ها را توسعه دادم، شروع به اشتراک‌گذاری آنها با مخاطبان در سراسر کشور کردم.

شرکت‌کنندگان در سمینارهای ارتباطی من ایده‌های خود را به من دادند.

مشتریان من، که بسیاری از آنها مدیران عامل شرکت‌های فورچون ۵۰۰ بودند، با اشتیاق مشاهدات خود را ارائه کردند.

هنگامی که در حضور موفق‌ترین و محبوب‌ترین رهبران بودم، زبان بدن و حالات چهره آنها را تجزیه و تحلیل کردم. من به مکالمات غیررسمی، زمان‌بندی و انتخاب کلمات آنها با دقت گوش دادم. من تماشا کردم که چگونه با خانواده، دوستان، همکاران و مخالفان خود رفتار می‌کنند. هر بار که ذره‌ای جادو در ارتباطات آنها پیدا می‌کردم، از آنها می‌خواستم که آن را با موجین بیرون بیاورند و در معرض نور روشن هوشیاری قرار دهند.

ما با هم آن را تجزیه و تحلیل کردیم و سپس آن را به یک "ترفند کوچک" آسان تبدیل کردم که دیگران می‌توانستند آن را تکرار کنند و از آن سود ببرند.

یافته‌های من و ترفندهای برخی از آن افراد بسیار مؤثر در این کتاب آمده است. برخی ظریف هستند. برخی تعجب آورند. اما همه قابل دستیابی هستند. وقتی بر آنها مسلط شوید، همه از آشنایان جدید گرفته تا

خانواده، دوستان و همکاران تجاری با خوشحالی قلب، خانه، شرکت و حتی کیف پول خود را باز می‌کنند تا هر چه می‌توانند به شما بدهند.

یک امتیاز هم وجود دارد. همانطور که با مهارت‌های ارتباطی جدید خود در زندگی پیش می‌روید، به گذشته نگاه می‌کنید و می‌بینید که برخی از افراد بسیار خوشحال در حال لبخند زدن در پشت سر شما هستند.

بخش اول

چگونه بدون گفتن یک کلمه، همه را مجذوب خود کنید

شما فقط ده ثانیه فرصت دارید تا نشان دهید که یک شخص مهم هستید

لحظه دقیق ملاقات دو انسان با یکدیگر، قدرت فوق العاده‌ای دارد. اولین نگاه شما یک هولوگرام درخشان است. این نگاه راه خود را به چشمان آشنای جدید شما می‌سوزاند و می‌تواند برای همیشه در حافظه او حک شود.

هنرمندان گاهی اوقات می‌توانند این پاسخ احساسی زودگذر و سریع را ثبت کنند. دوست من رابرت گروسمن یک هنرمند کاریکاتوریست ماهر است که به طور مرتب برای فوربس، نیوزویک، اسپورتس ایلاستریتد، رولینگ استون و سایر نشریات محبوب نقاشی می‌کشد. باب یک استعداد منحصر به فرد برای ثبت نه تنها ظاهر فیزیکی سوژه‌هایش، بلکه برای تمرکز بر جوهره شخصیت آنها دارد. بدن و روح صدها شخصیت برجسته از دفترچه طراحی او ساطع می‌شود. یک نگاه به کاریکاتورهای او از افراد مشهور و شما می‌توانید واقعاً شخصیت آنها را "ببینید".

گاهی اوقات در یک مهمانی، باب یک طرح سریع روی دستمال مهمان می‌کشد. تماشاگران که بالای شانه باب جمع شده‌اند، در حالی که تصویر و جوهره دوستشان را می‌بینند که جلوی چشمانشان ظاهر می‌شود، نفس نفس می‌زنند. وقتی او طراحی را تمام کرد، قلم خود را زمین می‌گذارد و دستمال را به سوژه می‌دهد. اغلب یک نگاه گیج‌شده بر چهره سوژه ظاهر می‌شود. او معمولاً با ادب زمزمه می‌کند، "خب، اوه، عالی. اما واقعاً من نیستم."

گروه متقاعدکننده جمعیت که فریاد می‌زنند "اوه، بله، هستی!" سوژه را غرق می‌کند و هرگونه شک باقی مانده را از بین می‌برد. سوژه گیج شده به حال خود رها می‌شود تا به دیدگاه جهان از خودش در دستمال خیره شود.

یک بار که به استودیوی باب رفته بودم، از او پرسیدم که چگونه می‌تواند شخصیت افراد را به این خوبی ثبت کند. او گفت: "ساده است. من فقط به آنها نگاه می‌کنم."

پرسیدم: "نه، چطور شخصیت آنها را ثبت می‌کنی؟ آیا لازم نیست در مورد سبک زندگی، تاریخچه آنها تحقیق زیادی انجام دهی؟"

"نه، بهت گفتم، لیل، من فقط به آنها نگاه می‌کنم."

"ها؟"

او در ادامه توضیح داد: "تقریباً هر وجهی از شخصیت افراد از ظاهر، حالت بدن و نحوه حرکت آنها مشخص است. به عنوان مثال..." او گفت و من را به سمت فایل‌های کاریکاتورهای شخصیت‌های سیاسی را در آن نگاه می‌داشت، صدا زد.

باب با اشاره به زوایای مختلف اعضای بدن رؤسای جمهور مختلف گفت: "بین،" "اینجا پسرانه بودن کلینتون است،" و نیم لبخند او را نشانم داد. "بی‌دست و پا بودن جورج بوش پدر،" با اشاره به زاویه شانه‌اش. "جذابیت ریگان،" با اشاره به چشمان خندان رئیس جمهور سابق. "دغل‌بازی نیکسون،" با اشاره به کج شدن دزدکی سرش. او کمی عمیق‌تر در پرونده خود فرو رفت، فرانکلین دلانو روزولت را بیرون آورد و با اشاره به بینی که در هوا بالا بود، گفت: "اینجا غرور فرانکلین دلانو روزولت است." همه چیز در چهره و بدن است.

برداشت‌های اولیه پاک نشدنی هستند. چرا؟ زیرا در دنیای پرشتاب و پر از اطلاعات ما که هر ثانیه محرک‌های متعددی ما را بمباران می‌کنند، سر مردم گیج می‌رود. آنها باید سریع قضاوت کنند.

آنها باید قضاوت‌های سریعی داشته باشند تا دنیا را درک کنند و به کارهایی که باید انجام دهند برسند. بنابراین، هر زمان که مردم شما را ملاقات می‌کنند، یک عکس فوری ذهنی می‌گیرند. آن تصویر از شما به داده‌هایی تبدیل می‌شود که برای مدت طولانی با آنها سر و کار دارند.

بدن شما قبل از اینکه لب‌هایتان بتوانند صحبت کنند، فریاد می‌زند

آیا داده‌های آنها دقیق است؟ به طرز شگفت‌انگیزی، بله. حتی قبل از اینکه لب‌هایتان از هم باز شود و اولین هجا از آن خارج شود، جوهره شما قبلاً راه خود را به مغز آنها باز کرده است. نحوه نگاه شما و نحوه حرکت شما بیش از ۸۰ درصد از اولین برداشت کسی از شما را تشکیل می‌دهد. نیازی به گفتن یک کلمه نیست.

من در کشورهای زندگی و کار کرده‌ام که به زبان مادری آنها صحبت نمی‌کردم. با این حال، بدون اینکه یک هجای قابل فهم بین ما رد و بدل شود، سال‌ها ثابت کرد که اولین برداشت‌های من درست بوده است. هر زمان که با همکاران جدیدی ملاقات می‌کردم، می‌توانستم فوراً بگویم که آنها چقدر با من صمیمی هستند، چقدر اعتماد به نفس دارند و تقریباً چه جایگاهی در شرکت دارند. فقط با دیدن حرکت آنها می‌توانستم حس کنم که چه کسانی سنگین وزن هستند و چه کسانی سبک وزن.

من هیچ مهارت فرا حسی ندارم. شما هم می‌دانید. چطور؟ چون قبل از اینکه وقت داشته باشید یک فکر منطقی را پردازش کنید، یک حس ششم در مورد کسی پیدا می‌کنید. مطالعات نشان داده‌اند که واکنش‌های احساسی حتی قبل از اینکه مغز فرصت داشته باشد آنچه را که باعث آن واکنش می‌شود ثبت کند، رخ می‌دهند. بنابراین، لحظه‌ای که کسی به شما نگاه می‌کند، ضربه شدیدی را تجربه می‌کند که تأثیر آن زمینه را برای کل رابطه فراهم می‌کند. باب به من گفت که او در خلق کاریکاتورهایش آن ضربه اول را ثبت می‌کند.

من تصمیم گرفتم دستور کار خودم را برای "چگونه با هر کسی صحبت کنیم" دنبال کنم، پرسیدم: "باب، اگر می‌خواستی کسی را واقعاً باحال به تصویر بکشی - می‌دانی، باهوش، قوی، کاریزماتیک، اصولی، جذاب، دلسوز، علاقه‌مند به افراد دیگر..."

باب حرفم را قطع کرد: "آسان است." او دقیقاً می‌دانست که من به چه چیزی اشاره می‌کنم. "فقط به آنها حالت عالی، ظاهری سر بالا، لبخندی مطمئن و نگاهی مستقیم بدهید." این تصویر ایده‌آل برای کسی است که یک شخص مهم است.

چگونه شبیه یک شخص مهم به نظر برسیم

دوست من کارن یک متخصص بسیار محترم در تجارت لوازم خانگی است. شوهرش نیز به همان اندازه در زمینه ارتباطات نام بزرگی است. آنها دو پسر کوچک دارند.

هر زمان که کارن در یک رویداد صنعت لوازم خانگی حضور دارد، همه به او احترام می‌گذارند. او در آن دنیا شخص بسیار مهمی است. همکارانش در کنوانسیون‌ها برای اینکه در کنار او دیده شوند و با او گپ بزنند، و امیدوارند که در حال احوالپرسی با او برای کتاب‌های مقدس صنعت مانند "مدیر اجرایی لوازم خانگی" و "دنیای مبلمان" عکس بگیرند، با هم رقابت می‌کنند.

با این حال، کارن شکایت می‌کند که وقتی شوهرش را در مراسم ارتباطات همراهی می‌کند، ممکن است هیچکس باشد. وقتی بچه‌هایش را به مراسم مدرسه می‌برد، او فقط یک مادر دیگر است. او یک بار از من پرسید: "لیل، چگونه می‌توانم از بین جمعیت متمایز شوم تا افرادی که من را نمی‌شناسند به من نزدیک شوند و حداقل فرض کنند که من یک فرد جالب هستم؟" تکنیک‌های این بخش دقیقاً همین کار را انجام می‌دهند. هنگامی که از نه تکنیک بعدی استفاده می‌کنید، برای هر کسی که ملاقات می‌کنید به عنوان یک فرد خاص ظاهر می‌شوید. شما در هر جمعیتی که خود را در آن می‌بینید، حتی اگر جمعیت شما نباشد، به عنوان یک شخص مهم متمایز خواهید شد.

بیایید با لبخند شما شروع کنیم.

چگونه لبخند خود را به طرز جادویی متفاوت کنید

در سال ۱۹۳۶، یکی از شش مورد ضروری دیل کارنگی در کتاب "چگونه دوستان را به دست آوریم و بر مردم تأثیر بگذاریم" لبخند زدن بود! این دستور او در هر دهه توسط تقریباً هر متخصص ارتباطاتی که تا به حال قلم به کاغذ یا دهان به میکروفون زده است، تکرار شده است. با این حال، در آغاز هزاره جدید، زمان آن رسیده است که نقش لبخند را در روابط انسانی سطح بالا دوباره بررسی کنیم. وقتی عمیق‌تر به دستور دیل بپردازید، متوجه خواهید شد که یک لبخند سریع در سال ۱۹۳۶ همیشه جواب نمی‌دهد. مخصوصاً امروزه.

پوزخند فوری قدیمی هیچ وزنی در بین جمعیت پیچیده امروزی ندارد. به رهبران جهان، مذاکره‌کنندگان و غول‌های شرکت‌ها نگاه کنید. هیچ چاپلوس لبخندزنی در میان آنها نیست. بازیگران کلیدی در تمام اقشار

جامعه لبخند خود را غنی می‌کنند، بنابراین، وقتی فوران می‌کند، قدرت بیشتری دارد و جهان با آنها لبخند می‌زند.

محققان ده‌ها نوع مختلف لبخند را فهرست‌بندی کرده‌اند. آنها از نوار لاستیکی سفت یک دروغگوی به دام افتاده تا لبخند نرم و له شده یک نوزاد قلقلک داده شده متغیر هستند. برخی از لبخندها گرم هستند در حالی که برخی دیگر سرد هستند. لبخندهای واقعی و لبخندهای جعلی وجود دارد. (شما تعداد زیادی از آنها را دیده‌اید که بر روی چهره دوستانی که می‌گویند "خوشحالیم که تصمیم گرفتید به ما سر بزنید" و نامزدهای ریاست جمهوری که از شهر شما بازدید می‌کنند و می‌گویند "هیجان زده هستیم"

برندگان بزرگ می‌دانند که لبخند آنها یکی از قدرتمندترین سلاح‌های آنهاست، بنابراین آن را برای حداکثر تأثیر تنظیم کرده‌اند.

چگونه لبخند خود را تنظیم کنید

درست سال گذشته، دوست قدیمی دانشگاه من، میسی، تجارت خانوادگی خود را که یک شرکت غرب میانه بود که جعبه‌های راه راه را به تولیدکنندگان عرضه می‌کرد، به دست گرفت. یک روز او با من تماس گرفت و گفت که برای جذب مشتریان جدید به نیویورک می‌آید و من را به شام با چند نفر از مشتریان احتمالی خود دعوت کرد. من مشتاقانه منتظر بودم که دوباره لبخند سریع دوست قدیمی‌ام را ببینم و خنده مسری او را بشنوم. میسی یک خنده‌رو درمان‌ناپذیر بود و این بخشی از جذابیت او بود.

وقتی پدرش سال گذشته درگذشت، او به من گفت که تجارت را به دست می‌گیرد. فکر می‌کردم شخصیت میسی برای مدیرعاملی در یک تجارت سخت، کمی حبابی است. اما، هی، من در مورد تجارت جعبه راه راه چه می‌دانم؟

او، سه نفر از مشتریان بالقوه‌اش و من در سالن یک رستوران در مرکز شهر ملاقات کردیم و در حالی که آنها را به سمت اتاق غذاخوری هدایت می‌کردیم، میسی در گوش من زمزمه کرد: "لطفاً امشب من را ملیسا صدا کن."

من با چشمک پاسخ دادم: "البته، تعداد زیادی از روسای شرکت‌ها میسی نامیده نمی‌شوند!" کمی بعد از اینکه سر میزبان ما را نشانده، متوجه شدم که ملیسا زن بسیار متفاوتی از دختر خنده‌رویی است که در دانشگاه می‌شناختم. او به همان اندازه جذاب بود. او به اندازه همیشه لبخند می‌زد. با این حال چیزی متفاوت بود. نمی‌توانستم دقیقاً بفهمم چه چیزی.

اگرچه او هنوز هم پرشور بود، اما من این تصور مشخص را داشتم که هر چیزی که ملیسا می‌گوید عمیق‌تر و صادقانه‌تر است. او با گرمای واقعی به مشتریان احتمالی خود پاسخ می‌داد و من می‌توانستم بگویم که آنها هم او را دوست دارند. من هیجان زده بودم زیرا دوستم آن شب یک ضربه فنی را به ثمر رساند. در پایان شب، ملیسا سه مشتری بزرگ جدید داشت.

بعداً، در تاکسی تنها با او، گفتم: "میسی، از زمانی که شرکت را به دست گرفتی، واقعاً راه طولانی را طی کرده‌ای. تمام شخصیت تو، خب، یک لبه شرکتی واقعاً باحال و تیز پیدا کرده است."

او گفت: "اوه، فقط یک چیز تغییر کرده است." "چه چیزی؟"

او گفت: "لبخند من."

من با ناباوری پرسیدم: "چیت؟"

او طوری که انگار من حرفش را نشنیده‌ام تکرار کرد: "لبخند من." او با نگاهی دور به چشمانش گفت: "می‌بینی، وقتی پدرم مریض شد و می‌دانست که تا چند سال دیگر باید شرکت را به دست بگیرم، من را نشاند و یک گفتگوی تغییر دهنده زندگی با من داشت. من هرگز سخنان او را فراموش نخواهم کرد. پدر گفت: "میسی، عزیزم، آن آهنگ قدیمی را یادت هست، "من عاشقتم، عزیزم، اما پاهات خیلی بزرگه؟" خب، اگر می‌خواهی در تجارت جعبه بزرگ شوی، بگذار بگویم، "من عاشقتم، عزیزم، اما لبخندت خیلی سریعه." "او سپس یک مقاله روزنامه زرد شده را بیرون آورد که به نقل از مطالعه‌ای بود که او برای نشان دادن به من در زمان مناسب نگه داشته بود. این مربوط به زنان در تجارت بود. این مطالعه نشان داد زنانی که در زندگی شرکتی دیرتر لبخند می‌زنند، معتبرتر تلقی می‌شوند."

همانطور که میسی صحبت می‌کرد، من شروع به فکر کردن در مورد زنان تاریخ‌ساز مانند مارگارت تاجر، ایندیرا گاندی، گلدایر، مادلین آلبرایت و دیگر زنان قدرتمند مانند آنها کردم. هیچ یک به خاطر لبخند سریع‌شان شناخته شده نبود.

میسی ادامه داد: "این مطالعه در ادامه می‌گوید که یک لبخند بزرگ و گرم یک دارایی است. اما فقط زمانی که کمی دیرتر بیاید، زیرا در آن زمان اعتبار بیشتری دارد." میسی توضیح داد که از آن لحظه به بعد، او به مشتریان و همکاران تجاری خود لبخند بزرگ خود را هدیه داد. با این حال، او لب‌هایش را آموزش داد تا آهسته‌تر فوران کنند. بنابراین لبخند او برای گیرنده صادقانه‌تر و شخصی‌تر به نظر می‌رسید.

همین بود! لبخند آهسته‌تر می‌سی به شخصیت او یک اعتبار غنی‌تر، عمیق‌تر و صادقانه‌تر بخشید. اگرچه این تاخیر کمتر از یک ثانیه بود، اما دریافت‌کنندگان لبخند بزرگ زیبای او احساس می‌کردند که خاص و فقط برای آنهاست.

من تصمیم گرفتم تحقیقات بیشتری در مورد لبخند انجام دهم. وقتی در بازار کفش هستی، شروع به نگاه کردن به پاهای همه می‌کنی. وقتی تصمیم می‌گیری مدل موهای خود را تغییر دهی، به مدل موهای همه نگاه می‌کنی. خب، برای چندین ماه، من به یک تماشاگر ثابت لبخند تبدیل شدم. من به لبخندها در خیابان نگاه کردم. من به لبخندها در تلویزیون نگاه کردم. من به لبخند سیاستمداران، روحانیون، غول‌های شرکت‌ها و رهبران جهان نگاه کردم. یافته‌های من؟ در میان دریای دندان‌های چشمک زن و لب‌های جدا شده، متوجه شدم افرادی که بیشترین اعتبار و صداقت را دارند، فقط کمی دیرتر لبخند می‌زنند. سپس، وقتی این کار را می‌کردند، به نظر می‌رسید که لبخند آنها به تمام شکاف‌های صورتشان نفوذ می‌کند و مانند یک سیل آهسته آنها را در بر می‌گیرد. بنابراین من تکنیک زیر را "لبخند سیل آسا" می‌نامم.

تکنیک شماره ۱

لبخند سیل آسا

هنگامی که به کسی سلام می‌کنی، فوراً لبخند نزن، انگار هر کسی که در خط دید شما قرار می‌گیرد، ذینفع خواهد بود. در عوض، برای یک ثانیه به چهره طرف مقابل نگاه کنید. مکث کنید. شخصیت آنها را جذب کنید. سپس بگذارید یک لبخند بزرگ، گرم و پاسخگو بر روی صورت شما جاری شود و به چشمان شما سرازیر شود. مانند یک موج گرم گیرنده را در بر خواهد گرفت. این تاخیر کسری از ثانیه مردم را متقاعد می‌کند که لبخند سیل‌آسای شما واقعی است و فقط برای آنهاست.

حال بیاید فقط چند اینچ به سمت شمال سفر کنیم، به دو مورد از قدرتمندترین ابزارهای ارتباطی که در اختیار دارید: چشمان شما.

چگونه با استفاده از چشمان خود، به همه القا کنید که باهوش و زیرک هستید

فقط کمی اغراق است اگر بگوییم هلن تروا می‌توانست با چشمانش کشتی‌ها را به حرکت درآورد و دیوی کراکت می‌توانست به یک خرس خیره شود. چشمان شما نارنجک‌های شخصی هستند که قدرت انفجار احساسات مردم را دارند. همانطور که استادان هنرهای رزمی مشت‌های خود را به عنوان سلاح‌های مرگبار

ثبت می‌کنند، شما نیز می‌توانید چشمان خود را به عنوان سلاح‌های مرگبار روانی ثبت کنید، زمانی که بر تکنیک‌های تماس چشمی زیر مسلط شوید.

افراد محبوب در بازی زندگی فراتر از خرد متعارف که می‌آموزد "تماس چشمی خوبی داشته باشید" نگاه می‌کنند. اولاً، آنها می‌دانند که برای برخی از افراد مشکوک یا ناامن، تماس چشمی شدید می‌تواند یک نفوذ خطرناک باشد.

وقتی بزرگ می‌شدم، خانواده‌ام یک خانه‌دار هائیتی داشت که خیالاتش پر از جادوگران، ساحران و جادوی سیاه بود. زولا حاضر نبود با لویی، گربه سیامی من، در یک اتاق تنها بماند. او با ترس زمزمه می‌کرد: "لویی به درون من نگاه می‌کند - روح من را می‌بیند."

در برخی فرهنگ‌ها، تماس چشمی شدید جادوگری است. در برخی دیگر، خیره شدن به کسی می‌تواند تهدیدآمیز یا بی‌احترامی باشد. با درک این موضوع، بازیگران بزرگ در صحنه بین‌المللی ترجیح می‌دهند یک کتاب در مورد تفاوت‌های زبان بدن فرهنگی را در کیف دستی خود به جای یک کتاب عبارات برلیتز داشته باشند.

با این حال، در فرهنگ ما، برندگان بزرگ می‌دانند که تماس چشمی اغراق‌آمیز می‌تواند بسیار مفید باشد، به خصوص بین دو جنس. در تجارت، حتی زمانی که عاشقانه‌ای در کار نیست، تماس چشمی قوی بین زن و مرد تأثیر قدرتمندی دارد.

یک مرکز بوستون مطالعه‌ای را برای درک اثر دقیق انجام داد. محققان از افراد جنس مخالف خواستند که یک مکالمه معمولی دو دقیقه‌ای داشته باشند. آنها نیمی از افراد مورد مطالعه را با هدایت آنها به شمارش تعداد دفعات پلک زدن شریک زندگی خود، فریب دادند تا تماس چشمی شدیدی را حفظ کنند. آنها به نیمی دیگر از افراد مورد مطالعه هیچ دستورالعمل خاصی برای تماس چشمی برای گفتگو ندادند.

هنگامی که آنها بعداً از افراد مورد مطالعه سؤال کردند، کسانی که بی‌خبر پلک می‌زدند، به طور قابل توجهی احساس احترام و علاقه بیشتری نسبت به همکاران خود گزارش کردند که آنها، بدون اطلاع آنها، به سادگی در حال شمارش پلک‌های آنها بودند.

من صمیمیت ناشی از تماس چشمی شدید را با یک غریبه به طور مستقیم تجربه کرده‌ام. یک بار، هنگام برگزاری سمیناری برای چند صد نفر، چهره زنی در میان جمعیت توجه من را جلب کرد. ظاهر شرکت‌کننده چندان منحصر به فرد نبود. با این حال، او در طول صحبت من به کانون توجه من تبدیل شد. چرا؟ چون

حتی برای یک لحظه هم چشمانش را از صورتم برنداشت. حتی وقتی من صحبت‌هایم را تمام می‌کردم و ساکت می‌شدم، چشمانش با اشتیاق به صورتم خیره می‌ماند. احساس کردم که او بی‌صبرانه منتظر است تا از بینش بعدی که از لبانم بیرون می‌آید، لذت ببرد. من عاشقش شدم! تمرکز و شیفتگی آشکار او به من الهام بخشید تا داستان‌ها را به خاطر بیاورم و نکات مهمی را که مدت‌ها فراموش کرده بودم، بیان کنم.

بلافاصله پس از صحبت‌هایم، تصمیم گرفتم این دوست جدید را که اینقدر مجذوب سخنرانی من شده بود، پیدا کنم. همانطور که مردم در حال خروج از سالن بودند، من به سرعت پشت سر طرفدار بزرگم رفتم. گفتم: "ببخشید." طرفدار من به راه رفتن ادامه داد. کمی بلندتر تکرار کردم: "ببخشید." تحسین‌کننده من سرعتش را تغییر نداد و از در بیرون رفت. من او را تا راهرو دنبال کردم و به آرامی روی شانه‌اش زدم. این بار او با نگاهی متعجب به دور خود چرخید. من بهانه‌ای مبهم در مورد قدردانی از تمرکز او بر صحبت‌هایم و اینکه می‌خواهم چند سؤال از او بپرسم، زمزمه کردم.

من جسارت کردم و پرسیدم: "چیز زیادی از سمینار یاد گرفتی؟"

او با صراحت پاسخ داد: "خب، نه واقعا." "من در درک آنچه می‌گفتی مشکل داشتم زیرا در حال راه رفتن روی سکو به جهات مختلف بودی."

در یک چشم به هم زدن، فهمیدم. زن کم‌شنوا بود. من او را آنطور که گمان می‌کردم مجذوب خود نکردم. او آنطور که من امیدوار بودم مجذوب صحبت‌های من نشد. تنها دلیلی که او چشمانش را به صورتم چسبانده بود این بود که در تلاش بود تا لب‌های من را بخواند!

با این وجود، تماس چشمی او در طول صحبت‌هایم چنان لذت و الهام‌بخشی به من داده بود که، با اینکه خسته بودم، از او خواستم که به من ملحق شود تا قهوه بخوریم. من یک ساعت بعد را صرف خلاصه کردن کل سمینارم فقط برای او کردم. این تماس چشمی چیز قدرتمندی است.

کاری کنید که چشمان شما باهوش‌تر به نظر برسند

هنوز یک بحث دیگر برای تماس چشمی شدید وجود دارد. علاوه بر بیدار کردن احساس احترام و محبت، حفظ تماس چشمی قوی این تصور را در شما ایجاد می‌کند که یک متفکر باهوش و انتزاعی هستید. از آنجایی که متفکران انتزاعی داده‌های ورودی را راحت‌تر از متفکران عینی ادغام می‌کنند، می‌توانند حتی در طول سکوت به چشمان کسی نگاه کنند. فرآیندهای فکری آنها با خیره شدن به چشم‌های شریک زندگی‌شان منحرف نمی‌شود.

برگردیم به روانشناسان شجاعمان. محققان ییل، با این فکر که حقیقت تزلزل ناپذیری در مورد تماس چشمی دارند، مطالعه دیگری را انجام دادند که، به گمان آنها، "هر چه تماس چشمی بیشتر باشد، احساسات مثبت‌تر" را تأیید می‌کرد. این بار آنها به افراد مورد مطالعه دستور دادند تا یک مونولوگ شخصی آشکار ارائه دهند. آنها از شنوندگان خواستند که در حالی که شریک زندگی‌شان صحبت می‌کند، با مقیاس متغیر تماس چشمی واکنش نشان دهند.

نتایج؟ وقتی زنان داستان‌های شخصی خود را برای زنان تعریف می‌کردند، همه چیز طبق انتظار پیش می‌رفت. افزایش تماس چشمی باعث تشویق احساس صمیمیت شد. اما، در مورد مردان اینطور نبود. برخی از مردان وقتی توسط مرد دیگری به مدت طولانی به آنها خیره می‌شدند، احساس خصومت می‌کردند. مردان دیگر احساس خطر می‌کردند. تعداد کمی حتی مشکوک بودند که شریک زندگی‌شان بیشتر از آنچه باید علاقه‌مند است و می‌خواستند به او مشت بزنند.

واکنش احساسی شریک زندگی شما به نگاه عمیق شما یک پایه بیولوژیکی دارد. وقتی با دقت به کسی نگاه می‌کنید، ضربان قلب او را افزایش می‌دهد و ماده‌ای شبیه آدرنالین را در رگ‌های او جاری می‌کند. این همان واکنش فیزیکی است که مردم وقتی شروع به عاشق شدن می‌کنند، دارند. و هنگامی که شما آگاهانه تماس چشمی خود را افزایش می‌دهید، حتی در طول تعاملات عادی تجاری یا اجتماعی، مردم احساس می‌کنند که شما را مجذوب خود کرده‌اند.

مردانی که با زنان صحبت می‌کنند و زنانی که با مردان یا زنان صحبت می‌کنند: از تکنیک زیر که من آن را "چشمان چسبنده" می‌نامم، برای شادی گیرنده - و برای منفعت خودتان استفاده کنید. (آقایان، من در یک لحظه اصلاح مرد به مرد این تکنیک را برای شما خواهم داشت.)

تکنیک شماره ۲

چشمان چسبنده

وانمود کنید که چشمان شما با تافی گرم چسبنده به چشمان شریک مکالمه شما چسبیده است. حتی پس از اینکه او صحبتش تمام شد، تماس چشمی را قطع نکنید. وقتی باید نگاهتان را برگردانید، این کار را خیلی آهسته، با اکراه انجام دهید، تافی چسبنده را بکشید تا اینکه رشته کوچک آن بالاخره پاره شود.

در مورد چشمان آقایان چگونه؟

حالا آقایان: وقتی با مردان صحبت می کنید، شما هم می توانید از چشمان چسبنده استفاده کنید. فقط هنگام بحث در مورد مسائل شخصی با مردان دیگر، آنها را کمی کمتر چسبنده کنید، مبادا شنونده شما احساس خطر کند یا نیت شما را اشتباه تفسیر کند. اما تماس چشمی خود را کمی افزایش دهید. در ارتباطات روزمره با مردان - و خیلی بیشتر هنگام صحبت با زنان. این یک پیام درونی از درک و احترام را منتقل می کند.

من دوستی به نام سامی دارم، یک فروشنده که ناخواسته به عنوان یک مرد مغرور ظاهر می شود. او قصدش این نیست، اما گاهی اوقات رفتار تند او باعث می شود که به نظر برسد که او به احساسات مردم بی توجه است.

یک بار که با هم در رستورانی شام می خوردیم، در مورد تکنیک چشمان چسبنده به او گفتم. حدس می زنم او آن را به دل گرفت. وقتی پیشخدمت آمد، سامی، برخلاف معمول، به جای اینکه با بی رحمی فریاد بزند، به پیشخدمت نگاه کرد. او لبخند زد، پیش غذای خود را سفارش داد و قبل از اینکه دوباره به منو نگاه کند تا غذای اصلی را انتخاب کند، چشمانش را برای یک ثانیه اضافی به پیشخدمت دوخت. نمی توانم به شما بگویم که سامی در آن لحظه چقدر با من متفاوت به نظر می رسید! او به عنوان یک مرد حساس و دلسوز ظاهر شد و تنها چیزی که لازم بود دو ثانیه تماس چشمی اضافی بود. من تأثیری را که روی پیشخدمت داشت نیز دیدم. ما در بقیه شب خدمات فوق العاده محترمانه ای دریافت کردیم.

یک هفته بعد سامی با من تماس گرفت و گفت: "لیل، چشمان چسبنده زندگی من را تغییر داده است. من آن را به طور کامل دنبال کرده ام. با زنان، چشمانم را واقعاً چسبنده و با مردان کمی چسبنده می کنم. و حالا

همه با من با احترام رفتار می‌کنند. من فکر می‌کنم این بخشی از دلیلی است که من این هفته فروش بیشتری نسبت به کل ماه گذشته داشته‌ام!"

اگر در زندگی حرفه‌ای خود با مشتریان سر و کار دارید، چشمان چسبنده قطعاً موهبتی برای سود شماست. برای اکثر مردم در فرهنگ ما، تماس چشمی عمیق نشان دهنده اعتماد، دانش و نگرش "من برای شما اینجا هستم" است.

بیاید چشمان چسبنده را یک قدم جلوتر ببریم. مانند یک داروی قوی که قدرت کشتن یا درمان را دارد، تکنیک بعدی تماس چشمی این پتانسیل را دارد که مجذوب یا نابود کند.

چگونه از چشمان خود برای عاشق کردن کسی استفاده کنید

حالا توپخانه سنگین چشم را می‌کشیم: چشمان خیلی چسبنده یا چشمان چسب فوق‌العاده. بیاید آنها را "چشمان اپوکسی" بنامیم. روسای بزرگ از چشمان اپوکسی برای ارزیابی کارمندان استفاده می‌کنند. بازرسان پلیس از چشمان اپوکسی برای ترساندن مظنونان جنایی استفاده می‌کنند. و رومئوهای باهوش از چشمان اپوکسی برای عاشق کردن زنان استفاده می‌کنند. (اگر هدف شما عاشقانه است، چشمان اپوکسی یک داروی اثبات شده است.)

تکنیک چشمان اپوکسی حداقل به سه نفر نیاز دارد - شما، هدف شما و یک نفر دیگر. در اینجا نحوه کار آن آمده است. معمولاً وقتی با دو یا چند نفر صحبت می‌کنید، به کسی که صحبت می‌کند نگاه می‌کنید. با این حال، تکنیک چشمان اپوکسی پیشنهاد می‌کند که به جای گوینده، روی شنونده - هدف خود - تمرکز کنید. این کمی هدف را گیج می‌کند و او در سکوت می‌پرسد: "چرا این شخص به جای گوینده به من نگاه می‌کند؟" هدف شما احساس می‌کند که شما به واکنش‌های او بسیار علاقه‌مند هستید. این می‌تواند در موقعیت‌های خاص تجاری مفید باشد، زمانی که مناسب است که شما شنونده را قضاوت کنید.

متخصصان منابع انسانی اغلب از چشمان اپوکسی استفاده می‌کنند، نه به عنوان یک تکنیک، بلکه به این دلیل که صمیمانه به واکنش یک کارمند احتمالی به ایده‌های خاصی که ارائه می‌شود علاقه‌مند هستند. وکلا، روسای جمهور، بازرسان پلیس، روانشناسان و دیگران

که باید واکنش‌های افراد مورد مطالعه را بررسی کنند نیز از چشمان اپوکسی برای اهداف تحلیلی استفاده می‌کنند.

هنگامی که از چشمان اپوکسی استفاده می‌کنید، سیگنال‌های علاقه را همراه با اعتماد به نفس کامل به خودتان ارسال می‌کند. اما از آنجایی که چشمان اپوکسی شما را در موقعیتی قرار می‌دهد که شخص دیگری را ارزیابی یا قضاوت کنید، باید مراقب باشید. در این کار زیاده‌روی نکنید، در غیر این صورت ممکن است متکبر و گستاخ به نظر برسید.

تکنیک شماره ۳

چشمان اپوکسی

این تکنیک گستاخانه یک ضربه قدرتمند دارد. حتی زمانی که شخص دیگری صحبت می‌کند، به فرد هدف خود نگاه کنید. مهم نیست چه کسی صحبت می‌کند، به مرد یا زنی که می‌خواهید تحت تأثیر قرار دهید نگاه کنید.

گاهی اوقات استفاده از چشمان اپوکسی کامل خیلی قوی است، بنابراین در اینجا یک شکل ملایم‌تر، اما مؤثر، وجود دارد. به گوینده نگاه کنید، اما هر بار که گوینده صحبتش تمام شد، نگاهتان را به سمت هدف خود برگردانید. به این ترتیب، آقای یا خانم هدف همچنان احساس می‌کند که شما مجذوب واکنش‌های او هستید، اما از شدت آن کاسته می‌شود.

از چشمان اپوکسی برای فشار دادن دکمه جذب آنها استفاده کنید

اگر عاشقانه‌ای در چشم‌انداز باشد، چشمان اپوکسی پیام دیگری را منتقل می‌کند. می‌گوید: "نمی‌توانم چشم از تو بردارم" یا "فقط تو را می‌بینم." انسان‌شناسان چشم‌ها را "اندام اولیه عاشقانه" نامیده‌اند، زیرا مطالعات نشان می‌دهد که تماس چشمی شدید با ضربان قلب ما بازی می‌کند. همچنین ماده‌ای دارویی مانند به نام فنیل اتیل آمین را در سیستم عصبی ما آزاد می‌کند. از آنجایی که این هورمونی است که در بدن انسان در هنگام هیجان شناسایی می‌شود، تماس چشمی شدید می‌تواند باعث جذب افراد شود.

آقایان، چشمان اپوکسی روی زنان بسیار مؤثر است - اگر آنها شما را جذاب بدانند. خانم واکنش عصبی خود را به نگاه نامناسب شما به عنوان شیفتگی جوانه زده تفسیر می‌کند. با این حال، اگر او شما را دوست نداشته باشد، چشمان اپوکسی شما کاملاً نفرت‌انگیز است. (هرگز در مکان‌های عمومی از چشمان اپوکسی روی غریبه‌ها استفاده نکنید، در غیر این صورت ممکن است دستگیر شوید!)

چگونه در هر کجا که می‌روید مانند یک برنده بزرگ به نظر برسید

آیا متن آهنگ قدیمی شرلی بسی را به خاطر دارید؟ "لحظه‌ای که وارد آن مکان شدی، می‌توانستم ببینم که تو مردی متمایز هستی - یک خرج‌کننده واقعی. خوش‌قیافه، خیلی باوقار. بگو آیا دوست نداری بدانی در ذهن من چه می‌گذرد؟"

هدف این بخش اول این نیست که شما را شبیه یک خرج‌کننده واقعی نشان دهد. بلکه این است که به شما اعتبار یک شخص بزرگ واقعی را در همان لحظه‌ای که مردم به شما نگاه می‌کنند، بدهد. برای این منظور، اکنون مهمترین تکنیک را برای اینکه شما را شبیه یک فرد بسیار مهم نشان دهد، بررسی می‌کنیم.

هنگامی که پزشک با آن چکش کوچک زننده به زانوی شما ضربه می‌زند، پای شما به جلو می‌پرد. بنابراین عبارت واکنش زانو. بدن شما یک واکنش غریزی دیگر دارد. وقتی یک شوک بزرگ شادی به قلب شما برخورد می‌کند و احساس می‌کنید یک برنده هستید، سرتان به طور خودکار بالا می‌پرد و شانه‌هایتان را به عقب می‌اندازید. لبخندی لب‌های شما را قاب می‌کند و چشمان شما را نرم می‌کند.

این ظاهری است که برندگان دائماً دارند. آنها با اطمینان می‌ایستند. آنها با اعتماد به نفس حرکت می‌کنند. آنها با غرور به آرامی لبخند می‌زنند. شکی نیست - وضعیت بدنی خوب نشان می‌دهد که شما مرد یا زنی هستید که به بالای قله عادت دارد.

بدیهی است که میلیون‌ها مادر که بند انگشتان خود را بین تیغه‌های شانه فرزندانشان فرو می‌کنند و تریلیون‌ها معلم که به دانش‌آموزان می‌گویند "صاف بایستید!" این کار را انجام نداده‌اند. ما ملتی از افراد خمیده هستیم. ما به تکنیکی سخت‌تر از معلمان و قانع‌کننده‌تر از والدین نیاز داریم تا ما را مانند یک شخص مهم وایستاند.

در یک حرفه، وضعیت بدنی عالی، تعادل عالی، تعادل کامل نه تنها مطلوب است، بلکه مسئله مرگ و زندگی است. یک حرکت اشتباه، یک افتادگی شانه‌ها، یک نگاه غمگین، می‌تواند به معنای پایان کار برای یک بندباز باشد.

هرگز اولین باری را که مامان من را به سیرک برد فراموش نمی‌کنم. وقتی هفت مرد و زن به داخل رینگ وسط هجوم آوردند، جمعیت بلند شدند. آنها با یک صدای رعدآسا تشویق کردند. مامان لب‌هایش را به گوش من فشار داد و با احترام زمزمه کرد که اینها والندهای بزرگ هستند، تنها گروهی در جهان که هرم هفت نفره را بدون تور اجرا می‌کنند.

در یک لحظه، جمعیت ساکت شدند. در چادر بزرگ هیچ سرفه یا صدای مکش نوشابه شنیده نمی‌شد، زیرا کارل و هرمان والندا با صدای بلند به زبان آلمانی به بستگان قابل اعتماد خود اشاره می‌کردند. خانواده با دقت و با شکوه به موقعیت یک هرم انسانی صعود کردند. سپس آنها به طور خطرناکی روی یک سیم نازک صدها فوت بالاتر از خاک سخت بدون تور بین آنها و مرگ ناگهانی تعادل برقرار کردند. این منظره فراموش نشدنی بود.

برای من، زیبایی و وقار هفت والندا که برای تعظیم به مرکز چادر بزرگ هجوم می‌آوردند، به همان اندازه فراموش نشدنی بود. هر کدام کاملاً در یک راستا - سر بالا، شانه‌ها به عقب - آنقدر بلند ایستاده بودند که هنوز به نظر نمی‌رسید که پاهایشان زمین را لمس کند. هر ماهیچه‌ای در بدن آنها غرور، موفقیت و شادی زنده بودن را تعریف می‌کرد. (هنوز!) در اینجا یک تکنیک تجسم برای این است که بدن شما مانند یک برنده به نظر برسد که عادت به احساس غرور، موفقیت و شادی زنده بودن دارد.

وضعیت بدنی شما بزرگترین معیار موفقیت شماست

تصور کنید که شما یک بندباز مشهور جهانی هستید، استاد عمل آرواره آهنین که در بال‌های سیرک رینگلینگ برادرز و بارنوم و بیلی منتظر هستید. به زودی به داخل رینگ وسط می‌روید تا با دقت و تعادل بدنتان جمعیت را مجذوب خود کنید.

قبل از عبور از هر دری - در دفترتان، یک مهمانی، یک جلسه، حتی آشپزخانه‌تان - یک گیره چرمی را تصور کنید که با یک کابل از قاب آویزان است. این گیره فقط یک اینچ بالاتر از سر شما تاب می‌خورد. همانطور که از در عبور می‌کنید، سرتان را به عقب خم کنید و گیره دندانی خیالی را گاز بگیرید که ابتدا گونه‌هایتان را به عقب می‌کشد و به لب‌خند تبدیل می‌کند و سپس شما را بالا می‌برد. همانطور که در بالای جمعیت نفس‌زنان بالا می‌روید، بدن شما در یک راستا قرار می‌گیرد - سر بالا، شانه‌ها به عقب، پاها بی‌وزن. در اوج چادر، مانند یک فرفره برازنده به حیرت و تحسین جمعیت می‌چرخید که گردن خود را دراز می‌کنند تا شما را تماشا کنند. حالا شما شبیه یک شخص مهم به نظر می‌رسید.

یک روز، برای آزمایش آویزان شدن از دندان‌هایتان، تصمیم گرفتم تعداد دفعاتی را که از یک در عبور می‌کنم بشمارم: شصت بار، حتی در خانه. شما محاسبه کنید: دو بار از در جلویی خود بیرون، دو بار داخل، شش بار به حمام، هشت بار به آشپزخانه و از درهای بی‌شمار در دفترتان. جمع می‌شود. هر چیزی را شصت بار در روز تجسم کنید و به یک عادت تبدیل می‌شود! وضعیت بدنی خوب همیشگی اولین نشانه یک برنده بزرگ است.

اکنون آماده هستید تا به داخل اتاق بروید تا جمعیت را مجذوب خود کنید یا فروش را ببندید (یا شاید فقط به دنبال این باشید که شبیه مهمترین شخص در اتاق به نظر برسید).

اکنون تمام اصول اولیه‌ای را که باب هنرمند برای به تصویر کشیدن شما به عنوان یک برنده بزرگ نیاز دارد، دارید. همانطور که او گفت، "وضعیت بدنی عالی، ظاهری سر بالا، لبخندی مطمئن و نگاهی مستقیم." تصویر ایده‌آل برای کسی که یک شخص مهم است.

تکنیک شماره ۴

از دندان‌هایتان آویزان شوید

یک گیره آرواره آهنین سیرک را تصور کنید که از قاب هر دری که از آن عبور می‌کنید آویزان است. آن را گاز بگیرید و با آن محکم بین دندان‌هایتان، بگذارید شما را به قله چادر بزرگ ببرد. وقتی از دندان‌هایتان آویزان می‌شوید، هر ماهیچه‌ای در وضعیت بدنی عالی قرار می‌گیرد.

حالا بیاید کل عمل را به حرکت درآوریم. وقت آن است که توجه خود را به سمت شریک مکالمه خود معطوف کنید. از دو تکنیک بعدی استفاده کنید تا او احساس کند یک میلیون دلار می‌ارزد.

چگونه با پاسخ دادن به "کودک درون" آنها، قلب آنها را به دست آورید

شوخی قدیمی را یادتان هست؟ کم‌دین روی صحنه می‌آید و اولین کلماتی که از دهانش خارج می‌شود این است: "خب، تا اینجا از من خوشتان آمده؟" تماشاگران همیشه می‌ترکند. چرا؟ چون همه ما در سکوت این سوال را می‌پرسیم. هر زمان که با کسی ملاقات می‌کنیم، آگاهانه یا ناخودآگاه می‌دانیم که او چگونه به ما واکنش نشان می‌دهد.

آیا آنها به ما نگاه می‌کنند؟ آیا لبخند می‌زنند؟ آیا به سمت ما خم می‌شوند؟ آیا آنها به نحوی تشخیص می‌دهند که ما چقدر فوق‌العاده و خاص هستیم؟ ما از آن دسته آدم‌ها خوشمان می‌آید. آنها سلیقه خوبی دارند. یا آنها رو برمی‌گردانند، که آشکارا تحت تأثیر عظمت ما قرار نگرفته‌اند. این احمق‌ها!

دو نفری که با هم آشنا می‌شوند مانند گربه‌های کوچکی هستند که همدیگر را بو می‌کنند. ما دم نداریم که تکان بخورد یا مویی که سیخ شود. اما ما چشم‌هایی داریم که باریک یا گشاد می‌شوند. و دست‌هایی که بند

انگشتانشان را نشان می‌دهند یا ناخودآگاه در حالت "من تسلیم می‌شوم" با کف دست رو به بالا نرم می‌شوند. ما ده‌ها واکنش غیرارادی دیگر داریم که در لحظات اولیه با هم بودن اتفاق می‌افتد.

وکلایی که ویر دیر را هدایت می‌کنند، به طرز چشمگیری از این موضوع آگاه هستند. آنها به واکنش‌های غریزی بدن شما توجه زیادی می‌کنند. آنها نگاه می‌کنند تا ببینند چقدر به طور کامل رو به روی آنها هستید و هنگام پاسخ دادن به سؤالاتشان چقدر به جلو یا عقب خم می‌شوید. آنها دست‌های شما را بررسی می‌کنند. آیا آنها به آرامی باز هستند، کف دست‌ها رو به بالا، که نشان دهنده پذیرش ایده‌هایی است که آنها بیان می‌کنند؟ یا شما یک مشت کوچک می‌زنید، بند انگشتان بیرون، که نشان دهنده طرد شدن است؟ آنها شما را به دقت بررسی می‌کنند.

چهره شما را برای کسری از ثانیه که هنگام بحث در مورد موضوعات مرتبط مانند احساسات شما در مورد جوایز بزرگ برای خسارات یا مجازات اعدام، تماس چشمی را قطع می‌کنید، بررسی می‌کنند. گاهی اوقات وکلای یک دستیار حقوقی با خود می‌آورند که تنها وظیفه او این است که در حاشیه بنشیند و از هر تکان شما یادداشت برداری دقیقی انجام دهد.

نکته جالب: وکلای دادگستری اغلب زنان را برای انجام این کار جاسوسی تکان خوردن و چرخیدن انتخاب می‌کنند، زیرا به طور سنتی، زنان در مشاهده نشانه‌های ظریف بدن از مردان تیزتر هستند. زنان، که نسبت به مردان به احساسات حساس‌تر هستند، اغلب از شوهران خود می‌پرسند: "عزیزم، چیزی اذیت می‌کند؟" (این زنان فوق حساس شوهران خود را متهم می‌کنند که آنقدر نسبت به احساسات بی‌تفاوت هستند که تا زمانی که کراواتشان از اشک او خیس نشود، متوجه نمی‌شوند که مشکلی وجود دارد).

سپس وکیل و دستیار "امتیاز" شما را در ده‌ها سیگنال ناخودآگاه که به نمایش گذاشته‌اید، بررسی می‌کنند. بسته به امتیاز شما، ممکن است خود را در حال انجام وظیفه هیئت منصفه یا چرخاندن شست‌هایتان در اتاق انتظار هیئت منصفه بیابید.

وکلای دادگستری آنقدر به زبان بدن آگاه هستند که در دهه ۱۹۶۰ در طول محاکمه معروف هفت شیکاگو، وکیل مدافع ویلیام کونتسلر در واقع به حالت بدنی قاضی جولیس هافمن اعتراض قانونی کرد. در طول جمع‌بندی دادستان، قاضی هافمن به جلو خم شد، که به گفته کونتسلر، پیام توجه و علاقه را به هیئت منصفه می‌فرستاد. کونتسلر شکایت کرد که در طول جمع‌بندی دفاعیه‌اش، قاضی هافمن به عقب خم شد و به طور ناخودآگاه پیام بی‌علاقگی را به هیئت منصفه فرستاد.

شما در حال محاکمه هستید – و فقط ده ثانیه فرصت دارید

مانند وکلایی که تصمیم می‌گیرند آیا شما را در پرونده خود می‌خواهند یا نه، هر کسی که ملاقات می‌کنید، ناخودآگاه قضاوت می‌کند که آیا شما را در زندگی خود می‌خواهد یا نه. آنها قضاوت خود را تا حد زیادی بر اساس همان سیگنال‌ها، پاسخ زبان بدن شما به سؤال ناگفته آنها، "خب، تا اینجا از من خوشتان آمده؟" قرار می‌دهند.

چند لحظه اول واکنش‌های شما صحنه‌ای را ایجاد می‌کند که کل رابطه روی آن اجرا می‌شود. اگر تا به حال چیزی از آشنای جدید می‌خواهید، پاسخ ناگفته شما به سؤال ناگفته آنها، "تا اینجا از من خوشتان آمده؟" باید این باشد: "وای! من واقعاً از تو خوشم می‌آید."

وقتی یک بچه چهار ساله احساس خجالت می‌کند، خم می‌شود، دست‌هایش را جلوی سینه‌اش می‌گذارد، به عقب قدم می‌گذارد و پشت دامن مامان پنهان می‌شود. با این حال، وقتی جانی کوچولو پدر را می‌بیند که به خانه می‌آید، به سمت او می‌دود، لبخند می‌زند، چشمانش گشاد می‌شود و دست‌هایش را برای بغل کردن باز می‌کند. بدن یک کودک دوست داشتنی مانند یک غنچه گل کوچک است که در زیر نور خورشید باز می‌شود.

بیست، سی، چهل، پنجاه سال زندگی روی زمین تفاوت چندانی ایجاد نمی‌کند. وقتی جانی چهل ساله احساس ترس می‌کند، خم می‌شود و دست‌هایش را جلوی سینه‌اش جمع می‌کند. هنگامی که او می‌خواهد یک فروشنده یا همکار تجاری را رد کند، رویش را برمی‌گرداند و او را با انبوهی از سیگنال‌های بدن می‌بندد. با این حال، هنگام استقبال از همسر خود در خانه پس از غیبت، جانی بزرگ بدن خود را مانند یک گل نرگس غول پیکر که پس از باران گلبرگ‌های خود را به سمت خورشید می‌گستراند، به روی او باز می‌کند.

با مردم مثل بچه‌های بزرگ رفتار کنید

یک بار با یکی از دوستان جذاب و تازه طلاق گرفته‌ام در یک مهمانی پر ستاره شرکتی بودم. کارلا یک نویسنده تبلیغاتی در یکی از آژانس‌های تبلیغاتی پیشرو بود که مانند بسیاری از شرکت‌ها در آن زمان، کوچک شده بود. نامزد من هم بیکار بود.

در این مهمانی خاص، موقعیت برای کارلا هم از نظر شخصی و هم از نظر حرفه‌ای خوب بود. چندین بار که کارلا و من ایستاده بودیم و صحبت می‌کردیم، یک مرد جذاب شرکتی یا شخص دیگری خود را در چند

قدمی ما می‌دید. اغلب اوقات، یکی از این مردان مطلوب دندان‌هایش را به کارلا نشان می‌داد. او گاهی اوقات به مردی که به طور آزمایشی خواستگاری می‌کرد، با لبخندی سریع روی شانه‌اش لطف می‌کرد. اما بعد دوباره به مکالمه پیش پا افتاده ما برمی‌گشت، انگار که به تک تک کلمات من آویزان است. می‌دانستم که او سعی می‌کند مضطرب به نظر نرسد، اما در درون کارلا فریاد می‌زد: "چرا او نمی‌آید با ما صحبت کند؟"

درست بعد از اینکه یک گربه بزرگ شرکتی جایزه گرفت، لبخند زد، اما به دلیل واکنش حداقلی کارلا، به جنگل اجتماعی بازگشت، من مجبور شدم بگویم: "کارلا، می‌دانی او کی بود؟ او رئیس یانگ و روبیکام در پاریس است. آنها به دنبال نویسندگان تبلیغاتی هستند که مایل به نقل مکان باشند. و او مجرد است!" کارلا ناله کرد.

درست در همان لحظه صدای کوچکی را در کنار زانوی چپ کارلا شنیدیم. "سلام!" ما همزمان به پایین نگاه کردیم. ویلی کوچولوی پنج ساله، پسر دوست داشتنی میزبان، داشت دامن کارلا را می‌کشید، که آشکارا هوس توجه داشت.

کارلا با لبخندی بزرگ که در تمام صورتش فوران کرد، فریاد زد: "خب، خب، خب." کارلا به سمت او برگشت. کارلا زانو زد، آرنج ویلی کوچولو را لمس کرد و با مهربانی گفت: "خب، سلام ویلی. از مهمانی خوب مامان خوش می‌آید؟" ویلی کوچولو لبخند زد.

وقتی ویلی کوچولو بالاخره برای کشیدن لباس‌های گروه بعدی از کسانی که به طور بالقوه توجه می‌کردند، به راه افتاد، کارلا و من به مکالمه بزرگسالانه خود بازگشتیم. در طول گفتگوی ما، جانوران شرکتی همچنان با چشمان خود کارلا را تعقیب می‌کردند و او همچنان به آنها نیم لبخند می‌زد. او آشکارا ناامید بود که هیچ یک از آنها به او نزدیک نمی‌شوند. من مجبور شدم زبانه را گاز بگیرم. در نهایت، وقتی احساس کردم از فشار دندان‌هایم خونریزی می‌کند، گفتم: "کارلا، متوجه شده‌ای که مردم به تو لبخند می‌زنند."

کارلا در حالی که چشمانش با عصبانیت به اطراف اتاق می‌چرخید تا مبادا کسی حرف ما را بشنود، زمزمه کرد: "بله."

من ادامه دادم: "و تو به آنها نیم لبخندهای کوچکی می‌زدی." حالا با گیجی از سؤال من زمزمه کرد: "بله."

"یادته وقتی ویلی کوچولو اومد و دامن‌تو کشید؟ یادته هست که چطور اون لبخند بزرگ قشنگتو زدی، به سمتش برگشتی و ازش تو گفتگوی بزرگسالانه ما استقبال کردی؟"

او با تردید پاسخ داد: "بله."

"خب، کارلا، یک درخواست دارم. می‌خواهم همان لبخند بزرگی را که به ویلی زدی به مرد بعدی که به تو لبخند می‌زند، بزنی. می‌خواهم درست مثل آن موقع به سمت او برگردی. مثل کاری که با ویلی کردی، و سپس از او در گفتگوی ما استقبال کنی."

"اوه لیل، من نمی‌توانم این کار را بکنم."

"کارلا، انجامش بده!" مطمئناً، در عرض چند دقیقه جواب میدی، مرد جذاب دیگری به سمت ما آمد و لبخند زد. کارلا نقش خود را به کمال بازی کرد. او دندان‌های زیبایش را نشان داد، کاملاً به سمت او برگشت و گفت: "سلام، بیا به ما بپیوند." او بدون اتلاف وقت دعوت کارلا را پذیرفت.

بعد از چند لحظه، من عذرخواهی کردم و رفتم. هیچ کدام متوجه رفتن من نشدند زیرا آنها در حال گفتگوی پر جنب و جوش بودند.

درست در همان لحظه تکنیکی که من آن را "چرخش کودک بزرگ" می‌نامم، متولد شد. این مهارتی است که به شما کمک می‌کند هر آنچه قلبتان می‌خواهد را از هر نوع جانوری که در جنگل اجتماعی یا شرکتی با آن روبرو می‌شوید، به دست آورید.

تکنیک شماره ۵

چرخش کودک بزرگ

به هر کسی که ملاقات می‌کنید، چرخش کودک بزرگ را بدهید. در لحظه‌ای که شما دو نفر معرفی می‌شوید، به آشنای جدید خود پاداش دهید. لبخند گرم، چرخش تمام بدن و توجه کامل را که به یک کودک نوپا می‌دهید که به سمت پاهای شما می‌خزد، صورت قشنگش را به سمت شما برمی‌گرداند و یک پوزخند بزرگ بی‌دندان می‌زند، به او بدهید. چرخش ۱۰۰ درصدی به سمت فرد جدید فریاد می‌زند "من فکر می‌کنم تو خیلی خیلی خاص هستی."

به یاد داشته باشید، در اعماق وجود هر کسی یک نوزاد بزرگ وجود دارد که گهواره را تکان می‌دهد و برای به رسمیت شناختن اینکه چقدر خاص است، گریه می‌کند.

تکنیک زیر این سوء ظن کودک بزرگ را تقویت می کند که او واقعاً مرکز جهان است.

چگونه کاری کنید که کسی فوراً احساس کند یک دوست قدیمی است

مرد بسیار عاقلی با نام خنده دار زیگ ۹ یک بار به من گفت: "مردم اهمیت نمی دهند که شما چقدر می دانید تا زمانی که بدانند چقدر اهمیت می دهید... به آنها." زیگ زیگلار درست می گوید. راز اینکه مردم شما را دوست داشته باشند این است که نشان دهید چقدر آنها را دوست دارید!

بدن شما یک ایستگاه پخش بیست و چهار ساعته است که دقیقاً احساس شما را در هر لحظه به هر کسی که در چشم انداز است نشان می دهد. حتی اگر وضعیت بدنی "از دندان هایتان آویزان شوید" شما احترام آنها را جلب کند، "لبخند سیل آسا" و "چرخش کودک بزرگ" شما باعث می شود که آنها احساس خاص بودن کنند، و "چشمان چسبنده" شما قلب و ذهن آنها را تسخیر کند، بقیه بدن شما می تواند هر گونه ناسازگاری را آشکار کند. هر اینچ - از چین و چروک پیشانی شما تا موقعیت پاهای شما - باید یک عملکرد عالی داشته باشد، اگر می خواهید به طور مؤثر نگرش "من به شما اهمیت می دهم" را ارائه دهید.

متأسفانه، هنگام ملاقات با کسی، مغز ما در حالت نامطلوب است. ژولیوس سزار شکسپیر را یادتان هست؟ او در مورد کاسیوس گفت، او "ظاهری لاغر و گرسنه دارد... او زیاد فکر می کند... چنین مردانی خطرناک هستند." در مورد مغز ما نیز هنگام گفتگو با یک آشنای جدید چنین است. مغز ما لاغر می شود. (برخی از ما با خجالتی بودن مبارزه می کنیم. برخی دیگر با عجله وضعیت را ارزیابی می کنند.) و گرسنه. (ما تصمیم می گیریم که از این رابطه بالقوه چه می خواهیم، اگر چیزی باشد.) بنابراین ما به جای پاسخ دادن، زیاد فکر می کنیم.

چنین اعمالی برای دوستی، عشق یا تجارت قریب الوقوع خطرناک است.

هنگامی که بدن ما در هر ثانیه ده هزار گلوله محرک شلیک می کند، چند گلوله ممکن است به اشتباه شلیک شوند و خجالتی بودن یا خصومت پنهان را آشکار کنند. ما به تکنیکی نیاز داریم تا مطمئن شویم که هر گلوله به سمت قلب سوژه ما نشانه می رود. ما باید بدنمان را فریب دهیم تا کاملاً واکنش نشان دهد.

برای یافتن آن، بیایید تنها زمانی را که لازم نیست نگران خجالتی بودن یا منفی بودن باشیم که از طریق زبان بدن ما بیرون می آید، بررسی کنیم. این زمانی است که ما هیچ کدام را احساس نمی کنیم. این اتفاق زمانی می افتد که ما با دوستان صمیمی خود گپ می زنیم. وقتی کسی را می بینیم که دوستش داریم یا با او کاملاً احساس راحتی می کنیم، بدون هیچ فکری از سر تا پا به گرمی پاسخ می دهیم. لب های ما با خوشحالی

از هم باز می‌شوند. ما نزدیکتر می‌شویم. دست‌های ما دراز می‌شوند. چشمان ما نرم و گشاد می‌شود. حتی کف دست‌های ما به سمت بالا می‌چرخد و بدنمان به طور کامل به سمت دوست عزیزمان می‌چرخد.

چگونه بدن خود را فریب دهید تا همه کارها را درست انجام دهد

در اینجا یک تکنیک تجسم وجود دارد که همه اینها را انجام می‌دهد. این تضمین می‌کند که هر کسی که با او روبرو می‌شوید، گرمای شما را احساس خواهد کرد. من آن را "سلام دوست قدیمی" می‌نامم.

هنگام ملاقات با کسی، یک ترفند ذهنی روی خودتان بازی کنید. در چشم ذهنتان، او را به عنوان یک دوست قدیمی ببینید، کسی که سال‌ها پیش با او رابطه فوق‌العاده‌ای داشتید. اما به نحوی رد دوست خود را گم کردید. شما خیلی تلاش کردید تا دوست خوبتان را پیدا کنید، اما هیچ نامی در دفترچه تلفن نبود. هیچ اطلاعاتی به صورت آنلاین وجود ندارد. هیچ یک از دوستان مشترک شما سرخی نداشتند.

ناگهان، وای! چه غافلگیری! بعد از این همه سال، شما دو نفر دوباره به هم می‌رسید. شما خیلی خوشحال هستید.

اینجاست که تظاهر متوقف می‌شود. بدیهی است که شما قصد ندارید آن فرد جدید را متقاعد کنید که شما دو نفر واقعاً دوستان قدیمی هستید. شما قصد ندارید بغل کنید و ببوسید و بگویید: "خوشحالم دوباره می‌بینمت!" یا "این همه سال چطور بودی؟" شما

شما فقط می‌گویید: "سلام"، "حال شما چطور است"، "از آشنایی با شما خوشحالم." اما، در درون، داستان بسیار متفاوتی است.

شما خودتان را شگفت زده خواهید کرد. لذت کشف دوباره، چهره شما را پر می‌کند و زبان بدن شما را تقویت می‌کند. من گاهی اوقات به شوخی می‌گویم که اگر شما یک نور بودید، به طرف مقابل می‌تابیدید. اگر گریه بودید، دمتان را تکان می‌دادید. شما به این شخص جدید این حس را می‌دهید که واقعاً خاص است.

تکنیک شماره ۶

سلام دوست قدیمی

هنگام ملاقات با کسی، تصور کنید که او یک دوست قدیمی است (یک مشتری قدیمی، یک معشوق قدیمی یا شخص دیگری که به او محبت زیادی داشتید). چقدر غم انگیز، فراز و نشیب‌های زندگی شما دو نفر را از هم جدا کرد. اما، خدای من، حالا مهمانی (جلسه، همایش) شما را با دوست قدیمی گمشده‌تان دوباره متحد کرده است!

این تجربه لذت بخش یک واکنش زنجیره‌ای قابل توجه را در بدن شما از نرم شدن ناخودآگاه ابروهایتان تا قرارگیری انگشتان پاهایتان - و هر چیز دیگری در این بین - آغاز می‌کند.

در سمینارهایم، ابتدا از مردم می‌خواهم که قبل از اینکه تکنیک سلام دوست قدیمی را یاد بگیرند، خود را به شرکت‌کننده دیگری معرفی کنند. گروه طوری گپ می‌زنند که انگار در یک گردهمایی نیمه رسمی دلیپذیر هستند. بعداً از آنها می‌خواهم که خود را به یک غریبه دیگر معرفی کنند، با این تصور که آنها دوستان قدیمی هستند. تفاوت فوق‌العاده است. وقتی از سلام دوست قدیمی استفاده می‌کنند، اتاق زنده می‌شود. جو مملو از حس خوب است. هوا با افراد شادتر و پرانرژی‌تر می‌درخشد. آنها نزدیکتر می‌ایستند، صمیمانه‌تر می‌خندند و به یکدیگر دست دراز می‌کنند. من احساس می‌کنم در یک مهمانی فوق‌العاده شرکت می‌کنم که ساعت‌هاست ادامه دارد.

نیازی به گفتن یک کلمه نیست

تکنیک سلام دوست قدیمی حتی جایگزین زبان می‌شود. هر زمان که به کشورهایی سفر می‌کنید که به زبان مادری آنها صحبت نمی‌کنید، حتماً از آن استفاده کنید. اگر خود را با گروهی از افرادی می‌بینید که همگی به زبانی صحبت می‌کنند که برای شما ناشناخته است، فقط آنها را گروهی از دوستان قدیمی خود تصور کنید. همه چیز خوب است، فقط آنها برای لحظه‌ای فراموش کرده‌اند که چگونه انگلیسی صحبت کنند. علیرغم این واقعیت که شما یک کلمه را هم نمی‌فهمید، تمام بدن شما همچنان با صمیمیت و پذیرش پاسخ می‌دهد.

من در سفر به اروپا از تکنیک سلام دوست قدیمی استفاده کرده‌ام. گاهی اوقات دوستان انگلیسی زبان من که در آنجا زندگی می‌کنند به من می‌گویند که همکاران اروپایی آنها می‌گویند که من صمیمی‌ترین

آمریکایی هستم که تا به حال ملاقات کرده‌اند. با این حال، ما هرگز یک کلمه بین خودمان صحبت نکرده بودیم!

یک پیشگویی خودکامبخش

یک مزیت دیگر تکنیک سلام دوست قدیمی این است که به یک پیشگویی خودکامبخش تبدیل می‌شود. وقتی طوری رفتار می‌کنید که انگار کسی را دوست دارید، واقعاً شروع به دوست داشتن او می‌کنید. مطالعه‌ای از دانشگاه آدلفی با عنوان مناسب "باور اینکه دیگری شما را دوست دارد یا دوست ندارد: رفتارهایی که باعث می‌شوند باورها به حقیقت تبدیل شوند" این را ثابت کرد. محققان به داوطلبان گفتند که با افراد مورد مطالعه بی‌خبر طوری رفتار کنند که انگار آنها را دوست دارند. نتایج بعداً نشان داد که داوطلبان واقعاً افراد مورد مطالعه را دوست داشتند. از افراد مورد مطالعه بی‌خبر نیز نظرسنجی شد. این پاسخ‌دهندگان احترام و محبت بسیار بیشتری نسبت به داوطلبانی ابراز کردند که وانمود می‌کردند آنها را دوست دارند. در نهایت، عشق، عشق می‌آفریند، دوست داشتن، دوست داشتن می‌آفریند، احترام، احترام می‌آفریند. از تکنیک سلام دوست قدیمی استفاده کنید و به زودی دوستان "قدیمی" جدید زیادی خواهید داشت که در نهایت واقعاً شما را دوست خواهند داشت.

اکنون تمام اصول اولیه را دارید تا به عنوان یک شخص مهم، یک شخص مهم دوستانه، با هر کسی که ملاقات می‌کنید، برخورد کنید. اما کار شما هنوز تمام نشده است. علاوه بر اینکه دوست داشته باشید، می‌خواهید معتبر، باهوش و مطمئن به نظر برسید. هر یک از سه تکنیک بعدی یکی از این اهداف را محقق می‌کند.

چگونه در نظر همه ۱۰۰٪ معتبر به نظر برسید

دوست من هلن یک استخدام کننده بسیار محترم است. او استخدام‌های فوق‌العاده‌ای برای مشتریان انجام می‌دهد و من یک بار از او راز موفقیتش را پرسیدم. هلن پاسخ داد: "احتمالاً به این دلیل که تقریباً همیشه می‌توانم بگویم که یک متقاضی چه زمانی دروغ می‌گوید."

"چطور می‌توانید بفهمید؟"

او گفت: "خب، همین هفته گذشته، من در حال مصاحبه با یک زن جوان برای سمت مدیر بازاریابی برای یک شرکت کوچک بودم. در طول مصاحبه، متقاضی با پای چپ روی پای راستش نشسته بود. دستانش به راحتی در دامنش قرار گرفته بود و مستقیماً به من نگاه می کرد.

"من حقوقش را پرسیدم. او بدون اینکه چشمانش را از من برگرداند، به من گفت. من پرسیدم که آیا از کارش لذت می برد. او در حالی که هنوز مستقیماً به من نگاه می کرد، گفت: "بله." سپس از او پرسیدم که چرا شغل قبلی خود را ترک کرده است.

هلن ادامه داد: "در آن لحظه، چشمانش به سرعت به سمت دیگری رفت و سپس دوباره با من تماس چشمی برقرار کرد." "سپس، در حالی که به سؤال من پاسخ می داد، روی صندلی خود جابجا شد و پای راست خود را روی پای چپش انداخت. در یک نقطه، دستانش را جلوی دهانش گذاشت."

هلن گفت: "این تمام چیزی بود که من نیاز داشتم. او با کلماتش به من می گفت که احساس می کند "فرصت های رشد او در شرکت قبلی اش محدود بود." اما بدنش به من گفت که او کاملاً رک نیست."

هلن در ادامه توضیح داد که فقط بی قراری زن جوان ثابت نمی کند که او دروغ می گوید. با این وجود، او گفت، این کافی بود که او بخواهد این موضوع را بیشتر پیگیری کند.

هلن توضیح داد: "بنابراین من آن را آزمایش کردم." "من موضوع را عوض کردم و به منطقه خنثی تری برگشتم. در مورد اهدافش برای آینده از او پرسیدم. دوباره، دختر بی قراری را متوقف کرد. او در حالی که به من می گفت که چگونه همیشه می خواسته در یک شرکت کوچک کار کند تا تجربه عملی با بیش از یک پروژه داشته باشد، دستانش را در دامنش جمع کرد.

"سپس من سؤال قبلی خود را تکرار کردم. دوباره پرسیدم که آیا فقط عدم فرصت رشد باعث شده است که او موقعیت قبلی خود را ترک کند. مطمئناً، یک بار دیگر، زن روی صندلی خود جابجا شد و برای لحظه ای تماس چشمی را قطع کرد. همانطور که او به صحبت در مورد آخرین شغل خود ادامه می داد، شروع به مالیدن ساعد خود کرد."

هلن به کاوش ادامه داد تا اینکه سرانجام حقیقت را کشف کرد. متقاضی به دلیل اختلاف نظر شدید با مدیر بازاریابی که برای او کار می کرد، اخراج شده بود.

متخصصان منابع انسانی که با متقاضیان مصاحبه می‌کنند و افسران پلیسی که از مظنونان جنایی بازجویی می‌کنند، برای تشخیص دروغ آموزش دیده‌اند. آنها به طور خاص می‌دانند که به دنبال چه سیگنال‌هایی باشند. بقیه ما، اگرچه از سرنخ‌های خاص فریب آگاه نیستیم، اما وقتی کسی حقیقت را به ما نمی‌گوید، حس ششم داریم.

همین اواخر یکی از همکارانم در نظر داشت که یک مسئول رزرو داخلی استخدام کند. او پس از مصاحبه با یک نفر به من گفت: "نمی‌دانم. من واقعاً فکر نمی‌کنم که او آن موفقیتی را که ادعا می‌کند داشته باشد." من پرسیدم: "فکر می‌کنی به تو دروغ می‌گوید؟"

"مطمئناً. و نکته خنده‌دار این است که نمی‌توانم بگویم چرا. او درست به من نگاه کرد. او به تمام سوالات من مستقیماً پاسخ داد. فقط چیزی بود که درست به نظر نمی‌رسید."

کارفرمایان اغلب این احساس را دارند. آنها یک حس درونی در مورد کسی دارند، اما نمی‌توانند آن را درک کنند. به همین دلیل، بسیاری از شرکت‌های بزرگ به پلی گراف یا دروغ سنج روی می‌آورند، یک دستگاه مکانیکی که برای تشخیص اینکه آیا کسی دروغ می‌گوید یا نه طراحی شده است.

بانک‌ها، داروخانه‌ها و فروشگاه‌های مواد غذایی برای غربالگری قبل از استخدام به شدت به آن متکی هستند. FBI، وزارت دادگستری و اکثر ادارات پلیس از پلی گراف روی مظنونان استفاده کرده‌اند. جالب اینجاست که پلی گراف اصلاً دروغ سنج نیست! تمام کاری که دستگاه می‌تواند انجام دهد این است که نوسانات سیستم عصبی خودمختار ما را تشخیص دهد - تغییرات در الگوهای تنفس، تعریق، گرگرفتگی، ضربان قلب، فشار خون و سایر علائم برانگیختگی عاطفی.

پس آیا دقیق است؟ خب، بله، اغلب اوقات اینطور است. چرا؟ زیرا وقتی یک فرد معمولی دروغ می‌گوید، از نظر عاطفی برانگیخته می‌شود و تغییرات بدنی رخ می‌دهد. وقتی این اتفاق می‌افتد، فرد ممکن است بی‌قرار شود. با این حال، دروغگویان باتجربه یا آموزش دیده می‌توانند پلی گراف را فریب دهند.

مراقب ظاهر دروغگویی باشید – حتی زمانی که حقیقت را می‌گویید

مشکلات برای ما زمانی ایجاد می‌شود که دروغ نمی‌گوییم، اما احساساتی هستیم یا از طرف کسی که با او صحبت می‌کنیم می‌ترسیم. مرد جوانی که در مورد موفقیت تجاری خود به یک زن می‌گوید ممکن است وزن خود را تغییر دهد. زنی که در مورد سابقه شرکت خود با یک مشتری مهم صحبت می‌کند ممکن است گردن خود را بمالد.

مشکلات بیشتری از جو ناشی می‌شود. تاجری که اصلاً احساس عصبی نمی‌کند می‌تواند به دلیل گرم بودن اتاق یقه‌اش را شل کند. سیاستمداری که در فضای باز سخنرانی می‌کند می‌تواند به دلیل گرد و غبار بودن هوا بیش از حد پلک بزند. این حرکات بی‌قرار، هرچند اشتباه، به شنوندگان این حس را می‌دهند که چیزی درست نیست یا یک حس درونی که گوینده دروغ می‌گوید.

متخصصان ارتباطات، با هوشیاری نسبت به این خطر، آگاهانه هرگونه علامتی را که ممکن است کسی با بی‌ثباتی اشتباه بگیرد، از بین می‌برند. آنها نگاه ثابتی به شنونده دارند. آنها هرگز دستان خود را روی صورت خود نمی‌گذارند. آنها وقتی بازویشان سوزن سوزن می‌شود ماساژ نمی‌دهند یا وقتی بینی‌شان می‌خارد آن را نمی‌مالند. وقتی هوا گرم است یقه‌شان را شل نمی‌کنند یا چون هوا ماسه‌ای است پلک نمی‌زنند. آنها در ملاء عام دانه‌های ریز عرق را پاک نمی‌کنند یا چشمان خود را از خورشید محافظت نمی‌کنند. آنها رنج می‌برند زیرا می‌دانند که بی‌قراری، اعتبار را تضعیف می‌کند. مناظره تلویزیونی ریاست جمهوری بدنام ۲۵ سپتامبر ۱۹۶۰ بین ریچارد میلهاوس نیکسون و جان فیتزجرالد کندی را در نظر بگیرید. کارشناسان سیاسی حدس می‌زنند که نیکسون به دلیل نداشتن ظاهر آراسته، بی‌قراری و پاک کردن عرق پیشانی‌اش در دوربین، انتخابات را باخت.

اگر می‌خواهید به عنوان یک شخص کاملاً معتبر ظاهر شوید، سعی کنید تمام حرکات اضافی را زمانی که ارتباط شما مهم است، از بین ببرید. من این تکنیک را "بی‌قراری را محدود کنید" می‌نامم.

تکنیک شماره ۷

بی‌قراری را محدود کنید

هر زمان که مکالمه شما واقعاً مهم است، بگذارید بینی شما بخارد، گوش شما سوزن سوزن شود یا پای شما مور مور شود. بی‌قرار نباشید، تکان نخورید، وول نخورید، پیچ و تاب نخورید یا نخارانید. و مهمتر از همه،

پنجه‌هایتان را از صورتتان دور نگه دارید. حرکات دست در نزدیکی صورت و تمام بی‌قراری‌ها می‌تواند به شنونده شما این حس درونی را بدهد که شما دروغ می‌گویید.

حالا بیا بید به سراغ هوش برویم. شما می‌پرسید: "چی؟" "آیا مردم می‌توانند باهوش‌تر از آنچه واقعاً هستند به نظر برسند؟" خب، آیا تا به حال در مورد هانس، اسب شمارشگر، چیزی شنیده‌اید؟ هانس باهوش‌ترین اسب تاریخ محسوب می‌شد و از تکنیکی که می‌خواهم پیشنهاد کنم استفاده می‌کرد.

چگونه مردم را طوری بخوانید که انگار قدرت ادراک فراحسی دارید

هانس، اسبی بسیار باهوش، الهام بخش این تکنیک بعدی است. هانس متعلق به هر فون اوستن، اهل برلین، بود که هانس را برای انجام محاسبات ساده با ضربه زدن به سم جلوی راست خود آموزش داده بود. توانایی هانس چنان شگفت‌انگیز بود که شهرت این اسب در اوایل دهه ۱۹۰۰ به سرعت در سراسر اروپا گسترش یافت. او به عنوان هانس باهوش، اسب شمارشگر، شناخته شد.

هر فون اوستن به هانس آموخت که کارهای بیشتری از جمع انجام دهد. به زودی اسب توانست تفریق و تقسیم کند. با گذشت زمان، هانس باهوش حتی بر جدول ضرب نیز تسلط یافت. این اسب به یک پدیده تبدیل شد. هانس بدون اینکه صاحبش یک کلمه حرف بزند، می‌توانست تعداد حضار را بشمارد، تعداد افرادی را که عینک زده‌اند را با ضربه زدن نشان دهد یا به هر سؤال شمارشی که از او می‌پرسیدند پاسخ دهد.

در نهایت، هانس به توانایی نهایی که انسان را از حیوان جدا می‌کند - زبان - دست یافت. هانس الفبا را "یاد گرفت". او با ضربه زدن سم‌هایش برای هر حرف، به هر سؤالی در مورد هر چیزی که انسان‌ها در روزنامه خوانده یا از رادیو شنیده بودند، پاسخ می‌داد. او حتی می‌توانست به سؤالات رایج در مورد تاریخ، جغرافیا و زیست‌شناسی انسان پاسخ دهد.

هانس تیترا خبرها شد و موضوع اصلی بحث در مهمانی‌های شام در سراسر اروپا بود. "اسب انسان نما" به سرعت توجه دانشمندان، اساتید روانشناسی، دامپزشکان را به خود جلب کرد.

آنها طبیعتاً شکاک بودند، بنابراین یک کمیسیون رسمی برای تصمیم‌گیری در مورد اینکه آیا این اسب یک مورد حيله‌گری هوشمندانه است یا نبوغ اسبی، تشکیل دادند. هر چه که سوء ظن آنها بود، برای همه آشکار بود که هانس اسب بسیار باهوشی است. در مقایسه با اسب‌های دیگر، هانس یک اسب مهم بود.

به امروز برمی گردیم. چرا وقتی با افراد خاصی صحبت می کنید، فقط می دانید که آنها از افراد دیگر باهوش تر هستند - که آنها یک شخص مهم هستند؟ اغلب آنها در مورد موضوعات پیچیده بحث نمی کنند یا از کلمات قلمبه سلمبه استفاده نمی کنند. با این وجود، همه می دانند. مردم می گویند: "او خیلی باهوشه"، "او هیچ ترفندی را از دست نمی دهد"، "او همه چیز را می فهمد"، "او چیزهای درست را دارد"، "او عقل سلیم دارد." که ما را به هانس باز می گرداند.

روز آزمایش بزرگ فرا رسید. همه متقاعد شده بودند که این باید یک ترفند باشد که توسط هر فون اوستن، صاحب هانس، ترتیب داده شده است. سالن مملو از دانشمندان، خبرنگاران، فالگیرها، روانشناسان و دوستداران اسب بود که مشتاقانه منتظر پاسخ بودند. اعضای کمیسیون زیرک مطمئن بودند که این روزی است که آنها هانس را به عنوان یک حقه باز افشا می کنند، زیرا آنها نیز یک ترفند در آستین خود داشتند. آنها می خواستند فون اوستن را از سالن بیرون کنند و اسب او را به تنهایی آزمایش کنند.

وقتی جمعیت جمع شدند، به فون اوستن گفتند که باید سالن را ترک کند. صاحب متعجب آنجا را ترک کرد و هانس در سالی با تماشاگران مشکوک و مضطرب تنها ماند.

رهبر کمیسیون با اعتماد به نفس اولین سؤال ریاضی را از هانس پرسید. او با ضربه زدن به سم هایش پاسخ درست را داد! دومی. او درست فهمید! سپس سومی. سپس سؤالات زبان دنبال شد.

او همه آنها را درست فهمید!

کمیسیون گیج شده بود. منتقدان ساکت شدند. با این حال، مردم اینطور نبودند. آنها با فریاد بلند خواستار کمیسیون جدیدی شدند. جهان منتظر ماند در حالی که مقامات بار دیگر دانشمندان، اساتید، دامپزشکان، افسران سواره نظام و خبرنگاران را از سراسر جهان جمع کردند.

تنها پس از اینکه این کمیسیون دوم هانس را آزمایش کرد، حقیقت در مورد اسب باهوش آشکار شد. کمیسیون شماره دو تحقیق را به طور سرسری با یک مسئله جمع ساده آغاز کرد. با این حال، این بار، به جای اینکه سؤال را با صدای بلند بپرسند تا همه بشنوند، یک محقق عددی را در گوش هانس زمزمه کرد و محقق دوم عدد دیگری را زمزمه کرد. همه انتظار داشتند که هانس به سرعت با ضربه زدن به سم هایش جمع را بگوید. اما هانس لال ماند! آها! محققان حقیقت را برای جهانی که در انتظار بود آشکار کردند. می توانید حدس بزنید که آن چه بود؟

در اینجا یک اشاره وجود دارد: وقتی تماشاگران یا محقق پاسخ را می‌دانستند، هانس نیز می‌دانست. حالا می‌توانید حدس بزنید؟

مردم در لحظه ای که سم هانس تعداد ضربه‌های مناسب را می‌زد، سیگنال‌های بسیار ظریف زبان بدن را از خود نشان می‌دادند. هنگامی که هانس شروع به ضربه زدن به پاسخ یک سؤال می‌کرد، تماشاگران علائم ظریفی از تنش را نشان می‌دادند. سپس، هنگامی که هانس به عدد مناسب می‌رسید، آنها با بیرون دادن نفس یا شل شدن جزئی عضلات پاسخ می‌دادند. فون اوستن به هانس آموزش داده بود که در آن لحظه ضربه زدن را متوقف کند و بنابراین به نظر می‌رسد که پاسخ درست را می‌دهد.

هانس از تکنیکی استفاده می‌کرد که من آن را "عقل سلیم هانس" می‌نامم. او واکنش‌های مخاطبانش را با دقت زیر نظر داشت و پاسخ‌های خود را بر این اساس برنامه‌ریزی می‌کرد.

اگر یک اسب می‌تواند این کار را انجام دهد، شما هم می‌توانید

آیا تا به حال شده است که در حال تماشای تلویزیون باشید که تلفن زنگ می‌خورد؟ کسی از شما می‌خواهد که دکمه بی‌صدا را روی تلویزیون فشار دهید تا بتواند صحبت کند. از آنجایی که اکنون صدایی وجود ندارد، شما عمل تلویزیون را با دقت بیشتری تماشا می‌کنید. شما می‌بینید که بازیگران لب‌خند می‌زنند، اخم می‌کنند، پوزخند می‌زنند، چشمانشان را ریز می‌کنند و ده‌ها حالت دیگر را نشان می‌دهند. شما هیچ ذره‌ای از داستان را از دست نمی‌دهید، زیرا فقط از روی حالات آنها می‌توانید بگویید که آنها چه فکری می‌کنند. عقل سلیم هانس فقط همین است - تماشای مردم، دیدن اینکه چگونه واکنش نشان می‌دهند، و سپس بر این اساس حرکات خود را انجام دهید. حتی در حین صحبت، چشمان خود را به شنوندگان خود معطوف کنید و ببینید که آنها چگونه به آنچه می‌گویید پاسخ می‌دهند. هیچ ترفندی را از دست ندهید.

آیا آنها لب‌خند می‌زنند؟ آیا آنها سر تکان می‌دهند؟ آیا کف دست‌هایشان رو به بالاست؟ آنها از آنچه می‌شنوند خوششان می‌آید.

آیا آنها اخم می‌کنند؟ آیا آنها به جای دیگری نگاه می‌کنند؟ آیا بند انگشتان آنها گره کرده است؟ شاید اینطور نباشد.

آیا آنها گردن خود را می‌مالند؟ آیا آنها به عقب قدم می‌گذارند؟ آیا پاهایشان به سمت در است؟ شاید آنها می‌خواهند فرار کنند. شما در اینجا به یک دوره کامل زبان بدن نیاز ندارید. در حال حاضر تجربه زندگی

شما پایه خوبی در این زمینه به شما داده است. اکثر مردم می‌دانند که اگر طرف مقابلشان به عقب قدم بگذارد یا به جای دیگری نگاه کند، به آنچه شما می‌گویید علاقه‌ای ندارد. وقتی فکر می‌کنند که شما مایه دردسر هستید، گردن خود را می‌مالند. وقتی احساس برتری نسبت به شما می‌کنند، دستان خود را به حالت مناره در می‌آورند.

ما جزئیات بیشتر زبان بدن را در تکنیک شماره ۷۷: فروش با نگاه بررسی خواهیم کرد. در حال حاضر، تنها کاری که باید انجام دهید این است که به کانال بی‌صدا که توسط گوینده پخش می‌شود، گوش دهید.

تکنیک شماره ۸

عقل سلیم هانس

هنگام صحبت کردن، عادت کنید که در یک مسیر دوگانه قرار بگیرید. خودتان را بیان کنید، اما به دقت به این موضوع توجه کنید که شنونده شما چگونه به آنچه می‌گویید واکنش نشان می‌دهد. سپس حرکات خود را بر این اساس برنامه ریزی کنید.

اگر یک اسب می‌تواند این کار را انجام دهد، یک انسان نیز می‌تواند. مردم خواهند گفت که شما همه چیز را می‌فهمید. شما هیچ ترفندی را از دست نمی‌دهید.

شما عقل سلیم دارید.

اکنون هشت تکنیک دارید که به شما کمک می‌کند به عنوان یک فرد با اعتماد به نفس، معتبر و کاریزماتیک ظاهر شوید که هر کسی را که با او در تماس است، احساس کند یک میلیون دلار می‌ارزد. بیایید آخرین تکنیک را در این بخش بررسی کنیم تا همه چیز را کنار هم قرار دهیم و مطمئن شویم که هیچ ضربه‌ای را از دست نمی‌دهید.

چگونه مطمئن شوید که حتی یک ضربه را هم از دست نمی‌دهید

اسکی حرفه‌ای را در تلویزیون دیده‌اید؟ ورزشکار در بالای پیست، هر ماهیچه آماده و آماده، منتظر اسلحه است تا او را به پیروزی نهایی سوق دهد. عمیقاً به چشمان او نگاه کنید و خواهید دید که او یک تجربه خارج از بدن دارد. در چشم ذهنش، اسکی باز در حال پایین آمدن از شیب است، به سرعت بین تیرک‌ها

حرکت می‌کند و در زمانی سریع‌تر از آنچه جهان فکر می‌کرد ممکن است، از خط پایان عبور می‌کند. ورزشکار در حال تجسم است.

همه ورزشکاران این کار را انجام می‌دهند: غواصان، دوندگان، پرندگان، پرتاب کنندگان نیزه، لژسواران، شناگران، اسکیت بازان، آکروبات بازان. آنها قبل از انجام جادوی خود آن را تجسم می‌کنند. آنها بدن خود را می‌بینند که خم می‌شود، می‌چرخد، می‌پرد یا در هوا پرواز می‌کند. آنها صدای باد، صدای آب، صدای وزوز نیزه، صدای افتادن آن را می‌شنوند. آنها بوی چمن، سیمان، استخر، گرد و غبار را حس می‌کنند. قبل از اینکه یک ماهیچه را حرکت دهند، ورزشکاران حرفه‌ای کل فیلم را تماشا می‌کنند که البته به پیروزی خودشان ختم می‌شود.

روانشناسان ورزشی به ما می‌گویند که تجسم فقط برای ورزشکاران سطح بالای رقابتی نیست. مطالعات نشان می‌دهد که تمرین ذهنی به ورزشکاران آخر هفته کمک می‌کند تا گلف، تنیس، دویدن یا هر فعالیت مورد علاقه خود را تقویت کنند. کارشناسان موافقند که اگر قبل از انجام فعالیت، تصاویر را ببینید، صداها را بشنوید و حرکات بدن خود را در ذهن خود احساس کنید، تأثیر آن قدرتمند است.

"بیست و شش مایل روی تشک من"

چرندیات روانی؟ مطلقاً نه!

دوست من ریچارد در ماراتن‌ها می‌دود. یک بار، چند سال پیش، فقط سه هفته قبل از ماراتن بزرگ نیویورک، یک ماشین از کنترل خارج شد و به ریچارد برخورد کرد و او را به بیمارستان بردند. او به شدت مجروح نشده بود. با این وجود، دوستانش برای او متأسف بودند زیرا دو هفته استراحت مطلق در رختخواب، طبیعتاً او را از این رویداد بزرگ محروم می‌کرد.

چه غافلگیری‌ای بود که صبح آن روز ماراتن نوامبر در سنترال پارک، ریچارد با شورت کوچک و کفش‌های بزرگ دویدنش حاضر شد.

همه ما فریاد زدیم: "ریچارد، دیوانه شدی؟ تو در شرایطی نیستی که بدوی. تو این چند هفته گذشته در رختخواب بودی!"

او پاسخ داد: "ممکن است بدنم در رختخواب بوده باشد، اما من در حال دویدن بوده‌ام."

ما به اتفاق پرسیدیم: "چی؟"

"آره. هر روز. بیست و شش مایل، ۳۸۵ یارد، درست روی تشک من." ریچارد توضیح داد که در تخیلش خود را می‌دید که هر قدم از مسیر را طی می‌کند. او مناظر را می‌دید، صداها را می‌شنید و حرکات تکان دهنده را در عضلاتش احساس می‌کرد. او خود را در حال مسابقه در ماراتن تجسم می‌کرد.

ریچارد به خوبی سال قبل عمل نکرد، اما معجزه این است که او به لطف تجسم خود، بدون آسیب دیدگی، بدون خستگی زیاد، ماراتن را به پایان رساند. این در تقریباً هر تلاشی که آن را به کار می‌برد، از جمله یک ارتباط‌دهنده عالی بودن، جواب می‌دهد.

تجسم زمانی بهترین عملکرد را دارد که کاملاً احساس آرامش کنید. فقط زمانی که حالت ذهنی آرامی دارید می‌توانید تصاویر واضح و روشنی به دست آورید. تجسم خود را در سکوت خانه یا ماشین خود قبل از رفتن به مهمانی، همایش یا جلسه معامله بزرگ انجام دهید. همه چیز را از قبل در چشم ذهنتان ببینید.

اکنون مهارت‌های لازم را دارید تا با هر فرد جدیدی در زندگی خود، کار را با پای راست شروع کنید. به خودتان در

تکنیک شماره ۹

قبل از اینکه صحنه را بسازید، صحنه را تماشا کنید

از قبل تمرین کنید که آن شخص فوق‌العاده‌ای باشید که می‌خواهید باشید. خودتان را ببینید که با وضعیت بدنی "از دندان‌هایتان آویزان شوید" راه می‌روید، دست می‌دهید، "لبخند سیل‌آسا" می‌زنید و "چشمان چسبنده" می‌سازید. بشنوید که با همه راحت گپ می‌زنید. لذت دانستن اینکه در اوج فرم هستید و همه به سمت شما جذب می‌شوند را احساس کنید. خودتان را به عنوان یک شخص فوق‌العاده تجسم کنید. سپس همه چیز به طور خودکار اتفاق می‌افتد.

این لحظات اول مانند یک موشک در حال بلند شدن هستند. هنگامی که افراد در کیپ کندی یک فضاپیما را به سمت ماه نشانه می‌گیرند، یک اشتباه در میلیونیم درجه در ابتدا، زمانی که فضاپیما هنوز روی زمین است، به معنای از دست دادن ماه با هزاران مایل است. به همین ترتیب، یک اشتباه کوچک در زبان بدن در آغاز یک رابطه ممکن است به این معنی باشد که شما هرگز با آن شخص ارتباط برقرار نخواهید کرد. اما با "لبخند سیل‌آسا"، "چشمان چسبنده"، "چشمان اپوکسی"، "از دندان‌هایتان آویزان شوید"، "چرخش کودک بزرگ"، "سلام دوست قدیمی"، "بی‌قراری را محدود کنید"، "عقل سلیم هانس" و "قبل از اینکه

صحنه را بسازید، صحنه را تماشا کنید"، شما در مسیر درستی خواهید بود تا هر چیزی را که در نهایت از هر کسی می‌خواهید - چه تجارت، چه دوستی یا عشق - به دست آورید.

اکنون از دنیای خاموش به دنیای گفتاری می‌رویم.

بخش ۲

چگونه بدانیم بعد از اینکه "سلام" کردیم چه بگوییم

همانطور که اولین نگاه باید چشم آنها را خشنود کند، اولین کلمات شما نیز باید گوش آنها را نوازش دهد. زبان شما یک فرش خوشامدگویی است که روی آن یا "خوش آمدید" یا "برو" حک شده است. برای اینکه شریک مکالمه شما احساس خوشامدگویی کند، باید بر گپ‌های کوتاه مسلط شوید.

گپ‌های کوتاه! آیا می‌توانید صدای لرزش را بشنوید؟ این دو کلمه کوچک، ستونی را در قلب برخی از افراد نترس و بی‌باک فرو می‌کنند. آنها را به مهمانی‌ای دعوت کنید که هیچ کس را نمی‌شناسند، و این حالت تهوع را به رگ‌هایشان تزریق می‌کند.

اگر این برای شما آشنا به نظر می‌رسد، از این واقعیت که هر چه فرد باهوش‌تر باشد، بیشتر از گپ‌های کوتاه متنفر است، تسلی خاطر پیدا کنید. هنگام مشاوره برای شرکت‌های فورچون ۵۰۰، من شگفت زده شدم. مدیران ارشد، که کاملاً از صحبت‌های بزرگ با هیئت مدیره خود یا خطاب قرار دادن سهامداران خود راحت بودند، اعتراف کردند که در مهمانی‌هایی که پیچ‌ها کمتر از حد شگفت‌انگیز بود، احساس می‌کردند بچه‌های کوچک گمشده هستند.

کسانی که از گپ‌های کوتاه متنفرند، از این واقعیت که شما در جمع افراد مشهور هستید، بیشتر تسلی خاطر پیدا می‌کنند. ترس از گپ‌های کوتاه و ترس از صحنه یک چیز هستند. پروانه‌هایی که وقتی در اتاقی پر از غریبه هستید در معده‌تان احساس می‌کنید، در اطراف شکم بهترین اجراکنندگان می‌چرخند. پابلو کازالس از ترس مادام العمر از صحنه شکایت داشت. کارلی سایمون به دلیل آن اجراهای زنده را محدود کرد. یکی از دوستانم که با نیل دایموند کار می‌کرد، گفت که او اصرار داشت که کلمات "آهنگ آبی خوانده شده"، آهنگی که او چهل سال است می‌خواند، روی تله پرامپتر او نمایش داده شود، مبادا ترس او را در فراموشی منجمد کند.

آیا ترس از گپ‌های کوتاه قابل درمان است؟

دانشمندان می‌گویند روزی ممکن است ترس‌های ارتباطی با دارو قابل درمان باشد. آنها در حال حاضر در حال آزمایش پروزاک برای تغییر شخصیت افراد هستند. اما برخی از عوارض جانبی فاجعه بار آن می‌ترسند. خبر خوب این است که وقتی انسان‌ها فکر می‌کنند و واقعاً احساسات خاصی را احساس می‌کنند - مانند اعتماد به نفس که تکنیک‌های خاصی برای تکیه کردن دارند - مغز پادزهرهای خود را تولید می‌کند. اگر ترس و بی‌زاری از گپ‌های کوتاه بیماری است، دانستن تکنیک‌های محکمی مانند مواردی که در این بخش بررسی می‌کنیم، درمان است.

اتفاقاً، علم در حال شروع به تشخیص این موضوع است که این شانس یا حتی تربیت نیست که یک نفر دلش پروانه دارد و دیگری ندارد. در مغز ما، نورون‌ها از طریق مواد شیمیایی به نام انتقال دهنده‌های عصبی ارتباط برقرار می‌کنند. برخی از افراد سطوح بیش از حدی از یک انتقال دهنده عصبی به نام نوراپی نفرین دارند، که پسر عمومی شیمیایی آدرنالین است. برای برخی از کودکان، فقط ورود به اتاق مهدکودک باعث می‌شود که آنها بخواهند بدون و زیر میز پنهان شوند.

من در کودکی زمان زیادی را زیر میز گذراندم. به عنوان یک نوجوان در یک مدرسه شبانه روزی دخترانه، هر بار که مجبور می‌شدم با یک مرد صحبت کنم، پاهایم به لینگویین تبدیل می‌شد. در کلاس هشتم، یک بار مجبور شدم یک پسر را به جشن مدرسه‌مان دعوت کنم. تمام مردان حاضر در خوابگاه مدرسه برادر ما زندگی می‌کردند. و من فقط یک ساکن را می‌شناختم، یوجین. من سال قبل در اردوی تابستانی با یوجین آشنا شده بودم. با جمع کردن تمام شجاعت، تصمیم گرفتم با او تماس بگیرم.

دو هفته قبل احساس کردم که کف دست‌هایم عرق کرده است. من تماس را به تعویق انداختم. یک هفته قبل، ضربان قلبم تند شد. من

تماس را به تعویق انداختم. در نهایت، سه روز قبل از مهمانی بزرگ، نفس کشیدن برایم سخت شد. زمان داشت تمام می‌شد.

من استدلال کردم که لحظه بحرانی اگر از روی یک متن بخوانم آسان‌تر خواهد بود. من موارد زیر را نوشتم: "سلام، لیل هستم. ما تابستان گذشته در اردوگاه ملاقات کردیم. یادت هست؟" (من مکثی را برنامه ریزی کردم که امیدوار بودم او بگوید "بله.") "خب، جشن مدرسه کلیسای جامع ملی شنبه شب است و من دوست دارم که تو با من بیایی." (من مکث دیگری را برنامه ریزی کردم که دعا می‌کردم او بگوید "بله.")

پنجشنبه قبل ، دیگر نمی توانستم به تعویق بیندازم. گوشی را برداشتم و شماره گرفتم. در حالی که منتظر بودم یوجین جواب دهد، چشمانم قطرات عرق را که از بازویم می غلتیدند و از آرنج من می چکیدند، دنبال می کردند. یک گودال کوچک نمکی در اطراف پاهایم تشکیل شده بود.

صدای مردانه بم از تلفن خوابگاه پاسخ داد: "بله؟"

با صدایی سریع تر از گلوله، مانند یک بازاریاب تلفنی تازه کار عصبی، من گفتم: "سلام، لیل هستم. ما-در-اردوگاه-ملاقات-کردیم-تابستان-گذشته-یادت-هست؟"

من که فراموش کردم برای موافقت او مکث کنم، با عجله ادامه دادم: "خب-جشن-مدرسه-کلیسای-جامع-ملی-این-شنبه-شب-است-و-من-دوست-دارم-که-تو-با-من-بیایی."

با کمال تعجب و خوشحالی، صدای بلند و شادی را شنیدم که می گفت: "اوه، عالیه، خیلی دوست دارم!" من اولین نفس عادی را در تمام روز بیرون دادم. او ادامه داد: "ساعت ۷:۳۰ در خوابگاه دخترها دنبالت می آیم. یک میخک صورتی برایت می آورم. آیا با لباست می آید؟ و نام من دانی است."

دانی؟ دانی! چه کسی در مورد دانی چیزی گفت؟

خب، دانی بهترین قرار ملاقاتی بود که در آن دهه داشتم. دانی دندان های خرگوشی، سر پر از موهای قرمز ژولیده و مهارت های ارتباطی داشت که بلافاصله من را آرام کرد.

شنبه شب، دانی با میخک در دست و پوزخند بر لب، در را به رویم باز کرد. او به طور خود کم بینانه ای شوخی کرد که چگونه در آرزوی رفتن به جشن بود، بنابراین، با دانستن اینکه این یک مورد اشتباه هویت است، به هر حال پذیرفت. او به من گفت که وقتی "دختری با صدای دوست داشتنی" تماس گرفت، هیجان زده شد.

همانطور که گپ می زدیم، دانی به من احساس راحتی و اعتماد به نفس داد. ابتدا گپ های کوتاه زدیم و سپس او به تدریج من را به سمت موضوعاتی که به آنها علاقه داشتم هدایت کرد. من عاشق دانی شدم و او اولین نامزد من شد.

دانی به طور غریزی مهارت های گپ های کوتاه را داشت که اکنون می خواهیم آنها را به تکنیک هایی تبدیل کنیم تا به شما کمک کند مانند یک چاقوی داغ که از کره عبور می کند، از میان گپ های کوتاه عبور کنید. وقتی بر آنها مسلط شوید، می توانید - مانند دانی - قلب هر کسی را، ذوب کنید.

البته هدف "چگونه با هر کسی صحبت کنیم" این نیست که شما را به یک متخصص گپ‌های کوتاه تبدیل کند و در آنجا متوقف شود. هدف این است که شما را به یک مکالمه‌گر پویا و یک ارتباط‌دهنده قوی تبدیل کند. با این حال، گپ‌های کوتاه اولین قدم مهم برای رسیدن به این هدف است.

چگونه گپ‌های کوتاه عالی را شروع کنیم

شما آنجا بوده‌اید. شما در یک مهمانی یا جلسه کاری با کسی آشنا می‌شوید. دست می‌دهید، چشمانتان به هم می‌رسد... و ناگهان تمام دانش شما خشک می‌شود و فرآیندهای فکری شما به طور ناگهانی متوقف می‌شود. شما به دنبال موضوعی می‌گردید تا سکوت ناخوشایند را پر کنید. در صورت شکست، مخاطب جدید شما به سمت سینی چای می‌رود.

ما می‌خواهیم اولین کلماتی که از لبان ما می‌افتد، درخشان، شوخ و روشن‌گر باشد. ما می‌خواهیم شنوندگان ما فوراً تشخیص دهند که ما چقدر جذاب هستیم. من یک بار در جمعی بودم که همه درخشان، شوخ، روشن‌گر و جذاب بودند. این من را دیوانه کرد زیرا اکثر این افراد احساس می‌کردند که باید این را در ده کلمه اول یا کمتر ثابت کنند!

چند سال پیش، سازمان منسا، یک گروه اجتماعی از افراد بسیار باهوش که در ۲ درصد برتر هوش کشور قرار دارند، از من دعوت کرد تا سخنران اصلی کنوانسیون سالانه آنها باشم. مهمانی آنها در لابی هتل در حال انجام بود که من رسیدم. پس از ورود، چمدان‌هایم را از میان انبوه به سمت آسانسور کشیدم. درها از هم جدا شدند و من وارد آسانسوری شدم که پر از شرکت کنندگان در مهمانی بود. همانطور که سفر خود را به طبقات مربوطه خود آغاز کردیم، آسانسور چند تکان خواب آلود داشت.

"هوم،" در پاسخ به کندی آسانسور، گفتم: "به نظر می‌رسد آسانسور کمی مشکل دارد." ناگهان، هر یک از سرنشینان آسانسور، که احساس می‌کردند مجبورند ضریب هوشی بالای ۱۳۲ خود را به نمایش بگذارند، با توضیحی رعدآسا به جلو هجوم آوردند. یکی اعلام کرد: "بدیهی است که تراز راهنمای ریل ضعیفی دارد." دیگری اظهار داشت: "تماس رله برقرار نشده است." ناگهان احساس کردم ملخی هستم که در یک بلندگوی استریو گیر افتاده‌ام. نمی‌توانستم صبر کنم تا از حمله غول‌های ذهنی فرار کنم.

بعداً، در خلوت اتاقم، به گذشته فکر کردم و فکر کردم که پاسخ‌ها واقعاً جالب بود. پس چرا من واکنش منفی داشتم؟ متوجه شدم که خیلی زیاد و خیلی زود بود. خسته بودم. انرژی و شدت بالای آنها با حالت تنبل من در تضاد بود.

می‌بینید، گپ‌های کوتاه در مورد حقایق یا کلمات نیست. در مورد موسیقی است، در مورد ملودی. گپ‌های کوتاه در مورد راحت کردن مردم است. در مورد ایجاد صداها، آرامش بخش با هم مانند میو میو گربه‌ها، زمزمه کودکان یا شعار دادن گروه‌ها است. ابتدا باید با خلق و خوی شنونده خود مطابقت داشته باشید.

مانند تکرار نت روی هارمونیک معلم موسیقی، بهترین ارتباط‌دهندگان لحن صدای شنونده خود را دریافت می‌کنند و آن را تکرار می‌کنند. به جای اینکه با چنین شدتی وارد شوند، منسانی‌ها می‌توانستند برای لحظه‌ای با خلق و خوی بی‌حال من مطابقت داشته باشند و بگویند: "بله، کند است، اینطور نیست؟" اگر آنها سپس اطلاعات خود را با این جمله شروع می‌کردند: "آیا تا به حال کنجاو بوده‌اید که چرا یک آسانسور کند است؟" من با صداقت پاسخ می‌دادم: "بله، بوده‌ام." پس از لحظه‌ای از سطوح انرژی برابر، من از توضیحات آنها در مورد تراز راهنمای ریل یا هر چیز دیگری که بود استقبال می‌کردم. و دوستی‌ها ممکن بود شروع شود.

مطمئنم که شما از پرخاشگری ناشی از عدم تطابق خلق و خو رنج برده‌اید. آیا تا به حال شده است که در حال استراحت باشید و یک همکار بیش از حد هیجان زده و نفس نفس زنان شروع به بمباران شما با سؤالات کند؟ یا برعکس: شما دیر کرده‌اید، در حال عجله برای رفتن به یک جلسه هستید، که یکی از همکارانتان شما را متوقف می‌کند و شروع به روایت تنبلا نه یک داستان طولانی و خسته کننده می‌کند. مهم نیست که داستان چقدر جالب باشد، شما الان نمی‌خواهید آن را بشنوید.

اولین قدم برای شروع مکالمه بدون خفه کردن آن، تطبیق خلق و خوی شنونده است، حتی اگر فقط برای یک یا دو جمله باشد. وقتی صحبت از گپ‌های کوتاه می‌شود، به موسیقی فکر کنید، نه به کلمات. آیا شنونده شما آداجیو است یا آلگرو؟ با آن سرعت مطابقت داشته باشید. من به آن "تطبیق خلق و خو" می‌گویم.

تطبیق خلق و خوی آنها می‌تواند فروش را ایجاد یا از بین ببرد

تطبیق خلق و خوی مشتریان برای فروشندگان بسیار مهم است. چند سال پیش، تصمیم گرفتم یک مهمانی غافلگیرکننده برای بهترین دوست من، استلا، ترتیب دهم. قرار بود یک مهمانی سه‌گانه باشد زیرا او سه رویداد را جشن می‌گرفت. اول، تولد استلا بود. دوم، او به تازگی نامزد کرده بود. و سوم، استلا به تازگی شغل رویایی خود را به دست آورده بود. او از دوران دبستان دوست من بود و من از خوشحالی در جشن تولد-نامزدی-تبریک او در پوست خود نمی‌گنجیدم.

شنیده بودم یکی از بهترین رستوران‌های فرانسوی شهر یک اتاق پشتی جذاب برای مهمانی‌ها دارد. حدود ساعت ۵ بعد از ظهر یک روز، من با خوشحالی وارد رستوران شدم و متوجه شدم که سر میزبان با بی‌حالی به دفترچه رزرو خود نگاه می‌کند. من با هیجان در مورد جشن سه‌گانه استلا شروع به پیچ کردم و درخواست کردم که آن اتاق پشتی افسانه‌ای را که خیلی در مورد آن شنیده‌ام ببینم. او بدون لبخند یا حرکت دادن ماهیچه‌ای گفت: "اتاق در پشت است. اگر دوست دارید می‌توانید آن را ببینید."

خراب شد. چه مهمانی خراب کنی! خلق و خوی غمگین او تمام روحیه مهمانی را از من گرفت و دیگر نمی‌خواستم فضای احمقانه او را اجاره کنم. قبل از اینکه حتی به اتاق نگاه کنم، او اجاره را از دست داد. من رستوران او را ترک کردم و قول دادم جایی را پیدا کنم که مدیریت حداقل به نظر برسد که شادی این مناسبت شاد را به اشتراک می‌گذارد.

هر مادری این را به طور غریزی می‌داند. برای ساکت کردن یک نوزاد ناله، ماما فقط انگشتش را تکان نمی‌دهد و فریاد نمی‌زند: "ساکت شو." نه، ماما بچه را بغل می‌کند. ماما با همدردی کودک برای چند لحظه گریه می‌کند: "آه، آه، آه." سپس ماما به تدریج هر دوی آنها را به صداهای خوشحال هیس هیس تبدیل می‌کند. شنوندگان شما همه بچه‌های بزرگ هستند! اگر می‌خواهید آنها گریه کردن را متوقف کنند، خرید را شروع کنند یا به روش تفکر شما برسند، با خلق و خوی آنها مطابقت داشته باشید.

تکنیک شماره ۱۰

تطبیق خلق و خو

قبل از باز کردن دهان، یک "نمونه صدا" از شنونده خود بگیرید تا وضعیت روحی او را تشخیص دهید. یک "عکس روانی" از حالت چهره او بگیرید تا ببینید آیا شنونده شما شاد، خسته یا گیج به نظر می‌رسد. اگر می‌خواهید مردم را به سمت افکار خود بیاورید، باید با خلق و خوی و لحن صدای آنها مطابقت داشته باشید، حتی اگر فقط برای یک لحظه باشد.

چگونه طوری صحبت کنیم که انکار شخصیت فوق‌العاده‌ای دارید (مهم نیست چه می‌گویید!)

یک بار در یک مهمانی، مردی را دیدم که توسط طرفداران شنوندگان مشتاق احاطه شده بود. آن مرد لبخند می‌زد، اشاره می‌کرد و بدیهی است که مخاطبان خود را مجذوب خود کرده بود. من رفتم تا به این سخنران جذاب گوش کنم. به جمع تحسین‌کنندگان او پیوستم و برای یک یا دو دقیقه به حرف‌هایش گوش دادم.

ناگهان، متوجه شدم: آن مرد پیش پا افتاده‌ترین چیزها را می‌گفت! متن او کسل کننده بود. آه، اما او مشاهدات بی‌روح خود را با چنان اشتیاقی بیان می‌کرد، و بنابراین، گروه را مسحور خود نگه می‌داشت. این من را متقاعد کرد که همه چیز آن چیزی نیست که شما می‌گویید، بلکه نحوه گفتن شماست.

"وقتی با مردم ملاقات می‌کنم، یک جمله آغازین خوب چیست؟"

من اغلب این سؤال را می‌پرسم و همان پاسخی را می‌دهم که زنی که قبلاً در دفتر من کار می‌کرد همیشه به من می‌گفت. داتی اغلب برای کار در طول ناهار در میز می‌ماند. گاهی اوقات، وقتی برای ساندویچ فروشی می‌رفتم، از او می‌پرسیدم: "هی داتی، برای ناهار چه چیزی برایت بیاورم؟"

داتی، در تلاش برای جلب رضایت، می‌گفت: "اوه، هر چیزی برای من خوب است."

می‌خواستم فریاد بزنم: "نه، داتی!" "بگو چه می‌خواهی. ژامبون و پنیر روی نان چاودار؟ کالباس روی نان گندم کامل، بدون سس مایونز؟ کره بادام زمینی و ژله با موز ورقه شده؟ خاص باش. "هر چیزی" در دسر ساز است."

هر چقدر هم که ناامید کننده باشد، پاسخ من به سؤال خط شروع "هر چیزی!" است زیرا تقریباً هر چیزی که می‌گویید واقعاً خوب است - تا زمانی که مردم را آرام کند و پرشور به نظر برسد.

چگونه مردم را آرام می‌کنید؟ با متقاعد کردن آنها که حالشان خوب است و شما دو نفر شبیه هم هستید. وقتی این کار را می‌کنید، دیوارهای ترس، سوء ظن و بی‌اعتمادی را می‌شکنید.

چرا پیش پا افتادگی پیوند ایجاد می‌کند

ساموئل اول هایاکاوا رئیس کالج، سناتور ایالات متحده و تحلیلگر زبان‌شناس درخشان ژاپنی الاصل بود. او این داستان را برای ما تعریف می‌کند که ارزش، به قول خودش، "اظهارات غیر اصلی" را نشان می‌دهد.

در اوایل سال ۱۹۴۳ - پس از حمله به پرل هاربر در زمانی که شایعاتی مبنی بر جاسوسان ژاپنی وجود داشت - هایاکاوا مجبور شد چندین ساعت در ایستگاه راه آهن در اوشکوش، ویسکانسین منتظر بماند. او متوجه شد که دیگران که در ایستگاه منتظر بودند با سوء ظن به او خیره شده‌اند. آنها به دلیل جنگ از حضور او بیمناک بودند. او بعداً نوشت: "یک زوج با یک کودک کوچک با ناراحتی خاصی خیره شده بودند و با هم پچ پچ می‌کردند."

پس هایاکاوا چه کرد؟ او اظهارات غیر اصلی‌ای را بیان کرد تا آنها را آرام کند. او به شوهر گفت که خیلی بد است که قطار در چنین شب سردی دیر شده است. مرد موافقت کرد.

هایاکاوا نوشت: "من ادامه دادم و گفتم که سفر با یک کودک کوچک در زمستان که برنامه‌های قطار خیلی نامشخص است، باید خیلی سخت باشد." باز هم شوهر موافقت کرد. من سپس سن کودک را پرسیدم و گفتم که فرزندشان خیلی بزرگ به نظر می‌رسد.

و دوباره موافقت، این بار با لبخندی جزئی. تنش در حال کاهش بود.

پس از دو یا سه گفتگوی دیگر، مرد از هایاکاوا پرسید: "امیدوارم از مطرح کردن آن ناراحت نشوید، اما شما ژاپنی هستید، اینطور نیست؟ آیا فکر می‌کنید ژاپنی‌ها شانس برای پیروزی در این جنگ دارند؟"

هایاکاوا پاسخ داد: "خب، حدس شما به خوبی حدس من است. من چیزی بیشتر از آنچه در روزنامه‌ها می‌خوانم نمی‌دانم. اما از نظر من، من نمی‌بینم که چگونه ژاپنی‌ها، با کمبود زغال سنگ و فولاد و نفت... می‌توانند کشوری قدرتمند صنعتی مانند ایالات متحده را شکست دهند."

هایاکاوا ادامه داد: "اظهارات من مسلماً نه اصلی بود و نه آگاهانه. صدها مفسر رادیو... در طول آن هفته‌ها تقریباً همین حرف را می‌زدند. اما فقط به این دلیل که آنها بودند، این جمله آشنا به نظر می‌رسید و در سمت راست بود، بنابراین موافقت با آن آسان بود."

مرد ویسکانسینی بلافاصله با چیزی که به نظر می‌رسید تسکین واقعی است موافقت کرد. جمله بعدی او این بود: "بگو، امیدوارم خانواده‌ات در طول جنگ آنجا نباشند."

هایاکاوا پاسخ داد: "بله، آنها هستند." "پدر و مادر و دو خواهر کوچکم آنجا هستند."

مرد پرسید: "آیا تا به حال از آنها خبری می‌گیری؟"

هایاکاوا پاسخ داد: "چطور می‌توانم؟"

هم مرد و هم همسرش نگران و دلسوز به نظر می‌رسیدند.

"منظورت این است که تا بعد از پایان جنگ نمی‌توانی آنها را ببینی یا از آنها خبری بگیری؟"

مکالمه بیشتر از این بود، اما نتیجه این شد که در عرض ده دقیقه آنها از هایاکاوا - که در ابتدا ممکن بود مشکوک به جاسوس ژاپنی بودن او باشند - دعوت کردند تا زمانی در شهرشان به آنها سر بزند و در خانه آنها شام بخورد. و همه اینها به خاطر گپ‌های کوتاه معمولی و غیر اصلی این محقق درخشان بود. بهترین ارتباط‌دهندگان می‌دانند که آرامش بخش‌ترین و مناسب‌ترین کلمات اول باید مانند سناتور هایاکاوا غیر اصلی، حتی پیش پا افتاده باشد.

اما نه بی تفاوت. هایاکاوا احساسات خود را با صداقت و اشتیاق بیان کرد.

صعود از پیش پا افتادگی

البته لازم نیست با اظهارات پیش پا افتاده بمانید. اگر متوجه شدید که همراه شما باهوشی یا شوخ طبعی از خود نشان می‌دهد، شما هم با آن مطابقت داشته باشید. سپس مکالمه به طور طبیعی و سازگار پیشرفت می‌کند. در آن عجله نکنید، در غیر این صورت، مانند منسانی‌ها، به نظر می‌رسد که در حال خودنمایی هستید. نکته اصلی در مورد اولین کلمات شما این است که شجاعت پیش پا افتادگی خود را داشته باشید. زیرا به یاد داشته باشید، مردم بیشتر از متن شما به لحن شما توجه می‌کنند.

تکنیک شماره ۱۱

پیش پا افتادگی با اشتیاق

نگران اولین کلمات خود هستید؟ نترسید، زیرا ۸۰ درصد از برداشت شنونده شما به هر حال هیچ ربطی به کلمات شما ندارد. تقریباً هر چیزی که در ابتدا می‌گویید خوب است. مهم نیست که متن چقدر پیش پا افتاده باشد، یک خلق و خوی همدلانه، یک رفتار مثبت و یک ارائه پرشور شما را هیجان انگیز جلوه می‌دهد.

"هر چیزی، به جز سوسیس جگر!"

برگردیم به داتی که پشت میزش منتظر ساندویچش است. گاهی اوقات که در حالی که سرم را می‌خاراند از در بیرون می‌رفتم و فکر می‌کردم چه چیزی برایش بیاورم، او دنبالم صدا می‌زد: "هر چیزی، به جز سوسیس جگر."

ممنون داتی، این کمی کمک کننده است.

در اینجا "هر چیزی، به جز سوسیس جگر" من در مورد گپ‌های کوتاه آمده است. هر چیزی که می‌گویید خوب است تا زمانی که شکایت، بی‌ادبی یا

ناخوشایند نباشد. اگر اولین کلماتی که از دهان شما خارج می‌شود شکایت است - بوم - مردم شما را یک شاکی می‌دانند. چرا؟ زیرا آن شکایت، نمونه ۱۰۰ درصدی آشنای جدید شما از شما تاکنون است. شما می‌توانید شادترین فرد دنیا باشید، اما آنها از کجا می‌دانند؟ اگر اولین نظر شما شکایت است، شما یک غرغرو هستید. اگر اولین کلمات شما بی‌ادبانه است، شما یک فرد چندش‌آور هستید. اگر اولین کلمات شما ناخوشایند است، شما یک آدم بدبو هستید. تمام شد و رفت.

به غیر از این موارد منفی، هر چیزی مجاز است. از آنها بپرسید اهل کجا هستند، میزبان مهمانی را از کجا می‌شناسند، کت و شلوار زیبایی که پوشیده‌اند را از کجا خریده‌اند - یا صدها مورد دیگر. ترفند این است که سؤال پیش پا افتاده خود را با اشتیاق بپرسید تا طرف مقابل را به صحبت کردن وادارید.

هنوز در مورد نزدیک شدن به غریبه‌ها کمی تردید دارید؟ بیایید در مسیر خود به سمت برقراری ارتباط معنادار، یک انحراف سریع داشته باشیم. من به شما سه تکنیک سریع برای ملاقات با مردم در مهمانی‌ها می‌دهم - سپس نه تکنیک دیگر برای اینکه گپ‌های کوتاه را نه چندان کوتاه کنید.

چگونه کاری کنیم که مردم بخواهند با شما مکالمه را شروع کنند

افرادی که در ملاقات با فرد ناشناخته ای مهارت دارند، یک تکنیک به طرز لذت بخشی منحرف کننده ایجاد کرده‌اند که برای اهداف شبکه‌سازی اجتماعی یا شرکتی به همان اندازه خوب عمل می‌کند. این تکنیک به هیچ مهارت استثنایی از طرف شما نیاز ندارد، فقط شجاعت به نمایش گذاشتن یک وسیله بصری ساده به نام "واتزیت" است.

واتزیت چیست؟ واتزیت هر چیزی است که می‌پوشید یا حمل می‌کنید که غیرمعمول است - یک سنجاق سینه منحصر به فرد، یک کیف پول جالب، یک کراوات عجیب یا یک کلاه بامزه. واتزیت هر شیئی است که توجه مردم را جلب می‌کند و آنها را ترغیب می‌کند که به شما نزدیک شوند و بپرسند: "اوه، آن چیست؟" واتزیت شما می‌تواند به همان اندازه که شخصیت و موقعیت شما اجازه می‌دهد، ظریف یا آشکار باشد.

من یک عینک قدیمی به گردنم می‌اندازم که شبیه یک مونوکل دوتایی است. اغلب افراد کنجکاو در یک گردهمایی به من نزدیک شده‌اند و پرسیده‌اند: "آن چیست؟" من توضیح می‌دهم که این یک لورگنت است که مادر بزرگم برای من گذاشته است، که البته راه را برای بحث در مورد نفرت از عینک، پیر شدن چشم‌ها،

عشق یا از دست دادن مادر بزرگ‌ها، علاقه به جواهرات عتیقه هموار می‌کند - هر کجا که باز پرس می‌خواهد آن را ببرد.

شاید، بدون اینکه بدانید، شما طعمه این تکنیک که به زودی افسانه‌ای می‌شود، شده‌اید. در یک گردهمایی، آیا تا به حال متوجه شده‌اید

کسی را دیده‌اید که دوست دارید با او صحبت کنید؟ سپس مغز خود را به زحمت انداخته‌اید تا بهانه‌ای برای نزدیک شدن به او پیدا کنید. چه نعمتی بود که متوجه شدید او چیزی عجیب، وحشی یا شگفت‌انگیز پوشیده است که می‌توانید در مورد آن نظر دهید.

راه واتزیت برای عشق

واتزیت شما یک کمک اجتماعی است، چه به دنبال پاداش‌های تجاری باشید و چه به دنبال یک عاشقانه جدید. دوست من الکساندر هر جا که می‌رود تسبیح یونانی با خود حمل می‌کند. او نگران نیست. او می‌داند هر زنی که بخواهد با او صحبت کند، می‌آید و می‌گوید: "آن چیست؟"

آقایان، در مورد آن فکر کنید. فرض کنید در یک مهمانی هستید. یک زن جذاب شما را در آن طرف اتاق می‌بیند. او می‌خواهد با شما صحبت کند، اما فکر می‌کند: "خب، آقا، شما جذاب هستید. اما، خدای من، چه می‌توانم به شما بگویم؟ شما هیچ واتزیتی ندارید."

یک جوینده واتزیت هم باشید

به همین ترتیب، در بررسی لباس کسانی که می‌خواهید به آنها نزدیک شوید، مهارت پیدا کنید. چرا به دستمال جیبی در جیب جلیقه سرمایه‌دار، سنجاق سینه روی سینه مطلقه ثروتمند یا انگشتر مدرسه روی انگشت مدیر عاملی که می‌خواهید در شرکت او کار کنید، ابراز علاقه نکنید؟

سرمایه‌داری که مشکوک هستید ممکن است صد تا از ویجت‌های شما را بخرد، یک سنجاق سینه کوچک چوب گلف دارد؟ بگویید: "بخشید، من نتوانستم جلوی خودم را بگیرم و متوجه سنجاق سینه جذاب شما شدم. آیا شما گلف باز هستید؟ من هم هستم. در چه زمین‌هایی بازی کرده‌اید؟"

کارت ویزیت شما و واتزیت شما مصنوعات اجتماعی مهمی هستند. چه سوار آسانسور باشید، چه از پله‌ها بالا بروید یا در مسیر مهمانی قدم بزنید، مطمئن شوید که واتزیت شما برای همه قابل مشاهده است.

تکنیک شماره ۱۲

همیشه یک واتزیت بپوشید

هر زمان که به یک گردهمایی می‌روید، چیزی غیرعادی بپوشید یا حمل کنید تا به افرادی که شما را غریبه جذابی در آن طرف اتاق شلوغ می‌بینند، بهانه‌ای برای نزدیک شدن بدهید. "بخشید، من نتوانستم جلوی خودم را بگیرم و متوجه ... آن چیست؟"

تکنیک سریع بعدی توسط سیاستمداران مصمم و سرسختی ابداع شد که اگر فکر می‌کنند او می‌تواند برای کمپین‌هایشان مفید باشد، اجازه نمی‌دهند حتی یک نفر از شرکت کنندگان در مهمانی فرار کند. من آن را تکنیک "هوزات" می‌نامم.

چگونه با افرادی که می‌خواهید ملاقات کنید، ملاقات کنید

فرض کنید بدن فرد مهم تجاری که می‌خواهید با او ملاقات کنید را به دقت بررسی کرده‌اید. شما از نوک موهای سر تا نوک انگشتان پاهایش را بیهوده جستجو کرده‌اید. او حتی یک واتزیت هم ندارد.

اگر در یافتن چیزی برای اظهار نظر به مشکل برخوردید، به تکنیک هوزات متوسل شوید. مانند یک سیاستمدار سرسخت، به سراغ میزبان مهمانی بروید و بگویید: "آن مرد/زن آن طرف جالب به نظر می‌رسد. او کیست؟" سپس درخواست معرفی کنید. مردد نباشید. میزبان مهمانی خوشحال خواهد شد که یکی از مهمانان را جالب می‌دانید.

با این حال، اگر تمایلی ندارید که میزبان مهمانی را از سایر مهمانانش دور کنید، باز هم می‌توانید هوزات را اجرا کنید. این بار درخواست معرفی رسمی نکنید. فقط به اندازه کافی اطلاعات از میزبان مهمانی بگیرید تا شما را راه بیندازد. در مورد شغل، علایق و سرگرمی‌های غریبه اطلاعات کسب کنید.

فرض کنید میزبان مهمانی می‌گوید: "اوه، آن جو اسمیت است. من مطمئن نیستم شغلش چیست، اما می‌دانم که عاشق اسکی است." آها، شما به تازگی یخ شکن مورد نیاز خود را دریافت کرده‌اید. حالا شما مستقیماً به سمت جو اسمیت می‌روید. "سلام، تو جو اسمیت هستی، اینطور نیست؟ سوزان داشت به من می‌گفت که تو چه اسکی باز ماهر هستی. کجا اسکی می‌کنی؟" شما متوجه شدید.

تکنیک شماره ۱۳

هوزات

هوزات مؤثرترین و کم استفاده‌ترین (توسط غیرسیاسی‌ها) وسیله ملاقات با مردم است که تا کنون ابداع شده است. به سادگی از میزبان مهمانی بخواهید که شما را معرفی کند، یا چند واقعیت را بیرون بکشید که می‌توانید بلافاصله آنها را به یخ شکن تبدیل کنید.

حالا سومی در سه گانه کوچک ما برای ترفندهای ملاقات با کسی که می‌خواهید.

چگونه وارد یک جمعیت فشرده شویم

زنی که تصمیم گرفته‌اید باید با او ملاقات کنید، هیچ واتزیتی ندارد؟ نمی‌توانید میزبان را برای تکنیک هوزات پیدا کنید؟ بدتر از آن، او عمیقاً در حال گفتگو با گروهی از دوستانش است. به نظر می‌رسد که مانور دادن برای یک ملاقات کاملاً ناامید کننده است، اینطور نیست؟ شما نمی‌توانید فقط بگویید: "بخشید، فقط فکر کردم بیایم اینجا و سلام کنم."

هیچ مانعی جلوی سیاستمدار مصمم را نمی‌گیرد، که همیشه یک ترفند یا ده ترفند در آستین خود دارد. یک سیاستمدار به تکنیک "گوش دادن" متوسل می‌شود. البته استراق سمع تصاویر فعالیت‌های پنهانی را تداعی می‌کند - شنود تلفن، ورود غیرقانونی به واترگیت یا جاسوسانی که در سایه‌های تاریک پنهان می‌شوند. استراق سمع سابقه تاریخی در بین سیاستمداران دارد، بنابراین در مواقع اضطراری، به طور طبیعی به ذهن خطور می‌کند.

در مهمانی‌ها، نزدیک گروهی از افرادی که می‌خواهید به آنها نفوذ کنید بایستید. سپس منتظر یک یا دو کلمه باشید که بتوانید از آنها به عنوان گوه‌ای برای نفوذ به گروه استفاده کنید. "بخشید، من نتوانستم جلوی خودم را بگیرم و شنیدم که شما..." و سپس هر چیزی که در اینجا مرتبط است. به عنوان مثال، "من نتوانستم جلوی خودم را بگیرم و بحث شما در مورد برمودا را بشنوم. من ماه آینده برای اولین بار به آنجا می‌روم. پیشنهادی دارید؟"

اکنون شما در حلقه هستید و می‌توانید نظرات خود را به سمت هدف مورد نظر خود هدایت کنید.

تکنیک شماره ۱۴

گوش دادن

واتزیت ندارید؟ میزبان برای هوزات ندارید؟ مشکلی نیست! فقط پشت سر گروهی از افرادی که می‌خواهید به آنها نفوذ کنید، بروید و گوش‌هایتان را باز کنید. منتظر هر بهانه ضعیفی باشید و با "ببخشید، من نتوانستم جلوی خودم را بگیرم و شنیدم که..." وارد شوید.

آیا آنها غافلگیر خواهند شد؟ برای لحظه‌ای.

آیا آنها بر آن غلبه خواهند کرد؟ برای لحظه‌ای.

آیا شما در گفتگو خواهید بود؟ قطعاً!

حالا بیا بید دوباره سوار قطاری شویم که ابتدا شهر گپ‌های کوتاه را کاوش کرد و به سرزمین ارتباطات معنادار سفر کنیم.

چگونه "اهل کجا هستید؟" را هیجان انگیز جلوه دهیم

شما خواب نمی‌بینید که به مهمانی بروید. و امیدوارم که خواب نبینید که اجازه دهید مکالمه شما بی‌دفاع در برابر دو حمله اجتناب ناپذیر "اهل کجا هستید؟" و "چه کار می‌کنید؟" قرار بگیرد.

وقتی این سؤالات پرسیده می‌شود، اکثر مردم، مانند کوبیدن یک استیک یخ زده روی یک بشقاب چینی، یک تکه جغرافیای یخ زده یا عنوان شغلی گیج کننده را روی بشقاب مکالمه پرسشگر می‌اندازند. سپس پوزه بند را می‌بندند.

شما در یک همایش هستید. البته هر کسی که ملاقات می‌کنید می‌پرسد: "و اهل کجا هستید؟" وقتی پاسخ کوتاه شهر را به آنها می‌دهید: "اوه، من اهل ماسکاتین، آیووا هستم" (یا میلینوکت، مین؛ وینموکا، نوادا؛ یا هر جایی که آنها نام آن را نشنیده‌اند)، چه انتظاری جز یک نگاه خالی می‌توانید داشته باشید؟ حتی اگر اهل یک شهر بزرگ نسبتاً شیک مانند دنور، کلرادو؛ دیترویت، میشیگان؛ یا سن دیگو، کالیفرنیا باشید، از همه به جز اساتید تاریخ آمریکا، نگاهی وحشت زده دریافت خواهید کرد. آنها به سرعت مغز خود را به کار می‌اندازند و فکر می‌کنند: "بعدش چه بگویم؟" حتی نام شهرهای درجه یک جهان مانند نیویورک، شیکاگو، واشنگتن

و لس آنجلس نیز پاسخ‌های نه چندان جذابی را ایجاد می‌کنند. وقتی به مردم می‌گویم که اهل نیویورک هستم، از آنها چه انتظاری می‌رود که بگویند؟ "خب، اخیراً شاهد هیچ سرقت خوبی بودی؟"

به بشریت و خودتان لطف کنید. هرگز، هرگز، فقط یک پاسخ یک جمله‌ای به سؤال "اهل کجا هستید؟" ندهید. به پرسشگر مقداری سوخت برای باکش، مقداری خوراک برای آخورش بدهید. به ارتباط‌دهنده گرسنه چیزی بدهید تا از نظر مکالمه‌ای آن را بجدود. تنها چیزی که لازم است یک یا دو جمله اضافی در مورد شهر شما است - یک واقعیت جالب، یک مشاهده شوخ - تا پرسشگر را به مکالمه جذب کنید.

چند ماه پیش، یک انجمن صنفی از من دعوت کرد تا سخنران اصلی آن در مورد شبکه‌سازی و آموزش افراد برای تبدیل شدن به مکالمه‌گران بهتر باشم. درست قبل از سخنرانی من، من را به خانم دولین، که رئیس انجمن بود، معرفی کردند.

او پرسید: "حال شما چطور است؟"

من پاسخ دادم: "حال شما چطور است؟"

سپس خانم دولین لبخند زد و با اشتیاق منتظر نمونه‌ای از تخصص محرک مکالمه من بود. از او پرسیدم اهل کجاست. او یک "کلمبوس، اوهایو" یخ زده و یک پوزخند بزرگ مشتاقانه را روی بشقاب من انداخت. من مجبور شدم به سرعت پاسخ او را به یک مکالمه قابل هضم تبدیل کنم. ذهنم به سرعت به کار افتاد. الگوی فکری لیل: "قورت بده، کلمبوس، اوهایو. من هرگز آنجا نبوده‌ام، هوم. خدای من، من در مورد کلمبوس چه می‌دانم؟ من مردی به نام جف را می‌شناسم، یک سخنران موفق که در آنجا زندگی می‌کند. اما کلمبوس خیلی بزرگ است که بپرسم آیا او را می‌شناسد یا نه... و علاوه بر این، فقط بچه‌ها بازی "آیا فلانی را می‌شناسی" را انجام می‌دهند." جستجوی خاموش وحشت زده من ادامه یافت. "فکر می‌کنم نام آن از کریستف کلمب گرفته شده است... اما مطمئن نیستم، بنابراین بهتر است در این مورد دهانم را ببندم."

چهار یا پنج احتمال دیگر از ذهنم گذشت، اما من همه آنها را به عنوان خیلی واضح، خیلی نوجوانانه یا خیلی عجیب رد کردم.

متوجه شدم که ثانیه‌ها گذشته است و خانم دولین هنوز با لبخندی که به آرامی در حال محو شدن بود، آنجا ایستاده است. او منتظر من بود ("متخصصی" که قرار بود ظرف یک ساعت به انجمن صنفی او درس‌های مکالمه درخشان بدهد) تا کلمات شوخ طبعی یا خرد را بیرون بریزم.

با ناامیدی زمزمه کردم: "اوه، کلمبوس، وای"، و دیدم که صورتش به حالت نگران بیمار تبدیل شد که جراح با چاقوی آماده در دست از او می‌پرسد: "آپاندیس شما کجاست؟"

من هرگز مکالمه محرکی در مورد کلمبوس انجام ندادم. اما، درست در همان لحظه، زیر چاقو، تکنیک زیر را برای آیندگان ایجاد کردم. من به آن "شهر" می‌گویم.

تکنیک شماره ۱۵

شهر

هر زمان که کسی از شما سؤال اجتناب ناپذیر "و اهل کجا هستید؟" را پرسید، هرگز، هرگز، قدرت تخیل آنها را با یک پاسخ یک کلمه‌ای به چالش نکشید.

در مورد زادگاه خود حقایق جذابی را بیاموزید که شرکای مکالمه بتوانند در مورد آنها نظر دهند. سپس، وقتی آنها در پاسخ به طعمه شما چیز هوشمندانه‌ای می‌گویند، فکر می‌کنند که شما یک مکالمه‌گر عالی هستید.

طعمه‌های مختلف برای میگو یا کوسه

یک ماهیگیر از طعمه‌های مختلف برای صید ماهی باس یا ماهی آبی استفاده می‌کند. و شما بدیهی است که طعمه‌های مکالمه متفاوتی را برای به دام انداختن میگوهای ساده یا کوسه‌های پیچیده به کار می‌برید. قلاب شما باید به نوع فردی که با او صحبت می‌کنید مربوط باشد. من اصالتاً اهل واشنگتن دی سی هستم. اگر کسی مثلاً در یک گالری هنری از من بپرسد اهل کجا هستم، ممکن است پاسخ دهم: "واشنگتن دی سی - می‌دانید، توسط همان برنامه‌ریز شهری که پاریس را طراحی کرده است، طراحی شده است." این امر امکانات مکالمه را به هنر برنامه‌ریزی شهری، پاریس، برنامه‌های سایر شهرها، سفرهای اروپایی و غیره باز می‌کند.

در یک مهمانی اجتماعی مجردها، من پاسخ دیگری را انتخاب می‌کنم. "من اهل واشنگتن دی سی هستم. دلیل رفتن من این است که وقتی بزرگ می‌شدم، به ازای هر مرد هفت زن وجود داشت." اکنون مکالمه می‌تواند به سمت وجد یا عذاب مجرد بودن، کمبود مردان مطلوب در همه جا یا حتی احتمالات عاشقانه برود.

در یک گروه سیاسی، من یک واقعیت فعلی را از چهره سیاسی دائماً در حال تکامل واشنگتن بیان می‌کنم. نیازی به حدس و گمان در مورد انبوه احتمالات مکالمه نیست که این امر باز می‌کند.

طعمه‌های مکالمه خود را از کجا می‌آورید؟ با تلفن زدن به اتاق بازرگانی یا انجمن تاریخی شهر خود شروع کنید. در شبکه جهانی وب جستجو کنید و روی شهر خود کلیک کنید یا یک دایره المعارف قدیمی را باز کنید - همه منابع غنی برای مکالمات محرک آینده. کمی تاریخ، جغرافیا، آمار کسب و کار یا شاید چند واقعیت جالب را بیاموزید تا استخوان خنده دوستان آینده خود را قلقلک دهید.

شکست دولین الهام بخش تحقیقات بیشتر شد. به محض اینکه به خانه رسیدم، با اتاق بازرگانی کلمبوس و انجمن تاریخی تماس گرفتم.

فرض کنید شما هم اهل کلمبوس، اوهایو هستید و آشنای جدیدتان آن را روی شما می‌گذارد: "اهل کجا هستید؟" وقتی با یک تاجر صحبت می‌کنید، پاسخ شما می‌تواند این باشد: "من اهل کلمبوس، اوهایو هستم. می‌دانید که بسیاری از شرکت‌های بزرگ آزمایش محصول خود را در کلمبوس انجام می‌دهند زیرا از نظر تجاری بسیار معمولی است. در واقع، به آن "آمریکایی‌ترین شهر آمریکا" لقب داده‌اند. آنها می‌گویند که اگر در کلمبوس رونق یا شکست بخورد، در سطح ملی رونق یا شکست می‌خورد."

با کسی با نام خانوادگی آلمانی صحبت می‌کنید؟ در مورد دهکده تاریخی آلمانی کلمبوس با خیابان‌های آجری و خانه‌های کوچک فوق‌العاده به سبک دهه ۱۸۵۰ به او بگویید. مطمئناً الهام بخش داستان‌های کشور قدیمی خواهد بود.

نام خانوادگی شریک مکالمه شما ایتالیایی است؟ به او بگویید که جنوا، ایتالیا، شهر خواهرخوانده کلمبوس است.

با یک علاقه‌مند به تاریخ آمریکا صحبت می‌کنید؟ به او بگویید که کلمبوس در واقع از روی کریستف کلمب نامگذاری شده است و یک ماکت از سانتا ماریا در رودخانه سیوتو لنگر انداخته است. با یک دانش آموز صحبت می‌کنید؟ در مورد پنج دانشگاه در کلمبوس به او بگویید.

احتمالات ادامه دارد. آیا مشکوک هستید که شریک مکالمه شما تمایلات هنری دارد؟ شما به طور اتفاقی می‌گویید: "آه، کلمبوس خانه هنرمند جورج بلوز است."

اهالی کلمبوس، حتی اگر چیزی در مورد آنها نمی‌دانید، چند میان وعده خوشمزه برای پرسشگران آماده کنید. در اینجا یک چیز خوب است. به آنها بگویید که شما همیشه باید بگوییم "کلمبوس، اوهایو" زیرا کلمبوس، آرکانزاس نیز وجود دارد. کلمبوس، جورجیا؛ کلمبوس، ایندیانا؛ کلمبوس، کانزاس؛ کلمبوس، کنتاکی؛ کلمبوس، می سی سی پی؛ کلمبوس، مونتانا؛ کلمبوس، نبراسکا؛ کلمبوس، نیوجرسی؛ کلمبوس، نیومکزیکو؛ کلمبوس، کارولینای شمالی؛ کلمبوس، داکوتای شمالی؛ کلمبوس، پنسیلوانیا؛ کلمبوس، تگزاس؛ و کلمبوس، ویسکانسین. این امر احتمالات مکالمه را به پانزده ایالت دیگر گسترش می‌دهد. به یاد داشته باشید، همانطور که یک شخصیت برجسته نقل قول کرده است، "هیچ مردی به حرف شما گوش نمی‌دهد اگر نداند که نوبت بعدی اوست."

پی‌نوشتی بر تجربه جهنمی که من با کلمبوس داشتم. ماه‌ها بعد، من این ضربه روحی را به دوست سخنرانم از کلمبوس، جف، گفتم. جف توضیح داد که خانه او در واقع در یک شهر کوچک‌تر در چند دقیقه‌ای خارج از کلمبوس است.

"چه شهری، جف؟"

او گفت: "گهانا، اوهایو. گهانا در زبان عبری به معنای "جهنم" است،" و سپس توضیح داد که چرا فکر می‌کند مورخان عبری باستان روشن بین بوده‌اند.

ممنون جف، می‌دانستم که هرگز یک شهر را روی هیچ یک از شنوندگان خود نمی‌گذاری.

جگونه هر بار که می‌پرسند "و چه کار می‌کنید؟" برنده شویم

سومین مورد بعد از مرگ و مالیات، این اطمینان است که یک آشنای جدید به زودی خواهد گفت: "و چه کار می‌کنید؟" (آیا مناسب و صحیح است که آنها این سؤال را بپرسند؟ ما بعداً به این موضوع مهم خواهیم پرداخت.) در حال حاضر، این چند حرکت دفاعی به شما کمک می‌کند تا اعتبار ارتباط‌دهنده ماهر خود را هنگام پرسیدن این سؤال اجتناب ناپذیر حفظ کنید.

اول، مانند "شهر"، در پاسخ به سؤال نفر بهیر پرسشگر، پاسخ کوتاهی ندهید. وقتی فقط عنوان خود را می‌گویید: "من یک حسابدار/ممیز/نویسنده/اخترفیزیکدان هستم"، ماهی بیچاره را روی عرشه می‌اندازید که دست و پا می‌زند. رحم کنید تا او احساس نکند که یک فرد نادان است که می‌پرسد: "چه نوع حسابداری (ممیزی، نویسنده‌گی یا اخترفیزیک) انجام می‌دهید؟"

شما یک وکیل هستید. آن را به عهده افراد غیرمتخصص نگذارید که سعی کنند بفهمند شما واقعاً چه کار می‌کنید. آن را شرح دهید. یک داستان کوچک تعریف کنید که شریک مکالمه شما بتواند آن را درک کند. به عنوان مثال، اگر با یک مادر جوان صحبت می‌کنید، بگویید: "من یک وکیل هستم. شرکت ما در زمینه قانون کار تخصص دارد. در واقع، اکنون من درگیر پرونده‌ای هستم که یک شرکت..."

تکنیک شماره ۱۶

شغل

هنگامی که از شما سؤال اجتناب ناپذیر "و چه کار می‌کنید؟" پرسیده می‌شود، ممکن است فکر کنید که "من یک اقتصاددان/مربی/مهندس هستم" اطلاعات کافی برای ایجاد یک مکالمه خوب را ارائه می‌دهد. با این حال، برای کسی که اقتصاددان، مربی یا مهندس نیست، ممکن است به همان اندازه که می‌گویید "من یک دیرینه‌شناس/روانکاو/پورنوگراف هستم" برای او بی‌معنی باشد.

آن را شرح دهید. چند واقعیت خوشمزه در مورد شغل خود را برای آشنایان جدید مطرح کنید تا آنها را بچوند. در غیر این صورت، آنها به زودی بهانه‌ای پیدا می‌کنند و میان وعده‌های سینی پنیر را ترجیح می‌دهند.

"...شرکتی در واقع زنی را به دلیل گرفتن مرخصی زایمان اضافی که یک ضرورت پزشکی بود، اخراج کرد." یک مادر می‌تواند با این موضوع ارتباط برقرار کند.

با یک صاحب کسب و کار صحبت می‌کنید؟ بگویید: "من یک وکیل هستم. شرکت ما در زمینه قانون کار تخصص دارد. پرونده فعلی من مربوط به کارفرمایی است که توسط یکی از کارکنانش به دلیل پرسیدن سؤالات شخصی در طول مصاحبه اولیه شغلی مورد شکایت قرار گرفته است." یک صاحب کسب و کار می‌تواند با این موضوع ارتباط برقرار کند.

خاطرات دردناک از کسانی که شغل را نشان می‌دهند

من هنوز خاطرات دردناکی از لال شدن در هنگام مواجهه با کسانی که شغل را نشان می‌دهند، دارم. مانند زمانی که مردی در یک مهمانی شام به من گفت: "من یک دانشمند هسته‌ای هستم." "اوه، این باید جذاب باشد" ضعیف من، من را در چشم او به یک مولکول ذهنی تبدیل کرد.

مردی که در سمت دیگر من بود اعلام کرد: "من در زمینه ساینده‌های صنعتی هستم،" و سپس مکث کرد و منتظر ماند تا من تحت تأثیر قرار بگیرم. "خب، اوه، خدای من، شما باید قاضی زیرک شخصیت باشید تا در زمینه ساینده‌های صنعتی باشید" من هم جواب نداد. ما سه نفر در بقیه وعده غذایی در سکوت نشستیم.

همین ماه گذشته یک آشنای جدید لاف زد: "من قصد دارم بودیسم تبتی را در کالج اجتماعی تراکی میدوز تدریس کنم،" و سپس ساکت شد. من در مورد تراکی میدوز کمتر از بودیسم تبتی می‌دانستم.

هر زمان که مردم از شما می‌پرسند چه کار می‌کنید، به آنها احیای دهان به گوش بدهید تا بتوانند نفس بکشند و چیزی بگویند.

چگونه افراد را مانند بهترین میزبان معرفی کنیم

مهم است که به "تازه ملاقات کرده‌ها" در اولین لحظات عصبی آنها کمک کنیم.

"سوزان، می‌خواهم جان اسمیت را به شما معرفی کنم. جان، این سوزان جونز است." "خب، از جان و سوزان چه انتظاری دارید که بگویند؟"

"اسمیت؟ امم، S-M-I-T-H است، اینطور نیست؟"

"اوه، امم، خدای من، سوزان، خب، حالا، این یک نام جالب است."

تلاش خوب - فراموشش کن. جان یا سوزان را به خاطر اینکه چندان درخشان نیستند سرزنش نکنید. تقصیر کسی است که این دو را به همان روشی که اکثر مردم دوستان خود را به یکدیگر معرفی می‌کنند، معرفی کرده است. آنها طنابی را بدون طعمه می‌اندازند تا مردم دندان‌های خود را در آن فرو کنند.

برندگان بزرگ ممکن است زیاد صحبت نکنند، اما مکالمه هرگز در میان آنها به طور ناخواسته نمی‌میرد. آنها با تکنیک‌هایی مانند "معرفی از این امر مطمئن می‌شوند. وقتی آنها افراد را معرفی می‌کنند، با چند افزودنی ساده، یک بیمه نامه برای مکالمه می‌خرند: "سوزان، می‌خواهم جان را به شما معرفی کنم. جان یک قایق فوق‌العاده دارد که تابستان گذشته با آن سفر کردیم. جان، این سوزان اسمیت است. سوزان سردبیر مجله Shoestring Gourmet است."

اضافه کردن اطلاعات به معرفی، به سوزان این فرصت را می‌دهد تا بپرسد جان چه نوع قایقی دارد یا گروه به کجا رفته است. این به جان فرصتی می‌دهد تا در مورد عشق خود به نویسندگی صحبت کند. یا آشپزی. یا

از غذا. سپس مکالمه می‌تواند به طور طبیعی به سفر به طور کلی، زندگی در قایق‌ها، تعطیلات گذشته، دستور العمل‌های مورد علاقه، رستوران‌ها، بودجه‌ها، رژیم‌های غذایی، مجلات، سیاست‌های تحریریه - تا بی‌نهایت گسترش یابد.

تکنیک شماره ۱۷

معرفی

هنگامی که افراد را معرفی می‌کنید، یک قلاب بدون طعمه پرتاب نکنید و مانند یک صدف بزرگ آنجا نایستید و پوزخند بزنید، و تازه ملاقات کرده‌ها را رها کنید تا باله‌های خود را تکان دهند و به دنبال موضوعی بگردند. قلاب مکالمه را طعمه‌گذاری کنید تا آنها را در جریان امور قرار دهید. سپس می‌توانید آزادانه بمانید یا به سمت فرصت شبکه‌سازی بعدی بروید.

اگر در حین معرفی از ذکر شغل کسی راحت نیستید، به سرگرمی یا حتی استعداد او اشاره کنید. روز گذشته در یک گردهمایی، میزبان مردی به نام گیلبرت را معرفی کرد. او گفت: "لیل، می‌خواهم گیلبرت را به شما معرفی کنم. هدیه گیلبرت مجسمه‌سازی است. او حکاکی‌های مومی زیبایی می‌سازد." یادم می‌آید که فکر کردم: "هدیه - حالا این یک راه دوست داشتنی برای معرفی کسی و ایجاد مکالمه است."

با این دو تقویت‌کننده شخصیت، سه آغازگر مکالمه و سه توسعه دهنده کوچک، زمان آن رسیده است که یک قدم به سمت نردبان ارتباطات بردارید. حال بیایید از گپ‌های کوتاه برخیزیم و به دنبال راهی برای گفتگوی معنادارتر باشیم. تکنیک بعدی تضمین می‌کند که تبادل نظر برای شریک مکالمه شما جذاب باشد.

چگونه یک مکالمه در حال مرگ را احیا کنیم

شما قطعاً می‌توانید مکالمه را برای هر کسی که با او صحبت می‌کنید جذاب کنید. مانند دانی، قرار ملاقات من در جشن، شما به طور معجزه آسایی موضوعاتی را پیدا خواهید کرد که شنوندگان خود را مجذوب خود کند.

یک کار آگاه در مورد لغزش‌های زبان آنها باشید

مهم نیست که سرنخ چقدر مبهم باشد، شرلوک هلمز مطمئن است که به زودی از طریق ذره بین خود به آن خیره خواهد شد. مانند کارآگاه بی‌خطا، برندگان بزرگ می‌دانند، مهم نیست که سرنخ چقدر مبهم باشد، آنها موضوع مناسب را پیدا خواهند کرد. چطور؟ آنها به کارآگاهان کلمات تبدیل می‌شوند.

من یک دوست جوان به نام نانسی دارم که در یک خانه سالمندان کار می‌کند. نانسی عمیقاً به سالمندان اهمیت می‌دهد، اما اغلب از اینکه برخی از بیمارانش چقدر بدخلاق و کم حرف هستند، گله می‌کند. او ابراز تاسف می‌کند که در برقراری ارتباط با آنها مشکل دارد.

نانسی در مورد یک پیرزن به خصوص بدخلق به نام خانم اوتیس به من گفت که هرگز نمی‌توانست او را وادار به صحبت کند.

نانسی به من اطمینان داد: "یک روز، درست بعد از آن همه طوفان بارانی که هفته گذشته داشتیم، فقط برای اینکه گفتگو کنم، به خانم اوتیس گفتم: "هفته گذشته طوفان‌های وحشتناکی داشتیم، اینطور نیست؟" خب، "نانسی ادامه داد، "خانم اوتیس عملاً به من حمله کرد. او با لحنی تند گفت: "برای گیاهان خوب بوده است." از نانسی پرسیدم که چگونه به آن پاسخ داده است.

نانسی پاسخ داد: "چه می‌توانستم بگویم؟" "زن بدیهی است که من را قطع می‌کرد."

"آیا تا به حال به این فکر کرده‌اید که از خانم اوتیس بپرسید که آیا او گیاهان را دوست دارد؟" نانسی پرسید: "گیاهان؟"

من پیشنهاد دادم: "خب، بله." "خانم اوتیس موضوع را مطرح کرد." از نانسی خواستم که لطفی به من بکند. التماس کردم: "از او بپرس." نانسی مقاومت کرد، اما من پافشاری کردم. فقط برای اینکه من را ساکت کند، نانسی قول داد که از "پیرزن بدخلق، خانم اوتیس" بپرسد که آیا او گیاهان را دوست دارد.

روز بعد، نانسی حیرت زده از محل کار با من تماس گرفت. "لیل، از کجا می‌دانستی؟ خانم اوتیس نه تنها عاشق گیاهان بود، بلکه به من گفت که با یک باغبان ازدواج کرده است. امروز من یک مشکل متفاوت با خانم اوتیس داشتم. نمی‌توانستم او را ساکت کنم! او مدام در مورد باغش، شوهرش... صحبت می‌کرد."

بهترین ارتباط‌دهندگان می‌دانند که ایده‌ها از ناکجاآباد نمی‌آیند. اگر خانم اوتیس به این فکر افتاده بود که گیاهان را مطرح کند، پس باید با آنها رابطه‌ای داشته باشد. علاوه بر این، با ذکر این کلمه، به این معنی بود که او ناخودآگاه می‌خواست در مورد گیاهان صحبت کند.

به عنوان مثال، فرض کنید به جای اینکه به نظر نانسی در مورد باران با "برای گیاهان خوب است" پاسخ دهد، خانم اوتیس گفته بود: "به خاطر باران، گربه من نمی‌توانست بیرون برود." سپس نانسی می‌توانست در مورد گربه اش سؤال کند. یا فرض کنید او غر می‌زد: "برای آرتروز من بد است." آیا می‌توانید حدس بزنید که پیرزن اوتیس اکنون می‌خواهد در مورد چه چیزی صحبت کند؟

هنگام صحبت با هر کسی، گوش‌هایتان را باز نگه دارید و مانند یک کارآگاه خوب، به دنبال سرنخ‌ها باشید. مراقب هرگونه ارجاع غیرعادی باشید: هرگونه ناهنجاری، انحراف، انحراف یا استناد به

مکان، زمان یا شخص دیگری. در مورد آن سؤال کنید زیرا این سرنخ چیزی است که شریک مکالمه شما واقعاً از بحث در مورد آن لذت می‌برد.

اگر دو نفر وجه اشتراکی داشته باشند، وقتی علاقه مشترک پیش می‌آید، به طور طبیعی به آن می‌پردازند. به عنوان مثال، اگر کسی از بازی اسکواش (پرنده نگری یا جمع آوری تمبر) نام ببرد و شنونده این اشتیاق را به اشتراک بگذارد، می‌گوید: "اوه، تو هم اسکواش باز (یا پرنده نگر یا تمبر جمع کن) هستی!"

ترفند اینجاست: نیازی نیست که اسکواش باز، پرنده نگر یا تمبر جمع کن باشید تا با اشتیاق صحبت کنید. شما می‌توانید به سادگی "کارآگاه کلمات" باشید. وقتی به ارجاع می‌پردازید، گویی شما را نیز هیجان زده می‌کند، شما را به مکالمه‌ای تبدیل می‌کند که غریبه از آن لذت می‌برد. (ممکن است موضوع باعث خواب رفتن پاهای شما شود، اما این داستان دیگری است.)

تکنیک شماره ۱۸

کارآگاه کلمات باشید

مانند یک کارآگاه خوب، به تک تک کلمات شریک مکالمه خود گوش دهید تا سرنخ‌هایی از موضوع مورد علاقه او پیدا کنید. شواهد قرار است فاش شوند. سپس مانند یک کارآگاه به آن موضوع بپردازید. مانند شرلوک هلمز، شما سرنخ موضوعی را دارید که برای طرف مقابل جذاب است.

اکنون که مکالمه محرکی را آغاز کرده‌اید، بیایید تکنیکی را برای داغ نگه داشتن آن بررسی کنیم.

چگونه آنها را با انتخاب موضوع خود مجذوب خود کنیم – خودشان!

چند سال پیش، من و یکی از دوستانم در مهمانی‌ای شرکت کردیم که مملو از افراد مختلف بود. به نظر می‌رسید هر کسی که با او صحبت می‌کردیم زندگی جالبی دارد. بعد از بحث در مورد مهمانی، از دوستم پرسیدم: "دایان، از بین همه افراد هیجان انگیز مهمانی، از صحبت با چه کسی بیشتر لذت بردی؟"

او بدون تردید گفت: "اوه، بدون شک، دن اسمیت." از او پرسیدم: "دن چه کار می‌کند؟"

او پاسخ داد: "امم، خب، مطمئن نیستم."

"او کجا زندگی می‌کند؟"

دایان پاسخ داد: "امم، نمی‌دانم."

"خب، او به چه چیزی علاقه دارد؟"

"خب، ما واقعاً در مورد علایق او صحبت نکردیم."

پرسیدم: "دایان، در مورد چه چیزی صحبت کردید؟"

"خب، حدس می‌زنم بیشتر در مورد من صحبت کردیم."

با خودم فکر کردم: "آها." دایان به تازگی با یک برنده برخورد کرده است.

همانطور که معلوم شد، من چند ماه بعد از ملاقات با دن، برنده بزرگ، لذت بردم. ناآگاهی دایان در مورد زندگی او کنجکاوی من را برانگیخت، بنابراین او را برای جزئیات تحت فشار قرار دادم. همانطور که معلوم شد، دن در پاریس زندگی می‌کند، یک خانه ساحلی در جنوب فرانسه و یک خانه کوهستانی در آلپ دارد. او به سراسر جهان سفر می‌کند و نمایش‌های صدا و نور را برای اهرام و ویرانه‌های باستانی تولید می‌کند - و او یک علاقه‌مند به پرواز با کایت است.

آیا این مرد زندگی جالبی دارد یا نه؟

با این حال دن، وقتی دایان را ملاقات کرد، چیزی در مورد خودش نگفت. من به دن گفتم که دایان چقدر از ملاقات با او خوشحال است، اما چقدر کم در مورد زندگی او یاد گرفته است. دن به سادگی پاسخ داد: "خب، وقتی با کسی ملاقات می‌کنم، اگر در مورد زندگی او بپرسم، چیزهای بیشتری یاد می‌گیرم. من همیشه سعی می‌کنم توجه را به طرف مقابل معطوف کنم."

افراد واقعاً با اعتماد به نفس اغلب این کار را انجام می‌دهند. آنها می‌دانند که با گوش دادن بیشتر از صحبت کردن رشد می‌کنند. بدیهی است که آنها گوینده را نیز مجذوب خود می‌کنند.

خودتان را با یک تکنیک فروش برتر بفروشید

چند ماه پیش در یک کنوانسیون سخنرانان، من با یکی از همکارانم، برایان تریسی، صحبت می‌کردم. برایان کار درخشانی در آموزش فروشندگان برتر انجام می‌دهد. او برای دانش‌آموزانش از یک نورافکن گول پیکر می‌گوید که وقتی روی محصول آنها می‌تابد، به اندازه مشتری جذاب نیست. وقتی آنها نورافکن را روی مشتری می‌تابانند، فروش را انجام می‌دهند.

فروشندگان، این تکنیک به خصوص برای شما بسیار مهم است. "نورافکن چرخان" خود را از خود دور نگه دارید، فقط کمی روی محصول خود و درخشان‌ترین آن روی خریدار خود. شما کار بسیار بهتری در فروش خود و محصول خود انجام خواهید داد.

تکنیک شماره ۱۹

نورافکن چرخان

وقتی با کسی ملاقات می‌کنید، یک نورافکن چرخان گول پیکر بین خودتان تصور کنید. وقتی صحبت می‌کنید، نورافکن روی شماست. وقتی شخص جدید صحبت می‌کند، روی او می‌تابد. اگر آن را به اندازه کافی روشن بتابانید، غریبه از این واقعیت که شما به سختی کلمه‌ای در مورد خودتان گفته‌اید، کور خواهد شد. هر چه بیشتر آن را از خود دور نگه دارید، او شما را جالب‌تر می‌بیند.

چگونه دیگر نیازی به فکر کردن به "بعدش چی بگم؟" نداشته باشیم

البته لحظاتی پیش می‌آید که حتی افراد خارق‌العاده در مکالمه نیز به بن‌بست می‌رسند. غرغره‌های تک‌هجایی برخی افراد حتی برای استادان تکنیک "کارآگاه کلمات" نیز چیز زیادی باقی نمی‌گذارد.

اگر متوجه شدید که بیهوده در حال باد زدن آتش یک مکالمه در حال مرگ هستید (و اگر به دلایل سیاسی یا دلسوزی انسانی احساس می‌کنید که مکالمه باید ادامه یابد)، در اینجا یک ترفند مطمئن برای شعله‌ور شدن دوباره آتش وجود دارد. من آن را "تقلید طوطی وار" می‌نامم، به یاد آن پرنده گرمسیری زیبا که فقط با تکرار کلمات دیگران قلب همه را تسخیر می‌کند.

آیا تا به حال شده است که در خانه مشغول انجام کاری باشید و تلویزیون در پس زمینه روی یک بازی تنیس تنظیم شده باشد؟ صدای توپ را می‌شنوید که روی تور به جلو و عقب می‌رود - کلیک-کلونگ، کلیک-کلونگ، کلیک... این بار صدای کلونگ را نمی‌شنوید. توپ به زمین نخورد. چه اتفاقی افتاد؟ شما بلافاصله به تلویزیون نگاه می‌کنید.

به همین ترتیب در مکالمه، توپ مکالمه به جلو و عقب می‌رود. ابتدا شما صحبت می‌کنید، سپس شریک زندگی شما صحبت می‌کند، شما صحبت می‌کنید... و به همین ترتیب، به جلو و عقب می‌رود. هر بار، از طریق یک سری تکان دادن سر و غرغره‌های آرامش بخش مانند "ام هوم" یا "امم"، به شریک مکالمه خود می‌فهمانید که توپ در زمین شما فرود آمده است. این سیگنال "من گرفتم" شماست. ریتم مکالمه چنین است.

"بعدش چی بگم؟"

برگردیم به آن لحظه وحشتناک آشنا که نوبت شماست که صحبت کنید، اما ذهنتان خالی می‌شود. وحشت نکنید. به جای اینکه به صورت کلامی یا غیرکلامی نشان دهید که "متوجه شدم"، به سادگی دو یا سه کلمه آخر را که همراهتان گفته است، با لحنی دلسوزانه و پرسشی تکرار کنید - یا تقلید طوطی وار کنید. این کار توپ مکالمه را دوباره به زمین شریک زندگی شما می‌اندازد.

دوست من فیل گاهی اوقات من را از فرودگاه سوار می‌کند. معمولاً آنقدر خسته هستم که با بی‌ادبی روی صندلی مسافر می‌خوابم و فیل را به چیزی بیش از یک راننده تبدیل نمی‌کنم.

پس از یک سفر به خصوص طاقت فرسا چند سال پیش، چمدان‌هایم را در صندوق عقب او انداختم و روی صندلی جلو افتادم. همانطور که داشتم چرت می‌زدم، او گفت که شب قبل به تئاتر رفته است. معمولاً من فقط غر می‌زدم و به سمت بیهوشی می‌رفتم. با این حال، در این سفر خاص، من تکنیک تقلید طوطی وار را یاد گرفته بودم و مشتاق بودم آن را امتحان کنم. من با لحنی پرسشی تقلید طوطی وار کردم: "تئاتر؟"

او پاسخ داد: "بله، نمایش خیلی خوبی بود،" و کاملاً انتظار داشت که این آخرین کلمه در مورد این موضوع باشد، قبل از اینکه من به خواب همیشگی خود فرو بروم.

من تقلید طوطی وار کردم: "نمایش خیلی خوب؟" او که از علاقه من خوشحال شده بود، گفت: "بله، این یک نمایش جدید از استیون سوندهایم به نام سوئینی تاد است."

من دوباره تقلید طوطی وار کردم: "سوئینی تاد؟" حالا فیل داشت هیجان زده می‌شد. "آره، موسیقی عالی و یک داستان فوق‌العاده عجیب..."

من تقلید طوطی وار کردم: "داستان عجیب؟" خب، این تمام چیزی بود که فیل نیاز داشت.

برای نیم ساعت بعد، فیل داستان نمایش را در مورد یک آرایشگر لندن که به دنبال قتل مردم بود، برای من تعریف کرد. من نیمه چرت می‌زدم، اما به زودی تصمیم گرفتم که داستان او در مورد بریدن سر مردم توسط سوئینی تاد، خیال خواب آلود من را مختل می‌کند. بنابراین من به سادگی به عقب برگشتم و یکی از عبارات قبلی او را تقلید طوطی وار کردم تا او را در مسیر دیگری قرار دهم. "گفتی موسیقی عالی داره؟"

این کار جواب داد. در بقیه سفر چهل و پنج دقیقه‌ای به خانه‌ام، فیل برای من "زنان زیبا"، "بهترین‌ها در لندن" و سایر آهنگ‌های سوئینی تاد را خواند - همراهی بسیار بهتری برای چرت نیمه من. مطمئنم که تا به امروز، فیل به آن سفر به عنوان یکی از بهترین مکالماتی که تا به حال داشته‌ایم فکر می‌کند. و تنها کاری که من کردم این بود که چند عبارت او را تقلید طوطی وار کردم.

تکنیک شماره ۲۰

تقلید طوطی وار

دیگر هرگز لال نمانید. مانند یک طوطی، به سادگی چند کلمه آخر را که شریک مکالمه شما می‌گوید تکرار کنید. این کار توپ را دوباره به زمین او می‌اندازد و تنها کاری که باید انجام دهید این است که گوش دهید.

فروشنده‌گان، چرا وقتی به راحتی می‌توانید با تقلید طوطی وار آنها را از درختان تکان دهید، به دنبال مخالفت‌های واقعی مشتری باشید؟

با تقلید طوطی وار به سمت سود بروید

تقلید طوطی وار همچنین یک دروازکن برای باز کردن احساسات واقعی مردم است. فروشنده‌گان ستاره از آن برای رسیدن به مخالفت‌های احساسی مشتری خود استفاده می‌کنند، که اغلب حتی برای خودشان هم بیان نمی‌کنند. یکی از دوستان من، پل، یک فروشنده ماشین‌های دست دوم، به من گفت که فروش اخیر یک لامبورگینی را مدیون تقلید طوطی وار است.

پل با یک مشتری احتمالی و همسرش که علاقه خود را به یک "ماشین معقول" ابراز کرده بودند، در حال قدم زدن در محوطه بود. او داشت همه شورلت و فورد‌های معقول را در محوطه به آنها نشان می‌داد. همانطور که آنها به یک ماشین خانوادگی بسیار معقول نگاه می‌کردند، پل از شوهر پرسید که نظر او در مورد آن چیست. او با تأمل گفت: "خب، من مطمئن نیستم که این ماشین مناسب باشد..."

"برای شما مناسب است؟" لحن پرسشی پل به مشتری احتمالی این سیگنال را داد که او باید بیشتر بگوید.

مشتری احتمالی با ناراحتی گفت: "خب، امم، بله." "مطمئن نیستم که با شخصیت من سازگار باشد."

پل دوباره تقلید طوطی وار کرد: "با شخصیت شما سازگار باشد؟"

"می‌دانی، شاید من به چیزی کمی اسپرت‌تر نیاز دارم." پل تقلید طوطی وار کرد: "کمی اسپرت‌تر؟"

"خب، آن ماشین‌های آن طرف کمی اسپرت‌تر به نظر می‌رسند."

آها! طوطی پل فهمیده بود که کدام ماشین‌ها را به مشتری نشان دهد. همانطور که آنها به سمت یک لامبورگینی در محوطه می‌رفتند، پل دید که چشمان مشتری احتمالی برق می‌زند. یک ساعت بعد، پل کمیسیون زیادی به جیب زد.

می‌خواهید از صحبت کردن استراحت کنید تا گلویتان را نجات دهید؟ این تکنیک بعدی شریک مکالمه شما را به حرکت در می‌آورد، بنابراین تنها کاری که باید انجام دهید این است که گوش دهید (یا حتی در حالی که او با خوشرویی در حال صحبت است، یواشکی فرار کنید).

چگونه کاری کنیم که آنها با خوشحالی گپ بزنند (تا در صورت تمایل بتوانید فرار کنید!)

هر پدری وقتی بچه کوچکش در زمان خواب از او التماس می کند لبخند می زند: "بابا، بابا، دوباره داستان سه خرس کوچک را برای من تعریف کن" (یا شاهزاده خانمها یا اینکه چگونه تو و مامان با هم آشنا شدید). بابا می داند که جونیور بار اول آنقدر از داستان لذت برده است که می خواهد بارها و بارها آن را بشنود.

جونیور الهام بخش تکنیک زیر به نام "دوباره!" است که دو هدف را دنبال می کند. دوباره! باعث می شود یک همکار احساس کند یک پدر شاد است، و این یک راه عالی برای پیوند قلب به یک مکالمه در حال مرگ است.

من قبلاً روی کشتی ای کار می کردم که افسران ایتالیایی و عمدتاً مسافران آمریکایی داشت. هر هفته، افسران عرشه موظف بودند در مهمانی کاپیتان شرکت کنند. پس از سخنرانی کاپیتان با انگلیسی به طرز دلنشینی شکسته، افسران همواره با هم جمع می شدند و به زبان ایتالیایی صحبت می کردند. نیازی به گفتن نیست که درک اکثر مسافران از ایتالیایی به ماکارونی، اسپاگتی، سلامی و پیتزا ختم می شد.

به عنوان مدیر کشتی تفریحی، این وظیفه بر دوش من افتاد که افسران را وادار کنم با مسافران معاشرت کنند. تاکتیک نه چندان ظریف من این بود که دست یکی از افسران را بگیرم و به معنای واقعی کلمه او را به سمت جمعیتی خندان از مسافران منتظر بکشم. سپس افسر را معرفی می کردم و دعا می کردم که یا گربه زبانش را باز کند یا یک مسافر...

این اتفاق هرگز نیفتاد. من از مهمانی هفتگی کاپیتان وحشت داشتم.

یک شب، در حالی که در کابینم خواب بودم، با تکانهای شدید کشتی از این طرف به آن طرف از خواب بیدار شدم. گوش دادم و موتورهای خاموش بودند. یک علامت بد. لباسم را برداشتم و به سمت عرشه دویدم. از میان مه غلیظ، به سختی می توانستم کشتی دیگری را در فاصله نیم مایلی از ما تشخیص دهم. پنج یا شش افسر نرده محافظ سمت راست را گرفته بودند و به سمت دریا خم شده بودند. من به موقع رسیدم تا مردی را در مهتاب با باندازی روی یک چشم بینم که در حال بالا رفتن از نردبان به شدت در حال تکان خوردن ما بود. افسران بلافاصله او را به بیمارستان کشتی ما بردند. موتورهای دوباره روشن شدند و ما به راه افتادیم.

صبح روز بعد داستان کامل را فهمیدم. یک کارگر روی کشتی دیگر، یک کشتی باری، در حال سوراخ کردن یک سیلندر موتور بود. در حین کار، یک تکه فلز تیز و نازک مانند سوزن مانند موشک به چشم راست او شلیک شد. کشتی باری پزشک نداشت، بنابراین کشتی یک سیگنال اضطراری پخش کرد.

قوانین بین‌المللی دریا حکم می‌کند که هر کشتی‌ای که سیگنال پریشانی را می‌شنود باید پاسخ دهد. کشتی ما به کمک آمد و ملوان، در حالی که چشم خونریزی‌اش را گرفته بود، به داخل قایق نجات پایین آمد که او را به کشتی ما آورد. دکتر روسی، پزشک کشتی ما، با موفقیت توانست سوزن را از چشم کارگر خارج کند و در نتیجه بینایی او را نجات دهد.

بگویید "به آنها در مورد زمانی که شما..."

به مهمانی بعدی کاپیتان برویم. یک بار دیگر با چالش آشنای وادار کردن افسران به معاشرت و گپ‌های کوتاه با مسافران روبرو شدم. من سفر هفتگی خود را به سمت گروه افسران کم حرف انجام دادم تا یک یا دو نفر را بکشم و این بار دستم روی بازوی پزشک کشتی افتاد. او را به نزدیکترین گروه از مسافران خندان کشاندم و او را معرفی کردم. سپس

گفتم: "همین هفته گذشته دکتر روسی بینایی یک ملوان را در کشتی دیگری پس از یک عملیات نجات دراماتیک در نیمه شب نجات داد. دکتر روسی، مطمئنم این افراد دوست دارند در مورد آن بشنوند."

مثل یک عصای جادویی بود. در کمال تعجب، انگار دکتر روسی فوراً به زبان فرشتگان مسلط شده بود. انگلیسی شکسته تک‌هجایی قبلی او به فصاحت غلیظ تبدیل شد. او کل داستان را برای گروه رو به رشدی از مسافران که در اطراف او جمع شده بودند، تعریف کرد. من گروهی را که دکتر روسی مجذوب خود کرده بود ترک کردم تا افسر دیگری را به سمت مخاطبان منتظر بکشانم.

من بازوی راه‌راه کاپیتان را گرفتم، او را به سمت گروه دیگری از مسافران خندان کشاندم و گفتم: "کاپیتان کافیه‌رو، چرا در مورد عملیات نجات دراماتیک نیمه شبی که هفته گذشته انجام دادید به این افراد نمی‌گویید؟" گربه زبان کافیه‌رو را باز کرد و او شروع به صحبت کرد.

برگردیم به جمعیت تا اولین افسر را برای گروه بعدی پیدا کنیم. حالا دیگر می‌دانستم که یک برنده دارم. "آقای سالواگو، چرا به این افراد نمی‌گویید که چگونه هفته گذشته کاپیتان را در نیمه شب برای عملیات نجات دراماتیک نیمه شب بیدار کردید؟"

در آن زمان وقت آن بود که برگردم تا پزشک کشتی را از اولین گروه بیرون بکشم و او را به گروه بعدی مسافرانم ببرم. بار دوم حتی بهتر هم جواب داد. او با خوشحالی "دوباره!" خود را برای مخاطبان دوم آغاز کرد. همانطور که او در حال صحبت بود، من به سمت کاپیتان دویدم تا او را برای بار دوم برای صحبت با

گروه دیگری از جمعیت دور کنم. من احساس می‌کردم یک شعبده باز سیرک هستم که همه بشقاب‌ها را روی چوب می‌چرخاند. درست همانطور که یک مکالمه را به چرخش در می‌آوردم، مجبور می‌شدم به سمت اولین سخنران برگردم تا او را برای مخاطب دیگری بچرخانم.

مهمانی‌های کاپیتان برای من در بقیه فصل آسان بود. این سه افسر عاشق این بودند که داستان قهرمانی خود را در هر سفر دریایی برای افراد جدید تعریف کنند. تنها مشکل این بود که متوجه شدم داستان‌ها هر بار طولانی‌تر و مفصل‌تر می‌شوند. من مجبور شدم زمان‌بندی خود را برای وادار کردن آنها به انجام یک اجرای تکراری برای مخاطبان بعدی تنظیم کنم.

چگونه کاری کنیم که آنها با خوشحالی کپ بزنند (تا در صورت تمایل بتوانید فرار کنید!)

دوباره پخش کن، سام

"دوباره!" چیزی است که تماشاگران قدردان وقتی می‌خواهند آهنگ دیگری از خواننده، شعر دیگری از شاعر و در مورد من، داستان سرایی دیگری از افسران بشنوند، فریاد می‌زنند. دوباره! تکنیکی است که می‌توانید برای درخواست تکرار داستان از یک مشتری احتمالی، کارفرمای احتمالی یا یک آشنای ارزشمند استفاده کنید. در حالی که شما دو نفر با گروهی از افراد صحبت می‌کنید، به سادگی رو به او کنید و بگویید: "جان، شرط می‌بندم همه دوست دارند در مورد زمانی که آن ماهی باس راه‌راه سی پوندی را گرفتی بشنوند." یا: "سوزان، آن داستانی را که در مورد نجات بچه گربه از درخت به من گفتی برای همه تعریف کن." او البته امتناع خواهد کرد. اصرار کنید!

شریک مکالمه شما مخفیانه عاشق آن است. زیرمتن درخواست شما این است: "آن داستان شما آنقدر عالی بود که می‌خواهم دوستان دیگرم آن را بشنوند."

از این گذشته، فقط از کسانی که جمعیت را راضی می‌کنند خواسته می‌شود که دوباره اجرا کنند!

تکنیک شماره ۲۱

دوباره!

شیرین‌ترین صدایی که یک اجراکننده می‌تواند از میان تشویق‌ها بشنود، "دوباره! دوباره! بیایید دوباره آن را بشنویم!" است. شیرین‌ترین صدایی که شریک مکالمه شما می‌تواند از لبان شما بشنود وقتی با گروهی از افراد صحبت می‌کنید این است که "به آنها در مورد زمانی که شما..." بگویید.

هر زمان که در جلسه‌ای یا مهمانی با کسی هستید که برای شما مهم است، به داستان‌هایی که او برای شما تعریف کرده است فکر کنید. یک داستان مناسب را از مجموعه آنها انتخاب کنید که جمعیت از آن لذت ببرند. سپس با درخواست یک اجرای تکراری، نرافکن را بتابانید.

مزیت دیگر این تکنیک این است که وقتی آنها را با مکالمه خود به حرکت درآوردید، می‌توانید یواشکی فرار کنید و همراهی جالب‌تر پیدا کنید!

یک هشدار: مطمئن شوید داستانی که درخواست می‌کنید داستانی است که در آن راوی می‌درخشد. هیچ کس نمی‌خواهد زمانی را که فروش را از دست داده، ماشین را خراب کرده یا بار را به هم ریخته و شب را در زندان گذرانده است، دوباره تعریف کند. مطمئن شوید که "دوباره!" درخواستی شما یک داستان مثبت است که در آن آنها به عنوان برنده بزرگ ظاهر می‌شوند، نه دلقک.

زیبایی کامل این تکنیک مانند یک رعد و برق شاد اولین بار که از آن با کسی استفاده می‌کنید که در حال تعریف یک داستان طولانی و خسته کننده است، به شما ضربه می‌زند. شما به سادگی یواشکی دور می‌شوید و اجازه می‌دهید که فرد خسته کننده داستان را بارها و بارها برای دوستان تعریف کند. (البته، ممکن است دوست شما دیگر هرگز با شما صحبت نکند. اما این به این فصل مربوط نیست!)

تکنیک بعدی به اشتراک گذاری برخی از داستان‌های مثبت زندگی شما می‌پردازد.

چگونه به عنوان یک فرد مثبت ظاهر شویم

اغلب مردم فکر می‌کنند وقتی با کسی ملاقات می‌کنند که او را دوست دارند، باید رازی را به اشتراک بگذارند، یک صمیمیت را فاش کنند یا نوعی اعتراف کنند تا نشان دهند که آنها هم انسان هستند. صحبت کردن در مورد مبارزه دوران جوانی شما با شب ادراری، دندان قروچه یا مکیدن انگشت شست - یا مبارزه فعلی شما با نقرس یا گواتر - ظاهراً شما را با توده مردم دوست می‌کند.

خب، گاهی اوقات این کار را می‌کند. یک مطالعه نشان داد که اگر کسی از نظر جایگاه از شما بالاتر باشد، آشکار کردن یک نقطه ضعف او را به شما نزدیک‌تر می‌کند. سوراخ‌های کف کفش‌های آدلای استیونسون، نامزد ریاست جمهوری، یک ملت را مجذوب خود کرد، همانطور که اعتراف تکان دهنده جورج اچ دبلیو بوش مبنی بر اینکه او نمی‌تواند کلم بروکلی را تحمل کند.

اگر جایگاه مطمئنی دارید، مثلاً یک سوپرستار که می‌خواهد با یک طرفدار دوست شود، در مورد زمانی که بیکار و بی‌پول بودید برای طرفدارانتان بگویید. اما اگر سوپرستار نیستید، بهتر است ایمن بازی کنید و اسکلتهای را تا بعداً در کمد نگه دارید. مردم شما را به اندازه کافی خوب نمی‌شناسند که نقطه ضعف شما را در چارچوب آن قرار دهند.

بعداً در یک رابطه، گفتن به نامزد جدیدتان که سه بار ازدواج کرده‌اید، در نوجوانی در حال دزدی از مغازه دستگیر شده‌اید و برای یک شغل بزرگ رد شده‌اید، ممکن است چیز مهمی نباشد. و این ممکن است حدی از چیزی باشد که می‌تواند به عنوان لکه‌های سیاه در یک زندگی بی‌عیب و نقص از روابط محکم، بدون تخلف و

یک سابقه حرفه‌ای چشمگیر تعبیر شود. اما در اوایل یک رابطه، واکنش غریزی این است: "چه چیز دیگری در راه است؟ اگر او این را خیلی سریع با من در میان می‌گذارد، چه چیز دیگری را پنهان می‌کند؟ یک کمد پر از همسران سابق، یک سابقه کیفری، دیوارهایی که با نامه‌های رد پوشانده شده‌اند؟" آشنای جدید شما هیچ راهی برای دانستن اینکه اعتراف شما یک عمل سخاوتمندانه، یک افشاگری با نیت خوب از طرف شما بوده است، ندارد.

تکنیک شماره ۲۲

بر موارد مثبت تاکید کنید

هنگام ملاقات با کسی، در کمد خود را قفل کنید و اسکلتهای خود را برای بعد نگه دارید. شما و دوست خوب جدیدتان می‌توانید بعداً در رابطه، اسکلتهای را بیرون بیاورید، حسابی بخندید و روی استخوان‌هایشان بروید. اما اکنون زمان آن است که، همانطور که آهنگ قدیمی می‌گوید، "بر موارد مثبت تاکید کنید و موارد منفی را حذف کنید."

تا اینجا در این بخش، شما روش‌های قاطعانه‌ای را برای ملاقات با مردم و تسلط بر گپ‌های کوتاه پیدا کرده‌اید. مورد بعدی هم یک حرکت قاطعانه و هم دفاعی است که به شما کمک می‌کند از آن لب‌خند بی‌روحي که وقتی نمی‌دانیم مردم در مورد چه چیزی صحبت می‌کنند، به آن تمایل داریم، جلوگیری کنید.

چگونه همیشه حرف جالبی برای گفتن داشته باشیم

شما شنیده‌اید که مردم ناله می‌کنند: "من نمی‌توانم به مهمانی بروم، چیزی برای پوشیدن ندارم." آخرین باری که شنیدید "من نمی‌توانم به مهمانی بروم، چیزی برای گفتن ندارم" کی بود؟

هنگام رفتن به یک گردهمایی با امکانات شبکه‌سازی عالی، به طور طبیعی لباس خود را برنامه‌ریزی می‌کنید و مطمئن می‌شوید که کفش‌هایتان با آن ست می‌شود. و البته، شما باید کراوات مناسب یا رژ لب رنگ مناسب داشته باشید. موهای خود را درست می‌کنید، کارت‌های ویزیت خود را بسته‌بندی می‌کنید و می‌روید.

ایست! صبر کنید. آیا مهمترین چیز را فراموش نکردید؟ در مورد مکالمه مناسب برای بهبود تصویر خود چگونه؟ آیا واقعاً قرار است هر چیزی را که در آن لحظه به ذهنتان می‌رسد - یا نمی‌رسد - بگویید؟ شما اولین لباسی را که دستتان در کمد تاریک به آن می‌خورد نمی‌پوشید، بنابراین نباید مکالمه خود را به اولین فکری که هنگام مواجهه با گروهی از چهره‌های خندان و منتظر به ذهنتان می‌رسد، واگذار کنید. البته در مکالمه از غرایز خود پیروی خواهید کرد. اما حداقل آماده باشید در صورتی که الهام‌بخشی به سراغتان نیامد. بهترین راه برای اطمینان از اینکه از نظر مکالمه‌ای در جریان امور هستید این است که قبل از رفتن به اخبار گوش دهید. آنچه در حال حاضر در جهان اتفاق می‌افتد - همه آتش سوزی‌ها، سیل‌ها، بلایای هوایی،

دولت‌های سرنگون شده و سقوط بازار سهام – به خوراک عالی مکالمه تبدیل می‌شود، مهم نیست که در چه جمعیتی در حال گردش هستید.

با کمی خجالت باید تکنیک زیر را به یک تاجر در قدیمی‌ترین حرفه جهان نسبت دهم. برای مقاله مجله‌ای که می‌نوشتیم، با یکی از باهوش‌ترین اپراتورهای این حوزه، سیدنی بیدل باروز، خانم می‌فلاور معروف، مصاحبه کردم.

تکنیک شماره ۲۳

آخرین اخبار... بدون آن خانه را ترک نکنید

آخرین کاری که قبل از رفتن به مهمانی باید انجام دهید – حتی پس از اینکه تأیید نهایی خود را در آینه به خودتان دادید – این است که اخبار رادیو را روشن کنید یا روزنامه خود را مرور کنید. هر چیزی که امروز اتفاق افتاده است، موضوع خوبی است. دانستن اخبار مهم لحظه نیز یک حرکت دفاعی است که شما را از اینکه با پرسیدن چیزی که همه در مورد آن صحبت می‌کنند، پایتان را در دهانتان بگذارید، نجات می‌دهد. پا در دهان در ملاء عام خیلی خوشایند نیست، مخصوصاً وقتی که با تخم مرغ روی صورت احاطه شده باشد.

سیدنی به من گفت که وقتی در تجارت بود، یک قانون خانه داشت. به همه "پیمانکاران مستقل" زن او دستور داده شده بود که از اخبار روزانه مطلع باشند تا بتوانند با مشتریان خود مکالمه خوبی داشته باشند. این فقط هوس سیدنی نبود. بازخورد کارمندان او نشان داده بود که ۶۰ درصد از ساعت کاری دخترانش صرف گپ زدن و تنها ۴۰ درصد صرف برآوردن نیازهای مشتریان می‌شود. بنابراین او به آنها دستور داد که قبل از رفتن به محل کار، روزنامه روزانه را بخوانند یا به برنامه رادیویی گوش دهند.

سیدنی به من گفت که وقتی این قانون را شروع کرد، تجارت او به طور قابل توجهی افزایش یافت. گزارش‌هایی از مشتریان او می‌آمد که از گارسون‌هایی که برای او کار می‌کردند تعریف می‌کردند. خانم باروز، تاجر تمام عیار، همیشه تلاش می‌کرد تا از انتظارات مشتریان خود فراتر رود.

برای لیگ‌های بزرگ مکالمه آماده‌اید؟

بخش ۳

چگونه مانند یک شخص خیلی مهم صحبت کنیم

به جنگل انسان خوش آمدید. وقتی دو ببر که در جنگل پرسه می‌زنند، در یک محوطه باز به طور اتفاقی با یکدیگر روبرو می‌شوند، به یکدیگر نگاه می‌کنند. آنها یخ می‌زنند. آنها به طور غریزی محاسبه می‌کنند: "اگر خیره شدن ما به خش خش - به خراشیدن - به چنگ زدن تبدیل شود - چه کسی برنده خواهد شد؟ کدام یک از ما مهارت‌های بقای قوی‌تری دارد؟"

ببرها در طبیعت تفاوت چندانی با حیوانات شهری راست قامتی که در جنگل شرکت‌ها (یا جنگل مجردها یا جنگل اجتماعی) زندگی می‌کنند، ندارند. انسان‌ها این فرآیند را با نگاه کردن به یکدیگر و صحبت کردن آغاز می‌کنند. در دنیای تجارت، در حالی که لبخند می‌زنند و می‌گویند "حال شما چطور است؟" "سلام"، "چطوری" یا "سلام"، آنها مانند ببرها، به طور غریزی و آنی، یکدیگر را ارزیابی می‌کنند.

آنها طول چنگال‌ها یا تیزی دندان‌های یکدیگر را محاسبه نمی‌کنند. آنها در حال قضاوت یکدیگر بر اساس سلاحی هستند که برای بقا بسیار قدرتمندتر است، همانطور که آن را تعریف کرده‌اند. انسان‌ها در حال قضاوت مهارت‌های ارتباطی یکدیگر هستند. اگرچه آنها ممکن است نام مطالعات خاصی را که برای اولین بار آن را اثبات می‌کنند، ندانند، اما حقیقت را حس می‌کنند: ۸۵ درصد از موفقیت یک فرد در زندگی به طور مستقیم به دلیل مهارت‌های ارتباطی است.

آنها ممکن است با نظرسنجی اخیر اداره سرشماری ایالات متحده که نشان می‌دهد کارفرمایان نامزدهایی با مهارت‌های ارتباطی خوب و نگرش را به جای تحصیلات، تجربه، انتخاب می‌کنند، آشنا نباشند.

...اما آنها می‌دانند که مهارت‌های ارتباطی افراد را به اوج می‌رساند. بنابراین، با مشاهده دقیق یکدیگر در طول مکالمات غیررسمی، تقریباً بلافاصله برای هر دو مشخص می‌شود که کدام یک گربه بزرگتر در جنگل انسان است.

خیلی طول نمی کشد که مردم تشخیص دهند چه کسی یک فرد "مهم" است. یک کلیشه، یک اظهار نظر بی احساس، یک واکنش بیش از حد مضطرب، و شما می توانید از نظر حرفه ای یا شخصی تنزل رتبه پیدا کنید. شما می توانید یک دوستی یا ارتباط تجاری بالقوه مهم را از دست بدهید. یک حرکت احمقانه و شما می توانید از نردبان شرکت یا اجتماع سقوط کنید.

تکنیک های این بخش به شما کمک می کند تا مطمئن شوید که تمام حرکات صحیح را انجام می دهید تا این اتفاق نیفتد. مهارت های ارتباطی زیر به شما کمک می کند تا صعود خود را به بالای هر نردبانی که انتخاب می کنید، شروع کنید.

چگونه بفهمیم آنها چه کار می کنند (بدون اینکه حتی پرسیم!)

اولین سؤالی که گربه های کوچک با پنجه های صاف از یکدیگر می پرسند این است: "و چه کار می کنی؟ هوم؟" سپس آنها در آنجا چمباتمه می زنند، سبیل هایشان را می لرزانند و بینی شان را تکان می دهند، با نگاهی آشکار که "من بعد از اینکه پاسخ دادی، قضاوت خاموش خود را در مورد تو اعلام می کنم" روی صورتشان.

گربه های بزرگ هرگز به طور مستقیم نمی پرسند: "چه کار می کنی؟" (اوه، آنها به روشی بسیار ظریف تر متوجه می شوند). پسران و دختران بزرگ با نپرسیدن این سؤال، اصولی تر و حتی معنوی تر به نظر می رسند. سکوت آنها می گوید: "از این گذشته، یک مرد یا زن چیزی فراتر از شغلش است."

مقاومت در برابر این سؤال وسوسه انگیز همچنین حساسیت آنها را نشان می دهد. با توجه به کوچک سازی، تعدیل نیرو و واژگونی شرکت ها در این روزها، این بازجویی رک و پوست کنده باعث ناراحتی می شود. سؤال شغلی فقط برای کسانی که "بین دو کار" هستند ناخوشایند نیست. من چندین دوست شاغل دارم که از پرسیدن این سؤال متنفرند: "و چه کار می کنی؟" (یکی از این افراد اجساد را برای کالبد شکافی می برد، دیگری مأمور وصول مالیات است).

علاوه بر این، میلیون ها زن با استعداد و موفق تصمیم گرفته اند که خود را وقف مادری کنند. وقتی سؤال بی رحمانه شرکت ها به آنها تحمیل می شود، احساس گناه می کنند. این بازجویی بی ادبانه تعهد آنها را به خانواده هایشان کوچک می شمارد. مهم نیست...

...مهم نیست که زنان چگونه پاسخ دهند، آنها می ترسند که پرسشگر فقط یک "من فقط یک زن خانه دار هستم" فروتنانه بشنود.

پسران و دختران بزرگ باید به دلیل دیگری از پرسیدن "چه کار می‌کنی؟" اجتناب کنند: پرهیز آنها از این سؤال باعث می‌شود شنوندگان باور کنند که آنها عادت دارند با افراد سطح بالا معاشرت کنند. اخیراً در یک مهمانی مجلل در خیابان آسان شرکت کردم. (من گمان می‌کنم که آنها من را به عنوان نماینده طبقه کارگر خود دعوت کرده‌اند.) متوجه شدم که هیچ کس از کسی نمی‌پرسد که چه کار می‌کند - زیرا این افراد متورم هیچ کاری نمی‌کردند. اوه، ممکن است برخی از آنها یک نوار تیکر روی میز کنار تخت عمارت خود داشته باشند تا سرمایه‌گذاری‌ها را پیگیری کنند. اما آنها قطعاً برای امرار معاش کار نمی‌کردند.

آخرین مزیت نپرسیدن "چه کار می‌کنی؟" این است که افراد را غافلگیر می‌کند. این آنها را متقاعد می‌کند که شما از همراهی آنها به خاطر اینکه چه کسی هستند لذت می‌برید، نه به دلیل هیچ دلیل بی‌رحمانه شبکه‌سازی.

تکنیک شماره ۲۴

چه کار می‌کنی - نه!

یک نشانه مطمئن اینکه شما یک شخص مهم هستید، عدم وجود آشکار سؤال "چه کار می‌کنید؟" است. (البته شما این را تعیین می‌کنید، اما نه با آن چهار کلمه کثیف که شما را به عنوان یک شبکه‌ساز بی‌رحم، یک فرد جاه‌طلب اجتماعی، یک شوهر یا همسر جوینده طلا، یا کسی که هرگز در خیابان آسان قدم نزنده است، معرفی می‌کند.)

راه درست برای فهمیدن

پس چگونه متوجه می‌شوید که کسی برای امرار معاش چه کار می‌کند؟ (فکر می‌کردم هرگز نمی‌پرسید.) شما به سادگی هشت کلمه زیر را تمرین می‌کنید. همه با هم حالا: "چگونه... بیشتر... وقت... خود... را... می‌گذرانید؟"

"چگونه بیشتر وقت خود را می‌گذرانید؟" راه مؤدبانه‌ای برای رها کردن یک تکه تکه کننده اجساد، یک مأمور مالیات یا یک کارمند اخراج شده است. این راهی برای تقویت انتخاب یک مادر موفق است. این راهی برای اطمینان دادن به یک روح معنوی است که شما زیبایی درونی او را می‌بینید. این راهی برای پیشنهاد به یک فرد متورم است که شما نیز در خیابان آسان زندگی می‌کنید.

حالا فرض کنید به تازگی با کسی آشنا شده‌اید که دوست دارد در مورد کارش صحبت کند؟ پرسیدن "چگونه بیشتر وقت خود را می‌گذرانید؟" همچنین دری را برای معتادان به کار باز می‌کند تا بگویند: "اوه خدای من،" آنها تقلید ناله می‌کنند، "من فقط تمام وقتم را صرف کار می‌کنم." این، البته، دعوت شما برای پرسیدن جزئیات از آنهاست. (سپس آنها سرتان را با صحبت کردن می‌برند.) با این حال، عبارت جدید سؤال شما به کسانی که جایی بین "در اوقات فراغت" و "معتاد به کار" هستند، این امکان را می‌دهد که در مورد شغل خود به شما بگویند یا نه. در نهایت، پرسیدن "چگونه بیشتر وقت خود را می‌گذرانید؟" به جای "و چه کار می‌کنید؟" بلافاصله به شما خطوط گریه بزرگ را می‌دهد.

وقتی از شما می‌پرسند "چه کار می‌کنید؟" چگونه بدانید چه بگویید

اکنون، ۹۹ درصد از افرادی که ملاقات می‌کنید، البته می‌پرسند: "و چه کار می‌کنید؟" برندگان بزرگ، با درک اینکه کسی همیشه می‌پرسد، برای بازجویی کاملاً آماده هستند. بسیاری از افراد یک رزومه کتبی برای جستجوی شغل دارند. آنها آن را تایپ می‌کنند و سپس برای دریافت یک دسته مرتب برای ارسال به همه کارفرمایان احتمالی به چاپخانه می‌روند. رزومه موقعیت‌های قبلی، تاریخ‌های استخدام و تحصیلات آنها را فهرست می‌کند. سپس، در پایین، آنها به همان اندازه می‌توانستند خط خطی کنند: "خب، این منم. بگیر یا ولش کن." و معمولاً آنها را رها می‌کنند. چرا؟ زیرا کارفرمایان احتمالی نکات خاص کافی را در رزومه پیدا نمی‌کنند که مستقیماً با آنچه شرکت آنها به دنبال آن است مرتبط باشد. با این حال، پسران و دختران در لیگ‌های بزرگ، بیت‌ها و بایت‌هایی از کل تجربه کاری خود را در رایانه‌های خود ذخیره می‌کنند. هنگام درخواست شغل، آنها فقط داده‌های مناسب را بیرون می‌کشند و آن را چاپ می‌کنند تا به نظر برسد که تازه از چاپگر آمده است.

دوست من روبرتو سال گذشته بیکار بود. او برای دو موقعیت درخواست داد: مدیر فروش یک شرکت بستنی فروشی و رئیس برنامه ریزی استراتژیک برای یک رستوران فست فود. او تحقیقات گسترده‌ای انجام داد و متوجه شد که شرکت بستنی فروشی مشکلات فروش عمیقی دارد و رستوران فست فود آرزوهای بلندمدت بین‌المللی دارد.

آیا او رزومه یکسانی را برای هر کدام ارسال کرد؟

مطلقاً نه. رزومه او هرگز ذره‌ای از حقیقت پیشینه او منحرف نشد. با این حال، برای شرکت بستنی فروشی، او تجربه خود را در تغییر یک شرکت کوچک با دو برابر کردن فروش آن در سه سال برجسته کرد. برای رستوران فست فود، او بر تجربه کار خود در اروپا و دانش خود از بازارهای خارجی تأکید کرد.

هر دو شرکت به روبرتو پیشنهاد کار دادند. حالا او می‌توانست آنها را در مقابل هم قرار دهد. او به سراغ هر کدام رفت و توضیح داد که دوست دارد برای آنها کار کند، اما شرکت دیگری حقوق بالاتر یا مزایای بیشتری ارائه می‌دهد. این دو شرکت شروع به رقابت با یکدیگر برای روبرتو کردند. او در نهایت رستوران فست فود را با تقریباً دو برابر حقوقی که در ابتدا به او پیشنهاد داده بودند، انتخاب کرد.

برای استفاده حداکثری از هر برخورد، رزومه شفاهی خود را با همان دقتی که رزومه کتبی خود را شخصی‌سازی می‌کنید، شخصی‌سازی کنید. به جای اینکه یک پاسخ برای "چه کار می‌کنید؟" همیشه حاضر داشته باشید، بسته به اینکه چه کسی می‌پرسد، ده‌ها تغییر مختلف را آماده کنید. برای شبکه‌سازی بهینه، هر بار که کسی در مورد شغل شما سؤال کرد، یک رزومه شفاهی حساب شده را به طور خلاصه ارائه دهید. قبل از اینکه پاسخ خود را ارائه دهید، در نظر بگیرید که پرسشگر چه علاقه‌ای به شما و کار شما می‌تواند داشته باشد.

"در اینجا نحوه‌ای است که زندگی من می‌تواند به نفع شما باشد"

فروشنده‌گان برتر به طور گسترده در مورد "بیانیه مزایا" صحبت می‌کنند. آنها می‌دانند که هنگام صحبت با یک مشتری احتمالی، باید مکالمه خود را با یک بیانیه مزایا باز کنند. وقتی همکار من برایان تماس‌های سرد برقرار می‌کند، به جای اینکه بگوید "سلام، من برایان تریسی هستم. من یک مربی فروش هستم"، می‌گوید: "سلام، من برایان تریسی از مؤسسه توسعه اجرایی هستم. آیا به یک روش اثبات شده علاقه‌مند هستید که بتواند فروش شما را در دوازده ماه آینده ۲۰ تا ۳۰ درصد افزایش دهد؟" این بیانیه مزایای اوست. او مزایای خاص آنچه را که باید به مشتری احتمالی خود ارائه دهد، برجسته می‌کند.

من متوجه شدم که گلوریا، آرایشگر من، یک بیانیه مزایای فوق‌العاده به هر کسی که ملاقات می‌کند، می‌دهد. احتمالاً به همین دلیل است که او این همه مشتری دارد. در واقع، اینگونه بود که او من را به عنوان مشتری جذب کرد. وقتی گلوریا را در یک همایش ملاقات کردم، او به من گفت که آرایشگری است که در مدل موهای انعطاف‌پذیر برای زنان تاجر تخصص دارد. او به طور اتفاقی گفت که مشتریان زیادی دارد که مدل موی محافظه کارانه‌ای را برای محل کار انتخاب می‌کنند که می‌توانند فوراً آن را به یک مدل زنانه برای

موقعیت‌های اجتماعی تبدیل کنند. من در حالی که موهای دم اسبی کوچک و نازک خود را لمس می‌کردم، با خودم گفتم: "هی، این منم." من کارت او را خواستم و گلوریا آرایشگر من شد.

سپس، چند ماه بعد، اتفاقاً گلوریا را در یک رویداد دیگر دیدم. من به طور اتفاقی شنیدم که او با یک زن شیک مو خاکستری در میز بوفه صحبت می‌کند. گلوریا می‌گفت: "... و ما در مجموعه‌ای فوق‌العاده از رنگ‌های آبی تخصص داریم." خب، این برای من تازگی داشت! من به خاطر نمی‌آورم که یک سر خاکستری را در سالن او دیده باشم.

وقتی داشتم مهمانی را ترک می‌کردم، گلوریا در چمنزار بیرون بود و با شور و اشتیاق با دختران نوجوان میزبان صحبت می‌کرد. او می‌گفت: "اوه بله، ما در این مدل‌های واقعاً باحال و به‌روز تخصص داریم." آفرین بر تو، گلوریا!

مانند گلوریا آرایشگر، قبل از پاسخ دادن به سؤال اجتناب ناپذیر "چه کار می‌کنید؟" پاسخ خود را یک بار مرور کنید. وقتی کسی می‌پرسد، هرگز فقط یک پاسخ یک کلمه‌ای ندهید. این برای فرم‌هاست. اگر شبکه‌سازی تجاری در ذهن شماست، از خود بپرسید: "چگونه تجربه حرفه‌ای من می‌تواند به نفع زندگی این شخص باشد؟" به عنوان مثال، در اینجا چند توصیف وجود دارد که افراد مختلف ممکن است در اظهارنامه مالیاتی خود قرار دهند:

مشاور املاک

برنامه ریز مالی

مربی هنرهای رزمی

جراح زیبایی

آرایشگر

هر متخصص در حرفه‌های فوق باید به این فکر کند که شغلش چه نفعی برای بشریت دارد. (هر شغلی فایده‌ای دارد، در غیر این صورت برای انجام آن حقوق نمی‌گیرید.) توصیه به افراد فوق این است:

نگویید "مشاور املاک". بگویید: "من به افرادی که به منطقه ما نقل مکان می‌کنند کمک می‌کنم تا خانه مناسب را پیدا کنند."

نگوید "برنامه ریز مالی". بگویید: "من به مردم کمک می‌کنم تا آینده مالی خود را برنامه ریزی کنند."

نگوید "مربی هنرهای رزمی". بگویید: "من با آموزش هنرهای رزمی به مردم کمک می‌کنم تا از خود دفاع کنند."

نگوید "جراح زیبایی". بگویید: "من صورت افراد را پس از تصادفات تغییر شکل دهنده بازسازی می‌کنم." (یا اگر با زنی "در سن خاصی" صحبت می‌کنید، همانطور که فرانسوی‌ها با ظرافت می‌گویند، به او بگویید: "من به مردم کمک می‌کنم تا از طریق جراحی زیبایی به همان جوانی که احساس می‌کنند به نظر برسند.")

نگوید "آرایشگر". بگویید: "من به یک زن کمک می‌کنم تا مدل موی مناسب برای صورت خاص خود را پیدا کند." (برو، گلوریا!)

قرار دادن بیانیه مزایا در "رزومه مختصر" شفاهی شما، شغل شما را زنده می‌کند و آن را به یاد ماندنی می‌کند. حتی اگر آشنای جدید شما نتواند از خدمات شما استفاده کند، دفعه بعد که با کسی ملاقات می‌کند که به منطقه نقل مکان می‌کند، می‌خواهد آینده مالی خود را برنامه‌ریزی کند، به دفاع شخصی فکر می‌کند، جراحی زیبایی را در نظر می‌گیرد یا به مدل موی جدیدی نیاز دارد، چه کسی به ذهنش می‌رسد؟ نه افراد بی‌تخیلی که توضیحات اظهارنامه مالیاتی را در مورد شغل خود ارائه کردند، بلکه برندگان بزرگی که تصویری از کمک به افراد نیازمند را ترسیم کردند.

رزومه مختصر برای زندگی خصوصی شما

رزومه مختصر در موقعیت‌های غیرتجاری نیز کار می‌کند. از آنجایی که آشنایان جدید همیشه در مورد خودتان از شما سؤال می‌کنند، چند پاسخ هیجان‌انگیز را آماده کنید. هنگام ملاقات با یک دوست احتمالی، کاری کنید که زندگی شما طوری به نظر برسد که شما فرد سرگرم‌کننده‌ای برای شناختن هستید.

من به عنوان یک دختر جوان، رمان‌هایی را در ذهنم در مورد زندگی‌ام می‌نوشتم. "لیل، در حالی که چشمانش را به خاطر باران شدید ریز کرده بود، با شجاعت دستش را از پنجره به سمت طوفان یخی دراز کرد تا کرکره‌ها را محکم بکشد و خانواده را از طوفان در حال نزدیک شدن در امان نگه دارد." مهم نیست - مامان از من خواست که وقتی باران شروع شد پنجره‌ها را ببندم. با این حال، در حالی که به سمت پنجره باز می‌رفتم، خودم را ناجی شجاع خانواده می‌دانستم.

شما نیازی ندارید که در تصویر خود از خودتان خیلی ملودراماتیک باشید، اما حداقل زندگی خود را طوری جلوه دهید که جالب و فداکار به نظر برسد.

تکنیک شماره ۲۵

رزومه مختصر

همانطور که مدیران ارشد جوینده کار برای هر موقعیتی که برای آن درخواست می‌دهند، یک رزومه کتبی متفاوت را از چاپگرهای خود بیرون می‌آورند، اجازه دهید یک داستان واقعی متفاوت در مورد زندگی حرفه‌ای شما برای هر شنونده از زبان شما جاری شود. قبل از پاسخ دادن به "چه کار می‌کنید؟" از خود بپرسید: "این شخص چه علاقه‌ای به پاسخ من می‌تواند داشته باشد؟ آیا می‌تواند من را به تجارت ارجاع دهد؟ از من خرید کند؟"

من را استخدام کند؟ با خواهرم ازدواج کند؟ با من دوست شود؟"

هر کجا که می‌روید، یک رزومه مختصر در مورد زندگی خودتان را در کیف ترفندهای ارتباطی خود قرار دهید.

چگونه حتی باهوش‌تر از آنچه هستید به نظر برسید

آیا تا به حال شنیده‌اید که کسی سعی کند کلمه‌ای را بگوید که برای زبانش خیلی بزرگ است؟ با لبخندی که روی صورت گوینده بود و برق چشمانش در حالی که کلمه به سختی از لبانش خارج می‌شد، می‌دانستید که او واقعاً به آن افتخار می‌کند. (بدتر از آن، او احتمالاً کلمه را به اشتباه، نامناسب و شاید حتی با تلفظ اشتباه به کار برده است. آخ).

جهان، افرادی را که واژگان غنی دارند، خلاق‌تر و باهوش‌تر می‌داند. افرادی که واژگان بیشتری دارند سریع‌تر استخدام می‌شوند، سریع‌تر ارتقا می‌یابند و خیلی بیشتر به آنها گوش داده می‌شود. بنابراین برندگان بزرگ از کلمات غنی و کامل استفاده می‌کنند، اما هرگز نامناسب به نظر نمی‌رسند. عبارات به طور دلپذیری از زبان آنها خارج می‌شود تا مکالمه آنها را غنی کند. کلمات مناسب هستند. بازیگران بزرگ زندگی با همان دقتی که کراوات یا بلوز خود را انتخاب می‌کنند، کلماتی را انتخاب می‌کنند که با شخصیت و نکات آنها مطابقت داشته باشد.

خبر خوب شگفت‌انگیز این است که تفاوت بین یک واژگان قابل احترام و یک واژگان پیش پا افتاده فقط حدود پنجاه کلمه است! برای اینکه مانند یک برنده بزرگ به نظر برسید، به چیز زیادی نیاز ندارید. فقط چند ده کلمه فوق‌العاده به همه این تصور را می‌دهد که شما ذهن بدیع و خلاقیتی دارید.

به دست آوردن این واژگان فوق‌العاده آسان است. نیازی نیست که کتاب‌های واژگان را با دقت بخوانید یا به نوارهای سخنرانان پرمدعا با

لهجه‌های بریتانیایی غیرممکن گوش دهید. شما نیازی به یادگیری کلمات قلمبه سلمبه‌ای ندارید که مادر بزرگتان اگر بشنود، با صابون از دهانتان می‌شوید.

تنها کاری که باید انجام دهید این است که به چند کلمه خسته و بیش از حد استفاده شده که هر روز به کار می‌برید فکر کنید - کلماتی مانند باهوش، خوب، زیبا یا خوب. سپس یک فرهنگ لغت مترادف‌ها یا کتاب مترادف‌ها را از قفسه بردارید. آن کلمه رایج را جستجو کنید که حتی خودتان از شنیدن اینکه هر روز آن را به زبان می‌آورید خسته شده‌اید. لیست طولانی جایگزین‌های خود را بررسی کنید.

به عنوان مثال، اگر به کلمه باهوش مراجعه کنید، ده‌ها مترادف پیدا خواهید کرد. برخی از کلمات رنگارنگ و غنی هستند مانند نابغه، مدبر، ماهر، زیرک و بسیاری دیگر. لیست را مرور کنید و هر کدام را با صدای بلند بگویید. کدام یک با شخصیت شما مطابقت دارد؟ کدام یک برای شما مناسب به نظر می‌رسد؟ هر کدام را مانند یک لباس امتحان کنید تا ببینید کدام یک احساس راحتی می‌کند. چند مورد دلخواه را انتخاب کنید و آنها را با صدای بلند تمرین کنید تا زمانی که به یک عنصر اصلی طبیعی در واژگان شما تبدیل شوند. دفعه بعد که می‌خواهید از کسی به خاطر باهوش بودن تعریف کنید، بگویید، شما خواهید گفت:

"اوه، این خیلی هوشمندانه بود از طرف شما."

"چقدر مدبر."

"این خیلی مبتکرانه بود." یا شاید، "چقدر زیرک از طرف شما."

و حالا، فقط برای آقایان

آقایان، ما خانم‌ها زمان زیادی را جلوی آینه می‌گذرانیم (انگار که نمی‌دانید). وقتی در دانشگاه بودم، یک ربع کامل طول می‌کشید تا خودم را برای یک قرار ملاقات آماده کنم. از آن سال به بعد، مجبور شدم هر سال

چند دقیقه اضافه کنم. من اکنون برای یک شب بیرون رفتن، یک ساعت و نیم وقت می‌گذارم تا خودم را آماده کنم.

آقایان، وقتی همسرتان برای یک شب بیرون رفتن از پله‌ها پایین می‌آید یا خانمی را برای شام سوار می‌کنید، چه می‌گویید؟

اگر به جز "خب، آماده رفتن هستی؟" هیچ نظری نمی‌دهید، فکر می‌کنید این چه احساسی به خانم می‌دهد؟

دوست من گری یک جنتلمن خوب است و گاهی اوقات من را به شام می‌برد. من حدود دوازده سال پیش با او آشنا شدم و هرگز اولین باری را که برای قرار ملاقاتمان به در خانه من آمد فراموش نمی‌کنم. او گفت: "لیل، عالی به نظر می‌رسی." من عاشق واکنش او شدم!

من حدود یک ماه بعد گری را دیدم. دوباره در خانه من، "لیل، عالی به نظر می‌رسی." دقیقاً همان کلمات دفعه اول، اما من هنوز هم از آن قدردانی می‌کردم.

دوازده سال طولانی است که با هم دوست هستیم. من تقریباً هر دو ماه یک بار او را می‌بینم و هر بار همان نظر قدیمی را می‌گویم: "لیل، عالی به نظر می‌رسی."

در طول سمینارهایم، برای کمک به مردان برای جلوگیری از اشتباه گری، از هر مردی می‌خواهم که به مترادفی برای زیبا یا عالی فکر کند. سپس یک زن و چند مرد را می‌آورم. از هر کدام می‌خواهم که وانمود کند شوهر اوست. او تازه از پله‌ها پایین آمده و آماده بیرون رفتن برای شام است. از هر کدام می‌خواهم که دست او را بگیرد و از او تعریف کند.

یکی می‌گوید: "دارلا، تو زیبا به نظر می‌رسی. همه زنان حاضر در اتاق آه می‌کشند."

دیگری در حالی که دست او را می‌گیرد می‌گوید: "دارلا، تو خیره کننده به نظر می‌رسی. همه زنان حاضر در اتاق غش می‌کنند."

سومی در حالی که دست او را بین دست‌هایش می‌گذارد می‌گوید: "دارلا، تو دلربا به نظر می‌رسی."

در حال حاضر همه زنان حاضر در اتاق بی‌حال شده‌اند. آقایان توجه کنید! کلمات روی ما زنان اثر می‌گذارد.

پیشنهادهای بیشتر برای هر دو جنس

فرض کنید در یک مهمانی بوده‌اید و فوق‌العاده بوده است. به میزبانان نگویند که فوق‌العاده بوده است. همه این را می‌گویند. به آنها بگویید که یک مهمانی باشکوه، یک مهمانی عالی، یک مهمانی خارق‌العاده بوده است. میزبانان را در آغوش بگیرید و به آنها بگویید که اوقات شگفت‌انگیزی، اوقات قابل توجهی، اوقات باشکوهی را سپری کرده‌اید.

چند بار اول که کلمه‌ای مانند باشکوه را به زبان می‌آورید، ممکن است به راحتی از زبان شما خارج نشود. با این حال، شما با کلمه فوق‌العاده مشکلی ندارید. هوم، باش-کو-هجاهای بیشتری نسبت به فوق-الع-آ-ده ندارد. همچنین هیچ صدای دشوارتری برای تلفظ ندارد. واژگان همه مربوط به آشنایی است. چند بار از کلمات مورد علاقه جدید خود استفاده کنید و درست مانند پوشیدن یک جفت کفش جدید، با پوشیدن کلمات جدید باشکوه خود بسیار راحت خواهید بود.

تکنیک شماره ۲۶

فرهنگ لغت مترادف‌های شخصی شما

چند کلمه رایج را که هر روز استفاده می‌کنید در فرهنگ لغت مترادف‌ها جستجو کنید. سپس، مانند اینکه پاهای خود را در یک جفت کفش جدید می‌لغزانید، زبان خود را در چند کلمه جدید بلغزانید تا ببینید چگونه آنها را مناسب می‌دانید. اگر آنها را دوست دارید، شروع به جایگزینی دائمی کنید.

به یاد داشته باشید، فقط پنجاه کلمه تفاوت بین یک واژگان غنی و خلاق و یک واژگان متوسط و معمولی ایجاد می‌کند. به مدت دو ماه هر روز یک کلمه را جایگزین کنید و از نظر کلامی در جمع نخبگان قرار خواهید گرفت.

چگونه مضطرب به نظر نرسیم (بگذارید آنها شباهت شما را کشف کنند)

ببرها با ببرها پارسه می‌زنند. شیرها با شیرها کمین می‌کنند. و گربه‌های کوچک کوچه با گربه‌های کوچک کوچه دیگر می‌چرخند. شباهت، جاذبه ایجاد می‌کند. اما در جنگل انسان، گربه‌های بزرگ رازی را می‌دانند. وقتی شما فاش کردن شباهت خود را به تأخیر می‌اندازید یا به آنها اجازه می‌دهید آن را کشف کنند، تأثیر بسیار بیشتری دارد. مهمتر از همه، شما نمی‌خواهید برای ایجاد ارتباط مضطرب به نظر برسید.

هر زمان که کسی به یک علاقه یا تجربه مشترک اشاره می‌کند، به جای اینکه با نفس نفس زدن بگویید: "هی، من هم همینطور! من هم این کار را می‌کنم" یا "من همه چیز را در مورد آن می‌دانم"، به شریک مکالمه خود اجازه دهید از صحبت کردن در مورد آن لذت ببرد. قبل از اینکه به او بگویید شما هم عضو هستید، بگذارید او در مورد باشگاه گلف صحبت کند. قبل از اینکه شروع به مقایسه تصادفی ضربات گلف بازان بزرگی مانند گرگ، جک، تایگر و آرنولد پالمر کنید، بگذارید او به تجزیه و تحلیل ضربه گلف آرنولد پالمر بپردازد. قبل از اینکه شما اتفاقاً رتبه USTA خود را ذکر کنید، بگذارید او به شما بگوید که در چند بازی تنیس برنده شده است.

چند سال پیش، من به یک آشنای جدید می‌گفتم که چقدر عاشق اسکی هستم. او با علاقه گوش می‌داد که من به یک سفرنامه مفصل از مکان‌هایی که اسکی کرده‌ام می‌پردازم. من در مورد استراحتگاه‌های مختلف تعریف کردم. من شرایط مختلف را تجزیه و تحلیل کردم. من در مورد برف مصنوعی در مقابل برف طبیعی بحث کردم. تقریباً در پایان مونولوگ من بود که من بالاخره به ذهنم رسید که از آشنای جدیدم بپرسم که آیا او اسکی می‌کند. او پاسخ داد: "بله، من یک آپارتمان کوچک در آسپن دارم."

باحال! اگر او بلافاصله بعد از اینکه من برای اولین بار به او گفتم که چقدر اسکی را دوست دارم، وارد می‌شد و در مورد خانه اسکی خود به من می‌گفت، من تحت تأثیر قرار می‌گرفتم. کمی. با این حال، صبر کردن تا پایان مکالمه ما - و سپس فاش کردن اینکه او آنقدر مشتاق اسکی است که یک خانه اسکی آسپن دارد - آن را فراموش نشدنی کرد.

در اینجا تکنیکی است که من آن را "من هم همینطور! سریع را بکشید" می‌نامم. هر زمان که مردم به فعالیتی یا علاقه‌ای اشاره می‌کنند که شما با آنها به اشتراک می‌گذارید، به آنها اجازه دهید از صحبت کردن در مورد علاقه خود لذت ببرند. سپس، در زمان مناسب، به طور اتفاقی بگویید که شما نیز به علاقه آنها علاقه دارید.

اوه، من حتماً شما را خسته کرده‌ام

من هفته‌ها منتظر فرصتی بودم تا آن را امتحان کنم. بالاخره این لحظه در یک همایش پیش آمد. یک مخاطب جدید شروع به تعریف کردن در مورد سفر اخیرش به واشنگتن دی سی کرد. (او هیچ ایده‌ای نداشت که واشنگتن جایی است که من در آن بزرگ شده‌ام.) او همه چیز را در مورد کاپیتول، بنای یادبود واشنگتن، مرکز کندی و اینکه چگونه او و شوهرش در پارک راک کریک دوچرخه سواری کردند، به من

گفت. (برای لحظه‌ای فراموش کردم که باید دهانم را ببندم تا تکنیک جدیدم را تمرین کنم. من واقعاً از شنیدن در مورد این مکان‌های آشنا از دیدگاه یک بازدیدکننده لذت می‌بردم.)

از او پرسیدم که کجا اقامت داشته، کجا غذا خورده و آیا فرصتی برای رفتن به حومه‌های زیبای مریلند یا ویرجینیا داشته است. در یک نقطه، بدیهی است که از علاقه من به سفرش خوشحال شد، گفت: "به نظر می‌رسد که شما چیزهای زیادی در مورد واشنگتن می‌دانید."

من پاسخ دادم: "بله." "این شهر من است، اما من سال‌هاست که به آنجا برنگشته‌ام."

او با جیغ گفت: "شهر شما!" "خدای من، چرا به من نگفتی؟ من حتماً شما را خسته کرده‌ام."

من با صداقت پاسخ دادم: "اوه، اصلاً." "من آنقدر از شنیدن در مورد سفر شما لذت می‌بردم که می‌ترسیدم اگر به شما بگویم، دیگر صحبت نکنید." لبخند بزرگ و "اوه خدای من" به سختی شنیده شده او به من فهماند که یک دوست جدید پیدا کرده‌ام.

وقتی کسی شروع به تعریف کردن در مورد فعالیتی که انجام داده است، سفری که انجام داده است، باشگاهی که عضو آن است، علاقه‌ای که دارد - هر چیزی که شما با او به اشتراک می‌گذارید - زبان خود را گاز بگیرید. اجازه دهید گوینده از مونولوگ خود لذت ببرد. شما هم آرام باشید و از آن لذت ببرید، زیرا مخفیانه می‌دانید که شریک مکالمه شما وقتی متوجه شود که شما هم همین تجربه را دارید، چقدر لذت خواهد برد. سپس، در لحظه مناسب، به طور اتفاقی شباهت خود را فاش کنید. و حتماً بگویید که چقدر از شنیدن در مورد علاقه مشترک او لذت برده‌اید.

تکنیک شماره ۲۷

"من هم همینطور!" سریع را بکشید

هر زمان که با کسی وجه اشتراکی دارید، هر چه بیشتر برای فاش کردن آن صبر کنید، او بیشتر تحت تأثیر قرار می‌گیرد (و تحت تأثیر قرار می‌گیرد). شما به عنوان یک گربه بزرگ با اعتماد به نفس ظاهر می‌شوید، نه یک گربه ولگرد کوچک تنها که گرسنه ارتباط سریع با یک غریبه است.

پی‌نوشت: برای فاش کردن علاقه مشترک خود زیاد صبر نکنید، در غیر این صورت به نظر می‌رسد که دارید حيله‌گری می‌کنید.

چگونه برای جلب احترام و محبت آنها، "شما-اولی" باشیم

کمدین‌های بی‌ارزش از زمانی که دو بیت یک وعده غذایی چهارگوش می‌خرید، از این شوخی استفاده می‌کردند. با این حال، برندگان بزرگ می‌دانند که یک کلمه سه حرفی وجود دارد که برای جلب توجه مردم قوی‌تر است. آن کلمه شما است.

چرا شما چنین کلمه قدرتمندی است؟ زیرا وقتی ما نوزاد بودیم، فکر می‌کردیم که مرکز جهان هستیم. هیچ چیز جز من، خودم و من مهم نبود. بقیه اشکال سایه‌دار که در اطراف ما می‌چرخیدند (که بعداً فهمیدیم افراد دیگری هستند) صرفاً برای کاری که می‌توانستند برای ما انجام دهند وجود داشتند. ما بچه‌های کوچک خودمحوری بودیم که مغز کوچکمان هر عمل، هر کلمه را به "این چه تأثیری بر من دارد؟" ترجمه می‌کرد.

برندگان بزرگ می‌دانند که ما ذره‌ای تغییر نکرده‌ایم. بزرگسالان خودمحوری خود را در زیر نقاب تمدن و ادب پنهان می‌کنند. با این حال، مغز انسان هنوز هم بلافاصله، غریزی و بدون شکست همه چیز را به "این چه تأثیری بر من دارد؟" ترجمه می‌کند.

به عنوان مثال، آقایان، فرض کنید می‌خواهید از یک همکار، پرسید که آیا دوست دارد به شما برای شام بپیوندد. بنابراین به او می‌گویید: "یک رستوران هندی جدید واقعاً خوب در شهر وجود دارد. آیا امشب برای شام به من ملحق می‌شوی؟"

قبل از پاسخ دادن، جیل با خود فکر می‌کند: "منظور او از "خوب" غذا است یا جو یا هر دو؟" خیال‌پردازی او ادامه می‌یابد: "غذاهای هندی، مطمئن نیستم. او می‌گوید خوب است. با این حال، آیا من آن را دوست خواهم داشت؟"

در حین فکر کردن، جیل مردد است. شما احتمالاً تردید او را به خودتان می‌گیرید و لذت تبادل نظر کاهش می‌یابد.

فرض کنید به جای آن به او گفته بودید: "جیل، تو واقعاً این رستوران هندی جدید را دوست خواهی داشت. آیا امشب برای شام به من ملحق می‌شوی؟" با این عبارت، شما قبلاً به طور ناخودآگاه به سؤالات جیل پاسخ داده‌اید و او بیشتر مستعد این است که به شما یک "بله" سریع بگوید.

اصل لذت-درد یک نیروی راهنما در زندگی است. روانشناسان به ما می‌گویند که همه به طور خودکار به سمت چیزی که لذت بخش است جذب می‌شوند و از چیزی که دردناک است دور می‌شوند. برای بسیاری از مردم، فکر کردن دردناک است.

بنابراین برندگان بزرگ (زمانی که می‌خواهند مردم را کنترل کنند، الهام بخشند، دوست داشته شوند، به آنها بفروشند یا آنها را به شام ببرند) برای آنها فکر می‌کنند. آنها با شروع هر چه بیشتر جملات با آن کلمه سه حرفی قدرتمند، شما، همه چیز را به زبان طرف مقابل ترجمه می‌کنند. بنابراین، من این تکنیک را "ارتباط-شما" می‌نامم.

هنگام درخواست لطف، ارتباط-شما برقرار کنید

اولویت دادن به شما، به خصوص زمانی که درخواست لطف می‌کنید، پاسخ بسیار بهتری دریافت می‌کند، زیرا دکمه غرور پرسشگر را فشار می‌دهد. فرض کنید می‌خواهید یک آخر هفته طولانی داشته باشید. شما تصمیم می‌گیرید از رئیس خود بپرسید که آیا می‌توانید جمعه مرخصی بگیرید. فکر می‌کنید او به کدام درخواست واکنش مثبت‌تری نشان می‌دهد؟ "رئیس، می‌توانم جمعه مرخصی بگیرم؟" یا این یکی:

"رئیس، می‌توانی جمعه بدون من کار کنی؟"

در حالت اول، رئیس باید "آیا می‌توانم جمعه مرخصی بگیرم؟" شما را به "آیا می‌توانم جمعه بدون این کارمند کار کنم؟" ترجمه کند. این یک فرآیند فکری اضافی است. (و شما می‌دانید که برخی از روسا چقدر از فکر کردن متنفرند!)

با این حال، در حالت دوم، "رئیس، می‌توانی جمعه بدون من کار کنی؟" شما به جای رئیس فکر کردید. عبارت جدید شما، مدیریت بدون شما را به یک موضوع غرور برای رئیس تبدیل کرد. او با خود گفت:

"البته." "من می‌توانم جمعه بدون کمک شما مدیریت کنم."

ارتباط-شما را در تعریف‌هایتان به کار ببرید

ارتباط-شما مکالمات اجتماعی شما را نیز غنی می‌کند. آقایان، فرض کنید خانمی کت و شلوار شما را دوست دارد. کدام زن به شما احساس گرم‌تری می‌دهد؟ زنی که می‌گوید: "من کت و شلوار شما را دوست دارم." یا کسی که می‌گوید: "شما در آن کت و شلوار عالی به نظر می‌رسید."

بازیگران بزرگی که ارائه‌های تجاری انجام می‌دهند، از ارتباط-شما به نحو احسن استفاده می‌کنند. فرض کنید در حال سخنرانی هستید و یکی از شرکت کنندگان سؤالی می‌پرسد. او دوست دارد بشنود که شما می‌گویید: "این یک سؤال خوب است." با این حال، در نظر بگیرید که وقتی به او می‌گویید: "شما یک سؤال خوب پرسیدید" چقدر احساس بهتری دارد.

فروشنندگان، فقط به مشتریان احتمالی خود نگویند: "مهم است که..." با گفتن اینکه: "شما اهمیت... را خواهید دید" آنها را متقاعد کنید.

هنگام مذاکره، به جای اینکه "نتیجه این خواهد بود..."، به آنها بگویید: "شما نتیجه را خواهید دید وقتی که..."

شروع جملات با شما حتی هنگام صحبت با غریبه‌ها در خیابان نیز جواب می‌دهد. یک بار، در حالی که در سانفرانسیسکو رانندگی می‌کردم و کاملاً گم شده بودم، از افرادی که در پیاده‌رو راه می‌رفتند پرسیدم که چگونه به پل گلدن گیت برسم. من یک زوج را که در حال بالا رفتن از تپه بودند متوقف کردم. از پنجره فریاد زدم: "ببخشید، من نمی‌توانم پل گلدن گیت را پیدا کنم." این زوج به هم نگاه کردند و شانه‌هایشان را با آن نگاه "این گردشگران چقدر می‌توانند احمق باشند" بالا انداختند. شوهر در حالی که مستقیم به جلو اشاره می‌کرد، زیر لب گفت: "آن جهت."

در حالی که هنوز گم شده بودم، زوج بعدی را که دیدم صدا زدم. "ببخشید، پل گلدن گیت کجاست؟" آنها بدون لبخند زدن، به جهت مخالف اشاره کردند.

سپس تصمیم گرفتم ارتباط-شما را امتحان کنم. وقتی به زوج قدم‌زن بعدی رسیدم، از پنجره فریاد زدم: "ببخشید، می‌توانید به من بگویید پل گلدن گیت کجاست؟"

آنها گفتند: "البته"، و به معنای واقعی کلمه به سؤال من پاسخ دادند. می‌بینید، با این عبارت سؤال، این یک چالش ظریف بود. من در اصل می‌پرسیدم: "آیا می‌توانید به من راهنمایی بدهید؟" این به غرور آنها ضربه می‌زند. آنها به سمت ماشین من آمدند و دستورالعمل‌های واضحی به من دادند.

با خودم فکر کردم: "هی." "این چیز شما واقعاً جواب می‌دهد." برای آزمایش فرضیه‌ام، چند بار دیگر آن را امتحان کردم. من از رهگذران به سه شکل مختلف سؤال پرسیدم. مطمئناً، هر زمان که می‌پرسیدم: "می‌توانید به من بگویید کجا..." مردم خوشایندتر و مفیدتر از زمانی بودند که سؤال را با من یا کجا شروع می‌کردم.

تکنیک شماره ۲۸

ارتباط-شما

هر جمله مناسب را با شما شروع کنید. بلافاصله توجه شنونده شما را جلب می‌کند. پاسخ مثبت‌تری دریافت می‌کند زیرا دکمه غرور را فشار می‌دهد و آنها را از ترجمه آن به عبارات "من" نجات می‌دهد.

وقتی شما را به اندازه نمک و فلفل در طول مکالمه خود بپاشید، شنندگان شما آن را یک چاشنی مقاومت ناپذیر می‌دانند.

مطمئنم که وقتی آنها جعبه پرواز را از سقوط انسان در زیر برگ انجیر در باغ عدن پیدا کنند، قدرت کلمه شما را به جهانیان ثابت خواهد کرد. حوا از آدم نخواست که سیب را بخورد. او به او دستور نداد که سیب را بخورد. او حتی نگفت: "آدم، من می‌خواهم این سیب را بخوری." او آن را (همانطور که همه برندگان بزرگ این کار را می‌کردند) اینگونه بیان کرد: "تو این سیب را دوست خواهی داشت." به همین دلیل است که او گاز گرفت.

ارتباط-شما نشانه سلامت عقل است

درمانگران محاسبه می‌کنند که ساکنان مؤسسات روانی دوازده برابر بیشتر از ساکنان دنیای بیرون، من و مرا می‌گویند. با بهبود شرایط بیماران، تعداد دفعاتی که از ضمائر شخصی استفاده می‌کنند نیز کاهش می‌یابد.

با ادامه صعود در مقیاس سلامت عقل، هر چه کمتر از من استفاده کنید، در نظر شنندگان خود عاقل‌تر به نظر می‌رسید. اگر به صحبت‌های برندگان بزرگ با یکدیگر گوش دهید، متوجه خواهید شد که شما در مکالمه آنها بسیار بیشتر از من است.

تکنیک بعدی به روشی مربوط می‌شود که برندگان بزرگ در سکوت شما-محور هستند.

چگونه کاری کنیم که آنها احساس کنند که شما "به هر کسی لبخند نمی‌زنید"

آیا تا به حال آن کاتالوگ‌های مد کم‌هزینه و پستی را دیده‌اید که در سرتاسر آن از یک مدل استفاده می‌کنند؟ چه او در لباس عروس غرق شده باشد و چه صورت او همان لبخند پلاستیکی را دارد. با نگاه کردن به او، این حس به شما دست می‌دهد که اگر به پیشانی او ضربه بزنید، صدای کوچکی برمی‌گردد که می‌گوید: "هیچ کس اینجا نیست."

در حالی که مدل‌های مجلات پیچیده‌تر بر انبوهی از حالات مختلف تسلط دارند: یک لبخند عشوهرگر "من یک راز دارم" در یک صفحه. یک لبخند پرسشی "فکر می‌کنم دوست دارم شما را بشناسم، اما مطمئن نیستم" در صفحه بعد. و یک لبخند مرموز مونالیزا در صفحه سوم. شما احساس می‌کنید که مغزی در حال انجام عملیات در جایی در داخل آن سر زیباست.

من یک بار در صف پذیرش کشتی‌ای که روی آن کار می‌کردم، همراه با کاپیتان، همسرش و چند افسر دیگر ایستاده بودم. یک مسافر با لبخندی درخشان شروع به دست دادن در صف ما کرد. وقتی به من رسید، لبخندی درخشان زد و دندان‌هایی به صافی و سفیدی کلیدهای یک پیانو جدید را نشان داد. من مبهوت شدم. انگار نوری درخشان سالن کم نور را روشن کرده بود. برای او یک سفر دریایی شاد آرزو کردم و تصمیم گرفتم بعداً این جنتلمن جذاب را پیدا کنم.

سپس او را به نفر بعدی معرفی کردند. از گوشه چشمم، پوزخند درخشان یکسان او را دیدم. نفر سوم، همان پوزخند. علاقه من شروع به کاهش کرد.

وقتی او چهارمین لبخند غیرقابل تشخیص خود را به نفر بعدی زد، شروع به شبیه شدن به گربه چشایر کرد. زمانی که او را به نفر پنجم معرفی کردند، لبخند ثابت او مانند یک نور چشمک زن بود که فضای سالن را مختل می‌کرد. مرد چشمک زن به همه لبخند یکسانی می‌زد. من دیگر علاقه‌ای به صحبت با او نداشتم.

چرا سهام این مرد در یک دقیقه در تیکر من بالا رفت و در دقیقه بعد سقوط کرد؟ زیرا لبخند او، اگرچه جذاب بود، اما هیچ واکنش خاصی نسبت به من نشان نداد. بدیهی است که او به همه لبخند یکسانی می‌زد و با این کار، تمام خاص بودن خود را از دست داد. اگر مرد چشمک زن به هر یک از ما لبخند کمی متفاوتی می‌زد، حساس و باهوش به نظر می‌رسید. (البته، اگر لبخند او فقط کمی برای من بزرگتر از دیگران بود، من نمی‌توانستم صبر کنم تا تشریفات تمام شود تا او را در سالن شلوغ پیدا کنم.)

مجموعه لبخندهای خود را مرور کنید

اگر شغل شما مستلزم حمل اسلحه باشد، مطمئناً قبل از شلیک آن، همه چیز را در مورد قطعات متحرک آن یاد می‌گیرید. و قبل از نشانه‌گیری، به دقت در نظر می‌گیرید که آیا هدف شما را می‌کشد، معلول می‌کند یا فقط زخمی می‌کند. از آنجایی که لبخند شما یکی از بزرگترین سلاح‌های ارتباطی شماست، همه چیز را در مورد قطعات متحرک و تأثیر آن بر روی هدف خود بیاموزید. پنج دقیقه وقت بگذارید. در اتاق خواب یا حمام خود را قفل کنید تا خانواده‌تان فکر نکنند که دیوانه شده‌اید. حالا جلوی آینه بایستید و چند لبخند بزنید. تفاوت‌های ظریف را در مجموعه خود کشف کنید.

همانطور که هنگام معرفی شدن به گروهی از افراد، "سلام"، "حال شما چطور است" و "از آشنایی با شما خوشحالم" را به طور متناوب می‌گویید،

لبخند خود را تغییر دهید. از لبخند یکسان برای همه استفاده نکنید. بگذارید هر یک از لبخندهای شما منعکس کننده تفاوت‌های ظریف احساس شما نسبت به گیرنده باشد.

تکنیک شماره ۲۹

لبخند انحصاری

اگر به همه لبخند یکسانی بزنید، مانند دلار کنفدراسیون، ارزش خود را از دست می‌دهد. هنگام ملاقات با گروهی از افراد، به هر کدام لبخندی متمایز هدیه دهید. بگذارید لبخندهای شما از زیبایی‌ای که بازیگران بزرگ در هر چهره جدید پیدا می‌کنند، رشد کند.

اگر یک نفر در یک گروه برای شما مهم‌تر از بقیه است، یک لبخند مخصوصاً بزرگ و سیل‌آسا را فقط برای او نگه دارید.

در دفاع از لبخند سریع

من متوجه شدم که گاهی اوقات لبخند سریع و تصنعی جواب می‌دهد. به عنوان مثال، زمانی که می‌خواهید با کسی که فرصت معرفی شدن به او را نداشته‌اید، آشنا شوید. (به زبان عامیانه، یعنی "آنها را شکار کنید.")

قدرت شکار لبخند توسط محققان جدی دانشگاه میسوری برای آیندگان ثابت شد. آنها یک مطالعه بسیار کنترل شده با عنوان "به مردان چراغ سبز نشان دهید: تأثیر تماس چشمی و لبخند زدن" انجام دادند. (شوخی نمی‌کنم.) برای اثبات فرضیه خود، محققان زن با مردان مورد مطالعه بی‌خبر، تماس چشمی برقرار کردند. گاهی اوقات، محققان زن پس از نگاه خود لبخند می‌زدند. در موارد دیگر، لبخندی وجود نداشت.

نتایج؟ من این مطالعه را نقل می‌کنم: "بالاترین رفتار نزدیک شدن، ۶۰ درصد، در شرایطی مشاهده شد که لبخند وجود داشت." این به زبان عامیانه ترجمه می‌شود: "مرد ۶۰ درصد مواقع وقتی که خانم لبخند می‌زد، نزدیک می‌شد." بدون لبخند، او "فقط ۲۰ درصد مواقع نزدیک می‌شد." بنابراین، بله، لبخند برای کسانی که می‌خواهند کسی را شکار کنند، جواب می‌دهد.

با این حال، در موقعیت‌هایی که ریسک‌ها بیشتر است، لبخند سیل‌آسا را از بخش اول و اکنون لبخند انحصاری را امتحان کنید.

چگونه از به نظر رسیدن مانند یک احمق جلوگیری کنیم

آیا آن صحنه را از فیلم کلاسیک "آنی هال" به یاد دارید که دایان کیتون برای اولین بار با وودی آلن ملاقات می‌کند؟ همانطور که او با او صحبت می‌کند، ما افکار خصوصی او را می‌شنویم. او با خود فکر می‌کند: "اوه، امیدوارم او مانند بقیه احمق نباشد."

یکی از سریع‌ترین راه‌ها برای اینکه یک برنده بزرگ فکر کند که شما، خب، یک احمق هستید، استفاده از یک کلیشه است. اگر با یک ارتباط‌دهنده برتر صحبت می‌کنید و حتی به طور معصومانه‌ای می‌گویید "بله، من خسته بودم" یا "او مثل یک دکمه زیبا بود"، شما ناخواسته یک بمب زبانی گذاشته‌اید.

برندگان بزرگ وقتی می‌شنوند کسی یک عبارت پیش پا افتاده و نخ نما را به زبان می‌آورد، در سکوت ناله می‌کنند. اوه، مطمئناً، درست مانند بقیه ما، برندگان بزرگ خود را سرحال، شاد یا در اوج می‌بینند. آنها مانند بقیه بشریت، برخی از آشنایان خود را دیوانه، احمق یا کور می‌دانند. از آنجایی که بسیاری از آنها

سخت کار می‌کنند، بسیاری از آنها به اندازه یک زنبور عسل مشغول هستند و به اندازه قارون ثروتمند می‌شوند.

با این حال، آیا هیچ یک از آنها خود را با این کلمات توصیف می‌کنند؟

نه به هیچ وجه! چرا؟ زیرا وقتی یک برنده بزرگ کلیشه شما را می‌شنود، ممکن است به همان اندازه که می‌گویید: "قدرت تخیل من فقیر است. من نمی‌توانم به چیز جدیدی برای گفتن فکر کنم، بنابراین باید به این عبارات پیش پا افتاده و نخ نما متوسل شوم." به زبان آوردن یک...

...کلیشه رایج در اطراف افراد فوق‌العاده موفق، شما را به عنوان یک فرد فوق‌العاده معمولی معرفی می‌کند.

تکنیک شماره ۳۰

به یک کلیشه با یک چوب ده فوتی دست زنید

مراقب باشید. هنگام صحبت با برندگان بزرگ از هیچ کلیشه‌ای استفاده نکنید. حتی با یک چوب ده فوتی به آن دست زنید. هرگز؟ حتی وقتی جهنم یخ بزند؟ نه مگر اینکه بخواهید به نظر احمق برسید.

به جای اینکه یک کلیشه را سرفه کنید، با استفاده از تکنیک بعدی عبارات هوشمندانه خود را بسازید.

چگونه از تکنیک‌های سخنرانان انگیزشی برای بهبود مکالمه خود استفاده کنیم

می‌گویند قلم از شمشیر قوی‌تر است. هست، اما زبان حتی از قلم هم قوی‌تر است. زبان‌های ما می‌توانند جمعیت را به خنده، گریه و اغلب به تحسین و تشویق وادار کنند. سخنوران، ملت‌ها را به جنگ واداشته‌اند یا ارواح گمشده را به سوی خدا آورده‌اند. و تجهیزات آنها چیست؟ همان چشم‌ها، گوش‌ها، دست‌ها، پاها، بازوها و تارهای صوتی که من و شما داریم.

شاید یک ورزشکار حرفه‌ای بدنی قوی‌تر یا یک خواننده حرفه‌ای صدای آواز خواندن زیباتری نسبت به صدایی که به ما داده شده است داشته باشد. اما سخنران حرفه‌ای با همان تجهیزاتی که همه ما داریم شروع می‌کند. تفاوت این است که این فک‌سازها از همه آنها استفاده می‌کنند. آنها از دست‌های خود استفاده می‌کنند، از بدن خود استفاده می‌کنند و از حرکات خاص با تأثیر زیاد استفاده می‌کنند. آنها به فضایی که در

آن صحبت می‌کنند فکر می‌کنند. آنها از تن‌های مختلف صدا استفاده می‌کنند، عبارات مختلفی را به کار می‌برند، سرعت صحبت خود را تغییر می‌دهند... و از سکوت به طور مؤثر استفاده می‌کنند.

ممکن است به این زودی‌ها مجبور به سخنرانی رسمی نباشید، اما احتمالاً زمانی (احتمالاً خیلی زود) می‌خواهید

...مردم چیزها را از دیدگاه شما ببینند. چه متقاعد کردن خانواده‌تان برای گذراندن تعطیلات بعدی خود در خانه مادر بزرگ باشد، چه متقاعد کردن سهامداران شرکت چند میلیون دلاری خود که زمان تصاحب شرکت دیگری فرا رسیده است، این کار را مانند یک حرفه‌ای انجام دهید. یک یا دو کتاب در مورد سخنرانی در جمع تهیه کنید و برخی از ترفندهای این حرفه را بیاموزید. سپس مقداری از آن درام را در مکالمات روزمره خود قرار دهید.

یک گوهر برای هر مناسبتی

اگر کلمات محرک به شما در بیان منظورتان کمک می‌کنند، به تأثیر عبارات قدرتمند فکر کنید. آنها به سیاستمداران کمک کرده‌اند تا انتخاب شوند ("به لب‌های من نگاه کنید: مالیات جدیدی وجود ندارد.") و متهمان تبرئه شوند ("اگر مناسب نیست، باید تبرئه کنید.").

اگر جورج اچ دبلیو بوش گفته بود: "من قول می‌دهم مالیات‌ها را افزایش ندهم" یا جانی کاکران، در طول محاکمه جنایی او جی سیمپسون، گفته بود: "اگر دستکش مناسب نیست، او باید بی‌گناه باشد"، جملات حجیم آنها به داخل و خارج از هوشیاری رأی‌دهنده یا هیئت منصفه می‌لغزید. همانطور که هر سیاستمدار و وکیل دادگستری می‌داند، عبارات مرتب سلاح‌های قدرتمندی می‌سازند. (اگر مراقب نباشید، دشمنانتان بعداً از آنها علیه شما استفاده خواهند کرد - به لب‌های من نگاه کنید!)

یکی از سخنرانان مورد علاقه من یک گوینده رادیویی به نام بری فاربر است که با تشبیهات درخشان، رادیوی اواخر شب را روشن می‌کند. بری هرگز از کلیشه‌ای مانند "عصبی مثل گربه روی شیروانی داغ" استفاده نمی‌کرد. او عصبی بودن در مورد از دست دادن شغلش را اینگونه توصیف می‌کرد: "احساس می‌کردم فیلی هستم که از صخره‌ای آویزان شده و دمش به یک گل مروارید بسته شده است." به جای اینکه بگوید به یک زن زیبا نگاه کرده است، می‌گفت: "چشم‌هایم از حدقه بیرون زد و با عصب بینایی آویزان شد."

وقتی برای اولین بار او را ملاقات کردم، پرسیدم: "آقای فاربر، چگونه این عبارات را به کار می‌برید؟"

او با سرزنش گفت: "بابای من آقای فاربر است. من بری هستم." (روش او برای گفتن "من را بری صدا کن"). او سپس با صراحت اعتراف کرد، اگرچه برخی از عبارات او اصلی هستند، اما بسیاری از آنها قرض گرفته شده‌اند. (الویس پریسلی از

...گفت: "بابای من آقای پریسلی است. من را الویس صدا کن.") مانند همه سخنرانان حرفه‌ای، بری چندین ساعت در هفته را صرف جستجو در کتاب‌های نقل قول و طنز می‌کند. همه سخنرانان حرفه‌ای این کار را می‌کنند. آنها سخنان قصاری را جمع‌آوری می‌کنند که می‌توانند در موقعیت‌های مختلف از آنها استفاده کنند - به ویژه برای پاک کردن تخم مرغ از روی صورت خود در هنگام وقوع اتفاق غیرمنتظره.

بسیاری از سخنرانان از خطوط نجات دهنده چهره لیلی والترز، نویسنده و نماینده سخنران، از کتاب او "وقتی روی سکو در حال مرگ هستید چه بگویید" استفاده می‌کنند. اگر جوکی گفتید و هیچ کس نخندید، این را امتحان کنید: "این جوک برای خنده خاموش طراحی شده بود - و جواب داد." اگر میکروفون صدای زوزه‌ای آزاردهنده از خود بیرون می‌دهد، به آن نگاه کنید و بگویید: "من نمی‌فهمم. من امروز صبح مسواک زدم." اگر کسی از شما سؤالی پرسید که نمی‌خواهید به آن پاسخ دهید: "می‌توانید آن سؤال را تا زمانی که صحبت‌هایم تمام شود - و در راه خانه باشم - نگه دارید؟" همه افراد حرفه‌ای به چاله‌هایی که ممکن است در آنها بیفتند فکر می‌کنند و سپس خطوط فرار عالی را حفظ می‌کنند. شما هم می‌توانید همین کار را انجام دهید.

برای غنی‌سازی مکالمات روزمره خود، کتاب‌های تشبیه را مرور کنید. به جای "شاد مثل چکاوک" "شاد مثل برنده لاتاری" یا "شاد مثل بچه‌ای با اولین بستنی قیفی‌اش" را امتحان کنید. به جای "کچل مثل عقاب"، "کچل مثل یک تفنگدار دریایی جدید" یا "کچل مثل شکم قورباغه" را امتحان کنید. به جای "ساکت مثل موش"، "ساکت مثل مارماهی که در روغن شنا می‌کند" یا "ساکت مثل مگسی که روی گردگیر می‌نشیند" را امتحان کنید.

عباراتی را پیدا کنید که تأثیر بصری داشته باشند. به جای کلیشه‌ای مانند "مطمئن مثل مرگ و مالیات"، "به یقین ترافیک ساحل در ماه جولای" یا "به یقین سایه شما را دنبال خواهد کرد" را امتحان کنید. شنوندگان شما نمی‌توانند مرگ یا مالیات را ببینند. اما آنها مطمئناً می‌توانند ترافیک ساحل را در ماه جولای یا سایه خود را که آنها را در خیابان دنبال می‌کند، ببینند.

سعی کنید تشبیهات خود را به موقعیت مرتبط کنید. اگر با کسی سوار تاکسی هستید، "به یقین آن تاکسی متر بالا می‌رود" تأثیر فوری دارد. اگر با مردی صحبت می‌کنید که در حال قدم زدن با گربه اش است، "به یقین گربه شما به آن درخت فکر می‌کند" کمی طنز اضافه می‌کند.

کاری کنید که آنها بخندند، کاری کنید که آنها بخندند، کاری کنید که آنها بخندند

طنز هر مکالمه‌ای را غنی می‌کند. اما نه جوک‌هایی که با "هی، آیا آن جوک را در مورد..." شروع می‌شوند. طنز خود را برنامه‌ریزی کنید و آن را مرتبط کنید. به عنوان مثال، اگر می‌خواهید در مورد بودجه به جلسه‌ای بروید، پول را در یک کتاب نقل قول جستجو کنید. در یک موقعیت تجاری پرتنش، کمی شوخ طبعی نشان می‌دهد که شما راحت هستید.

یک بار، در یک جلسه مالی سنگین، شنیدم که یک مدیر ارشد گفت: "نگران نباشید، این شرکت پول کافی برای سال‌ها ماندن در تجارت را دارد - مگر اینکه به طلبکاران خود بپردازیم." او تنش را شکست و قدردانی همه را به دست آورد. بعداً نقل قول مشابهی را در یک کتاب طنز دیدم که به جکی میسون، کم‌دین، نسبت داده شده بود. خب که چی؟ آن مدیر اجرایی هنوز هم با نظر هوشمندانه خود به عنوان یک ارتباط‌دهنده خونسرد ظاهر شد.

بازیگران بزرگی که می‌خواهند در رسانه‌ها نقل قول شوند، شب‌ها بیدار می‌مانند و بالش را می‌چونند و سعی می‌کنند عباراتی را به کار ببرند که مطبوعات آنها را انتخاب کنند.

یک دامپزشک میشیگانی به نام تیموتی، که در زمینه خود یک فرد مهم بود، اما در خارج از آن کاملاً ناشناخته بود، زمانی که قصد داشت یک جفت پا را به خروسی که پاهایش را در اثر سرمازدگی از دست داده بود، پیوند بزند، تیتز خبرهای ملی شد. چرا؟ زیرا او آن را "پیوند طبل" نامید.

نمی‌دانم که آیا یک زن فرانسوی، ژان کالمان، که در آن زمان رسماً مسن‌ترین فرد جهان بود، در صد و بیست و دومین سالگرد تولدش به دنبال تبلیغات بود. اما او زمانی که به رسانه‌ها گفت: "من فقط یک چین و چروک داشته‌ام و روی آن نشسته‌ام" تیتز خبرهای بین‌المللی شد.

مارک ویکتور هانسن، که در زمینه خود یک بازیگر بزرگ بود، اما زمانی در خارج از آن نسبتاً ناشناخته بود، زمانی که نام جذابی برای کتاب خود که با همکاری جک کنفیلد نوشته شده بود، "سوپ مرغ برای روح" به ذهنش رسید، به شهرت ملی رسید. او به من گفت که عنوان اصلی او "۱۰۱ داستان زیبا" بود.

این چقدر می‌توانست پیش برود؟ به زودی جهان در حال بلعیدن "سوپ مرغ برای روح زن"، "سوپ مرغ برای روح نوجوان"، "سوپ مرغ برای روح مادر"، "سوپ مرغ برای روح مسیحی" و همچنین وعده‌های دوم، سوم و چهارم سوپ مرغ با جلد گالینگور، جلد شومیز، نوار کاست، نوار ویدئو و تقویم بود.

یک هشدار

مهم نیست که مطالب شما چقدر خوب باشد، اگر مناسب موقعیت نباشد، شکست می‌خورد. من این را در دوران کشتی تفریحی خود به سختی یاد گرفتم. در یک سفر دریایی به انگلستان، تصمیم گرفتم اشعار عاشقانه انگلیسی الیزابت بارت و رابرت براونینگ را برای مسافرانم بخوانم. می‌دانید، "چقدر دوست دارم؟ بگذار راه‌هایش را بشمارم." این یک موفقیت بزرگ بود. مسافران آن را دوست داشتند و روزها در مورد آن صحبت می‌کردند. من نمی‌توانستم بدون اینکه مسافری به من رو کند و با محبت بگوید: "چقدر دوست دارم؟" روی عرشه راه بروم.

تکنیک شماره ۳۱

از حرف‌های فک‌سازها استفاده کنید

چه پشت تریبون ایستاده باشید و رو به روی هزاران نفر باشید و چه پشت کباب‌پز رو به روی خانواده‌تان، با همان مهارت‌ها حرکت می‌کنید، سرگرم می‌کنید و انگیزه می‌دهید.

کتاب‌های سخنرانان را بخوانید تا نقل قول‌ها را جمع‌آوری کنید، مرواریدهای خرد را بیرون بکشید و گوهرهایی برای قلقلک دادن استخوان‌های خنده آنها به دست آورید. چند سخن قصار پیدا کنید تا در مواقع خاص به طور اتفاقی از زبان شما خارج شود. اگر می‌خواهید قابل توجه باشید، یک نقل قول دیوانه وار به ذهن بیاورید.

آنها را قافیه دار کنید، آنها را هوشمندانه کنید یا آنها را خنده دار کنید. مهمتر از همه، آنها را مرتبط کنید.

طبیعتاً من از این اجرا سرم خیلی باد کرد و خودم را یک خواننده شعر برجسته می‌دانستم. من تصمیم گرفتم به مسافران سفر دریایی بعدی (که یک سفر دریایی به کارائیب بود و به هیچ کجای نزدیک انگلستان نمی‌رفت) با خواندن دیدنی اشعار عاشقانه انگلیسی پاداش دهم. چه شکستی! مسافران در بقیه سفر دریایی از من در عرشه دوری می‌کردند. "چقدر من را خسته کردی؟ بگذار راه‌هایش را بشمارم."

چگونه مانند افراد مهم شوخی کنیم (برندگان بزرگ آن را همانطور که هست می‌گویند)

اگر وارد آسانسوری پر از افرادی شوید که به زبان مجارستانی صحبت می‌کنند، ممکن است متوجه نشوید که آنها مجارستانی هستند، مگر اینکه به زبان آنها صحبت کنید. با این حال، به محض اینکه دهان خود را باز کنید، آنها می‌فهمند که شما مجارستانی نیستید.

در مورد گربه‌های بزرگ هم همینطور است. اگر به طور اتفاقی صدای چند نفر از آنها را بشنوید، ممکن است متوجه نشوید که آنها گربه‌های بزرگ هستند. با این حال، به محض اینکه دهان خود را باز کنید، آنها می‌فهمند که شما گربه بزرگ نیستید، مگر اینکه به زبان آنها صحبت کنید.

تفاوت بین غرش گربه بزرگ و خش خش بی‌اهمیت گربه کوچک چیست؟ یکی از بارزترین آنها حسن تعبیر است. گربه‌های بزرگ از کلمات واقعی نمی‌ترسند. آنها بیل را بیل می‌نامند. کلماتی مانند دستمال توالی آنها را نمی‌ترساند. گربه‌های کوچک پشت دستمال حمام پنهان می‌شوند. اگر کسی ثروتمند باشد، گربه‌های بزرگ آن را "ثروتمند" می‌نامند. گربه‌های کوچک، اوه، از مفهوم صحبت کردن در مورد پول در جمع مؤدب خجالت می‌کشند، کلمه ثروتمند را جایگزین می‌کنند. وقتی گربه‌های کوچک از یک کلمه جایگزین یا حسن تعبیر استفاده می‌کنند، ممکن است به همان اندازه که می‌گویند: "وای، تو از من بهتری. من الان در جمع مؤدب هستم و بنابراین از کلمه خوب خوب استفاده می‌کنم."

گربه‌های بزرگ از نظر آناتومی صحیح هستند - هیچ کلمه بامزه‌ای برای اعضای بدن ندارند. آنها وقتی سینه‌ها را می‌گویند، منظورشان سینه‌هاست. وقتی آنها "درکوب" می‌گویند، منظورشان سازه‌های تزئینی است که روی در ورودی آویزان می‌شوند. و "جواهرات خانوادگی" در گاوصندوق روی دیوار هستند. اگر گربه بزرگ در مورد کلمه‌ای شک داشته باشد، به سادگی به فرانسوی متوسل می‌شود.

تکنیک شماره ۳۲

بیل را بیل بنامید

پشت حسن تعبیر پنهان نشوید. بیل را بیل بنامید. این بدان معنا نیست که گربه‌های بزرگ از کلمات بی‌مزه چهار حرفی استفاده می‌کنند در حالی که کلمات کاملاً مناسب پنج و شش حرفی وجود دارد. آنها به سادگی انگلیسی پادشاه را یاد گرفته‌اند و به آن صحبت می‌کنند.

در اینجا روش دیگری برای تشخیص بازیکنان بزرگ از بازیکنان کوچک فقط با گوش دادن به چند دقیقه از مکالمه آنها وجود دارد.

۳۳ چگونه از بدترین عادت مکالمه در جهان اجتناب کنیم

یک بار در یک مهمانی شام کوچک که توسط رئیس یک آژانس تبلیغاتی، لویی، و همسرش، لیلیان، برگزار شده بود، شرکت کردم. عصر شروع شد و به دنبال آن یک وعده غذایی لذیذ همراه با مجموعه‌ای از نوشیدنی‌ها سرو شد. مکالمه صمیمانه، غذا خوشمزه و نوشیدنی بسیار خوب بود. و بسیار فراوان. در پایان عصر، لویی لیوان خود را برداشت. چند قطره از لیوان او روی سفره ریخت.

یک زن جوان زیبا که همراه یک مدیر هنری جدید به نام باب بود، خندید و گفت: "می‌توانم بگویم که هیچ دردی احساس نمی‌کنی."

امواج شوک دور میز چرخید. همه خشکشان زد. میزبان واقعاً کمی ناراحت بود. با این حال، اشاره به اینکه لویی کمی مریض است، حتی به شوخی، مانند این بود که زن ناگهان لوستر کریستالی بالای میز را با بشقاب شام خود شکسته باشد.

یکی از مهمانان به سرعت گاف وحشتناک دختر را با بلند کردن لیوانش پوشاند و گفت: "هیچ کدام از ما اینطور نیستیم. هیچ کس در جمع لویی و لیلیان نمی‌تواند هیچ دردی را احساس کند. امیدوارم شب واقعاً فوق‌العاده باشه."

سپس لویی به همراهان فوق‌العاده ادامه داد و دیگر هیچ کس دردی احساس نمی‌کرد. به جز باب. او می‌دانست که شوخی معصومانه نامزدش یک لکه سیاه است، اگر نه در پرونده پرسنلی او، در پرونده شخصی او.

نشانه مطمئن بعدی گربه کوچکی، شوخی کردن است. گربه‌های کوچک به این سو و آن سو می‌روند و شکم دوستانشان را نوازش می‌کنند و می‌گویند: "از آن چیز کیک لذت می‌بری، ها؟" یا به سرهای طاس آنها نگاه می‌کنند و می‌گویند: "هی، مو امروز هست، فردا نیست، ها؟" آنها فکر می‌کنند که شوخی کردن به قیمت دیگران و گفتن "شما عقده حقارت ندارید. شما حقیر هستید! ها ها ها." خنده دار است.

شوخی کردن را کنار بگذارید

یک نشانه آشکار یک گربه کوچک، تمایل او به شوخی کردن است. یک شوخی معصومانه به قیمت دیگران ممکن است خنده ارزان قیمتی برای شما به همراه داشته باشد. با این وجود، گربه‌های بزرگ آخرین خنده را خواهند داشت. زیرا شما سرتان را به سقف شیشه‌ای که آنها می‌سازند تا گربه‌های کوچک روی پنجه‌هایشان پا نگذارند، می‌گویید.

هرگز، هرگز، به قیمت دیگران شوخی نکنید.

شما در نهایت هزینه آن را به طور گزاف خواهید پرداخت.

چگونه اخبار بد را به آنها بدهیم (و کاری کنیم که آنها شما را بیشتر دوست داشته باشند)

در مصر باستان، اگر فرستاده پیام، حتی فروتن‌ترین آنها، خبر خوبی به قصر می‌آورد، فرعون با او مانند یک شاهزاده رفتار می‌کرد. با این حال، اگر دونده خسته بدشانسی می‌آورد که خبر ناخوشایندی برای فرعون بیاورد، سرش از تنش جدا می‌شد.

سایه‌هایی از آن روح امروزه در مکالمات وجود دارد. یک بار من و یکی از دوستانم برای گردش مقداری ساندویچ کره بادام زمینی و ژله آماده کردیم. همانطور که با خوشحالی از در بیرون می‌رفتیم، با سبد پیک نیک در دست، همسایه‌ای خندان که روی ایوان خود نشسته بود و تاب می‌خورد، به آسمان نگاه کرد و گفت: "اوه پسر، روز بدی برای پیک نیک است. اخبار می‌گوید که قرار است باران ببارد." من می‌خواستم صورتش را به ساندویچ کره بادام زمینی و ژله‌ام بمالم. نه به خاطر گزارش آب و هوای غم‌انگیزش، به خاطر لبخندش.

چند ماه پیش داشتم برای گرفتن اتوبوس می‌دویدم. همانطور که با نفس نفس زدن مشت پولم را روی پیشخوان گری‌هاوند هل دادم، متصدی فروش با پوزخند گفت: "اوه، آن اتوبوس پنج دقیقه پیش رفت." رؤیاهای سر بریدن!

این خبر نیست که کسی را عصبانی می‌کند. این نگرش بی‌تفاوتی است که با آن ارائه می‌شود. همه باید هر از گاهی اخبار بد بدهند و متخصصان برنده این کار را با نگرش مناسب انجام می‌دهند. پزشکی که به بیماری توصیه می‌کند که به عمل جراحی نیاز دارد، این کار را با دلسوزی انجام می‌دهد. رئیسی که به کارمندی اطلاع می‌دهد که شغل را به دست نیاورده است، رفتاری دلسوزانه دارد. مشاوران غم و اندوه در فرودگاه‌ها

پس از سقوط‌های مرگبار، احساس غم و اندوه بستگان را به اشتراک می‌گذارند. برندگان بزرگ می‌دانند که هنگام ارائه هر خبر بدی، باید احساس گیرنده را به اشتراک بگذارند.

متأسفانه، بسیاری از مردم از این حساسیت آگاه نیستند. وقتی از یک پرواز طولانی خسته شده‌اید، آیا متصدی هتل با خوشرویی گفته است که اتاق شما هنوز آماده نیست؟ وقتی دلتان برای گوشت گاو کبابی تنگ شده بود، آیا پیشخدمت شما با خوشحالی گفته است که او آخرین تکه را سرو کرده است؟ وقتی برای آخر هفته به پول نقد نیاز داشتید، آیا متصدی بانک شما با خوشحالی به شما گفته است که حساب شما خالی شده است؟ این باعث می‌شود که شما به عنوان مسافر، غذاخوری یا سپرده‌گذار بخواهید مشت خود را به پوزخندهای بی‌احساس آنها بکوبید.

تکنیک شماره ۳۴

توپ دست گیرنده است

اگر یک بازیکن فوتبال پاس‌های کور بدهد، دو ضربه از ساعت بازی دوام نمی‌آورد. یک بازیکن حرفه‌ای توپ را همیشه با در نظر گرفتن گیرنده پرتاب می‌کند.

قبل از اینکه خبری را منتشر کنید، گیرنده خود را در نظر داشته باشید. سپس آن را با لبخند، آه یا گریه ارائه دهید. نه بر اساس اینکه شما در مورد خبر چه احساسی دارید، بلکه بر اساس اینکه گیرنده چگونه آن را دریافت خواهد کرد.

اگر همسایه‌ام با همدردی از طوفان قریب‌الوقوع به من می‌گفت، من از هشدار او قدردانی می‌کردم. اگر متصدی فروش گری‌هاوند با همدردی به من اطلاع می‌داد که اتوبوسم قبلاً رفته است، احتمالاً می‌گفتم: "اوه، اشکالی ندارد."

من اتوبوس بعدی را می‌گیرم. "برندگان بزرگ، وقتی اخبار بدی را می‌آورند، بمب‌ها را با احساسی که فرد بمباران شده مطمئناً خواهد داشت، تحویل می‌دهند."

برندگان بزرگ می‌دانند که چگونه اخبار بد را به مردم بدهند. آنها همچنین می‌دانند که چگونه هیچ خبری را به کسی ندهند، حتی زمانی که مردم به آنها فشار می‌آورند.

بیایید در مرحله بعد آن را بررسی کنیم.

وقتی نمی‌خواهید پاسخ دهید چگونه پاسخ دهید (و آرزو می‌کنید که آنها لال شوند)

یکی از مشتریان من، باربارا، که یک ستاره در تجارت مبلمان است، اخیراً از همسر و شریک تجاری خود، فرانک، که یک ستاره بزرگ در تجارت مبلمان است، جدا شده است. آنها یک طلاق طولانی و آشفته را تحمل کردند که منجر به این شد که آنها به طور مشترک تجارت را حفظ کنند، اما مجبور نباشند با یکدیگر سر و کار داشته باشند.

کمی بعد از طلاق، من با باربارا در یک کنوانسیون صنعت بودم. از آنجایی که او و فرانک هر دو در این صنعت محبوب بودند، مردم کنجکاو بودند که چه اتفاقی افتاده است و چگونه بر شرکت آنها تأثیر گذاشته است. اما، البته، هیچ کس جرأت نمی‌کرد مستقیماً بپرسد. و باربارا هیچ توضیحی نمی‌داد.

من در شام خداحافظی باشکوه کنار باربارا نشسته بودم. ظاهراً یکی از همکارانش در میز دیگر نمی‌توانست کنجکاو خود را مهار کند. در طول دسر، او به سمت باربارا خم شد و با صدای آهسته پرسید: "باربارا، چه اتفاقی برای تو و فرانک افتاد؟"

باربارا، که از این سؤال بی‌ادبانه ناراحت نشده بود، به سادگی یک قاشق از دسر گیلای جوبلی خود را برداشت و گفت: "ما از هم جدا شده‌ایم، اما شرکت تحت تأثیر قرار نگرفته است."

زن که از این پاسخ راضی نبود، بیشتر اصرار کرد. "آیا شما هنوز با هم کار می‌کنید؟"

باربارا لقمه دیگری از دسر خود را برداشت و دقیقاً با همان لحن گفت: "ما از هم جدا شده‌ایم، اما شرکت تحت تأثیر قرار نگرفته است."

باز پرس ناامید به این راحتی تسلیم نمی‌شد. "آیا هر دوی شما هنوز در شرکت کار می‌کنید؟"

باربارا که به نظر نمی‌رسید از پافشاری بی‌وقفه زن ناراحت باشد، آخرین گیلای را از بشقابش برداشت، لبخند زد، مستقیماً به او نگاه کرد و با همان لحن گفت: "ما از هم جدا شده‌ایم، اما شرکت تحت تأثیر قرار نگرفته است."

این او را ساکت کرد. باربارا با استفاده از تکنیک "صفحه خراب"، که مؤثرترین راه برای جلوگیری از یک بازجویی ناخواسته است، نشان برنده بزرگ خود را نشان داده بود.

تکنیک شماره ۳۵

هر زمان که کسی در مورد موضوعی ناخواسته به سؤال پرسیدن از شما ادامه داد، به سادگی پاسخ اولیه خود را تکرار کنید. دقیقاً از همان کلمات با دقیقاً همان لحن استفاده کنید. شنیدن دوباره آن معمولاً آنها را ساکت می‌کند. اگر باز پرس گستاخ شما مانند زالو آویزان شد، تکرار بعدی شما هرگز در خلاص شدن از شر آنها شکست نمی‌خورد.

چگونه با یک سلبریتی صحبت کنیم

فرض کنید که به تازگی برای شام در یک رستوران خوب مستقر شده‌اید. به میز کناری نگاه می‌کنی و چه کسی را می‌بینی؟ آیا واقعاً اوست؟ آیا ممکن است باشد؟ باید بدل او باشد. نه، نیست! واقعاً... وودی آلن است. (هر سلبریتی را در اینجا جایگزین کنید: ستاره سینما، سیاستمدار، گوینده، رئیس مورد علاقه شما که صاحب شرکتی است که صاحب شرکتی است که شما در آن کار می‌کنید.) و آن موجود آسمانی در جسم خود، در فاصله نه چندان دور از شما نشسته است. شما باید چکار کنید؟

هیچ کاری! افراد مهم به ستاره‌ها التماس نمی‌کنند. بگذارید آن شخص برای مدت کوتاهی از گمنامی لذت ببرد. اگر او به سمت شما نگاه کرد، لبخند بزنید و سرتان را تکان دهید. سپس نگاه خود را به همراه غذاخوری خود برگردانید. اگر همه چیز را با خونسردی انجام دهید، در نظر شریک شام خود بسیار خونسردتر خواهید بود.

حالا، اگر نمی‌توانید در برابر این فرصت یک بار در زندگی برای دست دادن با این ستاره بزرگ و ابراز تحسین خود مقاومت کنید، در اینجا نحوه انجام آن با ظرافت آمده است. صبر کنید تا شما یا آن شخص مشهور رستوران را ترک کنید. پس از پرداخت صورتحساب و اینکه بدیهی است که وقت زیادی از او نمی‌گیرید، می‌توانید به او نزدیک شوید. چیزی مانند این بگویید: "آقای آلن، فقط می‌خواهم به شما بگویم که فیلم‌های فوق‌العاده شما در طول این سال‌ها چقدر برای من لذت بخش بوده‌اند. خیلی ممنونم."

آیا متوجه ظرافت اینجا شدید؟ شما از کار او تعریف نمی‌کنید. "از این گذشته،" او ممکن است از خود بپرسد، "تو کی هستی که قضاوت کنی من یک فیلمساز بزرگ هستم یا نه؟" شما فقط می‌توانید از دیدگاه خودتان صحبت کنید. شما این کار را با گفتن اینکه کار او چقدر برای شما لذت بخش بوده است انجام می‌دهید.

اگر رئیس شماست که سرنوشت او را برای غرق شدن در تحسین شما فرستاده است، همین کار را انجام دهید. نگوئید "بیل" یا "آقای گیتس، شما واقعاً یک شرکت عالی را اداره می‌کنید."

او فکر می‌کند: "خرخون پست،" "تو کی هستی که قضاوت کنی؟" در عوض، به او بگوئید که کار کردن برای او چه افتخاری است. بدیهی است که این لحظه مناسبی برای شرح جزئیات پیشرفت‌های شما در نرم‌افزار ویرایش تصویر برای دیجیتالی کردن عکس‌ها نیست.

سپس اجازه دهید زبان بدن شما بیان کند که اگر وودی یا بیل یا آن ستاره بزرگ دیگر بخواهد آن را در همین جا رها کند، شما از این تبادل نظر خوشحال هستید. با این حال، اگر آن ستاره بزرگ مجذوب شما شده است (یا آنقدر نوشیدنی‌های مفرح نوشیده است که تصمیم گرفته است امشب با توده مردم معاشرت کند)، پس همه شرط‌ها لغو است. شما به حال خود رها شده‌اید. لذت ببرید! تا زمانی که اولین نشانه زبان بدن را که نشان می‌دهد آنها می‌خواهند به آن پایان دهند، دریافت کنید. خودتان را به عنوان یک دانش آموز تصور کنید. او هدایت می‌کند، شما پیروی می‌کنید. و او به شما می‌گوید که چه زمانی تمام می‌شود.

اتفاقاً، اگر آن ستاره بزرگ با همراهی است و مکالمه شما بیش از چند لحظه طول می‌کشد، چند نظر را به همراه او نیز معطوف کنید. اگر ماهواره در چنین جمع ستاره‌ای است، احتمالاً او نیز فرد موفقی است.

فلشیا، یکی از دوستان من، یک وکیل دادگستری با استعداد است که با مجری یک برنامه تلویزیونی محلی ازدواج کرده است. از آنجایی که تام در تلویزیون است، مردم هر جا که می‌روند او را می‌شناسند و فلشیا نادیده گرفته می‌شود. فلشیا به من می‌گوید که این حتی برای تام چقدر ناامید کننده است. هر زمان که آنها به مهمانی می‌روند، مردم به تام هجوم می‌آورند و به ندرت از کار جذاب فلشیا نام برده می‌شود. او و تام عاشق بیرون رفتن برای شام بودند، اما اکنون عصرها در خانه پنهان می‌شوند.

چرا؟ چون نمی‌توانند مزاحمت طرفداران بیش از حد پرشور را تحمل کنند.

"من عاشق چیزی هستم که قبلاً بودی [تو از رده خارج شده‌ای]"

نکته حساس دیگر: ستاره سینما احتمالاً شیفته آخرین فیلم خود، سیاستمدار شیفته آخرین انتخابات خود، غول شرکت‌ها شیفته آخرین تصاحب خود، نویسنده شیفته آخرین رمان خود و غیره است. بنابراین هنگام بحث در مورد کار ستاره، سیاستمدار، غول، نویسنده یا هر فرد مهم دیگری، سعی کنید نظرات خود را به کارهای فعلی یا اخیر محدود کنید. گفتن به وودی آلن که چقدر فیلم او در سال ۱۹۸۰، "خاطرات

استادداشت"، را دوست داشتید، شما را به او نزدیک نمی‌کند. او فکر می‌کند: "در مورد همه فیلم‌های فوق‌العاده من از آن زمان چطور؟" در صورت امکان به زمان حال یا گذشته بسیار نزدیک بچسبید.

تکنیک شماره ۳۶

افراد مهم به ستاره‌ها التماس نمی‌کنند

افرادی که خودشان افراد مهمی هستند به سلبریتی‌ها التماس نمی‌کنند. وقتی با یکی از آنها صحبت می‌کنید، از کار او تعریف نکنید، فقط بگویید که چقدر برای شما لذت بخش یا روشن‌گر بوده است. اگر یکی از دستاوردهای ستاره را انتخاب کردید، مطمئن شوید که جدید است، نه خاطره‌ای که در دفترچه خاطرات او زرد شده است.

اگر ملکه زنبور عسل یک زنبور نر دارد که با او نشسته است، راهی برای مشارکت او در مکالمه پیدا کنید.

یک نکته پایانی در مورد سلبریتی‌ها: فرض کنید آنقدر خوش شانس هستید که یکی از آنها را در مهمانی خود دارید. برای اینکه کمی نور ستاره به مهمانی خود بتابانید، از مجری تلویزیون نخواهید که "چند کلمه بگوید." از خواننده نخواهید که آهنگی بخواند. چیزی که برای بقیه ما آسان به نظر می‌رسد، زیرا آنها در اجرا بسیار راحت به نظر می‌رسند، برای آنها کار است. شما از یک مهمان حسابدار نمی‌خواهید که به حساب‌های شما نگاه کند. یا از یک دندانپزشک نخواهید که دندان آسیاب سوم سمت چپ شما را چک کند. بگذارید آن شخص مهم بنوشد. بگذارید آن شخص مشهور بخندد. سلبریتی‌ها هم آدم هستند و اوقات فراغت خود را دوست دارند.

چگونه کاری کنیم که آنها بخواهند از شما تشکر کنند

برای جمع بندی بخش ما در مورد اینکه چگونه مانند پسران و دختران بزرگ صحبت کنیم، در اینجا یک مانور کوچک ساده و محبت آمیز وجود دارد. این نه تنها به مردم نشان می‌دهد که شما یک ارتباط‌دهنده برتر هستید، بلکه آنها را تشویق می‌کند که به انجام کارهای خوب برای شما ادامه دهند. یا از شما تعریف کنند. یا با شما تجارت کنند. یا شما را دوست داشته باشند. خیلی کوتاه است. خیلی شیرین است. خیلی ساده است. می‌توانید از آن با همه افراد در زندگی خود استفاده کنید. وقتی به یک غریزه تبدیل شود، متوجه خواهید شد که هر روز از آن استفاده می‌کنید.

به طور خیلی ساده، هرگز اجازه ندهید عبارت متشکرم و تنها بماند. همیشه آن را متشکرم برای چیزی کنید. مردم آنقدر از "متشکرم" لخت و عریان استفاده می کنند که مردم دیگر حتی آن را نمی شنوند. وقتی روزنامه صبح را می خریم، وقتی فروشنده پول خرد ما را می دهد، یک "متشکرم" تنها به او نشان می دهیم. آیا این همان "متشکرم" است که می خواهید به یک مشتری ارزشمند که خرید بزرگی در فروشگاه شما انجام می دهد، بدهید؟ یا به یکی از عزیزانتان که برای شما یک شام خوشمزه می پزد؟

هر زمان که موقعیت مستلزم چیزی بیش از یک قدردانی ناخودآگاه باشد، "متشکرم" خود را با دلیل آن بیوشانید:

متشکرم که آمدید.

متشکرم که خیلی فهمیده هستید.

متشکرم که منتظر ماندید.

متشکرم که مشتری خوبی هستید.

متشکرم که خیلی دوست داشتنی هستید.

اغلب، وقتی از هواپیما پیاده می شوم، کاپیتان و کمک خلبان کنار در کابین خلبان ایستاده اند تا با مسافران خداحافظی کنند. من می گویم: "متشکرم که ما را به اینجا رساندید." مسلماً، این تکنیک "هرگز متشکرم لخت" را به افراط می کشاند، اما تأثیر شگفت انگیزی دارد. آنها با "اوه، متشکرم که با ما پرواز کردید!" به خودشان می افتند.

تکنیک شماره ۳۷

هرگز متشکرم لخت

هرگز اجازه ندهید عبارت "متشکرم" تنها بماند. از A تا Z، همیشه آن را با برای دنبال کنید: از "متشکرم که پرسیدید" تا "متشکرم که زیپ من را بستید."

متشکرم که این بخش از "چگونه با هر کسی صحبت کنیم" را خواندید! حال بیایید به سراغ چالش دیگری در مکالمه برویم، چگونه با همه - از گروه‌های حسابداران گرفته تا بودایی‌های ذن - با دانش صحبت کنیم، مهم نیست که چقدر اشتراکات کمی ممکن است داشته باشید.

بخش ۴

چگونه در هر جمعیتی خودی باشیم

آنها در مورد چه چیزی صحبت می کنند؟

آیا تا به حال برای شما اتفاق افتاده است؟ همه در مهمانی به زبان نامفهوم صحبت می کنند. همه آنها در مورد ممیزی های معیوب، محدودیت های کد یا بازار کتابخانه بحث می کنند - و شما هیچ ایده ای ندارید که آنها در مورد چه چیزی صحبت می کنند. به این دلیل است که همه در مهمانی حسابدار، معمار یا ناشر هستند - و شما نیستید.

بنابراین شما با لبخندی بی روح روی صورتتان آنجا می ایستید و دهان خود را باز نمی کنید. اگر این کار را بکنید، می ترسید که حرف اشتباهی از دهانتان بیرون بیاید. پارانویا شروع می شود. همه شما را مسخره خواهند کرد. شما یک فرد خارجی هستید. بنابراین در سکوت رنج می برید.

من در دبیرستان به شدت از سندرم خارجی خاموش رنج می بردم، به خصوص در اطراف مردان. تنها چیزی که آنها می خواستند در مورد آن صحبت کنند ماشین بود. من چیزی در مورد ماشین نمی دانستم. تنها باری که پا به "سالن بدنسازی" گذاشته بودم برای برنزه شدن بود.

خب، یک روز سرنوشت ساز، مامان با هدیه ای برای من به خانه آمد که وجود نوجوان من را از خجالتی به اجتماعی تبدیل کرد. این کتابی در مورد تمام مدل های ماشین های فعلی و تفاوت های آنها در زیر کاپوت بود. با یک بار خواندن، من به فورد، شورلت و بیوک مسلط شدم. دیگر وقتی پسرها کلماتی مانند کاربراتور، دینام، میل بادامک یا منیفولد اگزوز را می گفتند، نفس نفس نمی زدم.

من نیازی به یادگیری زیاد نداشتم، فقط به اندازه کافی برای پرسیدن سؤالات مناسب برای وادار کردن بچه ها به صحبت کردن. وقتی یاد گرفتم با پسرها "ماشین" صحبت کنم، برای زندگی اجتماعی من معجزه کرد.

به امروز برمی گردیم. ما پسران و دختران بزرگ شده نیز موضوعات مورد علاقه خود را داریم که معمولاً شامل کار یا سرگرمی‌های ما می‌شود. وقتی با افرادی در زمینه خودمان یا کسانی که علایق ما را به اشتراک می‌گذارند هستیم، مانند شایعه‌پراکنان شهرهای کوچک باز می‌شویم. (حتی مهندسانی که دائماً مشکل لال بودن دارند، وقتی با هم هستند، در مورد توربین‌های چرب و پروژه‌های مختلف صحبت می‌کنند.) برای افراد خارجی، مکالمه ما مانند زبان نامفهوم به نظر می‌رسد. اما ما دقیقاً می‌دانیم که در مورد چیست. این زبان شغلی یا زبان سرگرمی ماست.

آیا می‌ت رسید که خود را در یک مهمانی از بازیکنان اسکواش بیابید، در حالی که شما از آن دسته افرادی هستید که ترجیح می‌دهید در دادگاه باشید تا در زمین؟ از شنیدن کلماتی مانند لابی کردن و ضربه زدن به ریل که از زبان بازیکنان اسکواش خارج می‌شود، وحشت نکنید. چه می‌شود اگر تنها تجربه‌ای که تا به حال با اسکواش داشته‌اید، نوع له شده بلوط در بشقاب شما در کنار بوقلمون در آخرین روز شکرگزاری بوده است. تنها چیزی که نیاز دارید چند تکنیک زیر است.

همانطور که ماهیگیران یک سنجاقک را برای گاز گرفتن ماهی به بیرون پرتاب می‌کنند، تنها کاری که باید انجام دهید این است که سؤالات مناسب را مطرح کنید تا مردم را وادار به باز شدن کنید. ضرب المثل دیل کارنگی، "علاقه صمیمانه نشان دهید و مردم صحبت خواهند کرد"، فقط تا اینجا پیش می‌رود. همانطور که در پوکر می‌گویند، "برای باز کردن به سرباز یا بهتر از آن نیاز است." و در مکالمه، برای اینکه آنها واقعاً باز شوند، به دانش سطحی یا بهتر در مورد زمینه آنها نیاز دارید. شما باید کنجکاوی آگاهانه داشته باشید، از نوعی که باعث می‌شود به نظر برسد که ارزش صحبت کردن را دارید.

در این بخش، تکنیک‌هایی را بررسی می‌کنیم که "افتح یا سمسم" هستند تا مردم مانند یک خودی با شما صحبت کنند.

چگونه یک مرد یا زن رنسانس مدرن باشیم

هر زمان که دوستان از شهر من، نیویورک، دیدن می‌کنند، به آنها هشدار می‌دهم: "هرگز از کسی که در مترو سوار است، مسیر نپرسید." آنها با ترس می‌پرسند: "چون مورد حمله قرار می‌گیرم؟"

"نه، فقط به این دلیل که هرگز به جایی که می‌روید نخواهید رسید!" بیشتر مسافران مترو بیگ اپل فقط دو چیز در مورد مترو می‌دانند: کجا سوار می‌شوند و کجا پیاده می‌شوند. آنها چیزی در مورد بقیه سیستم

نمی‌دانند. وقتی صحبت از سرگرمی‌ها و علایقشان می‌شود، اکثر مردم مانند مسافران نیویورکی هستند. آنها سرگرمی‌های خود را می‌شناسند، اما همه سرگرمی‌های دیگر مانند ایستگاه‌های بازدید نشده هستند.

دوست مجرد من (و آرزو می‌کند که نباشد)، ریتا، مشکل بدی با انگشت شست بولینگ دارد. هر چهارشنبه شب او با دوستانش به شدت بولینگ بازی می‌کند. او همیشه در حال بحث در مورد امتیازات، میانگین‌ها و بازی‌های سطح بالای خود است. والتر، یکی دیگر از دوستان مجرد و در جستجوی من، به قایق‌سواری در آب‌های خروشان علاقه دارد. او بی‌پایان با دوستان پارویی خود در مورد اینکه در کدام رودخانه‌ها قایق رانده است، با کدام فروشندگان تجهیزات رفته است و کدام کلاس آب‌های خروشان را ترجیح می‌دهد، صحبت می‌کند. با این فکر که دو دوست مجرد من ممکن است با هم کنار بیایند، والتر پاروزن را به ریتا بولینگ باز معرفی کردم و به علاقه‌های مربوطه آنها اشاره کردم.

والتر گفت: "اوه، تو بولینگ بازی می‌کنی!"

ریتا با فروتنی لبخند زد و منتظر سؤالات بیشتر در مورد علاقه شدید خود به بولینگ بود. والتر ساکت بود.

ریتا که ناامیدی خود را پنهان می‌کرد، گفت: "امم، لیل به من می‌گوید که تو به قایق‌سواری در آب علاقه داری." والتر با غرور لبخند زد و منتظر بازجویی دوستانه بیشتر در مورد پارو زدن بود. بهترین کاری که ریتا می‌توانست انجام دهد این بود: "امم، این باید هیجان انگیز باشد. آیا خطرناک نیست؟"

والتر با لحنی حمایت‌گرانه به سؤال معمولی او پاسخ داد: "نه، خطرناک نیست." سپس مکالمه قطع شد.

در طول سکوت کرکننده، یادم می‌آید که فکر می‌کردم اگر ریتا فقط در یک رودخانه قایق‌سواری کرده بود، اگر والتر فقط یک بازی بولینگ انجام داده بود، زندگی آنها اکنون می‌توانست متفاوت باشد. مکالمه می‌توانست جاری شود و چه کسی می‌داند چه چیز دیگری می‌توانست شکوفا شود.

برو بادبادک هوا کن!

تکنیک "درمان درهم و برهم" نجات از چنین برخوردهای ناامیدکننده‌ای است. این شما را به یک مرد یا زن رنسانس مدرن تبدیل می‌کند که می‌تواند به راحتی در مورد موضوعات مختلفی صحبت کند.

درمان درهم و برهم، به بیان ساده، درهم ریختن زندگی شما و شرکت در فعالیتی است که هرگز فکرش را نمی‌کردید. فقط یک بار در هر چهار آخر هفته، کاری کاملاً خارج از الگوی خود انجام دهید. آیا معمولاً آخر

هفته‌ها تنیس بازی می‌کنید؟ این آخر هفته به پیاده روی بروید. آیا معمولاً به پیاده روی می‌روید؟ این آخر هفته در یک کلاس تنیس شرکت کنید. آیا بولینگ بازی می‌کنید؟ این بار آن را به دوستانتان بسپارید. در عوض، به قایق‌سواری در آب‌های خروشان بروید. اوه، آیا قصد داشتید مانند هر آخر هفته گرم در چند آب‌های خروشان قایق‌سواری کنید؟ فراموشش کن، برو بولینگ.

به نمایشگاه تمبر بروید. به سخنرانی شطرنج بروید. به بالن سواری بروید. به پرند نگر بروید. به سالن بلیارد بروید. به قایق‌سواری کایاک بروید. برو بادبادک هوا کن!

چرا؟ زیرا این به شما خوراک مکالمه برای بقیه عمرتان می‌دهد. از آن آخر هفته به بعد، با تمام کوهنوردان، جمع‌آوران تمبر، بالن سواران، پرند نگرها، بازیکنان بلیارد، قایق‌رانان کایاک و بادبادک بازهایی که تا به حال ملاقات می‌کنید، مانند یک خودی صحبت خواهید کرد. فقط با یک بار انجام فعالیت آنها.

اگر یک تکه کاغذ تورنسل آبی بردارید و آن را در یک ظرف بزرگ اسید فرو کنید، نوک آن صورتی می‌شود. اگر یک کاغذ تورنسل آبی دیگر بردارید و آن را فقط در یک قطره بسیار کوچک اسید روی یک لام شیشه ای فرو کنید، نوک آن به همان اندازه صورتی می‌شود. این را با یک بار شرکت در یک فعالیت مقایسه کنید. یک نمونه برداری ۸۰ درصد از ارزش مکالمه را به شما می‌دهد. شما سؤالات خودی را برای پرسیدن یاد می‌گیرید. شما شروع به استفاده از اصطلاحات صحیح می‌کنید. وقتی صحبت از علایق فوق برنامه می‌شود، دیگر هرگز ضرر نخواهید کرد - که همیشه این اتفاق می‌افتد.

آیا به زبان غواصی صحبت می‌کنید؟

من یک غواص اسکوبا نیستم. با این حال، شش سال پیش در برمودا تابلویی را دیدم: "غواصی تفریحی، ۲۵ دلار، بدون نیاز به تجربه اسکوبا." تنها در سه ساعت، من بهترین دوره فشرده را در صحبت کردن با غواصان اسکوبا که جهان ارائه می‌دهد، دریافت کردم.

ابتدا یک درس سریع در استخر به من داده شد. سپس، در حالی که برای صاف ماندن زیر وزن مخزن اکسیژن، تنظیم کننده، جبران کننده شناوری و کمربند وزنه تلاش می‌کردم، به سمت قایق غواصی رفتم. در حالی که روی قایق تکان دهنده نشسته بودم و ماسک و باله‌هایم را مانند تسبیح نوازش می‌کردم، به طور اتفاقی شنیدم که غواصان حرفه‌ای از یکدیگر سؤالات خودی می‌پرسند:

"کجا گواهینامه گرفتید؟"

"کجا غواصی کرده‌اید؟"

"آیا لاشه کشتی را ترجیح می‌دهید یا صخره‌ها را؟"

"آیا تا به حال غواصی شبانه انجام داده‌اید؟"

"آیا به عکاسی زیر آب علاقه دارید؟"

"آیا با کامپیوتر غواصی می‌کنید؟"

"طولانی‌ترین زمان کف شما چقدر است؟"

"آیا تا به حال دچار بیماری رفع فشار شده‌اید؟"

چرا کلمات کج؟ اینها اصطلاحات اسکوبا هستند. من الان اسکوبا صحبت می‌کنم. تا به امروز، هر زمان که با غواصان ملاقات می‌کنم، سؤالات مناسب را برای پرسیدن و موضوعات مناسب برای بحث دارم. و موارد مناسب برای اجتناب. (مثل اینکه چقدر غذاهای دریایی را دوست دارم. این مثل این است که به یک عاشق گربه بگویید که چقدر بچه گربه کبابی لطیف را دوست دارید.) اکنون می‌توانم از دوستان جدیدم بپرسم که به کدام یک از نقاط مهم اسکوبا رفته‌اند - کوزومل، کیمن، کانکون. سپس، اگر بخواهم واقعاً خودنمایی کنم، می‌پرسم که آیا آنها به تالاب تروک در خاور دور، صخره بزرگ مرجانی در استرالیا یا دریای سرخ رفته‌اند یا خیر.

همه اصطلاحات خودی اکنون به راحتی از زبان من خارج می‌شوند. قبل از تجربه درمان درهم و برهم، من لاشه کشتی‌ها و صخره‌های محبوب آنها را "کشتی‌های غرق شده" و "مرجان" می‌نامیدم. کلمات قابل فهم، اما نه کلمات اسکوبا. نه کلمات خودی. هنگام ملاقات با یک غواص اسکوبا، احتمالاً می‌پرسیدم: "اوه، غواصی اسکوبا. این باید جالب باشد. امم، از کوسه‌ها نمی‌ترسید؟" راه خوبی برای شروع با یک غواص نیست.

تکنیک شماره ۳۸

درمان درهم و برهم

ماهی یک بار، زندگی خود را درهم بریزید. کاری را انجام دهید که هرگز خوابش را هم نمی‌بینید. در یک ورزش شرکت کنید، به یک نمایشگاه بروید، در مورد چیزی کاملاً خارج از تجربه خود سخنرانی بشنوید. شما ۸۰ درصد از اصطلاحات صحیح و سؤالات خودی را فقط با یک بار قرار گرفتن در معرض آن به دست می‌آورید.

در مورد آن فکر کنید! فرض کنید در یک مهمانی شام، صحبت‌های میز به سمت غواصی اسکوبا می‌رود. اگر شما هم یک بار غواصی کرده باشید، از همراه شام غواص خود می‌پرسید که آیا غواصی شبانه را دوست دارد یا غواصی در لاشه کشتی‌ها را ترجیح می‌دهد یا صخره‌ها را. (او هرگز

...باور نمی‌کند که وقتی به او می‌گویید عمیق‌ترین آبی که تا به حال در آن غوطه‌ور شده‌اید وان حمام خودتان است.)

سپس رو به پرش کننده بانجی که در سمت چپ شما نشسته است می‌کنید و از او می‌پرسید: "آیا پرش از سینه-کمر را ترجیح می‌دهید یا پرش از مچ پا؟" اگر مکالمه سپس به تنیس، یا هنرهای رزمی، یا شطرنج، یا جمع آوری سکه یا حتی پرنده نگری تغییر کند، می‌توانید ادامه دهید و مکالمه را ادامه دهید. چه مردی! چه زنی!

چگونه طوری به نظر برسیم که همه چیز را در مورد شغل یا سرگرمی آنها می‌دانیم

حتی مودی‌تر از صحبت‌های سرگرمی، صحبت‌های شغلی یا "زبان شغلی" است. من هنوز کابوس‌های اجتماعی شبی را که در مهمانی‌ای که توسط زوجی که در مدیریت پایگاه داده رایانه کار می‌کردند، شرکت کردم، به یاد دارم. همانطور که وارد در شدم، به طور اتفاقی شنیدم که یک نفر به دیگری می‌گوید: "وقتی حساب دیفرانسیل و انتگرال رابطه‌ای دامنه به عبارات ایمن محدود می‌شود، معادل رابطه‌ای تاپل است..."

من فقط برای همین آنجا ماندم. می‌دانستم که در بقیه شب یک بیت یا بایت از مکالمه را نمی‌فهمم. این باعث شد که آرزوی روزهایی را داشته باشم که موش به معنای آن موجود کوچک پشمالو که عاشق پنیر است، پنجره‌ها از نوعی بودند که برای آنها پرده می‌خریدید و وب چیزی بود که عنکبوت‌ها در آن مگس‌ها را

به دام می انداختند. می دانستم که اگر می خواستم با این جمعیت سازگار باشم، به مقداری پشتیبانی فنی نیاز دارم.

من همانجا تصمیم گرفتم که برخی از سؤالات آغازین را که انواع مدیران پایگاه داده از یکدیگر می پرسند، یاد بگیرم. که این کار را کردم. حالا نمی توانم برای فرصت دوباره با آن جمعیت صبر کنم، زیرا مسلح به سؤالاتی مانند "از چه سطح حمله ای استفاده می کنید؟" و "از چه محصول انبار داده استفاده می کنید؟" هستم.

تنها چیزی که نیاز دارید چند سؤال آغازین خودی است تا شما را با هر گروهی شروع کند. شما سؤال می پرسید، به پاسخ ها گوش می دهید و برای مدتی در مکالمات ابتدایی و هدفمند با آنها شرکت می کنید. ...سپس موضوع را در اسرع وقت تغییر دهید! شما نمی خواهید وانمود کنید که در مورد زمینه آنها بیشتر از آنچه واقعاً هستید، می دانید.

همه چیز در سؤال آغازین است

یک بازیکن تنیس می تواند فوراً با ارزیابی سرویس آغازین شما بگوید که شما چقدر بازیکن خوبی هستید. آیا بازی کردن با شما عالی خواهد بود یا واقعاً خسته کننده؟ در برقراری ارتباط هم همینطور است. فقط از روی سرویس آغازین کلامی شما، کسی می داند که آیا صحبت کردن با شما در مورد زندگی یا علایق او جالب خواهد بود - یا کسل کننده، کسل کننده، کسل کننده.

به عنوان مثال، فرض کنید من با کسی آشنا می شوم و اولین کلماتی که از دهان او خارج می شود این است: "اوه، شما نویسنده هستید. کی قرار است رمان بزرگ آمریکایی را بنویسید؟" وای، من می دانم که دارم با کسی صحبت می کنم که با دنیای من ناآشناست. ما گپ می زنیم، اما من ترجیح می دهم موضوع را عوض کنم. و به زودی، شریک مکالمه من نیز همینطور. با این حال، اگر آشنای جدید من بگوید: "اوه، شما نویسنده هستید. آیا داستان می نویسید یا غیرداستان؟" بینگو! حالا می دانم که با کسی هستم که دنیای من را می شناسد. چرا؟ زیرا این اولین سؤالی است که همه نویسندگان از یکدیگر می پرسند. من از صحبت کردن با این بازپرس لذت می برم زیرا فرض می کنم که او بینش بیشتری نسبت به دنیای نویسنده دارد. حتی اگر به سرعت از موضوع نوشتن خارج شویم، او به عنوان یک فرد آگاه ظاهر شده است.

هر شغلی، هر ورزشی، هر علاقه‌ای سؤالات آغازین خودی دارد که همه در یک زمینه از یکدیگر می‌پرسند - و سؤالات احمقانه خارجی که آنها هرگز از یکدیگر نمی‌پرسند. وقتی یک فضانورد با فضانورد دیگری ملاقات می‌کند، می‌پرسد: "در چه مأموریت‌هایی بوده‌اید؟" (هرگز "چگونه در آنجا به دستشویی می‌روید؟") یک دندانپزشک از دندانپزشک دیگری می‌پرسد: "آیا شما در پزشکی عمومی هستید یا تخصص دارید؟" (هرگز "اخیراً جوک‌های درد خوبی شنیده‌اید؟")

خبر خوب این است که زبان شغلی ابتدایی یک زبان آسان است. شما نیازی به تسلط بر کلمات قلمبه سلمبه ندارید، فقط به چند سؤال آغازین

...نیاز دارید تا شما را مانند یک خودی جلوه دهد.

سپس - این قسمت جالب است - وقتی به آنها می‌گویید که به زمینه آنها مرتبط نیستید، آنها بیشتر تحت تأثیر قرار می‌گیرند. آنها با خود می‌گویند: "چه فرد آگاهی!"

"کمک! همه آنجا هنرمند خواهند بود"

جمع آوری زبان شغلی خوب سخت نیست. بیا بگوئیم که شما به افتتاحیه یک گالری دعوت شده‌اید که در آنجا با بسیاری از هنرمندان ملاقات خواهید کرد. اگر به زبان هنرمند صحبت نمی‌کنید، دفترچه تلفن خود را مرور کنید تا ببینید آیا یک یا دو دوست هنرمند دارید یا خیر.

آها، یکی را پیدا کردید. خب، تقریباً. دوست شما سالی در مدرسه هنر شرکت کرده است. شما با او تماس می‌گیرید و می‌پرسید: "سالی، می‌دانم که این احمقانه به نظر می‌رسد، اما من به رویدادی دعوت شده‌ام که قرار است با بسیاری از هنرمندان صحبت کنم. آیا می‌توانید چند سؤال خوب برای پرسیدن به من بدهید؟" سالی ممکن است سؤال شما را کمی غیرعادی بداند، اما سخت کوشی شما باید او را تحت تأثیر قرار دهد.

شاید او بگوید: "خب، از هنرمندان بپرس که در چه رسانه‌ای کار می‌کنند." شما می‌پرسید: "رسانه؟"

او به شما می‌گوید: "مطمئناً." "این روش خودی برای پرسیدن این است که آیا آنها با اکریلیک، روغن، زغال چوب، خودکار و غیره کار می‌کنند."

"اوه."

او هشدار می‌دهد: "از هنرمندان نخواهید که کارشان را توصیف کنند." "آنها احساس می‌کنند که کار آنها یک رسانه بصری است که قابل توصیف نیست."

"اوه."

"و از آنها نپرسید که آیا کارشان در گالری است."

"اوه؟"

"این می‌تواند یک نکته دردناک باشد. در عوض بپرسید "آیا جایی هست که بتوانم کار شما را ببینم؟" آنها این را دوست خواهند داشت، زیرا حتی اگر توسط یک گالری نمایندگی نشوند، می‌توانند شما را به استودیوی خود دعوت کنند تا احتمالاً کار آنها را بخرید."

تکنیک شماره ۳۹

کمی زبان شغلی یاد بگیرید

برندگان بزرگ به زبان شغلی به عنوان زبان دوم صحبت می‌کنند. زبان شغلی چیست؟ این زبان سایر حرفه‌هاست.

چرا آن را صحبت کنیم؟ این باعث می‌شود شما مانند یک خودی به نظر برسید.

چگونه آن را یاد بگیریم؟ شما هیچ نوار کاست زبان شغلی را در بخش زبان کتابفروشی خود پیدا نخواهید کرد، اما یادگیری این زبان آسان است. به سادگی از دوستی که به زبان جمعیتی که با آنها خواهید بود صحبت می‌کند، بخواهید که چند سؤال آغازین را به شما آموزش دهد. کلمات کم هستند و پاداش‌ها بسیار زیاد.

این تمام چیزی است که برای شروع به آن نیاز دارید - دو سؤال آغازین خوب در مورد هنر و هشدار در برابر احمقانه‌ترین سؤال خارجی که بیشتر پرسیده می‌شود.

بیا یاد بگیریم که شما با سؤال مناسب در مورد شغل آنها، یک سرویس آغازین عالی داده‌اید. شما یک توپ سریع را درست در مرکز زمین مکالمه آنها کوبیده‌اید. خوشبختانه، آنها با این فکر که با یک بازیکن آس

هستند، به سؤال شما پاسخ می‌دهند. سپس آنها کمی چرخش به توپ می‌دهند و آن را به سمت زمین شما می‌فرستند و زمان آن رسیده است که یک سؤال بعدی بپرسید. وای، حالا چه باید کرد؟

اگر هنوز نمی‌خواهید از کمد بلوف زن بیرون بیایید، باید بر تکنیک بعدی، "نمایش دکمه داغ آنها" مسلط شوید.

چگونه دکمه داغ آنها را نمایش دهیم (صحبت‌های ابتدایی پزشکی)

دوست من جان، یک پزشک، اخیراً با یک زن ژاپنی جذاب، یامیکا، ازدواج کرده است. جان به من گفت که اولین باری که آنها برای ملاقات با بسیاری از همکاران جان به یک مهمانی دعوت شدند، یامیکا وحشت زده شد. او می‌خواست تأثیر خوبی بگذارد، اما از صحبت کردن با پزشکان آمریکایی عصبی بود. جان تنها کسی بود که او تا به حال ملاقات کرده بود و در طول رابطه عاشقانه آنها زمان زیادی را صرف بحث در مورد پزشکی نکردند.

جان به او گفت: "یامی، نگران نباش. همه آنها همان سؤالات قدیمی را از یکدیگر می‌پرسند. وقتی با آنها ملاقات کردی، فقط بپرس "تخصص شما چیست؟" و "آیا شما به بیمارستانی وابسته هستید؟"

او ادامه داد: "سپس، برای ورود به مکالمات عمیق‌تر،" "سؤالاتی مانند "رابطه شما با بیمارستان شما چگونه است؟" یا "محیط پزشکی فعلی چگونه بر شما تأثیر می‌گذارد؟" را مطرح کنید. اینها موضوعات داغی برای پزشکان هستند زیرا همه چیز در مراقبت‌های بهداشتی در حال تغییر است."

جان گفت که یامیکا این جملات را کلمه به کلمه به زبان آورد. او در مهمانی می‌چرخید و از تخصص پزشکان مختلف می‌پرسید و در مورد وابستگی‌ها و روابط آنها با بیمارستان‌هایشان سؤال می‌کرد. در نتیجه، او ستاره مهمانی بود. بسیاری از همکاران جان بعداً به او به خاطر پیدا کردن چنین زن جذاب و باهوشی تبریک گفتند.

گرفتن چنگک واقعی

فقط پزشکان اینطور نیستند. هر حرفه‌ای نگرانی‌هایی دارد که در صنعت سر و صدا می‌کند. با این حال، بقیه جهان چیز زیادی در مورد این دغدغه‌ها نمی‌دانند. به عنوان مثال، کتابفروشان مستقل دائماً از اینکه فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ در حال تصاحب صنعت هستند شکایت دارند. حسابداران شب‌ها بیدار می‌مانند و نگران بیمه مسئولیت برای ممیزی‌های معیوب هستند. و دندانپزشکان از مقررات OSHA و

EPA دندان قروچه می کنند. اوه، ما نویسندگان هم همینطور. ما همیشه از اینکه مجلات برای حقوق الکترونیکی کلمات گرانبایمان به ما پول نمی دهند، شکایت داریم.

فرض کنید که فرد بدبختی آنقدر بدشانس باشد که خود را در یک مهمانی نویسندگان ببیند. گفتگو با این افراد (که به ندرت می دانند چه فکری می کنند تا زمانی که ببینند چه می گویند) برای کسی که عادت به برقراری ارتباط با کلمات گفتاری دارد، کار آسانی نیست. با این حال، اگر قبل از مهمانی، فرد غیرنویسنده فقط با یک نویسنده آشنا تماس می گرفت و در مورد موضوعات داغ سؤال می کرد، می توانست تمام شب با کلمات سازها گفتگوی داغی داشته باشد.

من این تکنیک را "نمایش دکمه داغ آنها" می نامم.

تکنیک شماره ۴۰

نمایش دکمه داغ آنها

قبل از اینکه کورکورانه به جمع صحافان یا گروهی از دندانپزشکان بپرید، از موضوعات داغ در زمینه آنها مطلع شوید. هر صنعتی نگرانی های شدیدی دارد که دنیای خارج چیز زیادی در مورد آنها نمی داند. از خبرچین خود بخواهید که موضوعات داغ صنعت را فاش کند. سپس، برای داغ کردن مکالمه، آن دکمه ها را فشار دهید.

برگردیم به نمایشگاه هنری که قرار است در آن شرکت کنید. هنوز نمی توانید اجازه دهید سالی تلفن را قطع کند. او دو تا از بهترین سؤالات آغازین را برای

...هنرمندان به شما داده است. اما اجازه ندهید او برود تا زمانی که چنگک واقعی مکالمه را به دست آورید. از او در مورد داغ ترین موضوعات در دنیای هنر بپرسید. او ممکن است یک دقیقه فکر کند و سپس بگوید: "خب، همیشه قیمت های هنر وجود دارد." شما می پرسید: "قیمت های هنر؟"

او توضیح می دهد: "بله." "به عنوان مثال، در دهه ۱۹۸۰ دنیای هنر بسیار بازار محور بود. قیمت ها به شدت بالا رفت، زیرا برخی از سرمایه گذاران و جویندگان موقعیت اجتماعی مبالغه گزافی پرداخت کردند. ما احساس می کنیم که این نوعی هنر را از توده مردم دور کرد."

وای، حالا شما واقعاً مسلح به صحبت های خوب خودی در مورد هنر هستید!

در مهمانی بزرگ می بینمت!

در حالی که مشغول این کار هستید، فراموش نکنید که از خبرچین خود در مورد احوالپرسی های خاص خودی که می توانید هنگام حضور در جمع آنها استفاده کنید، سؤال کنید. به عنوان مثال، بازیگران زن اگر قبل از نمایش بشنوند "موفق باشید" ناراحت می شوند، اما به کسانی که آرزوی موفقیت می کنند و می گویند "پایت بشکند!" لبخند می زنند.

با این حال، "پایت بشکند" برای دوندگان قبل از ماراتن مناسب نیست. این آخرین فکری است که آنها می خواهند داشته باشند! تنها چیزی که آنها می خواهند بشکنند رکورد شخصی خودشان است. "بهترین رکورد شخصی را داشته باشید!" را امتحان کنید.

آتش نشانانی که به صورت شیفی کار می کنند، به ندرت یکدیگر را می بینند، مگر البته در بزرگترین آتش سوزی ها. بنابراین آتش نشانان با هم احوالپرسی می کنند: "در مهمانی بزرگ می بینمت!"

یک بار، در حال رانندگی در یک شهر خواب آلود که باید برای گم شدن در آن تلاش می کردید، موفق شدم. من کاملاً گم شده بودم. خوشبختانه، ایستگاه آتش نشانی و چند آتش نشان حوصله شان سر رفته را دیدم که جلوی آن لم داده بودند.

از پنجره فریاد زدم: "ببخشید، می توانید راه برگشت به مسیر ۵۰ را به من بگویید؟" از روی نگرش آنها می توانستم بگویم که آنها فکر می کردند من یک احمق هستم. با این وجود، آنها با بی حالی من را به مسیر درست هدایت کردند. همانطور که داشتم می رفتم، فریاد زدم: "ممنون بچه ها، در مهمانی بزرگ می بینمت!" در آینه دید عقب دیدم که لبخندهای بزرگی روی صورت آنها ظاهر شد و آنها به طور همزمان بلند شدند و برای خداحافظی دست تکان دادند. آن بلوند گیج و گمراه که در حال رفتن بود، با سلام نظامی خودی خود احترام آنها را جلب کرده بود.

چگونه مخفیانه در مورد زندگی آنها یاد بگیریم

بیایید بگوییم که روزنامه رسان شما به تازگی روزنامه را از روی دوچرخه اش به سمت در خانه شما پرتاب کرده است. شما یک فنجان قهوه می ریزید و راحت می نشینید تا از اتفاقات دنیا مطلع شوید. یعنی دنیای شما. آیا ابتدا به سراغ اخبار بین المللی می روید؟ بخش مد؟ صفحه ورزش؟ بخش سرگرمی؟ شاید کمیک؟

هر بخشی را که معمولاً ابتدا به آن مراجعه می‌کنید، فردا این کار را نکنید. به هر بخش دیگری بروید، ترجیحاً بخشی که به ندرت می‌خوانید. چرا؟ زیرا این شما را با دنیاهای دیگر آشنا می‌کند تا بتوانید به زودی در مورد هر چیزی با هر کسی صحبت کنید، مهم نیست که چقدر اشتراکات کمی دارید.

در مورد بخش املاک و مستغلات چطور؟ خمیازه. شاید املاک و مستغلات را چندان جذاب ندانید. با این حال، دیر یا زود خود را با گروهی از افراد خواهید دید که در حال بحث در مورد املاک، معاملات و بازار امروز هستند. فقط یک بار در هر چند هفته، اسکن بخش املاک و مستغلات شما را با مکالمه آنها در جریان نگه می‌دارد.

ستون تبلیغات؟ شاید فکر می‌کنید که جهان بدون مدیسون اونیو جای بسیار بسیار بهتری خواهد بود. اما اگر نتوانید در مورد موضوعات با متخصص بازاریابی که به تازگی برای تبلیغات با او قرارداد بسته‌اید، صحبت کنید، سود شما بهتر نخواهد شد.

...فقط چند نگاه اجمالی به بخش اخبار تبلیغات و به زودی در مورد کمپین‌ها و افراد خلاق و انجام تبلیغات چاپی یا تلویزیونی صحبت خواهید کرد. به جای اینکه کلمات را بگویید، کپی خواهید گفت. به جای آژانس، از اصطلاحات واقعی خودی مانند فروشگاه استفاده خواهید کرد.

استفاده از کلمات خارجی یکی از بزرگترین نشانه‌هایی است که شما از موضوع خبر ندارید. روی کشتی، اگر مسافری از هر یک از کارکنان من می‌پرسید: "شما چه مدت است که روی قایق کار می‌کنید؟" آنها ناله می‌کردند. کارکنان کشتی تفریحی با افتخار روی کشتی کار می‌کردند و کلمه قایق مسافر را به عنوان یک فرد کاملاً ناآشنا با دریا نشان می‌داد.

کلمه مناسب می‌تواند معجزات مکالمه را انجام دهد. در صف پذیرش، هر زمان که مسافران از کاپیتان کم حرف ما می‌پرسیدند: "شما اولین بار چه زمانی استاد شدید؟" یا "اولین فرماندهی شما چه بود؟" او تمام صف افرادی را که در اطراف سالن می‌چرخیدند و منتظر دست دادن با او بودند، نگه می‌داشت. کاپیتان کافیه‌رو با اشتیاق تاریخ دریایی خود را برای پرسشگر باهوشی که ممکن بود کلمات استاد یا فرماندهی را هفته گذشته در اطلاعیه‌های حمل و نقل روزنامه یاد گرفته باشد، تعریف می‌کرد. (اگر مسافر به سادگی می‌گفت: "شما چه مدت است که کاپیتان هستید؟" یا "اولین قایق شما چه بود؟" او نسخه جنتلمن ایتالیایی معمول کاپیتان را از عجله ناگهانی دریافت می‌کرد.)

به زودی به اوجی که ایجاد ارتباط با افراد زیادی به شما می‌دهد، معتاد خواهید شد. تنها چیزی که لازم است خواندن بخش‌های مختلف روزنامه است.

برای سوخت بیشتر، از خمیر آنها استفاده کنید

سپس، وقتی هوس یک ضربه بزرگتر از اصطلاحات خودی را دارید، شروع به خواندن مجلات تخصصی کنید. اینها مجلات با تیراژ محدود هستند که به دست اعضای صنایع مختلف می‌رسند. از دوستانتان در مشاغل مختلف بخواهید که یکی از آنها را به شما قرض دهند تا سوخت بیشتری برای آتش مکالمه داشته باشید. همه صنایع یک یا دو مورد دارند. شما مجلات بزرگ براق با نام‌هایی مانند اخبار خودرو، تجارت رستوران، استخر و اسپا را خواهید دید.

...اخبار، صنعت کامیون‌داری و حتی گاوهای امروزی برای افراد فعال در صنعت گاو. (ببخشید، آنها خود را "متخصص دام" می‌نامند. هی، شما هرگز نمی‌دانید که چه زمانی، برای انجام فروش بزرگ بعدی خود، صحبت کردن به زبان گاو به شما کمک خواهد کرد.) هر شماره نمونه‌ای از زبان آنها را به شما می‌دهد و شما را از داغ‌ترین موضوعات در آن زمینه مطلع می‌کند.

وقتی صحبت از سرگرمی‌ها و علایق مردم می‌شود، در مجلات مربوط به دویدن، ورزش کردن، دوچرخه‌سواری، اسکی، شنا و موج‌سواری جستجو کنید. فروشگاه‌های بزرگ مجلات، مجلات مربوط به موتورسواران، بوکسورها، بولینگ بازها و حتی سوارکاران گاو نر را دارند. هزاران مجله با موضوعات خاص هر ماه منتشر می‌شود.

چند سال پیش، من به خرید یک مجله متفاوت در هر هفته معتاد شدم. این کار به سرعت نتیجه داد، زمانی که یک مشتری مشاوره احتمالی من را به شام در خانه‌اش دعوت کرد. او یک باغ زیبا داشت و به لطف مجله گل و باغ، من می‌توانستم اصطلاحات خودی مانند گیاهان زینتی، گیاهان یکساله و گیاهان چند ساله را به کار ببرم. من حتی می‌توانستم وقتی بحث به سمت مزایای رشد از دانه‌ها یا پیازها می‌رفت، ادامه دهم.

از آنجایی که من به "زبان گل" خیلی مسلط بودم، او از من دعوت کرد که پیاده‌روی طولانی‌تری با او داشته باشم تا باغ‌های خصوصی پشتی او را ببینم. همانطور که ما

تکنیک شماره ۴۱

مجلات آنها را بخوانید

آیا مشتری بزرگ بعدی شما یک گلف باز، دهنده، شناگر، موج سوار یا اسکی باز است؟ آیا در یک مراسم اجتماعی پر از حسابداران یا بودایی‌های ذن - یا هر چیزی در این بین - شرکت می‌کنید؟ هزاران مجله ماهانه وجود دارد که به هر علاقه قابل تصویری می‌پردازند. شما می‌توانید با خواندن مجلاتی که به کار آنها مربوط می‌شود، اطلاعات بیشتری از آنچه که همیشه برای اینکه مانند یک خودی به نظر برسید، نیاز دارید، جمع‌آوری کنید. (آیا آخرین نسخه Zoonooz خود را خوانده‌اید؟)

...قدم می‌زدیم، من به تدریج موضوع را از گل داودی به کار مشاوره‌ای که می‌توانستم برای شرکت او انجام دهم تغییر دادم. چه کسی داشت چه کسی را در مسیر باغ هدایت می‌کرد؟

آیا دنیا در حال کوچکتر شدن است یا ما در حال بزرگتر شدن هستیم؟ مرد یا زن رنسانس امروزی در هر جایی راحت و با اعتماد به نفس است. تکنیک بعدی به شما کمک می‌کند در هر کجای کره زمین که هستید، یک خودی باشید و شما را از تحقق فانتزی جهان از "آمریکایی زشت" نجات می‌دهد.

وقتی در کشورهای دیگر هستید چگونه صحبت کنید

فرض کنید که برای تجارت به خارج از کشور سفر می‌کنید و می‌خواهید یک "خودی جهانی" باشید. اولین مورد در لیست کارهای شما چیست؟

یک پاسپورت و یک کتاب عبارات بگیرید، درست است؟ از این گذشته، چه کسی می‌خواهد در رم پرسه بزند و نداند که چگونه دستشویی را بپرسد؟ یا در کوالالامپور تشنه باشد و نداند که چگونه نوشابه را بپرسد؟ با این حال، چیزی وجود دارد که اکثر ما فراموش می‌کنیم که آن را بسته‌بندی کنیم، که اغلب عواقب ناگواری دارد - کتابی در مورد آداب و رسوم بین‌المللی.

یکی از دوستان من، سخنرانی به نام جرالدين، از اولین سخنرانی خود در ژاپن هیجان زده بود. برای اینکه در پرواز طولانی خود به توکیو راحت باشد، شلوار جین مورد علاقه خود و یک ژاکت غیررسمی پوشید. چهارده ساعت و ۶۷۳۷ مایل بعد، چهار جنتلمن ژاپنی با لباس‌های بی‌عیب و نقص در فرودگاه ناریتا به استقبال او آمدند. آنها در حالی که لبخند می‌زدند و تعظیم می‌کردند، کارت‌های ویزیت خود را به او دادند.

گری با کیف دستی خود در یک دست، کارت‌های آنها را با دست دیگر گرفت. او از آنها تشکر کرد، نگاهی اجمالی به کارت‌ها انداخت و آنها را با خیال راحت در جیب پشتی خود گذاشت. سپس یکی از کارت‌های ویزیت خود را از کیفش بیرون آورد و با توجه به این واقعیت که آنها ممکن است در تلفظ جرال‌دین مشکل داشته باشند، نام مستعار خود "گری" را بالای نام چاپ شده خود نوشت. آقایان روی کارت او معلق ماندند و چند بار آن را برگرداندند تا بررسی کنند، قبل از اینکه یکی از آنها آن را در کیف خود بگذارد.

وقتی آنها پنج نفر به هتل رسیدند، گری را برای صرف چای در لابی دعوت کردند. آقایان در حالی که چای می‌نوشتند، هدیه کوچکی به او دادند که او با اشتیاق آن را باز کرد. یکی از جذاب‌ترین ویژگی‌های گری، گرمی و صمیمیت غریزی اوست. او از هدیه هیجان زده شد و با سبک معمولی گری، جیغ زد: "اوه، زیباست!" و به هر یک از آنها آغوش کوچکی داد.

در این مرحله، چهار جنتلمن ژاپنی مانند چهار دوقلو سیامی اخمو به طور همزمان بلند شدند و در حالی که خیلی کم تعظیم می‌کردند، "سایونارا" را زیر لب زمزمه کردند و فوراً آنجا را ترک کردند. گری بیچاره مبهوت شده بود. او چه کار اشتباهی انجام داد؟

همه چیز! اول، شلوار جین. حتی اگر در آسیا از دوچرخه پیاده شده باشید، با لباس غیررسمی با مشتریان ملاقات نمی‌کنید. اشتباه دوم زدن مبتذل گری به کارت‌های ویزیت آنها بود. در آسیا، کارت ویزیت یکی از مهمترین ابزارهای تشریفات است. همیشه با احترام و با هر دو دست ارائه و پذیرفته می‌شود. (به جز در آسیای مسلمان که دست چپ ناپاک محسوب می‌شود).

سپس گری کارت‌های آنها را خیلی سریع کنار گذاشت. در آسیا، مردم از کارت‌های ویزیت به عنوان شروع کننده مکالمه استفاده می‌کنند. شما در مورد کارت‌ها و کار یکدیگر صحبت می‌کنید و کارت آنها را کنار نمی‌گذارید تا زمانی که آنها به آرامی و با احترام کارت شما را در جایی امن قرار دهند. گذاشتن آن در جیب پشتی شلوار جین او نهایت بی‌احترامی بود.

گری تا زمانی که به خانه برگشت، متوجه چهارمین گاف خود نشد. یکی از همکارانش، بیل، که یک مسافر تجاری باتجربه بود، این شکست را برای او تجزیه و تحلیل کرد. بیل به او گفت که دلیل اینکه آقایان وقتی او در فرودگاه کارت را به آنها داد، آن را بارها و بارها برگرداندند، این بود که نام، عنوان و شرکت او را که به زبان ژاپنی در طرف دیگر چاپ شده بود، پیدا کنند. طرف دیگر کارت گری، البته، خالی بود.

سپس، پنجمین وحشت وحشتناک، گری نباید روی کارت می‌نوشت. کارت‌ها در آسیا دقیقاً مقدس نیستند، اما هرگز نباید آنها را با دست خط نامرتب مخدوش کرد.

داستان غم‌انگیز گری و ژاپنی‌ها بدتر می‌شود. بیل خبر بد را به او داد: او نباید هدیه را جلوی آنها باز می‌کرد.

...چرا؟ زیرا در سرزمینی که حفظ آبرو بسیار مهم است، خجالت‌آور است که بفهمند هدیه‌ای که داده‌اند به خوبی هدیه‌ای که دریافت کرده‌اند نیست. (وای، گری حتی به آنها هدیه‌ای هم نداده بود!) گاف شماره هفت.

جیغ کوچک گری هنگام دریافت هدیه نیز یک اشتباه بود. در آسیا، هر چه لحن صدا پایین‌تر باشد، رتبه بالاتر است. آخرین اشتباه، البته، در آغوش گرفتن آقایان برای تشکر بود. در آغوش گرفتن، که در برخی از نقاط جهان بسیار مورد احترام است، در ژاپن با یک مشتری جدید کاملاً غیرقابل قبول است.

نیازی به گفتن نیست که گری دیگر به ژاپن دعوت نشده است. با این حال، او در السالوادور یک برنامه دارد. این بار او باهوش است. او در حال مطالعه در مورد آداب و رسوم آنجا است. خوشبختانه، او متوجه می‌شود که می‌تواند تا جایی که دلش می‌خواهد در آغوش بگیرد. با این حال، او نباید از نام کوچک خود (یا هیچ کس دیگری) استفاده کند. اوه، و او نباید خودش را به عنوان یک "آمریکایی" معرفی کند. از این گذشته، السالوادوری‌ها هم آمریکایی هستند!

تفاوت‌ها در سراسر جهان ادامه دارد. هر زمان که سفر می‌کنم، باید سرم را به دیوار بکوبم و بفهمم که در ایالات متحده قدیمی نیستم که همه چیز آزاد است. من عاشق سفر با شلوار جین هستم، من یک آغوش‌گیر درمان‌ناپذیر هستم و نمی‌توانم صبر کنم تا ببینم در جعبه هدیه‌ای که کسی به من می‌دهد چیست. با این حال، هر زمان که قصد دارم سواحل عمو سام را ترک کنم، آداب و رسوم خارجی را بررسی می‌کنم تا ببینم چقدر می‌توانم خودم باشم.

"آداب و رسوم" را پاک کنید

قبل از اینکه یک پا به خاک خارجی بگذارید، کتابی در مورد بایدها و نبایدهای سراسر جهان تهیه کنید. قبل از اینکه دست بدهید، هدیه بدهید، اشاره کنید یا حتی از دارایی‌های کسی تعریف کنید، آن را بررسی کنید. گاف شما می‌تواند کل برنامه شما را خراب کند.

چندین کتاب عالی در مورد آداب و رسوم بین‌المللی وجود دارد. نام چند مورد را در یادداشت‌ها خواهید دید.

مانند یکی دیگر از همکاران نگون بخت من نباشید که تقریباً یک معامله بزرگ تجاری را با یک برزیلی به هم زد. درست قبل از امضای قرارداد، او با انگشت شست و سبابه خود علامت OK را نشان داد. شما هرگز نمی‌دانید تا زمانی که خیلی دیر شود.

اکنون به جایی می‌رسیم که خودی بودن، پاداش‌های فوری، ملموس و قابل محاسبه را نشان می‌دهد. و جایی که خارجی بودن واقعاً ضرر دارد - درست در جیب یا کیف شما.

چگونه آنها را متقاعد کنیم که "قیمت خودی" را دریافت کنند (تقریباً برای هر چیزی که می‌خرید)

وقتی صحبت از به دست آوردن چیزی که می‌خواهید می‌شود، هرگز نبوغ انسان را دست کم نگیرید. بسیاری از مردم ضرب المثل "در عشق و جنگ همه چیز منصفانه است" را به "در عشق، جنگ و خریدن چیزی که می‌خواهم همه چیز منصفانه است" گسترش می‌دهند. استفاده از نام یک سلبریتی برای گرفتن میز در یک رستوران مجلل در یک شب شلوغ، یک ترفند قدیمی است. متصدی مورد علاقه من به من گفت که بسیاری از رابرت دنیروها برای رزرو میز به او تلفن می‌کنند. وقتی گروه شش یا هشت نفره آنها می‌رسد، می‌شنود: "خیلی متاسفم، راب امشب حالش خوب نبود."

زنی که وقتی نام جعلی سلبریتی‌اش جواب نداد ناامید شد، سر او فریاد زد: "ببین، من باید کی باشم تا یک میز بگیرم؟ من هر کسی که تو بخواهی می‌شوم، گلدی هاون، استفی گراف، فرگی - فقط به من بگو."

برخی از مردم رویکرد لحظه آخری را امتحان می‌کنند. آنها به سادگی در یک رستوران بیش از حد رزرو شده به سمت متصدی می‌روند، به هر نامی در دفترچه رزرو اشاره می‌کنند و می‌گویند: "این ما هستیم."

شما شاهد همین حيله‌گری در هتل‌های بیش از حد رزرو شده خواهید بود. چند ماه پیش داشتم در یک هتل محبوب که خوشبختانه رزرو تأیید شده‌ای برای آن داشتم، اتاق می‌گرفتم. یک مرد پر سر و صدا جلوی

...او سر متصدی پذیرش فریاد زد: "منظورت چیه، اتاق ندارید؟ من امشب در این هتل می‌مانم. اگر اتاق ندارید، همین جا روی زمین می‌خوابم." عصبانیت او فایده‌ای نداشت. او ادامه داد: "و به شما هشدار می‌دهم، من با پیژامه می‌خوابم!" او یک اتاق گرفت.

این تاکتیک‌های حيله‌گرانه کودکانه توصیه نمی‌شود. در عوض، من یک تکنیک اصولی‌تر به نام "بلوف زدن برای چانه زنی" را پیشنهاد می‌کنم. این تکنیک یک بعد از ظهر در حالی که با یک کارگزار بیمه، آقای کارسون، نشسته بودم، به دنیا آمد. او سعی می‌کرد یک بیمه نامه صاحب خانه را به من بفروشد. البته من بیشترین پوشش را با کمترین پول نقد می‌خواستم. کارسون یک اپراتور ماهر بود و با حوصله مزایای برخی از الحاقیه‌هایی را که او پیشنهاد می‌کرد، به زبان ساده برای من توضیح می‌داد.

درست زمانی که او شروع به بحث در مورد بلایایی مانند جنگ‌ها و طوفان‌ها کرد، تلفن او زنگ خورد. او با عذرخواهی گوشی را برداشت. یکی از همکارانش بود. ناگهان دگرگونی‌ای در مقابل چشمان من رخ داد. فروشنده باهوش به یک مرد معمولی، خودمانی و صمیمی تبدیل شد که با دوست قدیمی خود در مورد چترها صحبت می‌کرد. من فکر کردم آنها در مورد آب و هوا صحبت می‌کنند.

سپس مکالمه به سمت شناورها رفت. حالا فرض کردم که آنها در مورد مشکل چشم صحبت می‌کنند. مدتی طول کشید تا متوجه شدم که بیمه نامه‌های چتر و شناورها بخشی از زبان بیمه‌ای هستند که آنها صحبت می‌کردند.

چند دقیقه بعد، کارسون گفت: "بله، باشه، خداحافظ رفیق"، و تلفن را قطع کرد. او گلایش را صاف کرد و دوباره به نماینده فروش رسمی تبدیل شد که با حوصله خسارات و فرانشیزها را برای یک مشتری ساده لوح تعریف می‌کرد.

در حالی که آنجا نشسته بودم و به زبان نامفهوم مانند جانشینی و مسئولیت نسبی گوش می‌دادم، با خود فکر کردم: "اگر همکار کارسون که تازه تماس گرفته بود می‌خواست بیمه بخرد، بیمه نامه بسیار بهتری با قیمت بسیار ارزان‌تر دریافت می‌کرد." تقریباً در هر صنعتی، فروشندگان دو قیمت برای کالاها یا خدمات ارائه می‌دهند - یکی برای خودی‌ها و دیگری برای من و شما.

۱۶۷ چگونه آنها را متقاعد کنیم که "قیمت خودی" را دریافت کنند

قبل از اینکه اجازه دهم از این موضوع عصبانی شوم، به آن فکر کردم. آیا ناعادلانه است؟ نه واقعاً. اگر فروشنده مجبور نباشد وقت خود را صرف فروشنده یا روانشناس بودن برای پاسخ دادن به جریان بی پایان سؤالات تازه کارها کند، می تواند بهترین قیمت خود را ارائه دهد. کارسون مجبور نبود دقیقه برای همکاری (همانطور که برای من انجام داد) توضیح دهد که چرا اگر گردبادی خانه شما را ببرد، "یک عمل خدا" محسوب می شود. بنابراین، شما می بازید.

هنگامی که همکاران آگاه محصولات را خریداری می کنند، فروشنده با خوشحالی به چیزی بیش از یک نماینده خرید تبدیل نمی شود. او برای کار بسیار کم، سود کمی به دست می آورد و راضی است.

کمی دانش هنگام خرید چیزی بسیار مفید است. اگر به سود خالص کارگزار املاک خود آگاهی داشته باشید، او بیشتر مستعد این است که قیمت بهتری به شما بدهد. اگر با کلمات خودی که شرکت های پذیرایی و فروشندگان خودرو برای افزایش سود خود استفاده می کنند، راحت هستید، اگر با تکنیک هایی که شرکت های حمل و نقل و مکانیک ها برای فریب افراد ناآگاه استفاده می کنند، آشنا هستید، اگر مراقب روش های وکلا برای افزایش حق الزحمه هستید - به طور خلاصه، اگر طناب ها را بلد باشید، سرتان کلاه نخواهد رفت. شما نیازی به دانستن زیاد ندارید، فقط به چند اصطلاح خودی نیاز دارید. فرد حرفه ای فرض می کند، از آنجایی که شما با برخی از اصطلاحات محرمانه صنعت آشنا هستید، بهترین معامله و پایین ترین قیمت را نیز می دانید.

هیچ کس آن را بهتر از ایگی، نقاش خانه من، بیان نکرد. او به من گفت: "مطمئناً،" شما باید بدانید که چگونه با یک نقاش صحبت کنید. نه من، بلکه بسیاری از آن بچه های دیگر، آنها هر چه می توانند به دست می آورند. این فقط طبیعت انسان است. به خصوص اگر شما یک زن هستید و با آنها هوشمندانه برخورد می کنید، همانطور که من به شما می گویم، موهایشان سیخ می شود. آنها با خودشان می گویند: "هی، این یک تازه کار نیست. من بهتر است صادقانه برخورد کنم."

"باشه، ایگی، چطور؟"

او گفت: "به آن بچه ها بگو،" ببینید، دیوارها به آماده سازی بسیار کمی نیاز دارند. شما مجبور نیستید زمان زیادی را صرف تراشیدن و بتونه کاری کنید. این یک کار تمیز است." ایگی به من گفت که همین چند جمله به تنهایی می تواند صدها دلار برای شما صرفه جویی کند. چرا؟ نقاش بلافاصله می فهمد که شما

موضوع را می‌دانید و وقت‌گیرترین قسمت برای او آماده‌سازی سطح است (آماده‌سازی در زبان نقاشان). بنابراین، این بزرگترین آیتم نشانه‌گذاری اوست.

ایگی ادامه داد: "سپس،" "وقتی به آنها می‌گویید که هیچ برشی وجود نخواهد داشت [نقاشی دو رنگ در کنار هم]، قیمت شما دوباره پایین می‌آید. حتماً به آنها بگویید که هیچ تعطیلاتی را باقی نگذارند [نقاط رنگ نشده یا کم رنگ شده] و شما یک کار دقیق‌تر دریافت می‌کنید." فقط متاسفم که در هر زمینه‌ای یک ایگی ندارم که یک دوره فشرده در مورد نحوه برخورد به من بدهد.

چگونه زمانی که هیچ ایگی در زندگی شما وجود ندارد، برخورد کنید

در اینجا نحوه دریافت بهترین قیمت و بهترین معامله از هر کسی آمده است. خبرچین ایگی خود را پیدا کنید. اگر در آن تجارت دوستی دارید، زبان را از او یاد بگیرید. در غیر این صورت، به جای اینکه مستقیماً به سراغ فروشنده‌ای بروید که می‌خواهید از او خرید کنید، ابتدا به چند فروشنده دیگر مراجعه کنید. با آنها صحبت کنید. کمی زبان را از هر کدام یاد بگیرید.

به عنوان مثال، فرض کنید می‌خواهید یک الماس بخرید. به جای اینکه مستقیماً به جواهرفروشی مورد علاقه خود بروید و سؤالات احمقانه الماس پرسید، به سراغ رقابت بروید. با فروشنده دوست شوید و چند گوهر از زبان الماس را بردارید. شما یاد خواهید گرفت که جواهرسازان به الماس، سنگ می‌گویند. وقتی در مورد بالای سنگ صحبت می‌کنید، آنها می‌گویند صفحه. عریض‌ترین قسمت، کمربند است. پایین آن، ته است. اگر سنگ زرد به نظر می‌رسد، زرد نگویند، بگویید کیپ. اگر نقص‌هایی می‌بینید، نقص نگویند، بگویید ناخالصی یا گل‌ت‌ز. اگر هنوز سنگ را دوست ندارید، نگویند "دوست دارم چیز بهتری ببینم"، بگویید بهتر. (از من نپرسید چرا. این فقط نحوه صحبت کردن جمعیت الماس است.)

سپس، وقتی زبان خود را یاد گرفتید، به جایی که می‌خواهید خرید کنید بروید. از آنجایی که اکنون به زبان الماس صحبت می‌کنید، قیمت بسیار بهتری دریافت می‌کنید.

تکنیک شماره ۴۳

بلوف زدن برای چانه زنی

مهارت‌های چانه‌زنی که در بازارهای باستانی عرب استفاده می‌شد، برای کالاهای گران قیمت در آمریکای معاصر نیز زنده و سر حال هستند. وقتی بلد باشید چگونه معامله کنید، قیمت شما بسیار پایین‌تر است.

قبل از هر خرید بزرگ، چندین فروشنده پیدا کنید - چند تا برای یادگیری و یکی برای خرید. با چند کلمه از زبان صنعت مسلح شوید، آماده رفتن به فروشگاه‌های هستید که می‌خواهید از آن خرید کنید.

به زودی از فروشندگان خز می‌پرسید که پوست‌ها کجا آماده شده‌اند، از شرکت‌های حمل و نقل سوابق عملکرد ICC آنها را می‌خواهید و از وکلای نرخ ساعتی دستیاران حقوقی و همکاران را می‌پرسید. سپس این افراد، مانند ایگی نقاش، با خودشان می‌گویند: "هی، این یک تازه کار نیست - من بهتر است صادقانه برخورد کنم."

حال بیایید عمیق‌تر به دنیای خودی بودن بپردازیم. این بار بررسی می‌کنیم که چگونه به شریک مکالمه خود این حس را بدهید که شما نه تنها تجربیات، بلکه چیزهای سنگین را نیز به اشتراک می‌گذارید. شما باورها و ارزش‌های زندگی را به اشتراک می‌گذارید.

بخش پنجم

چگونه طوری به نظر برسیم که مثل سیبی هستیم که از وسط نصف شده است

"چرا، ما کاملاً شبیه هم هستیم!"

اگر چشمان خود را ریز کنید و با دقت به دسته ای از پرندگان نگاه کنید، خواهید دید که فنچه‌ها با فنچه‌ها پرواز می‌کنند، پرستوها با پرستوها اوج می‌گیرند و پرندگان زرد با پرندگان زرد بال می‌زنند. آپارتاید پرندگان تشدید می‌شود. شما هرگز یک پرستوی انبار را با یک پرستوی ساحلی یا حتی یک پرنده زرد را که با یک فنچه زرد می‌چرخد، نخواهید دید. کسی آن را کوتاه‌تر گفت:

کبوتر با کبوتر، باز با باز.

خوشبختانه، انسان‌ها از پرندگان باهوش‌ترند.

حداقل از یک جهت: ما مغزهایی داریم که می‌توانند بر تعصب غلبه کنند. انسان‌های واقعاً باهوش با هم کار می‌کنند، با هم بازی می‌کنند و با هم نان می‌شکنند. آیا این بدان معناست که سطح راحتی آنها بالاست؟ خب، این به انسان بستگی دارد.

هدف ما در اینجا بررسی پوچی آپارتاید نیست. این است که از هیچ تلاشی برای اطمینان از اینکه مردم کاملاً از انجام تجارت یا لذت بردن با شما راحت هستند، فروگذار نکنیم.

بدون شک ثابت شده است که مردم بیشترین پذیرش را نسبت به کسانی دارند که احساس می‌کنند ارزش‌های یکسانی در زندگی دارند. در یک مطالعه، ابتدا به افراد یک شخصیت

...و آزمون اعتقادات داده شد. سپس آنها را با یک شریک جفت کردند و به آنها گفتند که با هم وقت بگذرانند. قبل از ملاقات، به نیمی از زوجها گفته شد که از نظر اعتقادی با شریک زندگی خود بسیار شبیه هستند. به نیمی دیگر گفته شد که آنها متفاوت هستند. هیچ کدام از اظهارات درست نبود.

با این حال، وقتی بعداً از آنها در مورد اینکه چقدر یکدیگر را دوست دارند سؤال شد، شریک‌هایی که معتقد بودند شبیه هم هستند، یکدیگر را بسیار بیشتر از زوج‌هایی که فکر می‌کردند متفاوت هستند، دوست داشتند، که نشان می‌دهد ما نسبت به افرادی که معتقدیم درست مثل ما هستند، تمایل داریم. ما از دادن تجارت و دوستی خود به کسانی که احساس می‌کنیم ارزش‌ها و باورهای ما را در زندگی به اشتراک می‌گذارند، بسیار راحت هستیم. برای این منظور، من شش تکنیک را برای ایجاد احساس شباهت با هر کسی که می‌خواهید ارائه می‌دهم.

همراه با ایجاد ارتباط عمیق‌تر با مشتریان، دوستان و همکاران، استفاده از تکنیک‌های زیر، درک و همدلی عمیق‌تری را با افراد از هر نژاد و پیشینه‌ای ایجاد می‌کند. همچنین درهایی را به روی شما باز می‌کند که در غیر این صورت ممکن است به روی شما بسته باشند.

چگونه کاری کنیم که آنها احساس کنند که شما از همان "طبقه" هستید

درست همانطور که فنچ بال‌های خود را سریع‌تر از عقاب در حال پرواز به هم می‌زند، افراد با پیشینه‌های مختلف به طور متفاوتی حرکت می‌کنند. به عنوان مثال، غربی‌هایی که به دشت‌های وسیع عادت دارند، از یکدیگر دورتر می‌ایستند. شرقی‌ها که به طور سیستماتیک در متروها و اتوبوس‌های شلوغ ساردین می‌شوند، نزدیک‌تر می‌ایستند. آسیایی-آمریکایی‌ها حرکات متوسطی انجام می‌دهند. ایتالیایی-آمریکایی‌ها حرکات بزرگی انجام می‌دهند.

در زمان چای، افراد تحصیل کرده در مدرسه‌های عالی تعظیم می‌کنند و با ظرافت روی مبل می‌نشینند. وقتی خانم‌ها به دنبال فنجان می‌روند، نعلبکی را در یک دست و فنجان را در دست دیگر می‌گیرند، در حالی که انگشت کوچکشان کمی کشیده شده است. افرادی که هیچ مدرسه آدابی را تمام نکرده‌اند، در وسط مبل شیرجه می‌زنند و فنجان را با هر دو دست می‌گیرند.

آیا یکی درست است؟ آیا دیگری اشتباه است؟ نه. با این حال، بهترین ارتباط‌دهندگان می‌دانند که هنگام انجام تجارت با کسی که روی مبل می‌نشیند و انگشت کوچک خود را دراز می‌کند یا کسی که با دو دست لیوان را می‌گیرد، باید آنها نیز همین کار را انجام دهند.

مردم در کنار افرادی که درست مثل آنها حرکت می‌کنند احساس راحتی می‌کنند.

من دوستی دارم که در سراسر کشور سفر می‌کند و یک سمینار عجیب و غریب به نام "چگونه با ثروتمندان ازدواج کنیم" برگزار می‌کند. جنی یک بار در مهمانی در لاس وگاس بود که یک خبرنگار تلویزیونی از او پرسید که آیا می‌تواند ثروتمندان واقعی را از متظاهران بزرگ تشخیص دهد. جنی پاسخ داد: "البته."

خبرنگار به چالش کشید: "خیلی خب." "ثروتمندترین مرد این اتاق کیست؟" در میز کناری سه مرد با کت و شلوارهای سفارشی (بدون شک هیوارد از میفر، لندن)، پیراهن‌های دست دوز (بدون شک چاروت از پلاس وندوم در پاریس) و در حال نوشیدن چای (بدون شک لاپروایگ تک مالت از جزیره اسکاتلندی ایلی) نشسته بودند. طبیعتاً خبرنگار تصور می‌کرد که جنی یکی از این نامزدهای احتمالی را انتخاب می‌کند.

در عوض، چشمان جنی با دقت یک گربه، اتاق را اسکن کرد. او مانند یک گربه آموزش دیده، به طور غریزی یک ناخن بلند قرمز را به سمت مردی با شلوار جین پاره در یک میز گوشه نشانه گرفت. او زیر لب گفت: "او خیلی ثروتمند است."

خبرنگار که مبهور شده بود، از جنی پرسید: "از کجا می‌فهمی؟"

او گفت: "او مانند پول قدیمی حرکت می‌کند." جنی در ادامه توضیح داد: "می‌بینید،" "حرکت کردن مانند پول قدیمی وجود دارد. حرکت کردن مانند پول جدید وجود دارد. و حرکت کردن مانند بی‌پولی وجود دارد." جنی می‌توانست بگوید که آن مرد بعید در گوشه، بدیهی است که دارایی‌های زیادی دارد و همه اینها به خاطر نحوه حرکت اوست.

تکنیک شماره ۴۴

هم‌کلاسی باشید

مردم را تماشا کنید. به نحوه حرکت آنها نگاه کنید.

حرکات کوچک؟ حرکات بزرگ؟ سریع؟ آهسته؟ تند؟ روان؟

قدیمی؟ جوان؟ باکلاس؟ آشغال؟

وانمود کنید که فردی که با او صحبت می‌کنید، مربی شماست. آیا او یک بازیگراست؟ آیا او یک معلم است؟ بدن او را تماشا کنید، سپس سبک حرکت را تقلید کنید. این باعث می‌شود که شریک مکالمه شما به طور ناخودآگاه با شما بسیار راحت باشد.

آنها شما را نیز می‌خرند

اگر در فروش هستید، نه تنها از طبقه مشتری خود، بلکه از طبقه محصول خود نیز کپی کنید. من در بخشی از شهر نیویورک به نام سوهو زندگی می‌کنم که چند بلوک بالاتر از خیابان کانال معروف به آشغال بودن است. اغلب، در حالی که کیف پولم را محکم گرفته‌ام و از میان جمعیت در خیابان کانال طفره می‌روم، از کنار یک جیب‌بر که برای امروز به فروشنده تبدیل شده است، عبور می‌کنم. او دزدکی به اطراف نگاه می‌کند و یک دستمال چرب را با یک تکه جواهر روی آن به من نشان می‌دهد. "هیس، می‌خواهی یک زنجیر طلا بخری؟" فقط رفتار عصبی دزد او می‌تواند باعث دستگیری او شود.

حالا، حدود شصت بلوک بالاتر، فروشگاه جواهرات تیفانی شیک و بسیار گران قیمت را خواهید دید. گاهی اوقات، در حالی که به خیالاتم برای اینکه بتوانم چیزی در آنجا بخرم، چنگ می‌زنم، از میان درهای بزرگ طلاکاری شده قدم می‌زنم. تصور کنید یکی از فروشندگان با لباس‌های بی‌عیب و نقص پشت پیشخوان‌های شیشه‌ای اریب، دزدکی به اطراف نگاه می‌کند و به من می‌گوید: "هیس، می‌خواهی یک الماس بخری؟" فروشی نیست!

شخصیت خود را با محصول خود مطابقت دهید. آیا کت و شلوارهای دست دوز می‌فروشید؟ لطفا کمی آداب معاشرت داشته باشید. آیا شلوار جین می‌فروشید؟ لطفا کمی خونسرد باشید. آیا لباس‌های ورزشی می‌فروشید؟ لطفا کمی اسپرت باشید. و به همین ترتیب برای هر چیزی که می‌فروشید. به یاد داشته باشید، شما تجربه خرید مشتریان خود هستید. بنابراین شما بخشی از محصولی هستید که آنها می‌خرند.

۴۵ چگونه کاری کنیم که آنها احساس کنند که شما "خانواده" هستید

آیا تا به حال با یک آشنای جدید صحبت کرده‌اید و بعد از چند لحظه با خودتان گفته‌اید: "این شخص و من مثل هم فکر می‌کنیم! ما هم‌فاز هستیم." این یک حس عالی است، تقریباً مانند عاشق شدن.

عاشقان آن را "شیمی" می‌نامند. دوستان جدید از "ارتباط فوری" صحبت می‌کنند و تاجران می‌گویند "تلاقی ذهن‌ها". با این حال، این همان جادوی، آن حس ناگهانی گرما و صمیمیت، آن حس عجیب "وای، ما بلافاصله دوستان قدیمی شدیم!" است.

وقتی بچه بودیم، دوست یابی آسان تر بود. بیشتر بچه‌هایی که ما ملاقات می‌کردیم در همان شهر بزرگ شده بودند و بنابراین با ما هم‌فاز بودند. سپس سالها گذشت. ما بزرگتر شدیم. ما نقل مکان کردیم. پیشینه‌ها، تجربیات، اهداف و سبک زندگی ما متنوع شد. بنابراین، ما از طول موج‌های یکدیگر خارج شدیم.

آیا عالی نیست که یک تخته موج سواری جادویی داشته باشید تا به شما کمک کند هر زمان که خواستید به طول موج همه برگردید؟ در اینجا این تخته آمده است، یک وسیله زبانی که شما را با هر کسی که ملاقات می‌کنید در اوج ارتباط قرار می‌دهد.

اگر روی صخره‌ای کوهستانی بایستید و "سلام" را در سراسر دره فریاد بزنید، "سلام" یکسان شما با صدای رعد و برق به شما باز می‌گردد. من این تکنیک را "تکرار کردن" می‌نامم، زیرا مانند کوه، شما دقیقاً کلمات شریک مکالمه خود را تکرار می‌کنید.

همه چیز از آن سوی اقیانوس شروع شد

در بسیاری از کشورهای اروپایی، پنج، ده یا بیشتر زبان را در داخل زبان خواهید شنید. به عنوان مثال، در ایتالیا، سیسیلی‌ها از جنوب به گویشی صحبت می‌کنند که برای ایتالیایی‌های شمالی مانند زبان نامفهوم به نظر می‌رسد. من یک بار در یک رستوران ایتالیایی به طور اتفاقی شنیدم که یک مشتری متوجه شد که پیشخدمت او نیز اهل اودین، شهری در شمال شرقی ایتالیا است که در آنجا به گویش فریولی صحبت می‌کنند. مشتری بلند شد و پیشخدمت را در آغوش گرفت، گویی او برادری است که مدت‌هاست گم شده است. آنها شروع به پیچ‌پیچ به زبانی کردند که باعث شد بقیه پیشخدمت‌های ایتالیایی شانه‌هایشان را بالا بیندازند.

در آمریکا ما هم گویش داریم. ما فقط از آنها آگاه نیستیم. در واقع، ما بسته به منطقه، شغل، علایق و تربیت خود، هزاران کلمه مختلف داریم. یک بار، هنگام سفر در سراسر کشور، سعی کردم در یک غذاخوری بزرگراه یک نوشابه مانند کوکاکولا یا سون آپ سفارش دهم. کمی توضیح لازم بود تا پیشخدمت متوجه شود که من چیزی را می‌خواهم که او آن را "پاپ" می‌نامد. شاید به این دلیل که دنیای انگلیسی زبان بسیار بزرگ است، آمریکایی‌ها برای همان چیزهای قدیمی، انتخاب کلمات بیشتری نسبت به هر زبانی که من با آن مواجه شده‌ام، دارند.

اعضای خانواده خود را در حال صحبت کردن شبیه هم می‌بینند. دوستان از کلمات یکسانی استفاده می‌کنند و همکاران در یک شرکت یا اعضای یک باشگاه شبیه هم صحبت می‌کنند. هر کسی که ملاقات

می‌کنید زبان خاص خود را خواهد داشت که به طور ناخودآگاه او را از افراد خارجی متمایز می‌کند. کلمات همه انگلیسی هستند، اما از منطقه‌ای به منطقه دیگر، از صنعتی به صنعت دیگر و حتی از خانواده‌ای به خانواده دیگر متفاوت هستند.

وسیله زبانی که می‌گوید "ما هم‌فاز هستیم"

وقتی می‌خواهید به طور ناخودآگاه به کسی این حس را بدهید که شما کاملاً شبیه هم هستید، از کلمات او استفاده کنید، نه کلمات خودتان. فرض کنید در حال فروش ماشین به یک مادر جوان هستید که به شما می‌گوید که به دلیل داشتن یک "کودک نوپا" نگران ایمنی است. هنگام توضیح ویژگی‌های ایمنی خودرو، از کلمه او استفاده کنید. از هر کلمه‌ای که برای فرزندانان به کار می‌برید استفاده نکنید. حتی نگوید قفل محافظ کودک، که در دفترچه راهنمای فروش شما بود. به مشتری احتمالی خود بگویید: "هیچ کودک نوپایی نمی‌تواند پنجره را باز کند، زیرا دستگاه کنترل توسط راننده است." حتی آن را قفل محافظ کودک نوپا بنامید. وقتی مامان می‌شنود که کودک نوپا از لبان شما خارج می‌شود، احساس می‌کند که شما "خانواده" هستید، زیرا این همان چیزی است که همه اقوام او به کودک کوچکش می‌گویند. فرض کنید مشتری احتمالی شما گفته بود بچه یا نوزاد. خوب، هر کلمه‌ای را که او استفاده کرد تکرار کنید. (خب، تقریباً هر کلمه. اگر او گفته بود بچه لوس من، ممکن است بخواهید این بار از تکرار صرف نظر کنید.)

تکرار کردن در مهمانی‌ها

بیایید بگوییم که شما در یک مهمانی هستید. این یک مهمانی بزرگ با انواع مختلف افراد است. شما ابتدا با وکیلی صحبت می‌کنید که به شما می‌گوید حرفه‌اش اغلب بدنام است. وقتی نوبت شما می‌شود که صحبت کنید، شما هم حرفه بگویید. اگر شغل بگویید، به طور ناخودآگاه بین شما فاصله ایجاد می‌کند.

سپس با یک کارگر ساختمانی ملاقات می‌کنید که شروع به صحبت در مورد شغل خود می‌کند. حالا اگر بگویید: "خب، در حرفه من..." به دردسر می‌افتید.

او فکر می‌کند که شما متکبر هستید.

پس از وکیل و کارگر ساختمانی، شما با چند فریلنسر صحبت می‌کنید - ابتدا یک مدل، سپس یک سخنران حرفه‌ای، در نهایت یک نوازنده پاپ. هر سه این افراد برای کار خود از کلمات متفاوتی استفاده خواهند کرد.

مدل در مورد رزروهای خود لاف می‌زند. سخنران حرفه‌ای ممکن است رزرو بگوید، اما بیشتر مستعد این است که به تعهدات سخنرانی خود ببالد. یک نوازنده پاپ ممکن است بگوید: "بله، رفیق، من برنامه‌های زیادی دارم." حفظ کردن اینکه همه آنها کار خود را چه می‌نامند سخت است. فقط گوش‌هایتان را باز نگه دارید و کلمه آنها را بعد از اینکه آنها می‌گویند تکرار کنید.

تکرار کردن فراتر از نام‌های شغلی است. به عنوان مثال، اگر با صاحب قایق صحبت می‌کنید و قایق او را آن صدا می‌زنید، او شما را یک فرد کاملاً ناآشنا با دریا می‌داند. (او البته با احترام از قایق محبوب خود به عنوان او یاد می‌کند.)

اگر با دقت گوش دهید، ظرافت‌های زبانی را می‌شنوید که خوابش را هم نمی‌دیدید. آیا باور می‌کنید که استفاده از مترادف اشتباه برای یک کلمه به ظاهر ساده مانند داشتن

...چگونه کاری کنیم که آنها احساس کنند که شما "خانواده" هستید

... شما را در دنیای شخص دیگری به عنوان یک نادان معرفی می‌کند؟ به عنوان مثال، عاشقان گربه در مورد داشتن گربه‌ها صحبت می‌کنند. اما افراد اسب سوار در مورد داشتن اسب‌ها صحبت می‌کنند. و افراد ماهی، ماهی ندارند. آنها در مورد نگهداری از ماهی صحبت می‌کنند. هی، مهم نیست. اما اگر از کلمه اشتباه استفاده کنید، شریک مکالمه شما به درستی فرض می‌کند که شما در سرزمین سرگرمی او غریبه هستید.

خطر تکرار نکردن

گاهی اوقات با تکرار نکردن ضرر می‌کنید. من و دوستم فیل با چند مهمان در یک مهمانی صحبت می‌کردیم. زنی با افتخار در مورد کلبه اسکی فوق‌العاده جدیدی که به تازگی خریده بود به گروه گفت. او مشتاقانه منتظر بود تا دوستانش را به کلبه کوچکش در کوهستان دعوت کند.

فیل با امید مخفیانه به دعوت گفت: "این فوق‌العاده است." "کلبه شما دقیقاً کجاست؟" تق! شانس فیل برای دعوت به کلبه خانم از بین رفت.

من نتوانستم مقاومت کنم. بعد از مکالمه، به دوستم زمزمه کردم: "فیل، چرا با صدا زدن کلبه او به عنوان کابین، به آن زن توهین کردی؟" فیل سرش را خاراند و گفت: "منظورت از توهین به او چیست؟ کابین یک کلمه زیباست. خانواده من در کیپ کاد یک کابین دارند و من با عشق به این کلمه، تداعی‌ها و لذت یک

کابین بزرگ شدم." (به عبارت دیگر، معانی کابین.) خب، خیلی خب، فیل. کلمه کابین ممکن است برای شما زیبا باشد، اما بدیهی است که اسکی باز کلمه کلبه را ترجیح می‌دهد.

تکرار کردن حرفه‌ای

در محیط فروش امروزی، مشتریان انتظار دارند که فروشندگان حل‌کننده مشکلات باشند، نه فقط فروشنده. آنها احساس می‌کنند که اگر شما به زبان آنها صحبت نکنید، مشکلات صنعت آنها را درک نمی‌کنید.

من دوستی به نام پنی دارم که مبلمان اداری می‌فروشد. افراد فعال در زمینه نشر، تبلیغات، پخش و چند وکیل از جمله مشتریان او هستند. دفترچه راهنمای فروش پنی می‌گوید مبلمان اداری. با این حال، او به من گفت که اگر او از کلمه اداره با همه مشتریان خود استفاده می‌کرد، آنها فرض می‌کردند که او چیزی در مورد صنایع مربوطه آنها نمی‌داند.

او به من گفت که مشتری او، مسئول خرید در تبلیغات، در مورد آژانس تبلیغاتی خود صحبت می‌کند. مشتری نشر پنی می‌گوید انتشارات.

وکلای در مورد مبلمان برای شرکت خود صحبت می‌کنند و مشتریان رادیویی او به جای اداره از کلمه ایستگاه استفاده می‌کنند. پنی می‌گوید: "هی،" "این معدن نمک آنهاست. آنها می‌توانند هر چه که می‌خواهند آن را صدا کنند. و،" او اضافه کرد، "اگر می‌خواهم فروش را انجام دهم، بهتر است من هم آن را همان چیز صدا کنم."

تکنیک شماره ۴۵

تکرار کردن

تکرار کردن یک تکنیک زبانی ساده است که تأثیر قدرتمندی دارد. به انتخاب دلخواه اسم‌ها، افعال، حروف اضافه، صفت‌ها توسط گوینده گوش دهید - و آنها را تکرار کنید. شنیدن اینکه کلمات آنها از دهان شما خارج می‌شود، ارتباط ناخودآگاه ایجاد می‌کند. این باعث می‌شود آنها احساس کنند که شما ارزش‌ها، نگرش‌ها، علایق و تجربیات آنها را به اشتراک می‌گذارید.

تکرار کردن یک بیمه نامه سیاسی صحیح است

در اینجا یک مسابقه وجود دارد: شما با یک داروساز صحبت می کنید و از او می پرسید: "شما چه مدت است که در داروخانه کار می کنید؟" چه اشکالی در این سؤال وجود دارد؟

تسلیم می شوید؟ این کلمه داروخانه است. داروسازان از این کلمه متنفرند زیرا مشکلات زیادی را در صنعت تداعی می کند. آنها عادت دارند آن را از افراد خارجی بشنوند، اما این یک نشانه است که آنها از مشکلات حرفه ای خود بی اطلاع یا نسبت به آنها بی تفاوت هستند. آنها داروخانه را ترجیح می دهند.

چگونه کاری کنیم که آنها احساس کنند که شما "خانواده" هستید

اخيراً در یک پذیرایی، یکی از دوستانم، سوزان، را به عنوان یک کارمند مهدکودک معرفی کردم. بعداً سوزان التماس کرد: "لیل، لطفاً من را کارمند مهدکودک صدا زن. ما کارمندان مراقبت از کودک هستیم." وای! زمان و تاریخ اخیر به سرعت عبارات خاصی را قدیمی می کند.

ترجیح شدید یک گروه برای یک کلمه دلخواه نیست. مشاغل خاص، اقلیت ها و گروه های ذینفع خاص اغلب سابقه ای دارند که عموم مردم نسبت به آن حساس نیستند. وقتی آن تاریخ درد زیادی به همراه دارد، مردم کلمه دیگری را اختراع می کنند که بار معنایی تلخی نداشته باشد.

من یک دوست عزیز به نام لزلی دارم که روی ویلچر است. او می گوید هر زمان که کسی کلمه معلول را می گوید، ناراحت می شود. لزلی می گوید این باعث می شود که او احساس کند کامل نیست. "ما ترجیح می دهیم که شما بگویید فرد دارای معلولیت." او سپس توضیحی تکان دهنده داد. "ما افراد دارای معلولیت مانند هر فرد سالم دیگری هستیم. ما می گوییم AB،" او اضافه کرد. "ABها با همان بارهایی که ما داریم در زندگی پیش می روند. ما فقط یک چمدان اضافی حمل می کنیم، یک معلولیت."

ساده است. موثر است. برای نشان دادن احترام و نزدیک کردن مردم به خود، کلمات آنها را تکرار کنید. این شما را به یک ارتباط دهنده حساس تر تبدیل می کند - و هر بار شما را از دردسر دور نگه می دارد.

چگونه واقعاً آن را برای آنها روشن کنیم

من اخیراً مجبور شدم در یک جلسه شرکتی برای پانزده مرد ارائه کنم. همانطور که بلند می‌شدم با خودم گفتم: "باشه"، "پانزده مریخی و یک ونوسی." مشکلی نیست! من "مردان مریخی، زنان ونوسی" را خوانده بودم. من تفاوت‌های عصبی در مغز مردان و زنان را بررسی کرده بودم. من همه چیز را در مورد سیگنال‌های زبان بدن خاص جنسیت می‌دانستم. هی، من تفاوت‌های ارتباطی را آموزش می‌دهم. من به خوبی آماده بودم تا با این مردان صحبت کنم، منظورم را برسانم و به هر سؤالی پاسخ دهم.

همه چیز خوب شروع شد. من ارائه خود را به طور واضح و مختصر طراحی کرده بودم، هر موضوع را توسعه داده بودم و آن را بی‌عیب و نقص ارائه کرده بودم. سپس، نشستم و با اطمینان سؤالات و بحث آزاد را دعوت کردم.

این زمانی بود که همه چیز از هم پاشید. تنها چیزی که به یاد دارم، رگباری وحشتناک از سؤالات است که در قالب تشبیهات فوتبال بیان شده‌اند.

یکی از مردان پرسید: "فکر می‌کنی ما در آن مورد توپ را انداختیم؟"

دیگری پاسخ داد: "بله." "اما آیا می‌توانیم توپ را پس بگیریم؟"

من آن دو را فهمیدم. با این حال، وقتی به پوشش پاس و زمین‌گیری عمدی رسید، شروع به از دست دادن آن کردم. وقتی یکی از بچه‌ها در مورد نیاز به یک پاس سلام مریم برای نجات معامله صحبت کرد، من نهایت تحقیر را متحمل شدم. من مجبور شدم بپرسم: "امم، این یعنی چی؟" بچه‌ها با آگاهی به هم نگاه کردند و سپس با تحقیر لبخند زدند و آن را برای من توضیح دادند.

آن شب من فانتزی‌های سادیستی از پانزده زن داشتم که شرکت را اداره می‌کردند و یک مرد در حالی که ما در مورد تشبیهات زایمان صحبت می‌کردیم، سرش را می‌خاراند.

مدیر حساب می‌گوید: "ما پیشنهاد جدید او را تا سه ماهه سوم دریافت نخواهیم کرد."

"بله، اما این شش ماه دیگر است. بیایید آن را با سزارین انجام دهیم،" حسابدار پاسخ می‌دهد.

معاون بازاریابی می‌پرسد: "چرا زحمت بکشیم؟" "به هر حال همه ایده‌های او در آزمایشگاه توسعه یافته‌اند."

مدیر عامل زیر لب می‌گوید: "من در شرف افسردگی پس از زایمان هستم." تنها کارمند مرد به اندازه من در مواجهه با تشبیهات فوتبال گیج و تحقیر شده است.

اهم، هدف این کتاب تغذیه فانتزی‌های شیطانی نیست، بلکه بهبود ارتباطات است. برای این منظور، من تکنیک زیر را بر اساس تشبیهات ارائه می‌دهم، نه فقط تشبیهات فوتبال. زیرا تشبیهات پسرانه با دختران، رفتاری غیرورزشی است.

تشبیهات هدفمند به هدف می‌خورند

تشبیهات می‌توانند یک ابزار ارتباطی موثر باشند - اگر تصاویری را از زندگی فردی که با او صحبت می‌کنید تداعی کنید. مردان از تشبیهات فوتبال برای مبهم کردن مسائل یا گیج کردن زنان استفاده نمی‌کنند، بلکه برای روشن کردن موقعیت‌ها برای یکدیگر استفاده می‌کنند. تشبیهات از ورزش، موقعیت‌ها را برای مردان زنده می‌کند، زیرا آنها معمولاً بیشتر از زنان فوتبال تماشا می‌کنند.

به سراغ تشبیهات ورزشی دیگر برویم: همه می‌دانند که گوینده وقتی می‌گوید: "ما هرگز با این راه حل ضربه فنی نخواهیم شد" منظورش چیست. با این وجود، این تصویر برای طرفداران بیسبال و همچنین تشبیهاتی مانند "در حال پرواز گرفتن"، "به خاک زدن" یا "پرتاب توپ تف انداخته شده" قانع‌کننده‌تر خواهد بود.

شما شنیده‌اید که مردم می‌گویند: "این راه حل درست به هدف می‌خورد." همه ما آن را می‌فهمیم. اما این عبارت برای علاقه‌مندان به تیراندازی با کمان دراماتیک‌تر خواهد بود. اگر شنونده شما یک بولینگ باز بود، صحبت از "توپ‌های ناودانی" یا "شکاف‌های بزرگ" هر چیزی را که در مورد آن بحث می‌کردید زنده می‌کرد. اگر دوستان تجاری شما طرفداران بسکتبال بودند، تشبیهاتی مانند "قلاب شات" یا "ایر بال" درست در سبد آنها قرار می‌گرفت. اگر مشتری شما کشتی می‌گیرد، گفتن "فینت" و "قیچی کردن پاها" راهی برای جذب او خواهد بود.

این تشبیهات ممکن است برای شما دور از ذهن به نظر برسند. اما آنها ابزارهای ارتباطی قدرتمندی هستند که دنیای شریک مکالمه شما را تداعی می‌کنند. چرا از قدرتمندترین عبارات ممکن برای رساندن منظورتان و انجام فروش استفاده نمی‌کنید؟ من این تکنیک را "تصویرسازی قوی" می‌نامم.

تکنیک شماره ۴۶

تصویرسازی قوی

آیا مشتری شما باغ دارد؟ در مورد "کاشتن بذر موفقیت" صحبت کنید. آیا رئیس شما قایق دارد؟ در مورد مفهومی که "آب را نگه می‌دارد" یا "شناور می‌ماند" با او صحبت کنید. آیا او خلبان شخصی است؟ در مورد مفهومی که واقعاً "از زمین بلند می‌شود" صحبت کنید. آیا او تنیس بازی می‌کند؟ به او بگویید که واقعاً به "نقطه شیرین" ضربه می‌زند.

علاقه یا سبک زندگی شنونده خود را تداعی کنید و تصاویری را در اطراف آن ببافید. برای اینکه به نکات خود قدرت و تأثیر بیشتری بدهید، از تشبیهاتی از دنیای شنونده خود استفاده کنید، نه دنیای خودتان. تصویرسازی قوی همچنین به شنوندگان شما می‌گوید که شما مانند آنها فکر می‌کنید و به آنها اشاره می‌کند که علاقه آنها را به اشتراک می‌گذارید.

بخشید که برای لحظه‌ای به فانتزی‌های سادیستی خود از تنها کارمند مرد که ناامیدانه گیج شده است، باز می‌گردم. تیم مدیریت کاملاً زن اکنون در حال بحث در مورد استراتژی شرکت با استفاده از تشبیهات باله هستند، نه فوتبال البته.

او پیشنهاد می‌کند: "من می‌گویم بیایید تصاحب شرکت را آگرو انجام دهیم."

همکارش پاسخ می‌دهد: "نه، تو باید در این مسائل آداجیو بروی."

"اما اگر آنها در حالی که ما در پنجم آماده هستیم، یک تور ژته انجام دهند، چه؟"

"بیخیال، آیا تا به حال یک پاس دو سول خوب از رئیس آنها دیده‌ای؟"

زن برتر آن را حل می‌کند. "من می‌گویم بیایید فقط کمی به او احترام بگذاریم و سپس یک ضربه بزرگ به توپ‌ها بزنیم."

چگونه کاری کنیم که آنها احساس کنند که شما همدلی می‌کنید (بدون اینکه فقط بگویید "بله، اوه هوم، بله")

در حین گوش دادن به صحبت‌های کسی، ما اغلب "اوه هوم" را با صدای بلند می‌گوییم یا صداهای کوچک "امم" را از گلویمان خارج می‌کنیم تا به گوینده اطمینان دهیم که حرف‌های او را شنیده‌ایم. در واقع، برای برخی اینقدر این کار به یک عادت تبدیل شده است که این صداها ناخودآگاه از گلویشان خارج می‌شود. دوست من فیل هر زمان که من صحبت می‌کنم، یک "امم" گوینده تمام عیار، دائمی و بی‌وقفه است. گاهی اوقات، اگر بعد از اینکه او در پاسخ به چیزی که من گفته‌ام یکی از "امم"های موافق خود را می‌گوید، احساس می‌کنم که در حال بحث هستم، او را با این جمله به چالش می‌کشم: "بسیار خب، فیل، من چه گفتم؟"

"امم، خب، خدای من..." فیل هیچ ایده‌ای ندارد. این تقصیر او نیست. او مرد است. مردان به خصوص در مورد عادت امم نگفتن-واقعا-گوش دادن مقصر هستند.

یک بار، وقتی من در حال مونولوگ در مورد هیچ چیز خاصی نبودم، فیل واقعا در حال امم گفتن بود. برای آزمایش مهارت‌های شنیداری او، من این جمله را اضافه کردم: "بله، امروز بعد از ظهر فکر می‌کنم بیرون بروم و تمام بدنم را خالکوبی کنم."

فیل با عادت "اوه هوم" گفت.

خب، امم گفتن بهتر از نگاه خالی است. با این حال، این انتخاب بهترین ارتباط‌دهندگان نیست. سعی کنید امم‌های خود را با همدلی‌های تمام عیار جایگزین کنید.

۴۸ چگونه کاری کنیم که آنها فکر کنند که شما آن را درست همانطور که آنها

می‌بینند/می‌شنوند/احساس می‌کنند

حدود ده سال پیش، من هم اتاقی‌ای به نام برندا داشتم. برندا معلم بود که فقط برای امرار معاش انجام نمی‌داد. او برای معلمی زندگی می‌کرد. پوسترهای بیل "بوجانگلز" رابینسون و چارلز "هونی" کولز دیوارهای او را پوشانده بود. او در خانه راه نمی‌رفت. او از اتاقی به اتاق دیگر میرفت. سر و صدا بود، اما حداقل وقتی تماسی برای برندا می‌آمد، من هرگز در پیدا کردن او مشکلی نداشتم.

یک بار از برندا پرسیدم که چه زمانی به معلمی علاقه‌مند شد. او گفت: "از همان لحظه‌ای که برای اولین بار گوش‌هایم را باز کردم." گوش‌هایم؟ فکر کردم، عجیب است. اکثر مردم می‌گویند "از همان لحظه‌ای که چشمانم را باز کردم." در آن لحظه، متوجه شدم که برندا جهان را بیشتر از طریق گوش‌هایم می‌بیند تا چشمانش.

همه ما جهان را از طریق پنج حس درک می‌کنیم. ما جهان را می‌بینیم. ما جهان را می‌شنویم. ما جهان را احساس می‌کنیم. ما جهان را بو می‌کنیم. و ما جهان را مزه می‌کنیم. بنابراین، ما بر حسب آن پنج حس صحبت می‌کنیم. طرفداران برنامه‌ریزی عصبی کلامی (NLP) به ما می‌گویند که برای هر فرد، یک حس از بقیه قوی‌تر است. برای برندا، این حس شنوایی او بود.

برندا به من گفت که در یک آپارتمان تاریک در زیر سطح خیابان در نیویورک بزرگ شده است. او به یاد می‌آورد که در دوران نوزادی صدای قدم‌هایی را می‌شنید که درست بالای گهواره‌اش روی پیاده‌رو راه می‌رفتند.

...به عنوان یک کودک نوپا، گوش‌های کوچک او با بوق‌های بلند، آژیرهای جیغ و زنجیرهای لاستیک که به خیابان‌های یخی می‌خوردند، بمباران می‌شد. او به ویژه صدای سم اسب‌های پلیس را که روی سنگفرش بیرون از پنجره‌اش می‌آمد، به یاد می‌آورد. اولین برداشت‌های او از دنیای بیرون از طریق گوش‌هایم به او رسید. تا به امروز، صدا بر زندگی او تسلط دارد. برندا، یک فرد شنیداری است.

از آنجایی که عصب زبان شناسان پیشنهاد می‌کنند که قوی‌ترین حس شنونده خود را فرا بخوانیم، من چند ارجاع شنیداری را روی برندا امتحان کردم. به جای اینکه بگویم: "این برای من خوب به نظر می‌رسد"، می‌گفتم: "این خوب به نظر می‌رسد." به جای اینکه بگویم: "منظورتان را می‌فهمم"، می‌گفتم: "من می‌شنوم." وقتی از این ارجاعات شنیداری استفاده می‌کردم، احساس می‌کردم که او بیشتر توجه می‌کند. بنابراین من شروع به گوش دادن دقیق به همه دوستانم کردم تا بفهمم کدام یک از آنها درک اولیه هستند. گاهی اوقات ارجاعات بصری مانند

"منظورتان را می‌فهمم."

"این برای من خوب به نظر می‌رسد."

"نمی‌توانم تصور کنم که این کار را انجام می‌دهم."

"من دیدگاه ضعیفی نسبت به این ایده دارم."

"از دیدگاه من..."

وای، فکر کردم که واقعاً به چیزی رسیده‌ام!

یک چین و چروک ایجاد می‌شود

اما بعد، وای، در مواقع دیگر، می‌شنیدم که همان دوست می‌گوید

"بله، من می‌شنوم."

"مطمئناً، این برای من خوب به نظر می‌رسد."

"من مدام به خودم می‌گفتم که جواب می‌دهد."

"این یک حلقه منفی دارد."

"او واقعاً کل ایده را نادیده گرفت."

"چیزی به من می‌گوید..."

این به آسانی که من انتظار داشتم نبود. با این حال، من آماده تسلیم شدن نبودم.

یک بار، من و برندا با چند دوست به اسکی رفتیم. آن شب در یک مهمانی بودیم. یکی از دوستانمان به

گروهی از مردم می‌گفت: "دامنه‌های اسکی زیبا بودند. همه چیز خیلی شفاف و سفید بود."

من از خودم پرسیدم: "یک فرد بصری؟"

یکی دیگر از اسکی بازان اضافه کرد: "احساس برف تازه روی صورتمان فوق‌العاده بود."

من در سکوت فکر کردم: "آها، یک فرد لمسی."

مطمئناً، درست در همان لحظه، برندا گفت: "امروز خیلی ساکت بود. تنها صدایی که می‌شد شنید صدای باد

در گوش‌هایتان بود که از دامنه‌ها پایین می‌آمدید." آن ریف کوچک من را متقاعد کرد که چیزی در آن

وجود دارد.

با این حال، من هنوز هم تشخیص حس اولیه یک فرد را دشوار می‌دانستم.

یک راه حل ساده

در اینجا چیزی است که من متوجه شدم جواب می‌دهد و کارآگاهی زیادی از طرف شما نمی‌طلبد. من این تکنیک را "همدلی‌های آناتومیک صحیح" می‌نامم و تسلط بر آن آسان است. مگر اینکه واضح باشد که فردی که با او صحبت می‌کنید در درجه اول بصری، شنیداری یا لمسی است، به سادگی در حالت فعلی او پاسخ دهید. همدلی‌های خود را با حسی که کسی در حال حاضر از طریق آن صحبت می‌کند، مطابقت دهید. به عنوان مثال، فرض کنید یک همکار تجاری که در حال توصیف یک طرح مالی است، می‌گوید: "با این طرح، می‌توانیم مسیر خود را در شش ماه آینده روشن ببینیم." از آنجایی که او این بار از ارجاعات بصری استفاده می‌کند،

...بگویید "منظورتان را می‌فهمم" یا "شما واقعاً تصویر روشنی از آن موقعیت دارید."

اگر به جای آن، همکار شما گفته بود: "این طرح صدای خوبی دارد"، شما همدلی‌های شنیداری مانند "واقعاً عالی به نظر می‌رسد" یا "من می‌شنوم" را جایگزین می‌کردید.

احتمال سوم. فرض کنید او گفته بود: "من یک حس درونی دارم که این طرح جواب می‌دهد." حالا شما به او یک همدلی لمسی مانند "می‌توانم درک کنم که چه احساسی دارید" یا "شما درک خوبی از آن مشکل دارید" می‌دهید.

تکنیک شماره ۴۸

همدلی‌های آناتومیک صحیح

همکاران شما از طریق کدام قسمت از آناتومی خود صحبت می‌کنند؟ چشم‌هایشان؟ گوش‌هایشان؟ دل و روده‌شان؟

برای افراد بصری، از همدلی‌های بصری استفاده کنید تا آنها فکر کنند که شما دنیا را همانطور که آنها می‌بینند می‌بینید. برای افراد شنیداری، از همدلی‌های شنیداری استفاده کنید تا آنها فکر کنند که شما آنها را بلند و واضح می‌شنوید. برای افراد لمسی، از همدلی‌های لمسی استفاده کنید تا آنها فکر کنند که شما همان احساسی را دارید که آنها دارند.

در مورد دو حس دیگر، چشایی و بویایی چطور؟ خب، من هرگز با هیچ نوع چشایی یا بویایی برخورد نکرده‌ام. اما همیشه می‌توانید از یک سرآشپز با گفتن "این یک ایده خوشمزه است" تعریف کنید. و اگر با گربه خود صحبت می‌کنید (البته بویایی)، به او بگویید: "کل ایده بو می‌دهد."

تکنیک بعدی به ایجاد پیوند با یک کلمه کمک می‌کند.

۴۹ چگونه کاری کنیم که آنها به ما (به جای شما در مقابل من) فکر کنند

فقط با چند لحظه گوش دادن به صحبت‌های هر دو نفر، می‌توانید چیزهای زیادی در مورد رابطه آنها بگویید. می‌توانید بگویید که آیا آنها آشنایان جدید هستند یا دوستان قدیمی. می‌توانید بگویید که آیا یک مرد و یک زن غریبه هستند یا یک زوج.

شما حتی نیازی به شنیدن اینکه دوستان یکدیگر را "رفیق"، "دوست" یا "همکار" صدا می‌کنند، ندارید. شما نیازی به شنیدن اینکه یک مرد و یک زن "عزیزم"، "عشق من" یا "قمری" را زمزمه می‌کنند، ندارید. مهم نیست که آنها در مورد چه چیزی صحبت می‌کنند یا حتی لحن صدای آنها چیست. شما حتی می‌توانید چشم‌بند داشته باشید و چیزهای زیادی در مورد رابطه آنها بگویید، زیرا تکنیکی که می‌خواهم به اشتراک بگذارم هیچ ربطی به زبان بدن ندارد.

چطور؟ با نزدیک‌تر شدن افراد، پیشرفت جذابی از مکالمه آشکار می‌شود. در اینجا نحوه توسعه آن آمده است:

سطح اول: کلیشه‌ها

دو غریبه که با هم صحبت می‌کنند، در درجه اول کلیشه‌ها را به عقب و جلو پرتاب می‌کنند. به عنوان مثال، هنگام صحبت در مورد موضوعی که به طور جهانی به عنوان کسل‌کننده‌ترین موضوع جهان شناخته می‌شود - آب و هوا - یک غریبه ممکن است به دیگری بگوید: "هوای آفتابی زیبایی که داشته‌ایم." یا: "پسر، چه بارانی، ها؟"

این سطح اول، کلیشه‌ها است. سطح دوم: حقایق

افرادی که یکدیگر را می‌شناسند، اما فقط آشنا هستند، اغلب در مورد حقایق بحث می‌کنند. "می‌دانی، جو، ما تا به امروز دو برابر روزهای آفتابی سال گذشته داشته‌ایم." یا: "بله، خب، ما بالاخره تصمیم گرفتیم برای غلبه بر گرما یک استخر شنا بسازیم."

سطح سوم: احساسات و سؤالات شخصی

وقتی مردم با هم دوست می‌شوند، اغلب احساسات خود را حتی در مورد موضوعات کسل‌کننده‌ای مانند آب و هوا با یکدیگر بیان می‌کنند. "جورج، من عاشق این روزهای آفتابی هستم." آنها همچنین از یکدیگر سؤالات شخصی می‌پرسند: "بتی، تو چطور؟ آیا تو آدم آفتاب دوستی هستی؟"

سطح چهارم: جملات ما

حالا ما به بالاترین سطح صمیمیت می‌رسیم. این سطح از حقایق غنی‌تر است و ارتباط بیشتری نسبت به احساسات ایجاد می‌کند. این جملات ما و من و تو است. دوستانی که در مورد آب و هوا صحبت می‌کنند ممکن است بگویند: "اگر ما به این هوای خوب ادامه دهیم، تابستان خوبی خواهد بود." عاشقان ممکن است بگویند: "امیدوارم این هوای خوب برای من و تو ادامه داشته باشد تا بتوانیم در سفرمان شنا کنیم."

تکنیکی برای دستیابی به صمیمیت کلامی نهایی از این پدیده ناشی می‌شود. به سادگی از کلمه ما به طور زودرس استفاده کنید. می‌توانید از آن برای اینکه یک مشتری، یک مشتری احتمالی، یک غریبه احساس کند که شما قبلاً دوست هستید، استفاده کنید. از آن برای اینکه یک شریک عاشقانه احتمالی احساس کند که شما دو نفر قبلاً یک زوج هستید، استفاده کنید. من آن را "ما زودرس" می‌نامم. در مکالمه‌های غیررسمی، به سادگی از سطوح یک و دو عبور کنید. مستقیماً به سه و چهار بپرید.

احساسات مشتری احتمالی خود را در مورد چیزی همانطور که از یک دوست می‌پرسید، بپرسید. ("جورج، در مورد فرماندار جدید چه احساسی داری؟") سپس هنگام بحث در مورد هر چیزی که ممکن است بر شما دو نفر تأثیر بگذارد، از ضمیر ما استفاده کنید. ("فکر می‌کنی ما در طول دوران او پیشرفت خواهیم کرد؟") حتماً جملات ما را بسازید، از نوعی که مردم به طور غریزی برای دوستان، عاشقان و سایر افراد صمیمی نگه می‌دارند. ("من فکر می‌کنم ما در حالی که فرماندار در سمت خود است زنده خواهیم ماند.")

کلمه ما باعث اتحاد می‌شود. این باعث می‌شود شنونده احساس ارتباط کند. این یک حس ناخودآگاه از "من و تو در برابر دنیای سرد و سرد" می‌دهد. وقتی شما زودرس ما یا من و تو را حتی به غریبه‌ها می‌گویید، به طور ناخودآگاه آنها را به شما نزدیک‌تر می‌کند. به طور ناخودآگاه اشاره می‌کند که شما قبلاً دوست هستید. در یک مهمانی، ممکن است به کسی که پشت سر شما در صف بوفه ایستاده است بگویید: "هی، این عالی به نظر می‌رسد. آنها واقعاً یک غذای خوب برای من و تو آماده کرده‌اند."

یا: "اوه اوه، اگر اجازه دهیم از همه اینها لذت ببریم، چاق خواهیم شد."

تکنیک شماره ۴۹

ما زودرس

حتی اگر چند لحظه پیش ملاقات کرده‌اید، حس صمیمیت را با کسی ایجاد کنید. با پرش از سطوح مکالمه یک و دو و رفتن مستقیم به سطوح سه و چهار، سیگنال‌ها را در روان او درهم بریزید. با استفاده از کلمات جادویی ما، من و تو و ما، احساسات صمیمی را برانگیزید.

خب، ما به تازگی بررسی کرده‌ایم که چگونه حرکات شرکای مکالمه خود را با "هم‌کلاسی باشید" کپی کنیم، کلمات آنها را تکرار کنیم، تصاویر قوی را از دنیای آنها تداعی کنیم، از طریق حس اولیه آنها با "همدلی‌های آناتومیک صحیح" پیوند ایجاد کنیم و با کلماتی مانند ما دوستی ناخودآگاه برقرار کنیم.

دوستان، عاشقان و همکاران نزدیک چه چیزهای دیگری با هم دارند؟ یک تاریخچه. آخرین تکنیک در این بخش، وسیله‌ای برای ایجاد یک حس گرم و مبهم به یک آشنای نسبتاً جدید است که شما دو نفر برای مدت طولانی با هم بوده‌اید.

۵۰ چگونه یک "شوخی خصوصی" دوستانه با آنها ایجاد کنیم

عاشقان عباراتی را در گوش یکدیگر زمزمه می‌کنند که برای هیچ کس جز خودشان معنایی ندارد. دوستان با چند کلمه که برای هر کسی که آنها را می‌شنود مانند زبان نامفهوم به نظر می‌رسد، می‌خندند. همکاران نزدیک در مورد تجربیات مشترک می‌خندند.

یکی از شرکت‌هایی که من با آن کار کرده‌ام، شاهد مهندسی مجدد، توانمندسازی، TQM و تیم‌سازی در یک دهه بوده است. در مهمانی‌های شرکت، کارمندان هرگز از زمانی که کل شرکت - از مدیران گرفته تا کارمندان پست - به نام تیم‌سازی با هم از یک تیرک بیست و نه فوتی بالا رفتند، دست برنمی‌دارند. مدیر عامل از تیرک سر خورد و انگشت شست پایش شکست. در جلسه هفتگی بعدی، مدیر عامل عصای زیر بغل خود را تکان داد و با عصبانیت اعلام کرد: "دیگر تمرین تیمی نداریم!" بنابراین، مرگ تیم‌سازی - و تولد یک شوخی خصوصی. از تجربیات مشترک مانند این، فرهنگ شرکت رشد می‌کند. این کارمندان تاریخچه و زبانی برای همراهی با آن دارند. تا به امروز، هر زمان که بخواهند به طور ناگهانی به هر ایده‌ای پایان دهند، می‌گویند: "بیا یک عصای زیر بغل به آن تکان دهیم" یا "بیا آن را از میله پرچم پایین بکشیم."

همه آنها لبخند می‌زنند. هیچ کس جز همکاران نمی‌داند که آنها چه می‌گویند.

نیل سایمون، نمایشنامه‌نویس، گاهی اوقات با یک کلمه می‌تواند کاری کند که کل تماشاگران برادوی بفهمند که دو بازیگر روی صحنه یا زن و شوهر هستند یا دوستان قدیمی. بازیگر به سادگی چیزی به بازیگر زن می‌گوید که برای تماشاگران معنایی ندارد. سپس هر دوی آنها با صدای بلند می‌خندند. همه پیام را دریافت می‌کنند: این دو نفر یک زوج هستند.

هر بار که من و دوستانم داریل همدیگر را می‌بینیم، "سلام" نمی‌گوییم. ما می‌گوییم "کواک". چرا؟ ما پنج سال پیش در یک مهمانی ملاقات کردیم و در اولین مکالمه خود، داریل به من گفت که در یک مزرعه اردک بزرگ شده است. وقتی به او گفتم که من هرگز یک مزرعه اردک ندیده‌ام، او بهترین تقلید انسانی از یک اردک را که تا به حال دیده‌ام انجام داد. او سرش را از این طرف به آن طرف چرخاند و ابتدا از یک چشم و سپس از چشم دیگر به من نگاه کرد، در حالی که دست‌هایش را تکان می‌داد و کواک کواک می‌کرد. من آنقدر از اجرای او خندیدم که او را ترغیب کرد که یک راه رفتن اردکی کامل را برای من انجام دهد. مسری بود. ما با هم در حالی که بال می‌زدیم و کواک کواک می‌کردیم، در اتاق راه می‌رفتیم. ما آن شب کاملاً خودمان را احمق کردیم.

تکنیک شماره ۵۰

تاریخچه فوری

وقتی با غریبه‌ای ملاقات می‌کنید که دوست دارید او را کمتر غریبه کنید، به دنبال لحظه‌ای خاص باشید که در اولین برخوردتان با هم به اشتراک گذاشته‌اید. سپس چند کلمه پیدا کنید که خنده، لبخند گرم و احساسات خوبی را که شما دو نفر احساس کردید، دوباره زنده کند. اکنون، درست مانند دوستان قدیمی، شما با هم یک تاریخچه دارید، یک تاریخچه فوری.

با هر کسی که دوست دارید او را بخشی از آینده شخصی یا حرفه‌ای خود کنید، به دنبال لحظات خاص با هم باشید. سپس آنها را به یک ترجیع تبدیل کنید.

روز بعد، تلفن من زنگ خورد. من گوشی را برداشتم تا بشنوم، نه "سلام، من داریل هستم"، بلکه به سادگی "کواک". مطمئنم که همین باعث شروع دوستی ما شد. تا به امروز، هر بار که "کواک" او را از طریق تلفن

می‌شنوم، خاطرات شاد، اگرچه کمی خجالت‌آور، به سراغم می‌آید. این تاریخچه ما را به یاد می‌آورد و دوستی ما را تجدید می‌کند، مهم نیست که چقدر از آخرین باری که به هم کواک گفتیم می‌گذرد.

حالا چه چیزی باقی مانده است؟

شیمی، کاریزما و اعتماد به نفس سه ویژگی مشترک برندگان بزرگ در تمام اقشار جامعه است. بخش اول به ما کمک کرد تا با زبان بدن، اولین برداشت پویا، با اعتماد به نفس و کاریزماتیک داشته باشیم. در بخش دوم، ما اشعار روان گپ‌های کوتاه را به باله بدن خود اضافه کردیم. سپس در بخش سوم، ما از پسران و دختران بزرگ نکاتی را گرفتیم تا بتوانیم در لیگ بزرگ زندگی رقابت کنیم. بخش چهارم ما را از لال شدن با افرادی که اشتراکات بسیار کمی با آنها داریم نجات داد. و در بخش پنجم، ما تکنیک‌هایی را برای ایجاد شیمی فوری، صمیمیت فوری و ارتباط فوری یاد گرفتیم.

چه چیزی باقی مانده است؟ درست حدس زدید - اینکه کاری کنید که مردم واقعاً در مورد خودشان احساس خوبی داشته باشند. اما تعریف و تمجید در دنیای امروز سلاح خطرناکی است. با یک سوء مدیریت، می‌توانید رابطه را از بین ببرید. حال بیایید قدرت ستایش، حماقت تملق و نحوه استفاده موثر از این ابزارهای قدرتمند را بررسی کنیم.

تکنیک شماره ۵۰

تاریخچه فوری

وقتی با غریبه‌ای ملاقات می‌کنید که دوست دارید او را کمتر غریبه کنید، به دنبال لحظه‌ای خاص باشید که در اولین برخوردتان با هم به اشتراک گذاشته‌اید. سپس چند کلمه پیدا کنید که خنده، لبخند گرم و احساسات خوبی را که شما دو نفر احساس کردید، دوباره زنده کند. اکنون، درست مانند دوستان قدیمی، شما با هم یک تاریخچه دارید، یک تاریخچه فوری.

با هر کسی که دوست دارید او را بخشی از آینده شخصی یا حرفه‌ای خود کنید، به دنبال لحظات خاص با هم باشید. سپس آنها را به یک ترجیع تبدیل کنید.

روز بعد، تلفن من زنگ خورد. من گوشی را برداشتم تا بشنوم، نه "سلام، من داریل هستم"، بلکه به سادگی "کواک". مطمئنم که همین باعث شروع دوستی ما شد. تا به امروز، هر بار که "کواک" او را از طریق تلفن

می‌شنوم، خاطرات شاد، اگرچه کمی خجالت‌آور، به سراغم می‌آید. این تاریخچه ما را به یاد می‌آورد و دوستی ما را تجدید می‌کند، مهم نیست که چقدر از آخرین باری که به هم کواک گفتیم می‌گذرد.

حالا چه چیزی باقی مانده است؟

شیمی، کاریزما و اعتماد به نفس سه ویژگی مشترک برندگان بزرگ در تمام اقشار جامعه است. بخش اول به ما کمک کرد تا با زبان بدن، اولین برداشت پویا، با اعتماد به نفس و کاریزماتیک داشته باشیم. در بخش دوم، ما اشعار روان گپ‌های کوتاه را به باله بدن خود اضافه کردیم. سپس در بخش سوم، ما از پسران و دختران بزرگ نکاتی را گرفتیم تا بتوانیم در لیگ بزرگ زندگی رقابت کنیم. بخش چهارم ما را از لال شدن با افرادی که اشتراکات بسیار کمی با آنها داریم نجات داد. و در بخش پنجم، ما تکنیک‌هایی را برای ایجاد شیمی فوری، صمیمیت فوری و ارتباط فوری یاد گرفتیم.

چه چیزی باقی مانده است؟ درست حدس زدید - اینکه کاری کنید که مردم واقعاً در مورد خودشان احساس خوبی داشته باشند. اما تعریف و تمجید در دنیای امروز سلاح خطرناکی است. با یک سوء مدیریت، می‌توانید رابطه را از بین ببرید. حال بیایید قدرت ستایش، حماقت تملق و نحوه استفاده موثر از این ابزارهای قدرتمند را بررسی کنیم.

چگونه قدرت ستایش را از حماقت تملق تشخیص دهیم

بچه‌ها در به دست آوردن آنچه می‌خواهند متخصص هستند.

روی زانوی بابا نشسته، "اوه بابا، تو خیلی فوق‌العاده‌ای. می‌دونم که اون عروسک جدید رو برام می‌خری." صبح روز بعد، با مامان در سوپرمارکت، "اوه مامان، دوستت دارم. تو بهترین مامان دنیایی. می‌دونم که اون خوراکی شکلاتی رو برام می‌خری."

از ناز و نوازش غریزی نوزاد گرسنه هنگام نزدیک شدن مادر به گهواره تا ستایش حساب‌شده فروشنده خودرو هنگام ورود مشتری به نمایشگاه، تعریف و تمجید زمانی که افراد چیزی از کسی می‌خواهند، به طور طبیعی به سراغشان می‌آید. در واقع، تعارفات رایج‌ترین و کاملاً تایید شده‌ترین تکنیک‌های "به دست آوردن آنچه می‌خواهید" هستند. هنگامی که دیل کارنگی نوشت "با ستایش شروع کنید"، پانزده میلیون خواننده آن را جدی گرفتند. اکثر ما هنوز فکر می‌کنیم که ستایش راهی برای بیرون کشیدن آنچه از کسی می‌خواهیم است.

و بله، اگر به سادگی عروسک از بابا و خوراکی از مامان باشد، ممکن است اینطور باشد. اما دنیای تجارت از زمان دیل کارنگی به طور چشمگیری تغییر کرده است. در دنیای امروز، هر چاپلوس خنده‌رویی قدرت دستیابی از طریق ستایش را ندارد.

بیماری ستایش غیرماهرانه

به کسی تعریفی می‌کنید. لبخند می‌زنید و منتظر می‌مانید تا ببینید احساسات گرم، طرف مقابل را فرا می‌گیرد. شاید مجبور شوید مدت زیادی منتظر بمانید.

اگر او ذره‌ای شک کند که تعریف شما به نفع خودتان است، تأثیر عکس خواهد داشت. اگر تعریف شما غیرصادقانه یا غیرماهرانه باشد، می‌تواند شانس شما برای اینکه دوباره مورد اعتماد آن شخص قرار بگیرید را از بین ببرد. می‌تواند یک رابطه بالقوه را قبل از اینکه حتی از زمین بلند شود، سقط کند.

با این حال، ستایش ماهرانه داستان متفاوتی دارد. وقتی به خوبی انجام شود، به رابطه بلافاصله جان می‌بخشد. می‌تواند باعث یک فروش، به دست آوردن یک دوست جدید، یا احیای یک ازدواج در سالگرد طلایی‌اش شود.

چه تفاوتی بین ستایشی که روحیه را بالا می‌برد و تملقی که از بین می‌برد وجود دارد؟ عوامل زیادی در این معادله دخیل هستند. این عوامل شامل صداقت، زمان‌بندی، انگیزه و نحوه بیان شما می‌شود. همچنین شامل تصور فرد از خودش، موقعیت شغلی، تجربه او با تعارفات و قضاوت او از قدرت ادراک شما نیز می‌شود. البته این موضوع به رابطه بین شما دو نفر و مدت زمانی که یکدیگر را می‌شناسید هم بستگی دارد. اگر از طریق تلفن، ایمیل یا نامه معمولی از کسی تعریف می‌کنید، حتی ظرافت‌هایی مانند اینکه آیا تا به حال چهره او را، چه حضوری و چه در عکس، دیده‌اید یا نه هم در این موضوع دخیل است.

گیج کننده است، مگر نه؟ تحقیقات جامعه‌شناسان نشان می‌دهد: (۱) تعریف از طرف یک فرد جدید قوی‌تر از تعریف کسی است که قبلاً او را می‌شناسید، (۲) تعریف شما زمانی که به یک فرد غیرجذاب یا یک فرد جذاب که هرگز چهره او را ندیده‌اید داده می‌شود، اعتبار بیشتری دارد، (۳) اگر نظرات خود را با یک اظهار نظر فروتنانه شروع کنید، جدی‌تر گرفته می‌شوید - اما فقط در صورتی که شنونده شما را در مرتبه بالاتری ببیند. اگر در مرتبه پایین‌تری باشید، اظهار نظر فروتنانه شما از اعتبارتان می‌کاهد. این قضیه تعریف کردن پیچیده است.

به جای اینکه خودمان را با انبوه مطالعات خاص گیج کنیم، بیایید چند تکنیک فوق‌العاده را در کیسه کوچک ترفندهای خود قرار دهیم. هر یک از موارد زیر با تمام معیارهای یافته‌های دانشمندان علوم اجتماعی مطابقت دارد. در اینجا نه روش موثر برای ستایش در هزاره جدید ارائه شده است.

۵ چگونه از کسی تعریف کنیم (بدون اینکه چاپلوس به نظر برسیم)

خطر تعریف حضوری، البته این است که دریافت‌کننده بی‌اعتماد فرض کند شما در حال چاپلوسی بی‌شرمانه و حقیرانه برای رسیدن به اهداف حریصانه خود هستید.

این یک واقعیت غم‌انگیز در مورد تعارفات است. اگر یک تعریف بزرگ و بی‌مقدمه از رئیس‌تان، مشتری بالقوه‌تان یا عزیزتان بکنید، احتمالاً او فکر می‌کند که شما در حال چاپلوسی هستید. عزیز شما تصور می‌کند که شما به خاطر کاری که انجام داده‌اید عذاب وجدان دارید. پس راه حل چیست؟ تعریف صادقانه‌تان را بیان نکنید؟

نه، فقط آن را از طریق کانال‌های غیرمستقیم منتقل کنید. شایعات از دیرباز ابزاری قابل اعتماد برای برقراری ارتباط بوده‌اند. از زمانی که کم‌دین‌های کتسکیلز اصرار داشتند که بهترین راه‌های پخش اخبار "تلفن، تلگراف و گفتن به یک زن" است، می‌دانیم که این روش جواب می‌دهد. متأسفانه، شایعات اغلب با اخبار بد همراه هستند، اخباری که از یک گوش وارد می‌شوند و از پشت پرچین بیرون می‌روند. اما لازم نیست شایعات فقط با یاهو‌گویی و حرف‌های ناامیدکننده همراه باشند. خبرهای خوب هم می‌توانند از طریق همین رشته‌ها منتقل شوند. و وقتی به گوش گیرنده می‌رسد، بسیار دلپذیرتر است. این کشف جدیدی نیست. در سال ۱۷۳۲، توماس فولر نوشت: "او دوست من است که پشت سر من از من به نیکی یاد می‌کند." ما بیشتر به کسی که وقتی ما گوش نمی‌دهیم چیزهای خوبی در مورد ما می‌گوید اعتماد می‌کنیم تا کسی که در حضور ما چاپلوسی می‌کند.

تعریف بدون ریسک (پشت سرشان انجامش دهید)

به جای اینکه مستقیماً از کسی تعریف کنید، به کسی که به فرد مورد نظر شما نزدیک است، تعریف خود را بگویید. برای مثال، فرض کنید می‌خواهید مورد لطف جین اسمیت قرار بگیرید. مستقیماً از جین تعریف نکنید. به همکار نزدیک او، دایان دو، بروید و بگویید: "می‌دانی، جین زن بسیار پویایی است. او چند روز پیش در جلسه چیز بسیار هوشمندانه‌ای گفت. روزی او این شرکت را اداره خواهد کرد." من ده به یک شرط

می‌بندم که نظر شما ظرف بیست و چهار ساعت از طریق شایعات به جین خواهد رسید. دایان به دوستش خواهد گفت: "باید می‌شنیدی که فلانی چند روز پیش در مورد تو چه می‌گفت."

تکنیک # ۵۱

شکوه شایعه

تعریفی که شخص می‌شنود هرگز به اندازه تعریفی که پنهانی می‌شنود هیجان‌انگیز نیست. یک راه ارزشمند برای ستایش نه از طریق تلفن است، نه از طریق تلگراف، بلکه از طریق گفتن به یک دوست است. به این ترتیب از شک و تردید احتمالی مبنی بر اینکه شما یک متملق، پاچه‌خوار، چاپلوس و ریاکار هستید که سعی در جلب توجه دارید، فرار می‌کنید. همچنین این خیال خوش را در ذهن دریافت‌کنندگان باقی می‌گذارید که شما در حال تعریف از عظمت آنها به تمام دنیا هستید.

وقتی شما "شکوه شایعه" را به جین دادید، دایان حامل آن تعریف شد. که ما را به تکنیک بعدی هدایت می‌کند که در آن شما حامل تعریف‌های دیگران می‌شوید.

۵۲ چگونه "کبوتر حامل" احساسات خوب باشیم

کبوترهای نامه بر سابقه طولانی و شجاعانه ای دارند. پیام رسان‌های بالدار جسور، که اغلب توسط آتش گلوله زخمی می‌شدند و پس از رساندن پیام‌هایشان می‌مردند، جان هزاران نفر را نجات داده‌اند. یک پرنده کوچک سرسخت به نام "شر آمی" به خاطر نجات جان دویست نفر در طول نبرد آرگون در جنگ جهانی اول مشهور است. این پرنده کوچک شجاع یک پا، که یکی از بال‌هایش تیر خورده بود، پیامی را که از رباط باقی‌مانده‌اش آویزان بود، حمل کرد. گوی کوچک پر آغشته به خون درست به موقع رسید تا هشدار دهد که آلمانی‌ها در شرف بمباران شهر هستند.

"استامپی جو"، یک کبوتر شجاع دیگر، چنان حرفه قهرمانانه و پر از جای زخمی داشت که طرفدارانش او را تاکسیدرمی کردند، بر روی پایه ای قرار دادند و در موزه ملی نیروی هوایی در دیتون، اوهایو به نمایش گذاشتند. و میلیون‌ها پرنده شجاع دیگر پیام‌های شادی را برای علاقه‌مندان به کبوترهای مسابقه در سراسر جهان به ارمغان آورده‌اند. در آن سنت زیبا، من تکنیک تعارفی را ارائه می‌دهم که آن را "تعریف کبوتر نامه‌بر" می‌نامم.

هر زمان که نظر تحسین‌آمیزی در مورد کسی می‌شنوید، اجازه ندهید که همان جا تمام شود. لازم نیست آن را بنویسید، آن را در یک کپسول بیپچید، مانند استامپی جو به پای خود ببندید و آن را به سمت گیرنده پرواز دهید. با این وجود، می‌توانید تعریف را به خاطر بسپارید و به صورت شفاهی آن را به شخصی که بیشترین لذت را خواهد برد - شخصی که مورد تعریف قرار گرفته است - برسانید. گوش‌های خود را برای چیزهای خوبی که مردم در مورد یکدیگر می‌گویند باز نگه دارید. اگر همکاران، کارل، چیز خوبی در مورد یکی دیگر از همکاران، سم، می‌گوید، آن را به او منتقل کنید. "می‌دانی، سم، کارل چند روز پیش قشنگ‌ترین چیز را در مورد تو گفت."

خواهرتان به شما می‌گوید که اولین پسر عموی شما یک فامیل فوق‌العاده است. با خیال راحت به او تلفن کنید.

مادرتان به شما می‌گوید که فکر می‌کند منی کار فوق‌العاده‌ای در چمن‌زنی انجام داده است. آن را به او منتقل کنید. همه‌ی ما دوست داریم کمی مورد قدردانی قرار بگیریم، حتی از طرف مادرمان.

اینجاست که به نفع شماست. همه عاشق حاملان خبرهای خوش هستند. وقتی برای کسی تعریف شخص ثالثی را می‌آورید، او به اندازه همان کسی که تعریف کرده از شما قدردانی می‌کند. اگر دوست دارید آن را شایعه بنامید. این نوع خوبی از شایعه است.

تکنیک # ۵۲

تعریف کبوتر نامه‌بر

مردم بلافاصله منقاری در می‌آورند و خود را به کبوتر نامه‌بر تبدیل می‌کنند، وقتی که خبر بدی وجود دارد. (به آن شایعه می‌گویند.) در عوض، حامل خبرهای خوب و تعاریف شوید. هر زمان که چیز تحسین‌آمیزی در مورد کسی می‌شنوید، با آن تعریف به سمت او پرواز کنید. ممکن است طرفدارانتان پس از مرگ شما را تاکسیدرمی نکنند و مانند استامپی جو در موزه به نمایش نگذارند. اما همه عاشق کبوتر نامه‌بر افکار مهربان هستند.

باری بیش از تعریف حمل کنید

راه دیگر برای گرم کردن دل‌ها و دوست‌یابی این است که به یک کبوتر نامه‌بر برای اخبار و اطلاعاتی که ممکن است برای گیرنده جالب باشد، تبدیل شوید. با افرادی که ممکن است اطلاعات جالبی برایشان داشته

باشید، تماس بگیرید، نامه بفرستید یا ایمیل بزنید. اگر دوستان، ند، طراح مبلمان در کارولینای شمالی است و مقاله بزرگی در لس آنجلس تایمز در مورد ترندهای مبلمان می‌بینید، آن را برای او فکس کنید. اگر مشتری شما، سالی، مجسمه‌ساز در سیاتل است و شما کار او را در خانه شخصی در نیویورک می‌بینید، برای او یادداشتی بفرستید.

دوست من، دن، در سانفرانسیسکو زندگی می‌کند و هر زمان که در روزنامه به چیزی در مورد ارتباطات برمی‌خورد، آن را می‌برد و برای من می‌فرستد. بدون هیچ یادداشتی، فقط "برای اطلاع شما - با احترام، دن" در گوشه آن. او مانند خدمات بریده روزنامه شخصی من در ساحل غربی است.

امتحان کنید. به پولی که در کارت‌های تبریک صرفه‌جویی خواهید کرد فکر کنید. یک بریده روزنامه مرتبط، روش افراد موفق برای گفتن این جمله است: "من به فکر تو و علایقت هستم."

۵۳ چگونه کاری کنید که آنها احساس کنند تعریفشان "ناخودآگاه از زبانتان خارج شده"

در اینجا نوازشی دیگر برای "خود" کسی وجود دارد. یک تعریف آشکار نکنید. فقط به طور ضمنی به چیزی باشکوه در مورد طرف صحبتتان اشاره کنید. چند ماه پیش، من در دنور به ملاقات یکی از دوستان قدیمی‌ام رفته بودم که مدت زیادی بود او را ندیده بودم. وقتی او برای بردن من به هتل آمد، گفت: "سلام لیل، حالت چگونه؟" سپس مکشی کرد، به من نگاه کرد و گفت: "معلومه که خوب بودی." وای، احساس فوق‌العاده‌ای داشتم. او به طور ضمنی گفت که من خوب به نظر می‌رسم و این باعث شد که شبم عالی شود.

فکر می‌کنم که خداوند مهربان تصمیم گرفت که سرم بیش از حد باد نکند، زیرا اواخر همان شب، بعد از اینکه دوستم من را پیاده کرد، سوار آسانسور هتل شدم. یک مرد تعمیرکار در طبقه سوم وارد شد. او به من لبخند زد. من هم به او لبخند زدم. او دوباره به من نگاه کرد و گفت: "خدای من، خانم، شما مدل بودید؟ [اوه، مرد، حالا داشتم روی ابرها پرواز می‌کردم!] ... وقتی جوان بودید؟" ادامه داد.

سقوط! چرا او نتوانست قبل از آن حرف نیشدار دهانش را بسته نگه دارد؟ من عاشق اشاره ضمنی در قسمت اول نظر او بودم. اما قسمت دوم به طور ضمنی می‌گفت که من اکنون یک پیرزن هستم. روز بعدم را خراب کرد. لعنتی، ضربه ناخواسته و بی‌رحمانه او هفته من را خراب کرد. در واقع من هنوز هم از آن احساس بدی دارم. شما باید مراقب کنایه‌های ناخواسته بد باشید.

اگر در بازدید از یک شهر جدید، کسی را در خیابان متوقف کنید و بگویید: "بخشید، می‌توانید به من بگویید که آیا رستوران‌های شیکی در این نزدیکی هست؟" شما به طور ضمنی می‌گویید که رهگذر فردی با سلیقه است. اما اگر از همان رهگذر بپرسید: "هی، بار کثیف و ارزانی تو این شهر سراغ داری؟" کنایه شما کاملاً متفاوت است. راهی پیدا کنید که به طور غیرمستقیم به ویژگی‌های باشکوه کسانی که می‌خواهید از آنها تعریف کنید، اشاره کنید.

تکنیک # ۵۳

تعریف ضمنی

چند نظر را در مکالمه خود بگنجانید که حاکی از چیز مثبتی در مورد شخصی باشد که با او صحبت می‌کنید. اما مراقب باشید. مثل آن مرد تعمیرکار خوش‌نیت خرابش نکنید. یا آن پسر جنوبی که در مجلس فکر می‌کرد با گفتن این جمله به دختر همراهش لطف می‌کند: "خدای من، مری لو، برای یک دختر چاق خیلی خوشکلی."

۵۴ چگونه با "تعریف کننده پنهان" بودن، دل آنها را به دست آوریم

مورد بعدی در مجموعه پخش‌کننده‌های شادی ما، تکنیکی است که من آن را "تعریف تصادفی" می‌نامم. یک بار، در یک مهمانی شام کوچک، موضوع صحبت به سفر فضایی رسید. آقای که سمت راست من نشسته بود گفت: "لیل، تو خیلی جوان‌تر از آن هستی که این را به خاطر بیاوری، اما وقتی آپولو ۱۱ روی ماه فرود آمد..."

اگر زندگی‌ام به آن بستگی داشت، نمی‌توانستم به شما بگویم که آن مرد بعدش چه گفت. من فقط به خاطر می‌آورم که به خودم لبخند زدم و کش و قوسی به خودم دادم تا نگاهی اجمالی به خود جوانم در آینه اتاق غذاخوری بیندازم. البته من جولای ۱۹۶۹ را به خاطر می‌آورم. مانند بقیه دنیا، من به تلویزیون چسبیده بودم و تماشا می‌کردم که چکمه سایز ۹ $B \frac{1}{2}$ نیل آرمسترانگ به ماه برخورد می‌کند. با این حال، من مطمئناً در آن مهمانی شام به سفر به ماه فکر نمی‌کردم. من خیلی مشغول لذت بردن از این واقعیت بودم که این مرد دوست‌داشتنی فکر نمی‌کرد من به اندازه کافی بزرگ باشم که سال ۱۹۶۹ را به خاطر بسپارم. من فرض کردم که نظر او در مورد جوانی من ناخودآگاه از زبانش خارج شده است. بنابراین باید صادقانه باشد.

مطمئن! حالا که به آن فکر می‌کنم، او احتمالاً خیلی خوب می‌دانست که من به اندازه کافی بزرگ هستم که فرود ماه را به خاطر بسپارم. شرط می‌بندم که او از مانور تعریف تصادفی استفاده می‌کرد. اما مهم نیست. خاطرات گرم من از او باقی می‌ماند. تعریف تصادفی، قرار دادن تعریف در قسمت فرعی نکته شماس، قرار دادن آن در پرانتهای کلامی.

امتحان کن.

خوشتان خواهد آمد. آنها عاشقش خواهند شد.

تعریف تصادفی را امتحان کنید و ببینید که چگونه لبخند بر لبان دریافت‌کنندگان شکوفا می‌شود. به عمومی شصت و پنج ساله‌تان بگویید: "هر کسی به اندامی تو می‌توانست به سرعت از این پله‌ها بالا برود، اما خداییش، من نفسم بند آمده بود." به همکارتان بگویید: "چون تو در حقوق قراردادهای خیلی واردی، حتماً زیر و بم آن را می‌فهمیدی، اما من احمقانه آن را امضا کردم."

البته این خطر وجود دارد که شما دریافت‌کننده را با تعریف پرانتزی خود آنقدر خوشحال کنید که او نکته اصلی شما را نشنود.

تکنیک # ۵۴

تعریف تصادفی

یک تعریف‌کننده پنهان شوید. مخفیانه تعریف را در قسمت پرانتزی جمله خود قرار دهید.

فقط سعی نکنید بعداً در مورد نکته اصلی خود از کسی سؤال بپرسید. شوک شادی آور تعریف تصادفی شما آنها را به طور موقت نسبت به هر چیزی که در ادامه می‌آید ناشنوا می‌کند.

تا کنون ما چهار تعریف پنهان را بررسی کرده‌ایم: شکوه شایعه، تعریف کبوتر نامه‌بر، تعریف ضمنی و تعریف تصادفی. البته مواقعی وجود دارد که تعریف آشکار جواب می‌دهد. تکنیک‌های بعدی مهارت‌های شما را در این کار مخاطره‌آمیز اما پربار تقویت می‌کند.

۵۵ چگونه با یک "تعریف کننده" کاری کنید که هرگز شما را فراموش نکنند

آیا دوست دارید یک طرفند کوچک در آستین خود داشته باشید که به اندازه کافی قدرتمند باشد تا تجارت را شروع کند، دوستی یا حتی یک رابطه عاشقانه را شعله‌ور کند؟ من یکی به شما می‌دهم، اما فقط در صورتی که به برجسب هشدار آن توجه کنید. هنگامی که بر تکنیک زیر تسلط پیدا کردید، باید زبان خود را به عنوان یک سلاح کشنده ثبت کنید. این تکنیک "تعریف کننده" نامیده می‌شود.

این تکنیک یک شب چند سال پیش متولد شد، زمانی که من و هم‌اتاقی‌ام، کریستین، تازه از یک مهمانی تعطیلات به خانه برگشته بودیم. در حالی که کت‌هایمان را در می‌آوردیم، او لبخند احمقانه‌ای بر لب داشت و نگاهی دور به دوردست. پرسیدم: "کریستین، خوبی؟"

او با ناز گفت: "اوه بله، من می‌خواهم با آن مرد قرار بگذارم."

"مرد؟ کدام مرد؟"

او گفت: "اوه، می‌دانی،" و من را به خاطر ندانستن سرزنش کرد، "همانی که به من گفت دندان‌های زیبایی دارم." دندان‌ها!

آن شب اتفاقاً از کنار در حمام رد شدم که کریستین داشت برای خواب آماده می‌شد. او را دیدم که در آینه به خودش پوزخند می‌زند، سرش را به این طرف و آن طرف کج می‌کند و تک تک دندان‌هایش را مسواک می‌زند. در تمام این مدت، چشمانش را به آینه چسبانده بود و هر کدام را برای زیبایی‌ای که تحسین‌کننده جدیدش به آن اشاره کرده بود، بررسی می‌کرد. فهمیدم مردی که به کریستین آن تعریف غیرمعمول را کرده بود، روز او را ساخته بود - و تأثیری کشنده بر او گذاشته بود. به این ترتیب تعریف کشنده به وجود آمد.

تعریف کشنده چیست؟ تعریف کشنده، اظهار نظر در مورد یک ویژگی بسیار شخصی و خاص است که در کسی می‌بینید. تعریف کشنده "من از کراوات خوشم می‌آید" یا "تو آدم خیلی خوبی هستی" نیست. (اولی به اندازه کافی شخصی نیست و دومی به اندازه کافی خاص نیست.) تعریف کشنده بیشتر شبیه "چه چشمان گیرایی داری" (بسیار خاص) یا "تو حس فوق‌العاده‌ای از صداقت داری" (بسیار شخصی) است.

از آنجا که ارائه اولین تعریف کشنده‌تان دشوار است، من شرکت‌کنندگان در سمینارم را فریب می‌دهم تا آن را انجام دهند. تقریباً در اواسط برنامه، از آنها می‌خواهم که چشمان خود را ببندند و به شریکی که در تمرین قبلی داشته‌اند فکر کنند. سپس می‌گویم: "حالا یک ویژگی فیزیکی جذاب یا ویژگی شخصیتی را که در

شریک زندگی‌تان مشاهده کرده‌اید به یاد بیاورید. نه چیزی که لزوماً در مورد آن نظر می‌دهید، "من هشدار می‌دهم." شاید شریک زندگی شما لبخند زیبایی داشته باشد یا برقی در چشمانش. شاید او حس آرامش یا اعتبار را القا می‌کرد. آن را در ذهن خود دارید؟"

سپس صاعقه: "خوب، حالا بروید شریک خود را پیدا کنید و کیفیت خوبی را که متوجه شده‌اید به آنها بگویید." "چی؟ به آنها بگوییم؟" این فکر آنها را فلج می‌کند. با این حال، یکی یکی، آنها شجاعانه به دنبال شرکای خود می‌روند و تعریف‌های کشنده خود را ارائه می‌دهند. وقتی مردم می‌شنوند که یک غریبه به آنها می‌گوید که دستان زیبایی دارند یا چشمان قهوه‌ای نافذی دارند، شادی اتاق را پر می‌کند. خنده در هر گوشه‌ای منفجر می‌شود. من اکنون به دریایی از لبخندها و سرخ شدن‌های شاد نگاه می‌کنم. همه عاشق دریافت تعریف کشنده شخصی خود هستند. و همه نسبت به کسی که تعریف را گفته، احساسات دوستانه‌ای پیدا می‌کنند.

راهنمای کاربر تعریف کشنده

درست مانند یک توپ، اگر از تعریف کشنده به درستی استفاده نکنید، می‌تواند نتیجه معکوس داشته باشد. در اینجا راهنمای کاربری است که همراه با این موشک قدرتمند ارائه می‌شود.

تکنیک #۵۵

تعریف کشنده

هر زمان که با غریبه‌ای صحبت می‌کنید که می‌خواهید او را بخشی از آینده حرفه‌ای یا شخصی خود کنید، به دنبال یک ویژگی جذاب، خاص و منحصر به فرد در او بگردید.

در پایان گفتگو، مستقیماً به چشمان فرد نگاه کنید. نام او را بگویید و با تعریف کشنده، حساسی او را ذوق‌زده کنید.

قانون #۱: تعریف کشنده خود را به صورت خصوصی به گیرنده ارائه دهید. اگر در جمعی متشکل از چهار یا پنج نفر ایستاده‌اید و از یک زن به خاطر تناسب اندامش تعریف می‌کنید، هر زن دیگری احساس می‌کند که شبیه یک خیک چربی است. اگر به یک مرد بگویید که او هیکل فوق‌العاده‌ای دارد، هر کس دیگری احساس می‌کند که قوز کرده است. همچنین باعث خجالت و معذب شدن گیرنده می‌شوید.

قانون #۲: تعریف کشنده خود را باورپذیر کنید. برای مثال، من اصلاً گوشِ موسیقی ندارم. اگر مجبور شوم حتی یک آهنگ ساده مانند "تولدت مبارک" را بخوانم، شبیه یک بیمار به نظر می‌رسم. اگر هر کسی که در محدوده شنوایی من باشد آنقدر احمق باشد که به من بگوید صدایم را دوست دارد، می‌دانم که مزخرف می‌گوید.

قانون #۳: در هر نیم سال فقط یک تعریف کشنده به هر گیرنده ارائه دهید. در غیر این صورت، فردی غیرصادق، خوار، چاپلوس، بله‌قربان گو و کاملاً اهل سوء استفاده به نظر می‌رسید. اصلاً جالب نیست. با هدف‌گیری دقیق، تعریف کشنده همه را مجذوب خود می‌کند. با این حال، زمانی که از آن به طور عاقلانه در مورد آشنایان جدید استفاده کنید، بهترین کارایی را دارد. اگر می‌خواهید هر روز از دوستان خود تعریف کنید، از تکنیک بعدی استفاده کنید.

۵۶ چگونه با "تعریف‌های کوچولو" لبخند بر لبانشان بنشانیم

در مقایسه با توپ‌های بزرگ "تعریف‌های کشنده" برای غریبه‌ها، و "بازی سنگ قبر" برای عزیزان، که به زودی آن را خواهیم آموخت، در اینجا یک تفنگ کوچک وجود دارد که می‌توانید هر زمان و به هر کسی شلیک کنید. من آن را "نوازش‌های کوچک" می‌نامم.

نوازش‌های کوچک، تعریف‌های کوتاه و سریعی هستند که در مکالمه روزمره خود به کار می‌برید. از نوازش‌های کوچک با همکاران خود در دفتر به طور سخاوتمندانه استفاده کنید:

"کارت خوب بود، جان!" "آفرین، کیوتو!" "هی، بد نبود، بیلی!"

من دوستی دارم که از یک نوازش کوچکِ دوست‌داشتنی استفاده می‌کند. اگر کاری انجام دهم که او دوست دارد، می‌گوید: "خیلی هم بد نیست، لیل."

همچنین می‌توانید از نوازش‌های کوچک برای دستاوردهای روزمره عزیزانتان استفاده کنید. اگر همسرتان به تازگی غذای عالی پخته است، "وای، تو بهترین آشپز شهر هستی." درست قبل از بیرون رفتن با هم، "وای عزیزم، عالی به نظر می‌رسی." بعد از یک رانندگی طولانی، "بالاخره رسیدی! حتماً خسته کننده بوده." با بچه‌هایتان، "هی بچه‌ها، کارتون تو تمیز کردن اتاقتون عالی بود."

یک بار مقاله تکان‌دهنده‌ای در ریدرز دایجست خواندم درباره دختر کوچکی که اغلب بدرفتاری می‌کرد. مادرش مجبور بود دائماً او را سرزنش کند. با این حال، یک روز، دختر کوچولو خیلی خوب رفتار کرده بود و

یک کار هم انجام نداده بود که نیاز به سرزنش داشته باشد. مادر گفت: "آن شب بعد از اینکه او را در رختخوابش گذاشتم و از پله‌ها پایین رفتم، صدای خفه‌ای شنیدم. با عجله به سمت بالا دویدم و او را دیدم که سرش را در بالش فرو برده بود. او حق‌گریه می‌کرد. در میان حق‌گریه‌هایش پرسید: "مامان، مگه من امروز دختر خوبی نبودم؟"

مادر گفت که این سوال مثل یک چاقو در قلبش فرو رفت. او گفت: "من در تنبیه او وقتی که اشتباه می‌کرد سریع بودم. اما وقتی او سعی می‌کرد خوب رفتار کند، من متوجه آن نشده بودم و او را بدون یک کلمه قدردانی به رختخواب فرستاده بودم."

بزرگسالان، همان دختران و پسران کوچک بزرگ‌شده هستند. ممکن است اگر افراد زندگی‌مان متوجه خوب بودن ما نشوند، با گریه به رختخواب نرویم. با این وجود، ردی از آن اشک‌ها باقی می‌ماند.

تکنیک #۵۶

نوازش‌های کوچک

کاری نکنید که همکارانتان، دوستانتان، عزیزانتان به شما نگاه کنند و در سکوت بگویند: "مگر من امروز خیلی خوب نبوده‌ام؟" با نوازش آنها با نوازش‌های کوچک کلامی مانند

"کارت خوب بود!" "آفرین!" "باحال بود!"

به آنها بفهمانید که چقدر برایشان ارزش قائل هستید.

چیزهای کوچک معنی زیادی دارند

نوازش‌های کوچک در واقع، کوچک هستند. اما همانطور که هر زنی می‌داند، آنها معنای زیادی دارند. من هنوز با زنی ملاقات نکرده‌ام که با این متن ترانه قدیمی که کیتی کالن خوانده است موافق نباشد:

از آن طرف اتاق وقتی زیبا نیستم بگو زیبا به نظر می‌رسم. وقتی از کنار صندلی‌ام رد می‌شوی موهایم را نوازش کن. چیزهای کوچک معنی زیادی دارند. گرمای یک لبخند پنهانی را برایم بفرست تا به من نشان دهی که فراموش نکرده‌ای. برای همیشه و همیشه، حالا و برای همیشه، چیزهای کوچک معنی زیادی دارند.

برای پیچیده‌تر کردن هنر تعریف، باید زمان‌بندی را هم در نظر گرفت. چاپلوسی آشکار، بی‌پرده و وقیحانه، همه را به جز خودشیفته‌ترین افراد کور، منجر می‌کند. اما حیوانِ انسان هرگز از شگفت‌زده کردن ناظران دست برنمی‌دارد. لحظاتی وجود دارد که اگر یک تعریف آشکار، بی‌پرده و وقیحانه نکنید - حتی به یک فرد باهوش - می‌بازید. تکنیک زیر این لحظات را مشخص می‌کند.

۵۷ چگونه با زمان‌بندی بی‌نقص تعریف کنیم

هرگز اولین باری که در مقابل غریبه‌ها سخنرانی ناهار انجام دادم را فراموش نمی‌کنم. من برای حیوانات عروسی روی تختم و هم‌اتاقی‌ام، کریستین، تمرین کرده بودم، اما این اولین حضور من در مقابل یک مخاطب واقعی بود. در حالی که با لرز به پا خاستم، به هفده عضو خندان باشگاه روتاری نگاه کردم که منتظر کلمات شوخ و حکمت‌آمیز من بودند. زبانم مثل گچ خشک شده بود، کف دست‌هایم مثل ماهی خیس بود. مخاطبان هم می‌توانستند هفده هزار قاضی باشند که منتظرند اگر هر کدام از آنها را آگاه و سرگرم نکنم، من را به تحقیر ابدی محکوم کنند. نگاه آخر وحشت‌زده‌ای به کریستین که من را به باشگاه رسانده بود انداختم و شروع کردم: "بعد از ظهر بخیر. باعث افتخار من است که..."

سی دقیقه بعد، در میان تشویق‌های پراکنده‌ای که می‌ترسیدم از روی اجبار باشد، به سمت صندلی‌ام کنار کریستین خزیدم. با انتظار به او نگاه کردم. او لبخند زد و گفت: "می‌دانی این دسر خیلی هم بد نیست. کمی بخور." "دسر؟" "دسر! لعنتی، کریستین، چطور بودم؟" در سکوت به او فریاد زدم. چند دقیقه بعد کریستین به من گفت که چقدر او و، به گمان او، همه از صحبت من لذت برده‌اند. با این وجود، دیگر خیلی دیر شده بود. لحظه حساسِ نیاز به تعریف گذشته بود. به سرعت یک سکسکه، باید همین حالا تعریف کنید وقتی دکتر با سادیسم با آن چکش لاستیکی کوچک به زانوی شما ضربه می‌زند، شما فوراً یک واکنش غیرارادی نشان می‌دهید. و وقتی مردم موفقیتی کسب می‌کنند، شما باید فوراً با یک "وای، عالی بودی!" غیرارادی به آنها ضربه بزنید. فرض کنید که آنها به تازگی با موفقیت در مورد یک معامله مذاکره کرده‌اند، یک بوقلمون شکرگزاری فوق‌العاده پخته‌اند، یا یک آهنگ انفرادی در جشن تولد خوانده‌اند. مهم نیست که دستاورد آنها پیش پا افتاده است یا پیروزمندانه، شما باید فوراً از آن تعریف کنید - نه ده دقیقه بعد، نه دو دقیقه بعد - فوراً. لحظه‌ای که برنده از اتاق هیئت مدیره، آشپزخانه، کانون توجه بیرون می‌آید، تنها صدایی که می‌خواهد بشنود این است: "وای!"

"وای!" غیرارادی

به سرعت یک چشم بر هم زدن، شما باید در همان لحظه‌ای که افراد کاری را به پایان می‌رسانند از آنها تعریف کنید. در یک چشم بر هم زدن، مانند یک واکنش غیرارادی بگویید: "تو فوق‌العاده بودی!" نگران نباشید که آنها شما را باور نخواهند کرد. سرخوشی آن لحظه تأثیر بی‌حس‌کننده عجیبی بر قضاوت عینی فرد موفق دارد.

اما اگر واقعاً گند زده باشند چه؟

می‌پرسید: "آیا از من می‌خواهی که دروغ بگویم؟" بله. مطلقاً، قطعاً، با صدای بلند، بله. این یکی از معدود لحظات زندگی است که دروغ توسط اخلاقی‌ترین افراد هم نادیده گرفته می‌شود. برنده‌های بزرگ متوجه می‌شوند که حساسیت به نفس‌ناامن یک اجراکننده، بر تعهد عمیق آنها به حقیقت، به طور موقت اولویت دارد.

آنها همچنین می‌دانند، وقتی عقل سلیم به گیرنده بازگردد و او مشکوک شود که گند زده است، دیگر مهم نخواهد بود. او با نگاه به گذشته، قدردان حساسیت شما خواهد بود و دروغ دلسوزانه شما را خواهد بخشید.

ما در مورد ارائه تعارفات، چه پنهان و چه آشکار، صحبت‌های زیادی کردیم. حالا بیایید در مورد مهارتی صحبت کنیم که برای بسیاری، حتی سخت‌تر است - دریافت آنها.

۵۸ چگونه کاری کنیم که آنها بخواهند از شما تعریف کنند

ما یک ضعف ملی داریم: ما نمی‌دانیم چگونه تعریف را دریافت کنیم! در واقع، من می‌خواهم تکنیک زیر را به دوستان فرانسوی‌ام تقدیم کنم که ادعا می‌کنند فرانسوی‌ها در همه چیز بهتر هستند. خب، من یک نکته را قبول می‌کنم. فرانسوی‌ها در واقع در دریافت تعریف‌ها بهتر هستند. به زودی توضیح خواهم داد.

متأسفانه، آمریکایی‌ها در پذیرش تملق افتضاح هستند. اگر کسی از شما تعریف کند و شما از روی خجالت به طور ناشیانه‌ای واکنش نشان دهید، ناخواسته یک چرخه معیوب را شروع می‌کنید. دوستی تعریف می‌کند:

او: (با لبخند) "هی، چه لباس قشنگی پوشیدی."

او: (با اخم) "اوه، این لباس کهنه؟"

او: (با خود فکر می کند) "ای وای، به نظر نمی رسد که از شنیدن آن خوشحال شده باشد. او فکر می کند که من سلیقه وحشتناکی دارم که از آن لباس خوشم آمده. بهتر است دهانم را بسته نگه دارم."

سه هفته بعد...

او: (با خود با ترشروبی فکر می کند) "او دیگر هرگز از من تعریف نمی کند. چه بی ادب!"

او: (با خود با ناراحتی فکر می کند) "مشکل او چیست؟" "دخترها از چی خوششان نمی آید؟"

چند ماه پیش در یکی از سمینارهای من، گروه در مورد تعارفات بحث می کردند. مردی اصرار داشت که "دخترها از تعریف خوششان نمی آید."

با ناباوری پرسیدم: "دخترها از چی خوششان نمی آید؟"

او توضیح داد: "من یک بار به زنی گفتم که چشمان زیبایی دارد. و او گفت: "پسر، تو کوری؟" آن مرد بیچاره آنقدر از واکنش او زخم خورده بود که خجالت زده شد و از آن زمان دیگر به هیچ زنی تعریفی نکرده بود. چه مایه شرمساری برای زنان و چه لکه ای بر مهارت های اجتماعی او.

بسیاری از مردم هنگام دریافت تعریف، طفره می روند یا یک "متشکرم" کوچک و خجالت زده ارائه می دهند. بدتر از آن، آنها اعتراض می کنند، "خب، نه واقعاً، اما به هر حال ممنون." برخی افراد آن را با "فقط از روی شانس" رد می کنند. وقتی اینطور واکنش نشان می دهید، بی عدالتی بزرگی در حق تعریف کننده می کنید. شما به قدرت ادراک یک فرد خوشنیت توهین می کنید.

"Vous Êtes Gentil"

بگذارید مردم فرانسه یک عبارت کنایه آمیز همه کاره ارائه دهند. آنها هنگام دریافت تعریف می گویند:

"Vous êtes gentil." ترجمه تحت اللفظی آن می شود "شما چقدر مهربان هستید."

یک آمریکایی که می گوید "شما چقدر مهربان هستید" می تواند مانند دختر گل فروش کوچک در فیلم "بانوی زیبای من" که سعی می کند با فرهنگ باشد، تصنعی به نظر برسد. با این وجود، ما یانکی ها می توانیم احساس "gentil" فرانسوی را با تکنیکی که من آن را "بومرنگ" می نامم بیان کنیم.

وقتی بومرنگ را پرتاب می کنید، تقریباً ۱۸۰ درجه در هوا می چرخد و به سمت پرتاب کننده اوج می گیرد و در پای او فرود می آید. به همین ترتیب، وقتی کسی تعریفی را به سمت شما پرتاب می کند، اجازه دهید

احساسات خوب به سمت پرتاب‌کننده اوج بگیرد. فقط نگویید "ممنون." (یا بدتر، "اوه چیزی نیست.") به آنها از قدردانی خود بگویید و راهی پیدا کنید که به خاطر تعریفشان از آنها تعریف کنید.

چند نمونه: او می‌گوید: "من آن کفش‌ها را دوست دارم." شما می‌گویید: "اوه خیلی خوشحالم که به من گفتی. من تازه آنها را خریده‌ام."

او می‌گوید: "تو واقعاً این پروژه را خوب انجام دادی." شما می‌گویید: "اوه، چقدر لطف داری که این را به من می‌گویی. من از بازخورد مثبت تو قدردانی می‌کنم."

همچنین می‌توانید زمانی که افراد از شما در مورد خانواده‌تان، یک پروژه، یک رویداد یا هر چیزی که نشان می‌دهد به شما علاقه‌مند هستند، سوالی می‌پرسند، احساسات خوب را به سمت آنها بومرنگ کنید.

همکاران می‌پرسد: "تعطیلات در هاوایی چطور بود؟" شما پاسخ می‌دهید: "اوه، تو به خاطر داشتی که من به هاوایی رفتم! عالی بود، ممنون."

رئیس‌تان می‌پرسد: "حالا از سرماخوردگی‌ات بهتر شدی؟" شما پاسخ می‌دهید: "من از نگرانی شما قدردانی می‌کنم. حالم خیلی بهتر شده است."

هر زمان که کسی با تعریف یا سوالی از روی نگرانی، کمی آفتاب به زندگی شما می‌تاباند، آن را به سمت شخص تابنده منعکس کنید.

تکنیک #۵۸

بومرنگ کردن

درست همانطور که یک بومرنگ مستقیماً به سمت پرتاب‌کننده بازمی‌گردد، اجازه دهید تعارفات مستقیماً به سمت تعریف‌کننده بومرنگ شوند. مانند فرانسوی‌ها، به سرعت چیزی را زمزمه کنید که بیانگر "این لطف شما را می‌رساند" باشد.

اتفاقاً، در آن سمینار، تصمیم گرفتم با روشن کردن ذهن مردان در مورد تعارفات برای همیشه، لطفی به زنان کنم. من از مردی که قسم می‌خورد زنان از تعریف متنفر هستند، خواستم که به سه زنی که در نزدیکی او نشسته‌اند یک تعریف صادقانه بکند. او زنی با "موهای نقره‌ای زیبا که پشت سرش نشسته بود" را انتخاب

کرد، دختری با "دست‌هایی شبیه پیانیست" در سمت چپش، و خانمی با "چشمان آبی عمیق دوست‌داشتنی" در سمت راستش. او به همه آنها تعریف‌هایش را گفت.

سه زن آن شب با احساسی کمی بهتر از زمانی که وارد اتاق شده بودند، از آنجا بیرون رفتند. و امیدوارم، برای همه زنانی که او هنوز در زندگی‌اش ملاقات خواهد کرد، یک مرد با نگرش تغییر یافته در مورد تعارفات آنجا را ترک کرد.

همانطور که به پایان کاوش خود در مورد ستایش می‌رسیم، می‌خواهم مطمئن شوم که شما دقیقاً قلب مردم را هدف گرفته‌اید. چه در حال ارائه "تعریف‌های کبوتر نامه‌بر" کوچک باشید و چه در حال ارائه یک "تعریف کشنده" به طرف صحبتتان، این تکنیک بعدی شما را در مسیر درست نگه می‌دارد.

۵۹ چگونه به عزیزان این حس را بدهید که شما بهترین همسر زندگی او هستید

آیا به خاطر دارید زمانی که بچه بودید، دوستان پدر و مادرتان صدها بار می‌پرسیدند: "و وقتی بزرگ شدی می‌خواهی چه کاره شوی؟" این نشانه ما بود که مخاطبان دوست‌داشتنی‌مان را با رویاهای تبدیل شدن به یک بالرین، یک آتش‌نشان، یک پرستار، یک گاوچران یا یک ستاره سینما سرگرم کنیم. خب، زندگی اکثر ما کمی بیشتر شبیه قصاب، نانوا یا شمع‌ساز شد. با این وجود، همه ما هنوز هم خیال‌پردازی‌هایی از بزرگی خودمان داریم.

با اینکه اکثر ما رویاهای دوران کودکی خود را برای تبدیل شدن به ستاره‌ای که فکر می‌کردیم خواهیم شد، نقد کردیم (تا بتوانیم مقداری پول دربیاوریم)، همه ما در اعماق وجودمان می‌دانیم که بسیار، بسیار، بسیار خاص هستیم. ما به خودمان می‌گوییم: "شاید دنیا زیاد متوجه نشود و به خاطر نیاورد که من واقعاً چقدر باهوش، چقدر فوق‌العاده، چقدر شوخ، چقدر خلاق یا باملاحظه هستم. با این حال، کسانی که واقعاً من را می‌شناسند و دوستم دارند - آنها عظمت، جادو، خاص بودن من را در میان تمام انسان‌های فانی دیگر تشخیص خواهند داد." وقتی افرادی را با قدرت‌های ماوراء طبیعی درک برای تشخیص برجستگی‌مان پیدا می‌کنیم، به داروی سُکرآورِ قدردانی آنها معتاد می‌شویم.

تعریف از کسی که می‌شناسید و دوستش دارید به مجموعه‌ای از مهارت‌های متفاوت از تعریف کردن از یک غریبه نیاز دارد. فرمولی برای نزدیک‌تر کردن کسی به خودتان، چه از نظر شخصی و چه از نظر حرفه‌ای، در ادامه می‌آید. من آن را "بازی سنگ قبر" می‌نامم. این بازی به کمی مقدمه‌چینی نیاز دارد.

مرحله اول: در یک لحظه آرام که با دوست، عزیز یا شریک تجاری خود صحبت می‌کنید، به او بگویید که چند روز پیش - از قضا - در مورد سنگ قبرها مطلبی می‌خواندید! می‌گویید: "این مطلب در مورد این بود که مردم خیال‌پردازی می‌کنند که پس از مرگشان چه چیزی بالای قبرشان حک شود." شما فهمیدید که مردم می‌خواهند کیفیتی که بیشتر به آن در زندگی افتخار می‌کنند، روی سنگ حک شود. سپس بگویید: "تنوع شگفت‌انگیز است. هر کس تصویر متفاوتی از خود دارد، منبع عمیق متفاوتی از غرور دارد." به عنوان مثال:

در اینجا جان دو آرمیده است. او دانشمندی برجسته بود. در اینجا دایان اسمیت آرمیده است. او زنی دلسوز بود. در اینجا بیلی باکس آرمیده است. خدای من، او می‌توانست مردم را بخنداند. در اینجا جین ویلسون آرمیده است. او هر کجا که می‌رفت شادی را پخش می‌کرد. در اینجا هری جونز آرمیده است. او زندگی‌اش را به روش خودش زندگی کرد.

مرحله دوم: به شریک زندگی خود بگویید که دوست دارید چه چیزی روی سنگ قبرتان حک شود. در مورد افشای خود جدی باشید تا او را تشویق کنید که او هم همین کار را انجام دهد.

مرحله سوم: حالا، شما سوال را می‌پرسید: "می‌دانی، جو، وقتی همه چیز گفته و تمام شد، تو بیشتر به چه چیزی افتخار می‌کنی؟ دوست داری دنیا بیشتر تو را به خاطر چه چیزی به یاد بیاورد؟ دوست داری دنیا ببیند چه چیزی روی سنگ قبرت حک شده است؟"

شاید شریک تجاری شما، جو، بگوید: "خب، من فکر می‌کنم دوست دارم مردم بدانند که من مردی هستم که به حرفم عمل می‌کنم." با دقت گوش کنید. اگر او در مورد آن توضیحات بیشتری داد، به هر نکته ظریفی توجه کنید. سپس آن را در قلب خود بایگانی کنید و دیگر کلمه‌ای در مورد آن نگویید. جو فراموش خواهد کرد که شما اصلاً با او بازی سنگ قبر را انجام داده‌اید.

مرحله چهارم: اجازه دهید حداقل سه هفته بگذرد. سپس، هر زمان که خواستید رابطه را بهبود ببخشید، اطلاعات را در قالب یک تعریف به شریک خود بازگردانید. بگویید: "جو، می‌دانی دلیل اینکه من واقعاً از شراکت با تو قدردانی می‌کنم این است که تو مردی هستی که به حرفت عمل می‌کنی."

وای، این حرف مثل یک بوئینگ ۷۴۷ از آسمان به جو ضربه می‌زند. او با خود می‌گوید: "بالاخره، کسی پیدا شد که من را به خاطر آن چه که واقعاً هستم، قدر می‌داند." گفتن اینکه شما او را به همان دلیلی که خودش خودش را تحسین می‌کند تحسین می‌کنید، تأثیری بر جو می‌گذارد که هیچ تعریف دیگری در دنیا ندارد.

حالا، فرض کنید دوست شما بیلی باکس است، همان کسی که می‌خواست شوخ‌طبعی‌اش روی سنگ قبرش حک شود. شما می‌گویید: "بیلی، رفیق قدیمی، تو فوق‌العاده‌ای. من عاشقتم چون تو واقعاً می‌توانی مردم را بخندانی."

"دوستت دارم چون..." (شما جای خالی را پر کنید)

فرض کنید همسر زندگی شما جین ویلسون در مثال قبلی است. به عزیزتان بگویید: "جین، من دوستت دارم چون تو هر کجا که می‌روی شادی را پخش می‌کنی."

فرض کنید شریک زندگی شما هری جونز است. شما دست او را می‌گیرید و می‌گویید: "هری، من دوستت دارم چون تو زندگی‌ات را به روش خودت زندگی می‌کنی." بوم! شما آن نقطه حساس را پیدا کرده‌اید که در آن قلب و نفس با هم ترکیب می‌شوند.

تکنیک #۵۹

بازی سنگ قبر

از افراد مهم زندگی خود بپرسید که دوست دارند چه چیزی روی سنگ قبرشان حک شود. آن را در حافظه خود حک کنید اما دیگر به آن اشاره نکنید. سپس، وقتی زمان مناسب برای گفتن "من از تو قدردانی می‌کنم" یا "دوستت دارم" فرا رسید، جای خالی را با همان کلماتی که هفته‌ها قبل به شما داده‌اند پر کنید.

شما وقتی عمیق‌ترین تصویر افراد از خودشان را در قالب یک تعریف به آنها باز می‌گردانید، نفس آنها را بند می‌آورید. آنها با خود می‌گویند: "بالاخره، کسی پیدا شد که من را به خاطر آن چه که واقعاً هستم دوست دارد."

تعریف‌های بازی سنگ قبر قابل تعویض نیستند. بیلی باکس ممکن است از اینکه او را مردی که به حرفش عمل می‌کند خطاب کنید، قدردانی نکند. نقطه قوت بیلی، شوخ‌طبعی اوست. جین ممکن است برای اینکه فکر می‌کنید او زندگی‌اش را به روش خودش زندگی می‌کند، ارزشی قائل نشود. منبع غرور او پخش شادی در هر کجا که می‌رود است.

گفتن اینکه از مردم قدردانی می‌کنید یا دوستشان دارید فوق‌العاده است. وقتی این با چیزی که آنها در مورد خودشان قدردانی می‌کنند یا دوست دارند مطابقت داشته باشد، تأثیر آن بسیار زیاد است.

بخش ۷

چگونه مستقیماً به قلب‌هایشان وصل شویم

صدها نفر از طریق آن دستگاه کوچک روی میز، میز کنار تخت، دیوار آشپزخانه‌تان، برداشتی از شما پیدا کرده‌اند. و آنها هرگز شما را ملاقات نکرده‌اند. آنها هرگز لبخند شما را ندیده‌اند، اخم‌هایتان را حس نکرده‌اند. هرگز دست شما را نگرفته‌اند و از آغوش شما لذت نبرده‌اند. آنها هرگز زبان بدن شما را نخوانده‌اند یا ندیده‌اند که چگونه لباس می‌پوشید. هر چه آنها در مورد شما می‌دانند از طریق رشته‌های کوچک، گاهی از صدها مایل دورتر، منتقل شده است. اما آنها احساس می‌کنند که فقط از صدای شما، شما را می‌شناسند. این قدرت تلفن است.

قدرتمند، بله، اما نه همیشه دقیق. سال‌ها من فقط از طریق تلفن با آژانس مسافرتی‌ام در ارتباط بودم. رانی، نماینده بی‌چهره من که هرگز او را حضوری ندیده بودم، کمترین قیمت‌ها را برای بلیط هواپیما، ماشین و هتل برایم پیدا می‌کرد. اما شخصیت تلفنی تند او واقعاً مرا عصبانی می‌کرد. ده‌ها بار عهد کردم که یک نماینده دیگر پیدا کنم.

چند سال پیش، یک روز دوشنبه صبح، خبر بدی دریافت کردم و مجبور شدم برای یک اورژانس خانوادگی فوراً پروازی به خانه رزرو کنم. من وقت نداشتم که در صف فرودگاه منتظر بمانم، بنابراین سوار تاکسی شدم و از راننده خواستم که جلوی آژانس مسافرتی منتظر بماند تا من بلیط و کارت پرواز را بگیرم.

مثل یک فیتیله روشن، برای اولین بار به آژانس رانی رفتم. زنی که پشت میز جلو نشسته بود، با دیدن عجله دیوانه‌وار من، با دلسوزی از جایش بلند شد. او لبخندی اطمینان‌بخش به من زد و پرسید...

چگونه می‌توانست به من کمک کند. در حالی که من با بی‌حوصلگی درباره نیاز خود به بلیط اضطراری صحبت می‌کردم، او لبخند زد، سرش را تکان داد و بلافاصله دست به کار شد. در حالی که او بلیط‌ها را پرینت می‌کرد، با خود فکر کردم: «چه خانم فوق‌العاده‌ای!»

لحظاتی بعد، در حالی که با قدردانی بلیط‌ها را در مشتم گرفته بودم و به سرعت بیرون می‌دویدم، از روی شانه‌ام پرسیدم: «راستی، اسمتان چیست؟»

او گفت: «لیل، من رانی هستم.» من چرخیدم و زنی کاملاً صمیمی را دیدم که لبخندی بزرگ بر لب داشت و برای آرزوی سفری امن برای من دست تکان می‌داد. من متحیر شده بودم! چرا قبلاً فکر می‌کردم او خیلی تند است؟ رانی، خب، خیلی مهربان بود.

در حالی که در راه فرودگاه در تاکسی نشسته بودم، همه چیز را فهمیدم. صمیمیت رانی - لبخند گرم او، تکان دادن سرش، ارتباط چشمی خوب او، زبان بدن او، نگرش «من اینجا هستم برای تو» - همه سیگنال‌های بی‌صدا بودند که از طریق سیم‌ها عبور نمی‌کردند. چشمانم را بستم و سعی کردم صدایی را که لحظاتی پیش شنیده بودم به خاطر بیاورم. بله، همان تلفظ واضح و کوتاه رانی بود. اما زبان بدن دوستانه او باعث شده بود که او شبیه فردی متفاوت از آن نماینده بی‌ادب باشد که من با او از طریق تلفن سروکار داشتم. شخصیت تلفنی رانی و رفتار حضوری او دو نمایش کاملاً متفاوت بودند.

فهمیدم که در مورد همه ما همینطور است. شخصیت شما، شخصیت من و شخصیت هر کس دیگری را می‌توان به یک نمایش، یک اجرای تئاتری تشبیه کرد. شما می‌خواهید مطمئن شوید که نمایش شما پرفروش است، نه یک شکست. ده تکنیک زیر شخصیت تلفنی شما را به شدت تحسین خواهد کرد.

چگونه از طریق تلفن، هیجان‌انگیزتر به نظر برسیم

من دوستی به نام تینا دارم که چند سال پیش برای یک نمایش غیر برادوی لباس طراحی کرد که به یک موفقیت بزرگ تبدیل شد. این نمایش کوچک آنقدر مورد تحسین منتقدان قرار گرفت که قلب یک فرشته - یک حامی - را به دست آورد و به برادوی راه یافت. اما در آنجا نمایش با شکستی بزرگ روبرو شد.

وقتی خبر بد را خواندم، با تینا تماس گرفتم. "تینا، چرا نمایش در برادوی نقدهای بدی دریافت کرد؟" تینا به من گفت که متأسفانه کارگردان اصرار نکرده بود که بازیگران مرد و زن اجراهای خود را برای انطباق با محیط جدید تغییر دهند. حرکات ظریف بازیگران که تماشاگران کوچک را به تناب به خنده و اشک و می‌داشت، در سالن بزرگ برادوی گم شد. تماشاگران نمی‌توانستند حرکات ظریف و حالات چهره پرمعنای آنها را ببینند. تینا به من گفت که اجراکنندگان از بزرگ‌تر کردن حرکات خود برای مطابقت با مدیوم جدید غافل شدند.

این توصیه عالی فقط برای بازیگران نیست. هر زمان که صحبت می‌کنید، باید مدیوم خود را در نظر بگیرید. اگر چهره شما روی یک صفحه نمایش بزرگ سینما بود، ممکن بود بتوانید پیام خود را با یک چشمک یا بالا بردن ابرو منتقل کنید. اما در رادیو، این بی‌معنی خواهد بود. از آنجا که شنوندگان نمی‌توانند چشمک شما را ببینند، باید چیزی شبیه "سلام، خوشگله" بگویید. از آنجا که شنوندگان نمی‌توانند ابروهای بالارفته شما را ببینند، باید بگویید: "وای، من تعجب می‌کنم!"

زبان بدن و حالات چهره شما بیش از نیمی از شخصیت شما را تشکیل می‌دهند. وقتی مردم شما را نمی‌بینند، ممکن است برداشتی کاملاً اشتباه از شما داشته باشند، همانطور که من در مورد رانی داشتم. برای اینکه شخصیت خود را از طریق تلفن به درستی منتقل کنید، باید احساسات خود را به صدا تبدیل کنید. در واقع، شما باید در صدا اغراق کنید زیرا مطالعات نشان داده‌اند که افراد ۳۰ درصد از سطح انرژی صدای خود را از طریق تلفن از دست می‌دهند.

فرض کنید فردا با یک مخاطب مهم جدید ملاقات می‌کنید. هنگامی که به او معرفی می‌شوید، با او دست می‌دهید، کاملاً رو به او می‌ایستید. ارتباط چشمی خوب و قوی برقرار می‌کنید و اجازه می‌دهید لبخندی صمیمانه بر چهره‌تان جاری شود. حتی در حین صحبت او با دقت گوش می‌دهید، سر تکان می‌دهید و لبخند می‌زنید. او از شما خیلی خوشش می‌آید.

اما اگر هم شما و هم او چشم‌بند داشتید و دست‌های هر دوی شما از پشت بسته بود، چقدر می‌توانستید تأثیر خوبی روی آن فرد مهم بگذارید؟ این همان نقصی است که در مکالمه تلفنی دارید.

اگر او نمی‌توانست شما را ببیند، باید از کلمات جایگزین استفاده می‌کردید تا به او بفهمانید که موافق هستید یا گوش می‌دهید. باید به نوعی لبخند خود را به صورت کلامی بیان می‌کردید و برای جایگزینی ارتباط چشمی، بیشتر از نام او استفاده می‌کردید. شما از تکنیکی استفاده می‌کردید که من آن را "حرکات کلامی" می‌نامم.

برای جبران عدم ارتباط چشمی، مکالمات تلفنی خود را با "اوهوم" یا "می‌فهمم" نقطه‌گذاری کنید. بنابراین شنونده شما می‌داند که شما در تأیید سر تکان می‌دهید، به صورت کلامی بگویید "متوجهم"، "اوه عالی"، "شوخی نکن"، "جالبه" و "بیشتر بگو!"

او ندید که شما از تعجب به سرتان می‌زنید؟ بهتر است بگویید "چه غافلگیری!" یا "راست می‌گی!"

او به تازگی حرف قابل توجهی زده و نمی‌تواند نگاه تحسین‌آمیز شما را ببیند؟ سعی کنید بگویید "عقلانه بود" یا "تو اصلاً خنگ نیستی!"

البته، شما به یک لبخند کلامی بزرگ در کارنامه خود نیاز دارید. سعی کنید بگویید "اوه، وای، جالبه!" بدیهی است که شما عباراتی را انتخاب می‌کنید که با شخصیت شما و موقعیت مطابقت داشته باشد. فقط مطمئن شوید که شنوندگان تلفنی شما احساسات شما را می‌شنوند.

تکنیک #۶۰

حرکات گوی

هر بار که گوشی را برمی‌دارید، خود را به عنوان ستاره یک درام رادیویی شخصی تصور کنید. اگر می‌خواهید به اندازه واقعیت جذاب به نظر برسید، باید لبخندهایتان را به صدا، تکان‌های سرتان را به آوا و تمام حرکاتتان را به چیزی تبدیل کنید که شنونده‌تان بتواند بشنود. شما باید حرکات خود را با کلام جایگزین کنید. سپس کل نمایش را ۳۰ درصد ارتقا دهید!

چگونه صمیمی به نظر برسیم (حتی اگر صدها مایل دورتر باشیم)

وقتی روبروی هم نیستید که آرنج‌هایتان را روی یک میز، چنگال‌هایتان را روی یک میز، یا سرهایتان را روی یک بالش بگذارید، به جایگزینی برای صمیمیت نیاز دارید. وقتی شما دو نفر صدها مایل از هم فاصله دارید، چگونه می‌توانید صمیمیت ایجاد کنید؟ وقتی نمی‌توانید به پشت طرف مقابلتان بنزید، چگونه می‌توانید به او احساس خاص بودن بدهید؟

پاسخ ساده است. فقط از نام تماگر بهیرونه‌تان بیشتر از زمانی که حضوری با او صحبت می‌کنید، استفاده کنید. در واقع، مکالمات خود را با نام او غرق کنید. وقتی شنونده شما آن را می‌شنود، مانند دریافت یک نوازش کلامی است:

"ممنون، سم." "بیا انجامش بدیم، بتی." "هی، دمتری، چرا که نه؟" "صحبت با تو واقعاً خوب بود، کتی."

گفتن بیش از حد نام یک فرد در مکالمه حضوری، فریبکارانه به نظر می‌رسد. با این حال، در مکالمه تلفنی تأثیر آن به طرز چشمگیری متفاوت است. اگر می‌شنیدید که کسی نام شما را صدا می‌زند، حتی اگر در میان جمعیت بزرگ و پر سر و صدایی هل داده می‌شدید، گوش‌هایتان تیز می‌شد.

و گوش می‌دهد. به همین ترتیب، وقتی طرف مکالمه تلفنی شما نام خود را از طریق گیرنده می‌شنود، توجه او جلب می‌شود و صمیمیتی را که تلفن از شما می‌گیرد، بازسازی می‌کند.

اگر شنونده شما در حال حواس‌پرتی است، این کار او را برمی‌گرداند. اگر او در حال باز کردن نامه‌ها باشد، متوقف می‌شود. اگر او در حال خلال دندان باشد، خلال را بیرون می‌آورد. وقتی نام کسی را از طریق تلفن می‌گویید، مثل این است که آن شخص را به زور به داخل اتاق خود بکشانید.

تکنیک #۶۱

بارانِ نام

مردم وقتی نام خود را می‌شنوند، گوش‌هایشان تیز می‌شود. از آن بیشتر از حد معمول در مکالمات حضوری، در مکالمات تلفنی استفاده کنید تا توجه آنها را حفظ کنید. نام تماگر به‌پیرنده شما تماس چشمی، نوازشی را که ممکن است در ملاقات حضوری ارائه دهید، بازسازی می‌کند.

گفتن مکرر نام کسی در ملاقات حضوری، چاپلوسانه به نظر می‌رسد. اما از آنجا که در مکالمه تلفنی بین شما فاصله فیزیکی وجود دارد - گاهی اوقات شما به اندازه یک قاره از هم دور هستید - می‌توانید مکالمه خود را با نام او پر کنید.

چگونه آنها را از اینکه با شما تماس گرفته‌اند خوشحال کنیم

برررینگ! مهم نیست که صدای زنگ را در اتاق هیئت مدیره، اتاق خواب یا حمام می‌شنوید، کارشناسان خودخوانده تلفن به شما می‌گویند: "قبل از پاسخ دادن لبخند بزنید." برخی از متخصصان حتی پیشنهاد می‌کنند که یک آینه را درست کنار تلفن خود قرار دهید تا لبخند خود را کنترل کنید.

این کار را امتحان کرده‌ام، جواب نمی‌دهد. یک شب، در اواسط ماسک هفتگی گل صورتم، تلفن زنگ خورد. وحشت دیدن خودم در آینه تلفن باعث شد صدایم به همان اندازه چهره‌ام زشت شود. من بلافاصله توصیه آن متخصص را همراه با آینه دور انداختم. چه کسی می‌خواهد شبیه یک پولیانای گیج به نظر برسد؟ یک گربه چشایر بدون مغز؟ یک منزوی تنها که زندگی‌اش آنقدر کسل‌کننده است که هیجان بزرگ روزش یک تماس تلفنی است؟ هر تماس تلفنی؟ از طرف هر کسی!

برندگان بزرگ قبل از پاسخ دادن لبخند نمی‌زنند. آنها بعد از شنیدن اینکه چه کسی پشت خط است، لبخندی در صدای خود ایجاد می‌کنند. آن موقع است که مهم است. بدون احساسات و حرفه‌ای به تلفن پاسخ دهید. نام خود یا نام شرکتتان را بگویید. سپس وقتی می‌شنوید چه کسی پشت خط است، ترفند کوچک این است که اجازه دهید لبخندی بزرگ بر چهره‌تان جاری شود.

"اوه جو، [لبخند] چقدر خوب شد که از تو می‌شنوم!" "سالی، [لبخند] حالت چگونه؟" "بیل، [لبخند] امیدوار بودم تو باشی."

دوست من استیو در واشنگتن دی سی زندگی می‌کند و ریاست یک انجمن تجاری بزرگ را بر عهده دارد که در کاپیتول هیل لابی می‌کند. هر وقت با استیو تماس می‌گیرم، هرگز نمی‌دانم کدام یک از ده‌ها دستیارش قرار است...

پاسخ دهد. با این وجود، هر کسی که پاسخ می‌دهد، همان پاسخ گرم را به من می‌دهد.

ابتدا او می‌گوید: "انجمن ارتباطات کابلی،" نام فرد، و "چگونه می‌توانم تماس شما را وصل کنم؟" نه هیچ صمیمیت ساختگی. نه هیچ لبخند از پیش‌ساخته‌ای در صدا. من مطمئن هستم که دستیار در هیچ آینه‌ای به خودش لبخند نمی‌زند.

وقتی می‌گویم "آیا آقای افروس در دسترس هستند؟ لیل لوندز تماس می‌گیرد،" آن موقع است که کارمند فوق‌العاده صمیمی می‌شود. او با ناز می‌گوید: "اوه بله، خانم لوندز، حتماً! اجازه بدهید شما را فوراً وصل کنم." وای، این باعث می‌شود من احساس خاص بودن کنم! در حالی که منتظر هستم تا استیو به تلفن بیاید، خیال‌پردازی می‌کنم که او در رأس یک میز دراز از جنس چوب ماهون در جلسه هفتگی کارکنانش نشسته است. تقریباً می‌توانم بشنوم که او به کارکنانش دستور می‌دهد: "حالا اگر رئیس‌جمهور یا برخی از مقامات بالاتر در کاخ سفید تماس گرفتند، آنها را فوراً وصل کنید. اوه، و البته، اگر آن خانم مهم، لیل لوندز، تماس گرفت، او را هم فوراً وصل کنید."

سال گذشته هنگام بازدید از واشنگتن، با استیو ناهار خوردم. من از این فرصت استفاده کردم تا به او بگویم که تماس با دفترش چقدر لذت‌بخش است و چقدر از پذیرش گرم تلفنی کارکنانش قدردانی می‌کنم. من از او تشکر کردم که هر کدام از آنها را با نام من آشنا کرده و اشاره کرده که ممکن است هر از گاهی تماس بگیرم. استیو از آن طرف میز به من نگاه کرد و پلک زد. او گفت: "لیل، تو مهارت‌های تلفنی را آموزش می‌دهی. آیا متوجه نشده‌ای؟"

"هاه؟"

استیو گفت: "اگر حبابت را می‌ترکانم، من را ببخش، اما همه، صرف نظر از اینکه چه کسی تماس می‌گیرد، این نوع پذیرایی را دریافت می‌کنند." "اوه!"

وقتی یک مزاحم تماس می‌گیرد

"اما استیو،" وقتی از ناامیدی اولیه ناشی از اینکه من قربانی یک تکنیک بودم و نه یک VIP، حالم بهتر شد، اعتراض کردم،

"اگر تماگر بهیرنده ناشناس باشد، یک غریبه کامل چه؟ مطمئناً نباید کارمندانت تظاهر کنند که تماگر بهیرنده را می‌شناسند."

"البته که نه، لیل. در آن صورت، من به آنها دستور می‌دهم که نسبت به دلیلی که تماس گرفته‌اند، انرژی و اشتیاق نشان دهند. برای مثال، فرض کنید تماگر بهیرنده یک اپراتور کابلی است که می‌خواهد به انجمن ما بپیوندد. تماگر بهیرنده با لبخند و یک جمله صمیمانه روبرو می‌شود: «اوه بله، آقای اسمیت، من شما را فوراً وصل می‌کنم.»"

"بله، اما فرض کنید تماگر بهیرنده فروشنده مبلمان اداری باشد؟" من به چالش کشیدم.

استیو گفت: "فرقی نمی‌کند. فروشنده پس از اینکه کارمند متوجه می‌شود که چرا او تماس گرفته است، همان نوع پذیرایی را دریافت می‌کند. اگر کارمند من با گرمی بگوید: «اوه، مبلمان اداری!» تماگر بهیرنده احساس خوبی پیدا می‌کند. و من متوجه می‌شوم که برخورد با فروشنده بعداً بسیار آسان‌تر است."

به او گفتم: "بسیار خب، استیو، از فردا صبح، من می‌خواهم آن نگرش «اوه وای، من خیلی خوشحالم که شما به آن دلیل تماس گرفتید» را در صدایم قرار دهم."

صبح روز بعد، اولین تماس از مطب دندانپزشکم بود. "خانم لوندز، این تماس برای یادآوری است که شما برای معاینه شش ماهه خود دیر کرده‌اید."

با لحنی شیرین گفتم: "اوه، البته، حق با شماست. من خیلی خوشحالم که شما تماس گرفتید." منشی متعجب اما از واکنش من بسیار راضی به نظر می‌رسید. ادامه دادم: "من نمی‌توانم در حال حاضر وقت رزرو کنم، اما به محض اینکه برنامه‌ام آزاد شد با شما تماس خواهم گرفت." او مثل همیشه با جمله "خب، چه

زمانی این اتفاق می‌افتد؟" مرا آزار نداد. او فقط با رضایت گوشی را قطع کرد. (و من به آنچه می‌خواستم رسیدم - حداقل تا شش ماه دیگر تماسی از مطب دندانپزشکم دریافت نکردم.)

بار دوم که تلفن زنگ خورد، مردی بود که مجموعه نوار من را سفارش داده بود و تماس گرفته بود تا شکایت کند که یکی از نوارها خراب است. با اشتیاق برنده شدن در لاتاری گفتم: "اوه خدای من، خیلی خوشحالم که این موضوع را به من گفتید." اما گریه‌پسند کمی شوکه شده بود اما واضح بود که از واکنش من راضی است. "البته، من یک مجموعه دیگر برای شما ارسال می‌کنم و امیدوارم عذرخواهی من را بپذیرید." اما گریه‌پسند با رضایت گوشی را قطع کرد. (و من به آنچه می‌خواستم رسیدم -

حسن نیت و تبلیغات دهان به دهان او با وجود اشتباه دستگاه تکثیر نوار من.) تماس سوم سخت‌تر بود. این تماس از طرف فروشنده‌ای بود که من کاملاً پرداخت به او را فراموش کرده بودم. با دروغ گفتم: "اوه، من خیلی خوشحالم که آن صورت‌حساب را به من یادآوری کردید." دوباره، واکنش اما گریه‌پسند تعجب و خوشحالی بود. (احتمالاً من اولین بستانکاری در تاریخ بودم که از تماس او خوشحال به نظر می‌رسیدم.) در گوشه‌ای از ذهنم احساس می‌کردم که یک صورت‌حساب وجود دارد که من آن را نادیده گرفته‌ام. در حالی که صحبت می‌کنیم دارم چک را می‌نویسم."

سپس پاداشم را گرفتم. طلبکار گفت: "راستی، نگران جریمه دیرکرد ۲ درصد در ماه نباشید. تا زمانی که چک شما تا پایان هفته به دست ما برسد، مشکلی نیست." او با خوشحالی گوشی را قطع کرد. (و من با وجود سهل‌انگاری‌ام، هدیه‌ای دریافت کردم - عدم پرداخت جریمه دیرکرد.)

و به همین ترتیب در بقیه روز، بقیه هفته و از آن زمان به بعد ادامه داشت. امتحانش کنید. خواهید دید که وقتی لبخند می‌زنید، بعد از اینکه متوجه شدید چه کسی تماس گرفته یا چرا تماس گرفته است، از هر کسی خیلی بیشتر به دست می‌آورید. تقریباً در هر تماسی از تکنیک "اوه وای، تویی!" استفاده کنید.

تکنیک #۶۲

"اوه وای، تویی!"

با نگرش "من همیشه خیلی خوشحالم" به تلفن پاسخ ندهید. گرم، واضح و حرفه‌ای پاسخ دهید. سپس، بعد از اینکه متوجه شدید چه کسی تماس گرفته است، اجازه دهید لبخند بزرگی از خوشحالی تمام صورت شما را فرا بگیرد و در صدای شما جاری شود. شما به اما گریه‌پسند خود این حس را می‌دهید که انگار لبخند بزرگ و گرم و صمیمی شما برای او کنار گذاشته شده است.

چگونه از نگهبان عبور کنیم

"نه، نه، آآآآه، نه نگهبان!" یک وسیله شکنجه به نام "نگهبان" را تصور کنید. دانشمند دیوانه، با خنده‌ای جنون‌آمیز، قربانی را به داخل چرخ گوشت گول‌پیکری می‌اندازد که او را از طریق یک صفحه فلزی سنگین له می‌کند. این دستگاه بدن او را قبل از اینکه در طرف دیگر دوباره سرهم شود، به میلیون‌ها مولکول تکه تکه می‌کند. نگهبان داشتن هنگام تماس با دفتر کسی، نسخه احساسی آن شکنجه است.

شما تماس غیرمنتظره خود را برقرار می‌کنید. با خوش‌رویی می‌پرسید: "می‌توانم با آقای جونز صحبت کنم؟"

صدایی متکبر پاسخ می‌دهد: "چه کسی تماس می‌گیرد؟" البته، نام شما به اندازه کافی معتبر نیست که نگهبان به شما مقام والای صحبت با جونز را اعطا کند.

بازجویی بی‌رحمانه او ادامه می‌یابد: "و شما با چه شرکتی هستید؟" شما نام شرکت خود را ارائه می‌دهید، و دعا می‌کنید که نزد او امتیازی کسب کند. و در آخر، او این جسارت را دارد که بپرسد: "و این تماس در رابطه با چیست؟" آآآآه!

چند هفته پس از ناهار من با استیو، فرصتی پیش آمد که دوباره با او تماس بگیرم. "آیا استیو افروس در دسترس است؟ لیل لوندز تماس می‌گیرد."

"اوه بله، خانم لوندز، حتماً. اجازه بدهید شما را فوراً وصل کنم." در حالی که منتظر می‌مانم استیو به خط بیاید، با خوشحالی شروع به زمزمه می‌کنم. لحظه‌ای بعد دستیار او برگشت و با دلسوزی گفت: "من خیلی متأسفم، خانم لوندز. استیو همین الان برای ناهار بیرون رفت. می‌دانم که او از اینکه تماس شما را از دست داده متأسف خواهد شد." در همین حین، من هنوز لبخند می‌زنم. آیا من شک دارم که استیو "همین الان برای ناهار بیرون نرفته"؟ آیا شک دارم که او همانجا نشسته است؟ آیا در وحشیانه‌ترین رویاهای پارانویید خود فکر می‌کنم که او وقت یا تمایلی برای صحبت با من ندارد؟ آیا احساس می‌کنم که تماس من غربال شده است؟ به هیچ وجه! من به اندازه یک بچه گربه بی‌خیال خوشحالم، در حالی که شماره‌ام را برای تماس مجدد می‌گذارم. می‌بینید، من احتمالاً فریب "غربال موزیانه" را خورده‌ام.

تکنیک #۶۳

غریبال مودیانہ

اگر مجبور هستید تماس‌های خود را غریبال کنید، به کارمندانان دستور دهید که ابتدا با خوشحالی بگویند: "اوه بله، من شما را فوراً وصل می‌کنم. می‌توانم بپرسم چه کسی تماس می‌گیرد؟" اگر طرف مقابل قبلاً خودش را معرفی کرده است، "اوه البته، آقای فلانی. من شما را فوراً وصل می‌کنم."

وقتی منشی با این خبر بد برمی‌گردد که آقا یا خانم کله‌گنده در دسترس نیست، تماگر به پیرندگان آن را شخصی برداشت نمی‌کنند و هرگز احساس نمی‌کنند که غریبال شده‌اند. آنها هر بار فریب آن را می‌خورند، درست مثل من.

چگونه از طریق تلفن از افراد مهم آنچه را که می‌خواهید به دست آورید

من رازی در مورد یک گربه بزرگ می‌دانم که صاحب یک زنجیره هتل بین‌المللی با املاکی در شش کشور است. او هزاران نفر را استخدام و اخراج می‌کند، قراردادهای هنگفتی اعطا می‌کند یا لغو می‌کند، از موسسات مالی بزرگ وام می‌گیرد و به موسسات خیریه کمک‌های سخاوتمندانه‌ای می‌کند. آقای گربه بزرگ (ما او را "اد" صدا می‌کنیم) نامی قابل احترام و فوراً قابل تشخیص در صنعت خود دارد. و راز این است: خانم گربه بزرگ مغز واقعی پشت این عملیات است.

من زمانی که برای سازمان همسرش مشاوره انجام می‌دادم با خانم گربه بزرگ (ما او را "سیلویا" صدا می‌کنیم) دوست شدم. سیلویا یک بعد از ظهر من را به چای دعوت کرد. او با شیرینی عذرخواهی کرد که این "روز مرخصی خدمتکار" است، بنابراین ما باید خودمان از خودمان پذیرایی کنیم. در حالی که با خوشحالی خودمان را روی پاسیو مستقر کردیم و می‌خواستیم چای و کلوچه‌هایمان را شروع کنیم، تلفن زنگ خورد. او برای پاسخ دادن به آن عذرخواهی کرد.

شنیدم که خانم گربه بزرگ می‌گوید: "نه، متأسفم، او نیست. آیا به او بگویم چه کسی تماس گرفته است؟ ... نه، نمی‌دانم چه زمانی قصد دارد برگردد، اما اگر نام خود را به من بدهید و ... نه، گفتم نمی‌دانم چه زمانی برمی‌گردد ... بله، به او می‌گویم که شما تماس گرفته‌اید."

وقتی سیلویا به پاسیو بازگشت، می‌توانستم ببینم که از این تماس آزرده شده است. من که همیشه به دنبال یک داستان تلفنی خوب هستم، با نگاهی پرسشگر به او نگاه کردم.

با حس کنجکاوی من، او گفت: "آن احمق فکر می‌کند که می‌خواهد از اد کمک مالی بگیرد. ها!" او با پوزخند خندید. صراحت او مرا جسور کرد که بیشتر از او بیرسم. معلوم شد که تماگر بهیرنده، آقای کریتون، جمع‌آوری‌کننده کمک‌های مالی برای یک موسسه خیریه بزرگ بود که اد در حال بررسی کمک به آن بود. میزبان من گفت که کریتون در دو هفته گذشته دو بار در زمانی که اد بیرون بود تماس گرفته بود. "و حتی یک بار هم با من سلام و احوالپرسی نکرد، نرسید حالم چطور است، یا برای مزاحمت عذرخواهی نکرد." این موضوع خانم گربه بزرگ را خوشحال نکرد.

آیا این یک آزار بزرگ برای خانم گربه بزرگ بود؟ نه، فقط آزاری جزئی. اما آیا این به معنای ضرر بزرگی برای گربه کوچکی بود که تماس گرفته بود؟ مطمئناً همینطور بود. در خانه اد و سیلویا گربه بزرگ، ظرافت‌ها مهم هستند. سر میز شام، خانم گربه بزرگ می‌توانست به شوهرش بگوید: "مردی بسیار خوب به نام کریتون امروز با تو تماس گرفت، عزیزم." یا ممکن بود بگوید: "مردی نسبتاً آزاردهنده به نام کریتون امروز با تو تماس گرفت." یک نظر یا نظر دیگر می‌تواند به معنای میلیون‌ها پولی باشد که موسسه خیریه کریتون به دست می‌آورد یا از دست می‌دهد. و همه اینها به این دلیل که گربه کوچک، کریتون، به طور ملایمی سبیل‌های خانم گربه بزرگ را آشفته کرد.

توصیه خانگی: به همسر سلام کنید. توصیه اداری: به منشی سلام کنید.

تکنیک #۶۴

به همسر سلام کنید

هر زمان که با منزل کسی تماس می‌گیرید، همیشه شخصی را که پاسخ می‌دهد شناسایی کنید و به او سلام کنید. هر زمان که بیش از یک یا دو بار با دفتر کسی تماس می‌گیرید، با منشی دوست شوید. هر کسی که آنقدر نزدیک است که به تلفن پاسخ دهد، آنقدر نزدیک است که نظر فرد مهم را در مورد شما تغییر دهد.

تعداد شگفت‌انگیزی از همسران - و منشی‌های - گربه‌های بزرگ، چنگال‌های عمیقی در تصمیمات تجاری مهم دارند. وقتی نوبت به آن می‌رسد...

زمان استخدام، زمان اخراج، زمان ارتقا، یا زمان خرید، بسیاری از همسران نظر می‌دهند. وقتی نوبت به این می‌رسد که چه کسی تماس‌هایش وصل شود، چه کسی پیشنهادهایش در بالای میز رئیس قرار می‌گیرد، چه کسی قرارهای ناهار را تنظیم می‌کند، نظرات منشی‌ها مهم است!

فقط تماگر بهیرندگان احمق متوجه نمی‌شوند که همه همسران و منشی‌ها نام دارند. همه همسران و منشی‌ها زندگی دارند. همه همسران و منشی‌ها احساس دارند. همه همسران و منشی‌ها نفوذ دارند. بر این اساس رفتار کنید.

چگونه آنچه را که می‌خواهید به دست آورید – با زمان‌بندی!

وقتی الکساندر گراهام بل تلفن را اختراع کرد، او و رفقاییش هیچ استفاده‌ای از عبارات پیش پا افتاده‌ای مانند "سلام، چطوری؟" نداشتند. بل و پسرانش هرگز شروع به بیان ایده‌های خود در گوش شنوندگان خود نمی‌کردند. اولین کلماتی که در آن زمان از دهان آنها خارج می‌شد "آیا می‌توانی صحبت کنی؟" بود. بل و رفقاییش، البته، به قابلیت‌های فنی اشاره می‌کردند.

آنها نمی‌دانستند که بیش از صد سال بعد، برندگان بزرگ از نوعی از همان سلام و احوالپرسی استفاده خواهند کرد. امروزه، البته، "آیا می‌توانی صحبت کنی؟" به معنای "آیا الان برای صحبت کردن مناسب است؟" است. قبل از شروع مکالمه، آنها همیشه می‌پرسند "آیا الان زمان خوبی برای صحبت است؟" "آیا در زمان مناسبی با شما تماس گرفتیم؟" "آیا یک دقیقه وقت دارید تا در مورد حساب و بخت صحبت کنیم؟" همه افراد یک بیگ بن در مغز خود دارند که تعیین می‌کند چقدر پذیرای شما و ایده‌های شما خواهند بود. وقتی با ساعت کوکوی درونی آنها در می‌افتید، آنها به شما گوش نخواهند داد. مهم نیست که اطلاعات شما چقدر جالب است یا تماس شما چقدر خوشایند است، زمان‌بندی بد به معنای نتایج بد برای شما است. تقصیر شما نیست. هر زمان که با کسی در خانه تماس می‌گیرید، هرگز نمی‌دانید که آیا او خواب بوده است یا اینکه آیا آتش‌سوزی در اجاق گاز آشپزخانه شعله‌ور است. هر زمان که با کسی در محل کار تماس می‌گیرید،

هرگز نمی‌دانید که آیا او دو ساعت فرصت دارد تا گزارشی را ارائه دهد یا اینکه رئیس بزرگ به طور بی‌صبرانه‌ای روی میزش نشسته است. هر زمان که تماسی برقرار می‌کنید، همیشه - نه گهگاه، نه به طور مکرر - همیشه در مورد زمان‌بندی خود بپرسید. آن را به یک عادت تبدیل کنید. آن را به یک قانون تبدیل کنید. اگر اولین کلماتی که از دهان شما خارج می‌شود مربوط به مناسب بودن زمان‌بندی شما نیست، آن را به یک جرم خودتنبیهی تبدیل کنید:

"سلام، جو، آیا الان زمان خوبی برای صحبت است؟" "سلام، سوزان. آیا یک دقیقه وقت داری؟" "سلام، کارل، آیا در زمان خوبی با تو تماس گرفتم یا در زمان بدی؟" "سام، آیا یک ثانیه وقت داری که به تو بگویم در بازی شنبه گذشته چه اتفاقی افتاد؟"

راه‌های زیادی برای گفتن آن وجود دارد، اما همه آنها به این معنی است که "آیا الان زمان خوبی برای صحبت است؟"

دوست من بری، یک گوینده، در یک روز بیشتر از اکثر مردم در یک هفته کار انجام می‌دهد. او یک وسیله مکالمه هوشمندانه ابداع کرد که تضمین می‌کند هرگز ساعت آفتابی عاطفی کسی را درهم نخواهد شکست. او آن را "زمان شما چه رنگی است؟" می‌نامد. بری این وسیله را با گفتن اینکه برای وقت کسانی که با آنها تماس می‌گیرد احترام زیادی قائل است، معرفی می‌کند. سپس او اجازه می‌خواهد تا مکالمات آینده خود را با سوالی شروع کند که تضمین می‌کند هرگز آنها را در لحظه‌ای نامناسب آزار ندهد. بری می‌گوید که او می‌خواهد بپرسد زمان آنها چه رنگی است. آنها باید صادقانه پاسخ دهند، "قرمز"، "زرد"، یا "سبز".

قرمز به معنای "من واقعاً عجله دارم." زرد به معنای "من سرم شلوغ است اما چه چیزی در ذهن شماست؟ اگر سریع است، می‌توانیم به آن رسیدگی کنیم." سبز به معنای "حتماً، من وقت دارم. بیا صحبت کنیم."

قرمز، مانند چراغ توقف در گوشه خیابان، به معنای توقف است. زرد به معنای عجله کن، وقت کم است یا توقف کن و منتظر چراغ سبز بعدی باش. سبز به معنای برو است.

افراد پرمشغله به سرعت این وسیله هنرمندانه او را یاد می‌گیرند و از بازی لذت می‌برند. به خصوص، آنها از حساسیت و احترام بری به وقت خود لذت می‌برند. در واقع، او می‌گوید، بیشتر تماگر بهیرندگان او همان بازی را انجام می‌دهند.

بازی حساس را زمانی که با او تماس می‌گیرند انجام می‌دهند. "سلام بری، زمانت چه رنگیه؟ آیا سبزی؟"

فروشنده‌ها، منتظر چراغ سبز باشید

یادداشتی برای فروشندگان. اگر از مشتری احتمالی می‌پرسید که آیا او وقت دارد صحبت کند و پاسخ "نه" واقعاً، اما بگو چه چیزی در ذهن توست" است، این کار را نکنید! زمانی که او قرمز است، درخواست فروش خود را مطرح نکنید. وقتی او زرد است، صحبت نکنید. صبر کنید تا سبز شود، خیلی سبز. (اگر می‌خواهید پولی از مشتری احتمالی خود ببینید، این کار را نکنید.)

تکنیک #۶۵

زمان شما چه رنگی است؟

مهم نیست که فکر می‌کنید تماس شما چقدر فوری است، همیشه با پرسیدن در مورد زمان‌بندی از طرف مقابل شروع کنید. یا از روش "زمان شما چه رنگی است؟" استفاده کنید یا به سادگی بپرسید: "آیا الان زمان مناسبی برای صحبت کردن با شما است؟" وقتی ابتدا در مورد زمان‌بندی می‌پرسید، هرگز جای پای خود را درست در وسط شن‌های زمان طرف مقابل تلفنی خود نخواهید کوبید. شما هرگز فقط به دلیل اینکه زمان‌بندی شما درست نبوده است، "نه!" نخواهید شنید.

چگونه با پیام صوتی خود همه را تحت تأثیر قرار دهیم

شما می‌توانید چیزهای زیادی در مورد افراد فقط از پیام‌های صوتی که در پیغام‌گیر صوتی خود می‌گذارند، بفهمید. دستگاه او پاسخ می‌دهد: "سلام، من الان اینجا نیستم. اما شما احتمالاً نمی‌خواهید با من صحبت کنید." بیپ. آیا به این فرد شک می‌کنید که عقده حقارت دارد؟ دستگاه او پاسخ می‌دهد: "صدایی که می‌شنوید صدای دوبرمن پینچر قاتل ما، ولف، است. لطفاً بعد از بوق پیغام بگذارید." بیپ. آیا به این زن شک می‌کنید که نگران سرقت است؟ اکثر ما آنقدر واضح ضعف‌های شخصی خود را برای شنیدن دنیا ضبط نمی‌کنیم. با این وجود، مردم می‌توانند چیزهای زیادی از بین خطوط آنچه در پیام صوتی خود می‌گوییم، بشنوند.

ماه گذشته به یک گرافیست نیاز داشتم تا برای یکی از مشتریان بسیار محافظه‌کارم کاری انجام دهد. با مارک، هنرمندی که کارش را دیده بودم و خیلی دوست داشتم، تماس گرفتم. دستگاه منشی تلفنی او با صدای گوش‌خراش موسیقی راک از طریق گیرنده پخش شد. سپس صدای او از میان صدای گیتار الکتریک بلند شد: "هی رفیق، بی‌ادب نباش. فقط با یه صدای شیرین تو گوشم زمزمه کن، درست بعد از اون بوق تنهایی. آره، آره، آره." بیپ. من به سرعت گوشی را کوبیدم.

روی پایه تا کابوس‌های وحشتناک واکنش مشتری‌ام را در صورت تماس با مارک، از بین ببرم. نمایش استعداد سی ثانیه‌ای او ممکن بود نمونه‌ای مناسب از استعداد یک نوازنده راک باشد. اما یک تاجر باید یک پیام صوتی آرام‌تر را انتخاب کند. پیامی که در دستگاه منشی تلفنی خود می‌گذارید، منعکس‌کننده کار شماست. پیام خود را دوستانه، خنثی و به‌روز نگه دارید.

و راز این است: برای اینکه این تصور را ایجاد کنید که واقعاً در کار خود مسلط هستید، هر روز پیام خود را تغییر دهید. مطالعات نشان می‌دهد که تماگربه‌پرندگان، افرادی را که هر بار که تماس می‌گیرند، پیامی به‌روز می‌شنوند، باهوش‌تر و کارآمدتر می‌دانند. در صورت لزوم، به تماگربه‌پرندگان اطلاع دهید که کجا هستید و چه زمانی قصد دارید برگردید. اگر مشتریانی دارید که باید به آنها رسیدگی شود، این موضوع بسیار مهم است. چیزی شبیه این را در تلفن اداری خود امتحان کنید:

"این (نام) است. امروز پنجشنبه، ۷ می است و من تا اواخر بعد از ظهر در یک جلسه فروش خواهم بود. لطفاً پیام خود را بگذارید و من به محض بازگشت با شما تماس خواهم گرفت." به این ترتیب، اگر تا ساعت ۴ بعد از ظهر با مشتری تماس نگیرید، او عصبانی نمی‌شود.

همچنین، آن را کوتاه نگه دارید. برخی افراد هر روز پیام خود را تغییر می‌دهند، اما پیام آنها خیلی طولانی است. من همکای داشتم، یک سخنران عمومی به نام دن، که با بهترین صدای دلنشین خود، افکار روزانه‌اش را به تمام تماگربه‌پرندگان بی‌خبر تحمیل می‌کرد.

سال گذشته من در حال کار روی پروژه‌ای با دن بودم و مجبور شدم در همان روز سه بار با او تماس بگیرم تا گزارش پیشرفت کار را ارائه دهم. هر بار دستگاه او پاسخ می‌داد: "سلام، من دن هستم و این انگیزه روزانه من است." او گلوی خود را برای اجرای ضبط شده‌اش صاف کرد و سپس ادامه داد. "آیا امروز کسی چیزی گفت که شما را آزرده خاطر کرد؟ خب که چی! مشکل خودشه." او به طور نمایشی مکث کرد. "آیا کسی به شما نگاه بدی کرد؟ خب که چی! مشکل خودشه." دوباره، مکثی برای اینکه عظمت آن احساس جا بیفتد. "افکار کوچک خشم، عصبانیت و کینه خود را با افکار قدرتمند جایگزین کنید. آرام باشید. از آن تحریکات کوچک و ناچیز زندگی فراتر بروید. افکار خود را در جهت رضایت و موفقیت متمرکز کنید. هنگامی که...

باز هم، من دن هستم." من تعجب می‌کنم که چرا او شماره تلفن مدیر برنامه‌هایش را هم اینجا نگذاشت. "پیام خود را بعد از بوق بگذارید. و روزی آرام و عالی داشته باشید." بیپ.

اولین باری که به پیام "الهام‌بخش" دن گوش دادم، طول آن کمی مرا آزار داد. دفعه دوم، متوجه شدم که در حالی که منتظر بودم او پیام غیرقابل تحمل طولانی‌اش را تمام کند، به شدت نفس نفس می‌زنم. با سومین تماس، پیام احساساتی او بی‌پایان به نظر می‌رسید. من پر از آن "افکار کوچک خشم، عصبانیت و کینه" شده بودم که او به خاطر پیام لعنتی‌اش علیه آنها هشدار می‌داد. برای من غیرممکن بود که "از آن فراتر بروم" و "افکارم را در جهت رضایت و موفقیت متمرکز کنم." می‌خواستم با مشت به دماغش بکوبم.

پیام‌های صوتی خروجی، محلی برای ارائه پیام‌های الهام‌بخش یا تحت تأثیر قرار دادن دنیا با دستاوردهای فرد نیست.

یکی دیگر از دوستان نویسنده‌ام، با این پیامی که روی دستگاهش گذاشته بود، چند امتیاز منفی به عنوان یک گربه کوچک برای خود به دست آورد:

"سلام، من شریل اسمیت هستم. شریل در تور کتاب ملی خود است،" (او مکث کرد تا همه تماگر بهیرندگان به اندازه کافی تحت تأثیر قرار بگیرند) "در دوازده شهر حضور پیدا می‌کند." (مکثی دیگر مثل اینکه منتظر تشویق باشد). "او در ۷ اکتبر برمی‌گردد." (این "او" دیگر چیست؟ شریل خودش دارد صحبت می‌کند). "لطفاً پیام خود را برای او بعد از بوق بگذارید." بیپ.

بله، شریل، ما می‌دانیم که تو نویسنده مهمی هستی. اما ارجاع شخص ثالث به خود، لحن خودشیفته صدای تو، و در آخر آن دوازده شهر، هر گربه بزرگی را از ته ریشش به خنده وا می‌دارد.

یک قانون کوچک نهایی: از یک پیام خاص که این روزها بسیاری از تاجران از آن استفاده می‌کنند، خودداری کنید - "من یا از میز دور هستم یا پشت خط دیگری هستم." زیرمتن این پیام این است که "من برده‌ای هستم که به میز زنجیر شده‌ام و این یک واقعیت شگفت‌انگیز است که من برای لحظه‌ای فرار کرده‌ام." یک شب من تا پاسی از شب کار می‌کردم. ساعت ۴ صبح تصمیم گرفتم پیامی در تلفن تجاری همکارم بگذارم تا به محض اینکه ساعت ۹ صبح به سر کار آمد، آن را دریافت کند. "سلام،" این پیام

با خوشحالی گفت: "من فلیسیا هستم. من یا از میز دور هستم یا در حال حاضر پشت خط دیگری هستم، اما پیام خود را بعد از بوق بگذارید." بیپ. فلیسیا، البته که تو از میز دور هستی - ساعت ۴ صبح یکشنبه است! "پشت خط دیگری؟" در این ساعت؟ امیدوارم که نه!

شما هرگز نمی‌دانید که پیام شما چگونه بر دیگران تأثیر می‌گذارد. فقط پیام خود را خنثی، دوستانه، دائماً در حال تغییر، کوتاه و کم‌اهمیت نگه دارید. نه لاف زدن، نه زنگ و سوت.

تکنیک #۶۶

پیام صوتی دائماً در حال تغییر

اگر می‌خواهید فردی وظیفه‌شناس و قابل اعتماد به نظر برسد، یک خوشامدگویی کوتاه، حرفه‌ای و دوستانه به عنوان پیام صوتی خود بگذارید. نه موسیقی. نه جوک. نه پیام‌های الهام‌بخش. نه لاف زدن، زنگ و سوت. و

راز این است: هر روز آن را تغییر دهید. پیام شما لازم نیست بی‌عیب و نقص باشد. یک سرفه کوچک یا لکنت زبان، واقعیتی دوست‌داشتنی و بی‌تکلف به پیام شما می‌دهد.

چگونه کاری کنیم که با شما تماس بگیرند

تهیه‌کنندگان نمایش‌های بزرگ برادوی می‌توانند در طول تست‌های بازیگری بی‌رحم باشند. یک ستاره مشتاق و مضطرب، پس از هفته‌ها تمرین آهنگ تست خود، روی صحنه می‌رود. او دهانش را باز می‌کند تا آواز بخواند. پس از چند نت، تهیه‌کننده بی‌رحم فریاد می‌زند: "ممنون. نفر بعدی!" رویاهای ستاره شدن در ده ثانیه بر باد می‌رود!

رویاهای حرفه‌ای تاجران نیز می‌تواند در ده ثانیه اول "آزمون" آنها بر باد رود. آزمون آنها پیامی است که در دستگاه منشی تلفنی شخص دیگری می‌گذارند.

تاجران ماهر هرگز در خواب هم نمی‌بینند که یک نامه تجاری دست‌نویس نامرتب را روی کاغذ ارزان‌قیمت و زرد رنگ برای یک فرد مهم بفرستند و انتظار پاسخ داشته باشند. آنها می‌دانند که گیرنده آن را در سطل زباله می‌اندازد. با این وجود، برخی از همین افراد، پیامی بی‌حال در پست صوتی یک فرد مهم می‌گذارند و انتظار دارند که با آنها تماس گرفته شود. هیچ کس هرگز به آنها نگفته است که برندگان بزرگ، پیام‌های موجود در پست صوتی خود را با همان دقتی که یک تهیه‌کننده بزرگ برادوی بررسی می‌کند، موشکافی می‌کنند. اگر خوب به نظر برسید، شانس دارید. اگر اینطور نباشد، به سرعت از زندگی آنها به جلو می‌روید.

فروشنندگان، خواستگاران، نامزدها و رقبایی که پیام‌های واضح، هوشمندانه و خوش‌بینانه‌ای در پست صوتی می‌گذارند، با آنها تماس گرفته می‌شود. بازندگانی با لحن‌های بی‌حال و پیام‌های ناپخته هرگز از آقای یا خانم "انجامش بده" خبری نمی‌شنوند. مطمئن شوید که پیام شما...

منعکس‌کننده سه C باشد: اعتماد به نفس ((Confidence)، وضوح ((Clarity) و اعتبار

((Credibility). علاوه بر این، آن را طوری بسازید که شنونده را مجذوب، سرگرم یا علاقه‌مند کند. یک

"من جو هستم، با من تماس بگیرید" ساده، امتیازی برای برندگان بزرگ ندارد.

برای ... با ما همراه باشید

دی‌جی‌های رادیو از ترفندهایی برای نگه داشتن شنوندگان خود استفاده می‌کنند. فروشنندگان برتر ترفندهای مشابه کوچکی برای ترغیب مشتریان احتمالی برای تماس با آنها دارند. در اینجا یکی به نام پایان

نفگر بهیر وجود دارد. برای اطمینان از اینکه شنوندگان در طول آگهی بازرگانی رادیویی، ایستگاه را تغییر نمی‌دهند، گوینده یک راز کوچک را فاش می‌کند: "و درست بعد از آگهی بازرگانی با بلیط برنده برمی‌گردیم... می‌تواند مال شما باشد... با ما همراه باشید!" هر زمان که برای کسی پیام صوتی می‌گذارید، سعی کنید یک پایانِ نفگر بهیر را در آن بگنجانید: "سلام، هری، من اندرو هستم. من جواب آن سوالی را که هفته گذشته از من پرسیدی، دارم." یا "سلام دایان، من بتسی هستم. من یک خبر مهم در مورد آن پروژه‌ای که در موردش صحبت می‌کردیم دارم." حالا هری و دایان دلیلی برای تماس با اندرو و بتسی دارند. شخصیت را هم به پیام خود تزریق کنید. افرادی را که به آن گوش می‌دهند تصور کنید. چیزی بگویید که کنجکاوی آنها را برانگیزد یا لبخند بر لبانشان بنشانند. پیامی که می‌گذارید، آزمون ده ثانیه‌ای شماست. آن را خوب انجام دهید.

تکنیک #۶۷

آزمون ده ثانیه‌ای شما

هنگام شماره‌گیری، گلوی خود را صاف کنید. اگر پیغام‌گیر پاسخ داد، وانمود کنید که بوق، یک تهیه‌کننده بزرگ برادوی است که می‌گوید "بعدی." حالا نوبت شماست. این آزمون ده ثانیه‌ای شماست تا ثابت کنید که شایسته یک تماس سریع هستید.

اتفاقاً، اگر پست صوتی کسی به طور غیرمنتظره‌ای فعال شد و شما آماده نبودید، سریعاً گوشی را قطع کنید (قبل از بوق، تا آنها پیام قطع تماس دریافت نکنند). لحظه‌ای وقت بگذارید و پیام سرگرم‌کننده، جذاب یا جالب خود را بسازید. آن را یک بار با اعتماد به نفس، وضوح و کاریزما تمرین کنید. سپس دوباره شماره‌گیری کنید تا پیام عالی و داغ خود را بگذارید.

اتفاق جالبی می‌افتد. اگر این بار طرف مقابلتان پاسخ دهد، ناامید خواهید شد.

چگونه کاری کنیم که نگهبان فکر کند شما با فرد مهم، رفیق گرمابه و گلستان هستید

ایده این تکنیک تلفنی بعدی از تجربیات شخصی با توالت‌های مرکز منهتن (منشأیی نه چندان پالوده، مطمئناً) می‌آید. شهر نیویورک، با وجود تمام پیچیدگی‌های مشهورش، از برخی از کهنه‌ترین شهرهای اروپایی از یک نظر عقب‌تر است. منهتن توالت‌های عمومی کمی دارد. و هیچ‌کدام از آن سازه‌های مستقل به سبک اروپایی، جذاب و گاهی اوقات بسیار مورد قدردانی، در گوشه و کنار خیابان‌ها وجود ندارد.

در روزهایی که من در شهر شلوغ نیویورک تماس‌های فروش برقرار می‌کردم، این موضوع مشکلی ایجاد می‌کرد. چندین بار در روز. من اغلب خودم را تحت کنترل صندوق‌داران کافی‌شاپ می‌دیدم که با تعصب از امکانات دستشویی خود محافظت می‌کردند. برخی از مغازه‌ها حتی تابلوهایی با دست‌خط‌های تهدیدآمیز در پنجره می‌گذاشتند: "دستشویی‌ها فقط برای مشتریان هستند."

من اغلب متوجه می‌شدم که اگر مستقیم بازی کنم - به سمت صندوق‌دار بروم و بپرسم که آیا می‌توانم از امکانات استفاده کنم - جواب منفی می‌شنوم. بنابراین از تکنیک زیر استفاده کردم. بدون اینکه نگاهی به صندوق‌دار بیندازم، با اعتماد به نفس وارد کافی‌شاپ می‌شدم. مستقیماً از کنار نگهبان دستشویی رد می‌شدم و نگاهم را به یکی از غرفه‌ها ثابت نگه می‌داشتم. او فرض می‌کرد که من برای ناهار آمده‌ام یا به سادگی برای برداشتن دستکش‌های فراموش‌شده‌ام برگشته‌ام.

هنگامی که از نگهبان مستراح عبور می‌کردم، منتظر می‌ماندم تا او مشغول زدن صورت‌حساب بعدی شود. سپس، مانند صاعقه، به سمت دستشویی می‌دویدم.

من این فریب را "ترفند بی‌تفاوتی" نامیدم، برگرفته از نگرش وانمودی من که "بی‌خیال، مثل همیشه. من هر روز به اینجا می‌آیم و هیچ چیزی جز ناهار در ذهنم نیست."

حال بیاید این حيله موديانه را به يك تکنیک تلفنی که به‌ندرت شکست می‌خورد، ترجمه کنیم. شما می‌توانید از این مانور برای عبور مودیانه از منشی‌ها و دور زدنِ غربال بی‌رحمانه آنها استفاده کنید. به جای اینکه مستقیم بازی کنید و با نام طرف مقابلتان را بخواهید، فقط بگویید "او هست؟" یا "او هست؟" استفاده از ضمیر به منزله دويدن از کنار منشی با نگرش "مثل همیشه" و "بی‌خیال، من هر روز تماس می‌گیرم" است.

تکنیک #۶۸

ترفند بی‌تفاوتی

به جای استفاده از نام طرف مقابلتان، به طور عادی اجازه دهید ضمیر او (مرد) یا او (زن) از زبانتان خارج شود. "اوه، ممکن است لطفاً با خانم کله‌گنده صحبت کنم؟" را فراموش کنید. فقط اعلام کنید: "سلام، باب اسمیت هستم، او هست؟" انداختنِ "او" خودمانی از زبانتان به منشی علامت می‌دهد که شما و رئیس او رفقای قدیمی هستید.

۶۹ چگونه کاری کنید که بگویند شما فوق‌العاده حساس هستید

هر زمان که با کسی تلفنی صحبت می‌کنید، چیزهای خیلی بیشتری از صدای او می‌شنوید. در پس‌زمینه ممکن است صدای میوی گربه، گریه نوزاد یا صدای ترق و تروق بشنوید. تا جایی که شما می‌دانید، ممکن است دم گربه در یخچال گیر کرده باشد، نوزاد باید شیر بخورد، یا خانه در آتش باشد. وقتی با پرسیدن اینکه آیا آنها باید به آن رسیدگی کنند، صدا را تأیید می‌کنید، قلب شنوندگان خود را گرم می‌کنید.

وقتی با کسی در محل کار صحبت می‌کنید، اغلب صدای زنگ تلفن دیگری را می‌شنوید. فوراً بگویید: "صدای خط دیگر شما را می‌شنوم. آیا باید به آن پاسخ دهید؟" حتی اگر اینطور نباشد، او از این حرکت شما قدردانی خواهد کرد. اگر او مجبور باشد به تماس دیگر پاسخ دهد، می‌توانید مطمئن باشید که او بعد از اولین زنگ چیزی از حرف‌های شما را نشنیده است. او فقط به این فکر می‌کند که "چگونه می‌توانم بدون بی‌ادبی حرف این شخص پرحرف را قطع کنم تا بتوانم به تلفن دیگر پاسخ دهم؟" در واقع با هر برررینگ، آزرده‌گی ایجاد می‌شود که شما او را از انجام کاری که باید انجام دهد، گروگان گرفته‌اید.

در اینجا تکنیکی وجود دارد که تضمین می‌کند شما را از قرار گرفتن در آن موقعیت ناراحت‌کننده نجات می‌دهد.

البته، زیرمتن این است که شما نسبت به آنچه در دنیای شماگره‌بهرنده‌تان می‌گذرد حساس هستید. اگر با کسی در دوردست یا در کشور دیگری صحبت می‌کنید، راه دیگری برای نشان دادن اینکه در بخش ارتباطات برتر هستید، این است که مراجع زمانی را به منطقه زمانی آنها ترجمه کنید. وقتی پیامی می‌گذارید، بگویید "بین ساعت سه تا پنج به وقت شما می‌توان با من تماس گرفت."

تکنیک #۶۹

"من صدای خط دیگر شما را می‌شنوم"

وقتی صدای تلفنی را در پس‌زمینه می‌شنوید، صحبت کردن را متوقف کنید - در صورت لزوم، در وسط جمله - و بگویید "من صدای خط دیگر شما را می‌شنوم" (یا صدای میوی گربه شما، گریه نوزاد شما، صدای همسرتان که شما را صدا می‌زند). بپرسید که آیا او باید به آن رسیدگی کند. چه این کار را بکند و چه نکند، او می‌فهمد که شما به خاطر پرسیدن، یک ارتباط‌گر برتر هستید.

و تعطیلات خارجی را فراموش نکنید. اول ژوئیه گذشته، من با یک مشتری از استرالیا تلفنی صحبت می‌کردم. من تحت تأثیر قرار گرفتم وقتی او برای من "آخر هفته روز استقلال مبارک" آرزو کرد. در واقع آنقدر تحت تأثیر قرار گرفتم که به سرعت به دنبال نموداری از تعطیلات بین‌المللی گشتم. من در تقویم خود در کنار ۲۶ ژانویه یادداشتی گذاشتم تا برای دوست استرالیایی‌ام "روز استرالیا مبارک" آرزو کنم.

اگر با مردم سراسر جهان تجارت می‌کنید، حتماً برای تعطیلاتشان برای آنها آرزوهای خوب داشته باشید. اگر تعطیلات خودتان مشترک نیست، آنها را فراموش کنید. من هنوز از دفعه‌ی پارسال در ماه نوامبر که در یک تماس کنفرانسی با یک مشتری کانادایی و هفت نفر از فروشندگان او بودم خجالت‌زده هستم. من برای همه آنها ("Thanksgiving روز شکرگزاری) مبارک" آرزو کردم.

چگونه در مکالمه تلفنی "بین خطوط را بشنویم"

اولین باری که جادوگر شهر از را دیدم، داستان من را مجذوب خود کرد. دومین باری که جادوگر شهر از را دیدم، جلوه‌های ویژه من را شگفت‌زده کرد. سومین باری که جادوگر شهر از را دیدم، فیلمبرداری من را خیره کرد. آیا تا به حال یک فیلم را دو بار، سه بار دیده‌اید؟ شما متوجه ظرافت‌ها می‌شوید و صداهایی را می‌شنوید که در اولین بار کاملاً از دست داده‌اید.

در مکالمه تلفنی هم همینطور است. شنیدن آن برای بار دوم خیلی بهتر است. از آنجا که مکالمات تجاری شما مهم‌تر از فیلم‌ها هستند، باید دو، شاید سه بار به آنها گوش دهید. اغلب ما هیچ ایده روشنی از آنچه واقعاً در مکالمه تلفنی ما اتفاق افتاده است نداریم تا زمانی که دوباره آن را بشنویم. شما ظرافت‌هایی را پیدا خواهید کرد که از رنگ قلاده توتو مهم‌تر هستند - و مترسک‌هایی بیشتر از آنچه تصور می‌کردید که "مغر ندارند!"

چگونه مکالمات تجاری مهم خود را دوباره گوش می‌دهید؟ به سادگی به طور قانونی و اخلاقی آنها را ضبط کنید. من تکنیک ضبط و تجزیه و تحلیل مکالمات تجاری خود را برای ظرافت‌ها "بازپخش فوری" می‌نامم. داشتن یک دستگاه ضبط صدا روی تلفن می‌توانست تفاوت چشمگیری در حرفه دوست من لورا ایجاد کند. لورا، متخصص تغذیه، یک نوشیدنی عالی تولید کرده بود. این نوشیدنی لیاقت بازاریابی در سطح ملی را داشت.

یک روز در دفتر لورا بودم و در مورد برنامه‌های او صحبت می‌کردیم و من گفتم: "لورا، من دقیقاً همان کسی را که تو نیاز داری، می‌شناسم." چند ماه قبل، من فردی به نام فرد را ملاقات کرده بودم که صاحب

یک زنجیره سوپرمارکت بود. فرد به من بدهکار بود زیرا به درخواست او، من یک سخنرانی رایگان برای یک باشگاه اجتماعی که او به آن تعلق داشت، ارائه داده بودم. فرد یک فرد بزرگ در دنیای سوپرمارکت بود، و با یک "بله" می‌توانست نوشیدنی دوستم را در فروشگاه‌هایش قرار دهد. این کار لورا را در سطح ملی مطرح می‌کرد.

من تماس گرفتم و، شگفتا، او در دسترس بود. و، شگفتا که حتی بیشتر از این، فرد به نوشیدنی لورا علاقه‌مند به نظر می‌رسید. فرد گفت: "او را به گوشی وصل کن."

من با افتخار تلفن را به لورا دادم و مکالمه آنها به خوبی شروع شد. لورا گفت: "اوه حتما، من برای شما یک نمونه می‌فرستم. آدرس چیست؟" سپس شنیدم که لورا می‌گوید: "اوه، یک دقیقه صبر کنید، بگذارید چیزی برای نوشتن پیدا کنم." (من به سرعت یک خودکار را چرخاندم و یک پد را جلوی بینی او گذاشتم.) "اوه، دوباره چی گفتی؟ گفتی ۴۲۰۱ یا ۴۱۰۲؟ [من بی‌صدا ناله می‌کنم.] و اسم خیابان را چگونه می‌نویسی؟ [ناله من شنیده می‌شود.] وای، این خودکار جوهرش تمام شد. لیل، خودکار دیگری روی میز من می‌بینی؟ [دیدم، و این بار دلم می‌خواست آن را به سمت او پرتاب کنم.] ببخشید، دوباره چی گفتی؟"

ای وای، حالا دلم می‌خواست تلفن را از دست لورا بگیرم. او نباید یک فرد بزرگ پرمشغله را برای جزئیاتی مانند تکرار آدرس‌ها اذیت می‌کرد. او می‌توانست بعداً برای شفاف‌سازی با منشی او تماس بگیرد. اما حتی این کار هم ضروری نبود اگر او مکالمه را با تکنیک "بازپخش فوری" ضبط می‌کرد. او می‌توانست صرفاً اشاره کند که ضبط صوت را روشن می‌کند (اکثر افراد مهم با این مفهوم راحت هستند) و آن را روی نوار ضبط می‌کرد.

فرد آن روز با لورا مهربان بود. اما دوستم دیگر هرگز از او خبری نشنید. و تا به امروز، او نمی‌داند چرا. او هرگز نخواهد فهمید که تبادل تلفنی آشفته، معامله را به هم زد.

آیا فرد فقط به این دلیل که لورا کمی در مکالمه تلفنی کند بود، غیرمنصفانه رفتار می‌کرد؟ مطلقاً نه. فرد با خود فکر می‌کند: "اگر این زن همان قدر که بی‌حس است..."

در ابتدای یک رابطه تجاری احتمالی نسبت به وقت من بی‌توجه است، در آینده چگونه خواهد بود؟ انتخاب عاقلانه‌ای بود، فرد. من هنوز لورا را دوست دارم. او هنوز دوست من است. اما آیا او را به برندگان بزرگ دیگری که ممکن است به او کمک کنند معرفی خواهم کرد؟ نمی‌توانم این ریسک را بپذیرم.

چگونه "بازپخش فوری" خود را راه اندازی کنیم

"بازپخش فوری" ساده و ارزان است. به فروشگاه لوازم الکترونیکی محلی خود بروید و یک ضبط صوت برای تلفن خود بخواهید. آن را به گوشی تلفن خود وصل کنید و سر دیگر آن را به یک ضبط صوت کاست وصل کنید. سپس در طول مکالمه مهم بعدی خود، ضبط را روشن کنید. این دستگاه می تواند در اولین تماس شما صدها دلار برای شما درآمد داشته باشد. در برخی ایالت ها قانون ایجاب می کند که به طرف مقابل اطلاع دهید که در حال ضبط او هستید. حتماً با مقامات در مورد قانونی بودن آن در ایالتی که در آن زندگی می کنید، مشورت کنید. اگر رضایت یک طرفه باشد، نگران نباشید. شما همان یک طرف هستید. بدیهی است که هرگز نباید از نوار برای مقاصد دیگری غیر از گوش دادن مجدد خودتان استفاده کنید. نه تنها این کار غیرقانونی است، بلکه غیر اخلاقی هم خواهد بود. برای امنیت بیشتر، مکالمات ضبط شده افراد را در اطراف رها نکنید. همان نوار را در دستگاه کاست خود نگه دارید و بارها و بارها از آن برای ضبط جزئیات مهم استفاده کنید.

با "بازپخش فوری"، می توانید توپ هایی را که طرف مکالمه تان در اولین پرسش پرتاب می کند، بگیرید. شما با ریاستان تلفنی صحبت می کنید. او چهار یا پنج نام را در یک شرکت حقوقی که قرار است برای آنها نامه بنویسید، پشت سر هم می گوید، سپس آدرس، و سپس کد پستی نه رقمی را می گوید. او با درک اینکه چند توپ خیلی سریع به سمت شما پرتاب کرده است، می پرسد: "آیا باید آن را برای شما تکرار کنم؟" شما با افتخار می گویید: "نه ممنون، متوجه شدم" و در سکوت به ضبط صوت کوچک خود ضربه می زنید. ریاستان تحت تاثیر قرار می گیرد.

یکی دیگر از مزایای "بازپخش فوری" - به پنهان کردن جهل شما کمک می کند. اخیراً من با یک فیلمبردار تلفنی صحبت می کردم و در مورد قیمتی برای یک نوار ویدئویی برای استفاده به عنوان نمونه کار یک سخنران مذاکره می کردم. خوشبختانه من مکالمه را ضبط می کردم زیرا سیل Super VHS، Hi-8، Beta SP، و U-matic سه چهارم اینچی او باعث شد که من بخواهم در سوراخ موش در دیوار بخزم. اما بعداً به نوار مکالمه خود گوش دادم. تمام کلماتی را که نمی فهمیدم نوشتم و سپس از یک دوست ویدئویی پرسیدم که معنی آنها چیست. حالا می توانستم با فیلمبردار تماس بگیرم و بگویم: "من یک فیلمبرداری دو دوربینه با Beta SP می خواهم. و آیا می توانید یک کپی VHS به من بدهید تا بتوانم ویرایش آفلاین انجام دهم؟" فکر نمی کنید اگر می پرسیدم: "اوه، Beta SP چیست؟" قیمت خیلی بهتری می گرفتم؟

تکنیک #۷۰

بازپخش فوری

تمام مکالمات تجاری خود را ضبط کنید و دوباره به آنها گوش دهید. بار دوم یا سوم، ظرافت‌های قابل توجهی را که در بار اول از دست داده‌اید، متوجه می‌شوید. این مانند طرفداران فوتبالی است که اغلب نمی‌دانند آیا خطایی رخ داده است یا نه، تا زمانی که آن را دوباره در "بازپخش فوری" ببینند.

آنچه را که گفتند فراموش کنید، آنچه را که منظورشان بود بشنوید

"بازپخش فوری" همچنین شما را نسبت به سطوح ارتباطی بسیار عمیق‌تر از کلمات تماگر بهیرندگان حساس می‌کند. شما به شور و شوق واقعی یا تردید آنها در مورد یک ایده توجه می‌کنید.

وقتی چیزی را می‌خواهیم، ذهن ما ترفندهای خنده‌داری با ما بازی می‌کند. اگر ما به شدت خواهان "بله" از کسی باشیم، "بله" می‌شنویم. اما "بله" همیشه آن چیزی نیست که به نظر می‌رسد. یک "بله" قاطع از طرف مشتری و "بله" مردد او به اندازه بهشت و جهنم متفاوت هستند. ماه گذشته من از خانمی که من را برای یک سخنرانی رزرو کرده بود پرسیدم که آیا دفتر او می‌تواند جزوه ده صفحه‌ای من را تکثیر کند یا خیر. او به من جوابی را که می‌خواستم داد، که "بله" بود. با این حال، بعداً، من دوباره به مکالمه خود گوش دادم.

روی نوار. پاسخ او در مورد جزوه‌ها خیلی مرددانه بود، "هوم، خب، بله." من بلافاصله با او تماس گرفتم و گفتم: "راستی، نگران آن جزوه‌ها نباش."

او با ناز گفت: "اوه، من خیلی خوشحالم! چون ما واقعاً بودجه‌ای برای این جور چیزها نداریم." من در حسن نیت مشتری‌ام خیلی بیشتر از ارزش تکثیر چند برگه کاغذ به دست آوردم.

حال بیایید به نمایش زنده و حضوری شما بازگردیم. ما نه تنها در مورد اینکه چگونه در یک مهمانی بدرخشید، بلکه در مورد اینکه چگونه به طور ماهرانه با تمام افرادی که می‌خواهید ارتباط برقرار کنید - درست مانند یک سیاستمدار - صحبت خواهیم کرد.

بخش ۸

چگونه در یک مهمانی مانند یک سیاستمدار در یک اتاق کار کنیم

شش نکته از چک لیست مهمانی سیاستمدار

وقتی اکثر ما به یک مهمانی دعوت می‌شویم، در یک فرایند فکری مبهم غوطه‌ور می‌شویم. افکار تصادفی ما چیزی شبیه این است: "هوم، این می‌تواند جالب باشد. ... نمی‌دانم آیا قرار است غذا سرو کنند. ... امیدوارم خوب باشد. ... ممکن است افراد جالبی آنجا باشند. ... نمی‌دانم آیا دوستم فلانی هم می‌آید. ... خدایا، چی بیوشم؟" اما یک سیاستمدار اینطور در مورد مهمانی فکر نمی‌کند. در حالی که سیاستمداران، شبکه‌سازان قهار، معاشران جدی و برندگان بزرگ در دنیای تجارت به دعوتنامه خیره شده‌اند، آنها ناخودآگاه به کانال دیگری می‌روند. قبل از اینکه با "بله" یا "نه" به RSVP پاسخ دهند، مغز آنها سوالات مبارزات انتخاباتی روزنامه‌نگاری را طراحی می‌کند. این چک لیست شش ماده‌ای مهمانی است. چه کسی؟ چه زمانی؟ چه چیزی؟ چرا؟ کجا؟ و چگونه؟

بیایید آنها را یک به یک بررسی کنیم.

چه کسی قرار است در مهمانی باشد؟

به طور مشخص‌تر، چه کسی آنجا خواهد بود که من باید ملاقات کنم؟ شبکه‌سازان جدی محاسبه می‌کنند "برای تجارت چه کسی را باید ملاقات کنم؟ به دلایل سیاسی یا اجتماعی چه کسی را باید ملاقات کنم؟" و اگر مجرد و در جستجوی عشق هستند، "برای عشق احتمالی چه کسی را می‌خواهم ملاقات کنم؟"

اگر آنها نمی‌دانند چه کسی قرار است در آنجا حضور داشته باشد، می‌پرسند. سیاستمداران بدون خجالت به میزبان مهمانی تلفن می‌کنند و می‌پرسند: "چه کسی می‌آید؟" در حالی که میزبان مهمانی به طور عادی در مورد لیست مهمانان صحبت می‌کند، سیاستمداران اسامی افرادی را که به آنها علاقه دارند یادداشت می‌کنند، سپس تصمیم می‌گیرند که با هر کدام ملاقات کنند.

چه زمانی باید برسم؟

سیاستمداران زمان رسیدن را به هر زمانی که آماده شدنشان تمام شود، موکول نمی‌کنند. آنها از خود نمی‌پرسند: "هوم، آیا باید با تأخیر مد روز برسم؟" آنها با دقت زمان تخمینی رسیدن و زمان تخمینی رفتن خود را محاسبه می‌کنند.

اگر مهمانی مملو از مخاطبین باشد، افراد مهم زود می‌رسند تا به محض ورود هر کدام، کار خود را با آنها شروع کنند. افراد مهم اغلب زود می‌آیند تا کار خود را قبل از اینکه افراد عادی مهمانی که "از اولین بودن در آنجا متنفرند" شروع به آمدن کنند، انجام دهند. آنها هرگز از زود رسیدن خجالت نمی‌کشند. از این گذشته، تنها کسانی که آنها را می‌بینند، دیگر افراد زود هنگام هستند که اغلب مانند خودشان افراد مهمی هستند.

همچنین سیاستمداران را در حال پرسه زدن در اطراف، به عنوان آخرین نفر برای بیرون رفتن از در، نخواهید دید. هنگامی که آنها آنچه را که برای انجام آن برنامه‌ریزی کرده‌اند به انجام رساندند، در راه رسیدن به فرصت بعدی هستند. اگر برنامه آنها بیشتر اجتماعی باشد، سعی می‌کنند زمان رفتن خود را باز بگذارند و برنامه بعد از مهمانی خود را آزاد بگذارند. به این ترتیب، اگر با یک مخاطب مهم جدید آشنا شوند، می‌توانند بمانند و با او صحبت کنند. یا او را به خانه برسانند. یا برای قهوه به جای دیگری بروند.

چه چیزی باید با خود ببرم؟

چک لیست یک سیاستمدار، "بذار ببینم، شانه، ادکلن و قرص‌های خوشبوکننده دهانم" معمولی نیست. آنها ابزارهای شبکه‌سازی کاربردی‌تری را در جیب یا کیف خود می‌گذارند.

اگر گربه‌های شرکتی در مهمانی پرسه می‌زنند، آنها جیبی پر از کارت ویزیت می‌برند. اگر این یک جشن بزرگ است که در آن افراد در نردبان اجتماعی بالا و پایین می‌روند و آنها می‌خواهند ظرافت دنیای قدیم را به نمایش بگذارند، تعدادی کارت اجتماعی برمی‌دارند که فقط شامل نام آنها و احتمالاً آدرس و شماره تلفن است. (برخی احساس می‌کنند که دادن کارت ویزیت در یک محیط صرفاً اجتماعی می‌تواند بی‌ادبانه باشد.) مهم‌ترین ابزار در بسته مهمانی آنها یک دفترچه یادداشت کوچک و خودکار برای پیگیری مخاطبین مهم است.

چرا مهمانی برگزار می‌شود؟

فلسفه همیشگی سیاستمدار "نفوذ به ظواهر" در اینجا وارد می‌شود. (این فقط یک روش فانتزی برای گفتن "زیر فرش را نگاه کن" است.) آنها از خود می‌پرسند: "دلیل ظاهری مهمانی چیست؟" یک صنعتگر بزرگ برای دخترش جشن فارغ‌التحصیلی می‌گیرد؟ یک مدیر تازه طلاق گرفته برای خودش جشن تولد می‌گیرد؟ یک کسب‌وکار در حال تقلا دهمین سالگرد خود را جشن می‌گیرد؟

سیاستمداران با خود می‌گویند: "خوب است، این ظواهر است. اما دلیل واقعی مهمانی چیست؟" شاید این صنعتگر می‌خواهد برای دخترش شغل خوبی پیدا کند، بنابراین ده‌ها کارفرمای بالقوه را دعوت کرده است. پسر تولد دوباره مجرد است، بنابراین لیست مهمانان پر از زنان موفق است. اگر این کسب‌وکار می‌خواهد ده سال دیگر پابرجا بماند، به شدت به روابط عمومی خوب نیاز دارد. بنابراین آنها مطبوعات و افراد بانفوذ و تاثیرگذار جامعه را دعوت کرده‌اند.

سیاستمداران دارای دید زیر فرشی ماهرانه‌ای برای تشخیص برنامه واقعی میزبان هستند. البته آنها هرگز در مورد آن در مهمانی بحث نخواهند کرد. با این حال، این بینش آنها را به یک وضعیت مشترک هوشیاری بالاتر با سایر افراد مهم در مهمانی ارتقا می‌دهد.

دانش آنها همچنین آنها را به عوامل ارزشمندی برای مهمانی‌دهنده تبدیل می‌کند. یک سیاستمدار باهوش، دختر جویای کار را به برخی از مدیران حاضر در مهمانی معرفی می‌کند یا به زنان حاضر در مهمانی می‌گوید که چه مرد بزرگی است. هنگام گپ زدن با خبرنگاران، در مورد کسب‌وکار میزبان که به روابط عمومی خوب نیاز دارد، صحبت می‌کند. وقتی مردم از "چرایی" واقعی مهمانی حمایت می‌کنند، به مهمانان محبوب و مورد تقاضا برای رویدادهای آینده تبدیل می‌شوند.

ذهن جمعی کجاست؟

اغلب اوقات افراد از یک حرفه یا یک گروه ذینفع، بیشتر لیست مهمانان را تشکیل می‌دهند. یک سیاستمدار هرگز هیچ دعوتی را بدون اینکه از خود بپرسد "چه نوع افرادی در این مهمانی خواهند بود و به چه چیزی فکر خواهند کرد؟" نمی‌پذیرد. شاید جمعی از پزشکان باشند. بنابراین او آخرین سرفصل‌های پزشکی را بررسی می‌کند و کمی گفتگوی پزشکی تمرین می‌کند. اگر مهمانان جمعی از رای‌دهندگان عصر جدید باشند، سیاستمدار در مورد شفای تله‌پاتیک، تقویت تانتریک اطلاعات کسب می‌کند. سیاستمداران نمی‌توانند از بی‌اطلاعی چیزی سر در بیاورند.

چگونه قرار است مهمانی را پیگیری کنیم؟

حالا، حسن ختام بزرگ. من آن را "سیمان تماس" می‌نامم. این کار، مستحکم کردن تماس‌هایی است که سیاستمدار برقرار کرده است. پس از ملاقات با یک مخاطب خوب و تبادل کارت، تقریباً همه می‌گویند: "صحبت با شما عالی بود. ما در تماس خواهیم بود."

این نیت خوب به ندرت بدون تلاشی طاقت‌فرسا اتفاق می‌افتد. با این حال، سیاستمداران از حفظ تماس یک علم می‌سازند. بعد از مهمانی، آنها پشت میز خود می‌نشینند و مانند بازی یک نفره، کارت ویزیت افرادی را که ملاقات کرده‌اند، می‌چینند. با استفاده از...

تکنیک "پرونده کارت ویزیت" که در ادامه این بخش توضیح داده شده است، آنها در مورد نحوه، زمان و اینکه آیا اصلاً با هر کدام سروکار داشته باشند، تصمیم می‌گیرند. آیا این شخص نیاز به تماس تلفنی دارد؟ آیا آن شخص باید یک یادداشت دست‌نویس دریافت کند؟ آیا باید به دیگری ایمیل بزنم یا تماس بگیرم؟ از چک لیست شش ماده‌ای مهمانی - چه کسی؟ چه زمانی؟ چرا؟ کجا؟ چه چیزی؟ و چگونه؟ یک مهمانی - به عنوان برنامه کلی بازی خود استفاده کنید.

حالا بیا بید به جزئیات بپردازیم.

۷۱ چگونه از رایج‌ترین اشتباه مهمانی اجتناب کنیم

یک مهمان معمولی، مثلاً چارلی، به مهمانی می‌رسد. او مستقیماً به سمت میز تنقلات و نوشیدنی می‌رود. سپس چند نفر از دوستانش را پیدا می‌کند و شروع به گپ زدن با آنها می‌کند. در حالی که خوراکی‌های روی بشقابش و غیبت را با دوستانش می‌جود، گهگاه به اطراف اتاق نگاه می‌کند تا ببیند چه کسی ممکن است جدید و جالب برای صحبت باشد. او امیدوار است که چندین نفر جذاب و جالب در مهمانی او را ببینند و برای صحبت به سمت او بیایند.

مشکل رویکرد چارلی چیست؟ همه چیز، اگر چارلی بخواهد مهمانی را پر بار کند. بیا بید با اولین اشتباه مهمان معمولی شروع کنیم - تهیه مقداری تنقلات و نوشیدنی بلافاصله.

افرادی که در یک مهمانی معاشرت می‌کنند، اغلب ناخودآگاه، در مورد اینکه به چه کسی نزدیک شوند قضاوت می‌کنند. آیا تا به حال در مزرعه زندگی کرده‌اید؟ یا گربه یا گربه داشته‌اید؟ پس می‌دانید که هرگز

مزاحم حیوانات هنگام غذا خوردن نمی‌شوید. به همین ترتیب، وقتی یک حیوان انسان در حال خوردن است، سایر حیوانات انسان از پیشروی احساس راحتی نمی‌کنند. اگر چشمان مهمانان در میان جمعیت بچرخد و شما را با کیسه خوراک ببیند، از شما عبور می‌کنند. آنها ناخودآگاه با خود می‌گویند: "بگذار گربه گرسنه غذا بخورد و شاید بعداً صحبت کنیم." بعداً هرگز نمی‌آید زیرا آنها در نهایت با شخص دیگری که دهانش پر نبود دوست می‌شوند.

سیاستمداران همیشه قبل از آمدن به مهمانی غذا می‌خورند. آنها می‌دانند که برای دست دادن، تبادل کارت ویزیت، نگه داشتن شربت و چپاندن کراکر و پنیر در دهانشان - همه اینها فقط با دو دست - به استعداد یک شعبده‌باز سیرک نیاز دارند.

تکنیک #۷۱

خوردن یا معاشرت

سیاستمداران می‌خواهند چشم در چشم و شکم به شکم با موکلان خود باشند. مانند هر برنده بزرگی که به خوبی در علم مجاورت و روابط فضایی مهارت دارد، آنها می‌دانند که هر شیئی به جز گربه‌ک کمربندشان، تأثیر یک دیوار آجری بین دو نفر را دارد. بنابراین آنها هرگز در مهمانی غذا یا شربت نگه نمی‌دارند.

برای خوردن بیاید یا برای معاشرت. اما انتظار نداشته باشید که هر دو را انجام دهید. مانند یک سیاستمدار خوب، قبل از آمدن غذا بخورید.

۷۲ چگونه ورودی فراموش‌نشده‌ای داشته باشیم

لورتا یانگ زمانی که در بالای پلکان عظیم خود ظاهر می‌شود و صحنه را بررسی می‌کند، تاریخ تلویزیون را رقم می‌زند. سپس به پایین می‌رود تا نمایش را شروع کند.

پاپ به بالکن خود مشرف به میدان سنت پیتر در رم قدم می‌گذارد و جمعیت را بررسی می‌کند. سپس او تبرک را آغاز می‌کند.

بت دیویس در آستانه در توقف می‌کند و به اطراف نگاه می‌کند. سپس زیر لب می‌گوید: "چه خراب‌شده‌ای!"

و هر کم‌دین آخر شب تلویزیونی از زمان "هیپی‌ریز جانی!" به مرکز صحنه قدم می‌گذارد و حضار در حال تشویق را بررسی می‌کند. سپس دلیل پوزخند روی صورتش را فاش می‌کند.

همه این ورودی‌های عالی چه وجه اشتراکی دارند؟ هر کدام لحظه‌ای مکث می‌کنند و قبل از اینکه به سمت اقدامی قاطعانه حرکت کنند، به اطراف نگاه می‌کنند. کارگردانان فیلم عاشق نماهایی از درگاه هستند که در آن دوربین می‌چرخد، موسیقی اوج می‌گیرد و همه چشم‌ها به سمت رئیس یا رئیس‌ه که زیر قاب ایستاده است، جذب می‌شوند. آیا ستاره مانند یک بچه گربه ترسو در خانه صاحب جدیدش، به داخل اتاق می‌خزد؟ یا مانند بسیاری از ما در یک مهمانی، دیوانه‌وار به سمت اولین چهره آشنا می‌رود تا مردم فکر نکنند که او بی‌کس و کار است؟ نه،

ستاره توقف می‌کند. سپس، در حالی که توسط درگاه قاب شده است، حضور قابل توجه او توسط همه احساس می‌شود.

افرادی که بر این ترفند تسلط دارند، چیزی دارند که مشتاقانِ حسودِ تئاتر آن را "حضور صحنه" می‌نامند. طرفداران صحنه فکر می‌کنند که برخی از ستاره‌های خوش‌شانس با آن متولد شده‌اند. دوباره فکر کنید، بازیگران. این موضوع اکتسابی است.

سیاستمداران به سادگی بدون اینکه کسی متوجه شود به داخل اتاقی پر از جمعیت نمی‌خزند. سیاستمداران "ورود" می‌کنند.

با یک تکنیک ساده، شما هم می‌توانید ورودی‌های عالی داشته باشید. من آن را "کشش گردن در اتاق" می‌نامم. قبل از ورود، به طور چشمگیری در آستانه در توقف کنید و صحنه را به آرامی با چشمان خود بررسی کنید. قابل توجه است که در حالی که در آستانه در ایستاده‌اید، به این فکر نمی‌کنید که "به من نگاه کنید." دلیل اینکه شما در اتاق "کشش گردن" می‌دهید، خودنمایی نیست. این کار برای این است که بتوانید موقعیتی را که به آن وارد می‌شوید، تشخیص دهید. به نورپردازی، بار و از همه مهم‌تر، چهره‌ها توجه کنید. به موسیقی، همه‌جمعی، صدای به هم خوردن لیوان‌ها گوش دهید. ببینید چه کسی با چه کسی صحبت می‌کند. در حین "کشش گردن"، از تکنیک بعدی "انتخاب‌کننده باشید، نه انتخاب‌شونده" نیز استفاده خواهید کرد که به شما کمک می‌کند اولین، دومین و شاید سومین هدف خود را انتخاب کنید. حالا، مانند گربه بزرگی که بر جنگل حکومت می‌کند، به داخل بپرید تا اولین حرکت خود را برای پاکسازی اتاق انجام دهید.

تکنیک #۷۲

کشش گردن در اتاق

وقتی به جمع می‌رسید، به طور چشمگیری در آستانه در توقف کنید. سپس به آرامی موقعیت را بررسی کنید. اجازه دهید چشمانتان مانند یک تیم ضربت که در یک چشم به هم زدن آماده پاکسازی هر چیزی است که حرکت می‌کند، به عقب و جلو حرکت کند.

همگام با "کشش گردن در اتاق"، از تکنیک زیر استفاده کنید.

۷۳ چگونه با افرادی که می‌خواهید ملاقات کنید، ملاقات کنید

سیاستمداران منتظر نمی‌مانند تا دیگران به آنها نزدیک شوند. اگر میزبان مهمانی یا مدیر کمپین آنها لیست "باید ملاقات کرد" را ارائه نکرده باشد، آنها در حین "کشش گردن در اتاق" اهداف خود را انتخاب می‌کنند. همانطور که چشمان تیزبین آنها جمعیت را بررسی می‌کند، از خود می‌پرسند "من از صحبت با چه کسی بیشتر لذت می‌برم؟ چه کسی به نظر می‌رسد که می‌تواند برای زندگی من مفیدتر باشد؟ از چه کسی در این جمع می‌توانم بیشتر یاد بگیرم؟"

چگونه انتخاب می‌کنند؟ آنها به همه به همان شیوه‌ای نگاه می‌کنند که دوست من، باب، کاریکاتوریست، به مردم نگاه می‌کند. اگر نگاه خود را به کسی ثابت نگه دارید، می‌توانید خیلی بیشتر از آنچه که فکر می‌کنید، متوجه شوید. هر درخششی در چشم کسی و هر خطی که آن را احاطه کرده است، داستانی را روایت می‌کند - داستان زندگی‌ای که او دارد. چه کسی بود که گفت: "در سن سی سالگی، هر کس چهره‌ای را دارد که لیاقتش را دارد؟" با این حال تعداد کمی از ما آگاهانه به چشمان غریبه‌ها نگاه می‌کنیم. چه احمقانه است که در یک مهمانی یا گردهمایی برای ایجاد ارتباط، اکثر مردم از برقراری تماس چشمی با افرادی که نمی‌شناسیم خجالت می‌کشند.

در سمینار شبکه‌سازی خود، من شرکت‌کنندگان را برای برقراری تماس چشمی قوی آماده می‌کنم و از آنها می‌خواهم که یک دایره بزرگ تشکیل دهند، در اطراف اتاق قدم بزنند و بی‌صدا به یکدیگر خیره شوند. من به آنها می‌گویم: "به چشمان یکدیگر خیره شوید. حرکات یکدیگر را بررسی کنید."

همانطور که آنها راه می‌روند، من می‌گویم: "مهم‌ترین contact تجاری، عزیزترین دوست، یا عشق زندگی شما احتمالاً..."

در این اتاق نیست. با این وجود، به زودی، شما در اتاقی خواهید بود که در آن شخصی را خواهید دید که احساس می‌کنید می‌تواند زندگی شما را تغییر دهد. من می‌خواهم شما آماده باشید. من می‌خواهم شما شجاعت نزدیک شدن را داشته باشید و بیهوده منتظر نمانید تا آن شخص خاص به شما نزدیک شود." در حین قدم زدن و خیره شدن، من از آنها می‌خواهم که بی‌صدا چهار نفری را که بیشتر می‌خواهند در طول زنگ تفریح با آنها صحبت کنند، انتخاب کنند.

"فقط افراد زیبا انتخاب خواهند شد"

وقتی این تکلیف ناآشنا و ناراحت‌کننده به شرکت‌کنندگان داده می‌شود، آنها تصور می‌کنند که همه مستقیماً به سمت جذاب‌ترین افراد خواهند رفت. این هرگز اتفاق نمی‌افتد. وقتی مردم برای نگاه کردن واقعی به یکدیگر وقت می‌گذارند، اتفاقی عرفانی رخ می‌دهد. هر کس زیبایی متمایزی را در یک یا دو نفر دیگر کشف می‌کند که بسیار شخصی، بسیار خاص است و به طور منحصر به فرد با جوینده صحبت می‌کند.

عزیزترین دوست زندگی من مردی ریزه‌میزه و باظاهر معمولی به نام چیپ بود. قد او فقط ۱۵۷ سانتی‌متر بود. چیپ بینی بزرگی داشت و چشمان کوچولوی بامزه‌ای که از پشت عینک‌های ضخیم بیرون را نگاه می‌کردند. در یک مهمانی، بدون استفاده از این تکنیک، من احتمالاً هرگز متوجه چیپ نمی‌شدم. با این حال، تمرکز من در روزی که ما ملاقات کردیم روی او بود زیرا او در حال سخنرانی بود. وقتی با دقت به چشمانش خیره شدم و حرکت لب‌هایش را تماشا کردم، زیبایی ذهنی‌ای را دیدم که از چهره‌اش ساطع می‌شد. او به مدت دوازده سال بهترین دوست من شد تا اینکه یک بیماری غم‌انگیز جان او را گرفت. با این وجود، چیپ تا آخر برای من زیبا ماند، زیرا مهم نیست که بدنش با بیماری چقدر درهم پیچیده شده بود، زیبایی از روح او می‌درخشید.

همانطور که شرکت‌کنندگان سمینار چهره‌ها و حرکات یکدیگر را بررسی می‌کنند، زیبایی ذهنی را در چهره‌هایشان، در روحشان کشف می‌کنند. هیچ کس نمی‌تواند توضیح دهد که چرا یک شخص، شخص دیگری را به عنوان یکی از چهار نفر خاص خود انتخاب می‌کند. با این حال، تقریباً همه از زنگ تفریح با پیدا کردن یک دوست خوب جدید بازمی‌گردند. هرگز کسی بدون انتخاب نمی‌ماند.

وقتی با کاوش در چهره‌های افراد به دنبال ویژگی‌های خاص آنها می‌گردید، آنها را پیدا خواهید کرد. اگر می‌خواهید از هر گردهمایی با زندگی‌ای ارتقا یافته خارج شوید، با افرادی که انتخاب می‌کنید وقت بگذرانید، نه فقط با کسانی که شما را انتخاب می‌کنند. در انتخاب افراد، سخت‌گیر باشید. اما منتظر نمانید که انتخاب شوید.

تکنیک #۷۳

انتخاب کننده باشید، نه انتخاب شونده

دوستِ همیشگی، عشقِ زندگی تان، یا contact تجاری ای که آینده شما را متحول خواهد کرد، ممکن است در مهمانی نباشند. با این حال، روزی، در جایی، او خواهد بود. هر مهمانی را به تمرینی برای رویداد بزرگ تبدیل کنید.

بایستید و منتظر لحظه ای نباشید که آن شخص خاص به شما نزدیک شود. با کاوش در هر چهره ای در اتاق، این اتفاق را رقم بزنید. دیگر "کشتی هایی که در شب از کنار هم رد می شوند" وجود ندارد. هر چه یا هر کسی را که در زندگی خود می خواهید، به دست آورید.

"مطمئنأ، در یک سمینار، این کار آسان است، اما در مورد زندگی واقعی چه؟"

گاهی اوقات، پس از زنگ تفریح، یکی از شرکت کنندگان می گوید: "این بار رفتن به سراغ افرادی که می خواستم با آنها صحبت کنم آسان بود، زیرا شما آن را به عنوان یک تکلیف تعیین کردید. اما در یک مهمانی واقعی چه؟"

اخیرأ، یکی از شرکت کنندگان من به نام تاد این سوال را در مقابل گروه از من پرسید.

من پرسیدم: "تاد، این بار چگونه نزدیک شدی؟"

"خب، من فقط رفتم جلو و گفتم: 'سلام، من تاد هستم. می خواستم با شما صحبت کنم.'"

پرسیدم: "خب؟"

او متوجه شد که می تواند از این عبارت آغازین برای ملاقات با هر کسی در هر مهمانی استفاده کند. برای هموار کردن یک لحظه بالقوه ناخوشایند، شما به سرعت با یک سوال بی ضرر مانند "میزبان را از کجا می شناسید؟" یا "آیا در این منطقه زندگی می کنید؟" ادامه می دهید. حالا، شما دقیقاً مانند زمانی که میزبان شما را معرفی کرده باشد، در حال گفتگو هستید.

البته، افرادِ سخت گیر دیگری هم در مهمانی پرسه خواهند زد. برخی از آنها، پس از بررسی دقیق شما، تصمیم می گیرند که شما یکی از افراد خاصی هستید که آنها برای صحبت انتخاب می کنند. در ادامه یک

مانور ناخودآگاه برای آسان تر کردن آمدن آنها به سمت شما برای تأیید اینکه انتخاب عاقلانه‌ای انجام داده‌اند، ارائه می‌شود.

چگونه به طور ناخودآگاه افراد را در یک گروه‌مایی به سمت خود جذب کنیم

آیا تا به حال متوجه شده‌اید که چقدر در قدم زدن به داخل برخی اتاق‌ها احساس راحتی می‌کنید؟ صندلی‌ها به گونه‌ای چیده شده‌اند که به شما خوشامد می‌گویند، گویی می‌گویند: "بفرمایید داخل و روی من بنشینید." از طرف دیگر، وارد اتاق‌های دیگری می‌شوید که در آن باید مسیری پر پیچ و خم را در اطراف میزها و دراورها طی کنید تا در نهایت یک صندلی خالی پیدا کنید.

به همین ترتیب، برخی افراد مبلمان بدن خود، یعنی بازوها و پاهای خود را طوری می‌چینند که گویی می‌گویند: "هی، بفرمایید و با من صحبت کنید." با این حال، مبلمان بدن افراد دیگر فریاد می‌زند: "وارد نشوید! با مسئولیت خودتان نزدیک شوید." افراد خجالتی ناخواسته با تا کردن بازوهای خود می‌گویند "دور بمانید." آنها با چنگ زدن به کیف دستی، گرفتن لیوان یا کشیدن سیگار، سیگنال‌های ناامنی از خود ساطع می‌کنند.

مطالعات کنترل‌شده نشان می‌دهد که مهمانان در نزدیک شدن به افرادی که با بدنی باز، بازوهای باز و آویزان در پهلوی، پاهای کمی از هم جدا و لبخندی ملایم بر لب دارند، راحت‌تر هستند. هر شیئی بین شما و جمعیت، یک مانع ناخودآگاه است - حتی کیف دستی شما. افراد بیشتری به زنی که کیف دوشی دارد نزدیک می‌شوند تا زنی که کیف دستی را می‌فشارد. کیف دوشی پشت سر او آویزان است، بنابراین مسیر صحبت با او باز است.

چرخش مچ قدیمی را به آنها نشان دهید

حالا، شاهکار اینجاست. بعد از صورت، مچ دست و کف دست شما یکی از گویاترین قسمت‌های بدن شما هستند. کف دست‌ها به سمت بالا، حجم زیادی از احساسات خوب را بیان می‌کنند.

وقتی پاپ با دستانش اشاره می‌کند که "ای برادران من به سوی من بیایید"، مچ دست و کف دست او رو به بالا است. وقتی سارق می‌گوید: "من تسلیم هستم، شلیک نکن"، مچ دست و کف دست او رو به بالا است. وقتی مرد بی‌گناه می‌گوید: "من نمی‌دانم چه کسی پول را برداشته است"، مچ دست و کف دست او رو به بالا است. کف دست‌های آسیب‌پذیر و باز به این معنی است که "من چیزی برای پنهان کردن ندارم."

آنها همچنین به معنای پذیرش هستند. وقتی به یک همکار تجاری که می‌خواهید به او علامت پذیرش بدهید گوش می‌دهید، مطمئن شوید که مچ دست و کف دستتان رو به بالا باشد. حتی اگر سرتان را روی چانه‌تان گذاشته‌اید، مچ‌هایتان را به سمت جلو بچرخانید. هر زمان که با کسی گپ می‌زنید، دائماً دستان خود را چک کنید. مطمئن شوید که بند انگشتان خود را مستقیماً به سمت کسی نشانه نمی‌گیرید. به آنها اجازه دهید از دیدن پوست نرم و لطیف "بیا اینجا" مچ دست و کف دست شما لذت ببرند، نه پوست چروکیده "برو گمشو" روی بند انگشتان شما.

عاشقانه در ذهن شماست؟ خانم‌ها، بگذارید دستانتان کمی به جای شما صحبت کنند. زنان به طور غریزی وقتی مردی آنها را جذب می‌کند، مچ دست و کف دست خود را به سمت بالا می‌چرخانند. (در واقع، چرخش مچ قدیمی در حین صحبت با مردان، ناخودآگاه به آنها شوک جذابی می‌دهد.)

برای افرادی که شما را خاص می‌دانند، مسیری روشن هموار کنید

گره‌های کوچک وحشت‌زده جنگل پشت صخره‌ها و کنده‌ها قوز می‌کنند تا حیوانات بزرگ‌تر آنها را نبینند. در جنگل اجتماعی، افراد خجالتی هم همین کار را می‌کنند. آنها به طور غریزی به دنبال گوشه‌ها می‌گردند و در صندلی‌هایی می‌نشینند که دیده نشوند.

تکنیک #۷۴

دست‌های بیا اینجا

یک آهnbرای انسانی باشید، نه دافع انسانی. هنگام ایستادن در یک گروه‌مایی، بدن خود را در وضعیت باز قرار دهید - به خصوص بازوها و دستانتان. مردم به طور غریزی به سمت کف دست‌های باز و مچ‌هایی که به طرز فریبنده‌ای در موقعیت "بیا اینجا" قرار گرفته‌اند، جذب می‌شوند. آنها از بند انگشتان در موقعیت "گمشو و گرنه بهت مشت می‌زنم" دوری می‌کنند. از مچ دست و کف دست خود برای گفتن "من چیزی برای پنهان کردن ندارم"، "من تو و آنچه را که می‌گویی می‌پذیرم" یا "تو برای من جذابی" استفاده کنید.

در حالی که گره‌های وحشی و شیرها با اعتماد به نفس به مرکز فضای باز جنگل قدم می‌زنند، گره‌های بزرگ انسانی در جنگل اجتماعی نیز با اعتماد به نفس در فضای باز می‌ایستند تا دیگران بتوانند آنها را ببینند. مانند یک سیاستمدار، خود را نزدیک در ورودی قرار دهید، زیرا همه باید در مقطعی از شب از مسیر شما عبور کنند.

اکنون به تکنیکی می‌رسیم که همه سیاستمداران از آن استفاده می‌کنند. در واقع، برخی از مفسران سیاسی، انتخاب جان کندی و بیل کلینتون را به تسلط آنها بر تکنیکی که من آن را "ردیابی" می‌نامم، نسبت داده‌اند.

چگونه به آنها این حس را بدهیم که یک ستاره سینما هستند

در دهه ۱۹۴۰، فیلم‌ها متفاوت بودند. قبل از فیلم‌های تجربی، سینما وریته و موج نو، آنها داستان داشتند. آمریکایی‌ها سوار بیوک‌های خود می‌شدند - دُم روباهی به آنتن رادیو بسته شده بود و چکمه‌های نوزاد از آینه عقب آویزان بود - به سمت سینما رانندگی می‌کردند و داستانی را که در مقابلشان آشکار می‌شد تماشا می‌کردند.

تقریباً بدون استثنا، قهرمان مرد و قهرمان زن روی پرده نقره‌ای با هم ملاقات می‌کردند، عاشق می‌شدند، بر موانع ظاهراً غیرممکن غلبه می‌کردند، ازدواج می‌کردند و (احتمالاً) با خوشی زندگی می‌کردند. اوه، داستان‌ها کمی متفاوت بودند. اما همیشه یک مرد نقش اول و شاید یک زن نقش اول وجود داشت. سپس بقیه دنیا بودند. شخصیت‌های فرعی می‌توانستند بدون هیاهوی زیاد زنده بمانند یا بمیرند. اما هر رویداد جزئی در زندگی ستاره مهم بود.

خب، ممکن است فیلم‌ها تغییر کرده باشند. اما طبیعت انسان تغییر نکرده است. هر کس احساس می‌کند که ستاره یک فیلم دهه ۱۹۴۰ است. هر رویداد پیش پا افتاده‌ای در زندگی آنها مهم است. "من هستم. سپس بقیه دنیا هستند."

اینکه کسی برای صبحانه چه خورده است، چه کفشی را برای پوشیدن انتخاب کرده است، و اینکه آیا برای نخ دندان کشیدن وقت گذاشته است یا نه، می‌تواند برای آن شخص خاص مهم‌تر از سقوط ملت‌های دوردست یا افزایش دمای جهانی باشد.

زن و شوهر گاهی اوقات جزئیات همسر خود را به اشتراک می‌گذارند: ۲۸۱ "عزیزم برای صبحانه چی خوردی؟" "تو که آن کفش‌ها را نپوشیدی، پوشیدی؟" "یادت رفت نخ دندان بکشی؟"

برای ایجاد یک صمیمیت جالب، برندگان بزرگ به یادآوری جزئیات دقیق زندگی مخاطبین مهم خود اهمیت می‌دهند. بدیهی است که آنها تظاهر به علاقه به آنچه برای صبحانه خورده‌اند یا اینکه آیا نخ دندان کشیده‌اند یا فراموش کرده‌اند، نمی‌کنند. اما برای اینکه به کسی حس یک ستاره بزرگ را بدهند، جزئیاتی را که مخاطبشان اتفاقاً به اشتراک می‌گذارد، به خاطر می‌سپارند.

از آنها الگو بگیرید. اگر یک مشتری احتمالی اشاره کرد که برای صبحانه برنج کریسپی خورده است، بعداً به آن اشاره کنید. اگر ریستان در حین گپ زدن به شما گفت که یک روز کفش‌های ناراحتی پوشیده است، راهی پیدا کنید که در روزی دیگر به آن اشاره کنید. اگر مشتری‌تان اشاره کرد که یک نخ دندان کش قاطع است، در تاریخی دیگر از نظم و انضباط او تعریف کنید. این کار به طور غیرمستقیم نشان می‌دهد که او یک ستاره به‌یادماندنی در کهکشان افرادی است که شما ملاقات کرده‌اید. این کار "ردیابی" زندگی آنها نامیده می‌شود. وقتی جزئیات آنها را ردیابی می‌کنید، به آنها این حس را می‌دهید که ستاره‌های سینمای دهه ۱۹۴۰ هستند و رویدادهای جزئی در زندگی آنها، دغدغه‌های اصلی شما هستند.

آن را به شانس واگذار نکنید

سیاستمداران از ردیابی یک علم می‌سازند. آنها یک جعبه سیاه کوچک یا روی میزشان، در کامپیوترشان یا در مغزشان از آخرین دغدغه، اشتیاق یا رویدادی که با هر کس در زندگی‌شان بحث کرده‌اند، نگه می‌دارند. آنها ردیابی می‌کنند که افراد کجا بوده‌اند، چه گفته‌اند و از زمان آخرین مکالمه چه کار می‌کرده‌اند. سپس اولین کلمات مکالمه تلفنی یا ملاقات بعدی با آن شخص به آن اطلاعات مربوط می‌شود:

"سلام، جو. سفر به جامائیکا چطور بود؟" "هی سم، بچه‌ات عضو تیم بیسبال شد؟" "سلام، سالی. آیا هنوز از مشتری‌ات خبری دریافت کرده‌ای؟" "خوشحالم که از تو می‌شنوم، باب. این یعنی تو از آن رستوران سچوان که دفعه آخری که صحبت کردیم قرار بود بروی، جان سالم به در بردی."

وقتی آخرین رویداد مهم یا جزئی در زندگی کسی را به زبان می‌آورید، آنچه را که او در تمام طول زندگی‌اش می‌دانسته، تأیید می‌کنید. او مهم‌ترین شخص در دنیا است.

یکی از قدرتمندترین اشکال ردیابی، به خاطر سپردن سالگردهای دستاوردهای شخصی افراد است. آیا ریستان یک سال پیش در همین روز به سمت فعلی خود ارتقا یافت؟ آیا مشتری شما سهامش را عرضه عمومی کرد؟ چقدر به یاد ماندنی‌تر از کارت تبریک تولد، ارسال یک یادداشت تبریک یک ساله است.

به خاطر سپردن علایق شخصی افراد، شکل دیگری از ردیابی است. چند سال پیش، من به طور مرتب برای یک مجله می‌نوشتم. سردبیر آن زمان من، کری، وسواس زیادی به بچه‌گره جدیدش به نام کوکی داشت. اخیراً در یک کنفرانس نویسندگان به طور اتفاقی کری را دیدم. در اوایل گفتگو به او گفتم: "فکر کنم کوکی الان دیگه یه گربه بالغ شده. حالش چطوره؟" لبخند شگفت‌زده کری پاداش من بود.

او جیغ زد: "لیل، باورم نمی‌شه که کوکی رو یادت مونده. بله، حالش خوبه و..." کری ده دقیقه دیگر در مورد کوکی، گربه بالغ شده، صحبت کرد.

تکنیک #۷۵

ردیابی

مانند یک کنترل‌کننده ترافیک هوایی، کوچک‌ترین جزئیات زندگی هم‌صحبت‌های خود را ردیابی کنید. در مکالمه خود به آنها مانند یک خبر مهم اشاره کنید. این کار حس صمیمیت قدرتمندی ایجاد می‌کند. وقتی آخرین رویداد مهم یا جزئی در زندگی کسی را به زبان می‌آورید، این اعتقاد عمیق را تأیید می‌کنید که او یک قهرمان به سبک قدیم است که دنیا حول محور او می‌چرخد. و مردم شما را به خاطر به رسمیت شناختن ستاره بودنشان دوست خواهند داشت.

یک هفته بعد کری با من تماس گرفت و از من خواست که یک داستان بزرگ برای مجله‌اش بنویسم. آیا او به این دلیل به من فکر کرد که من از تکنیک ردیابی استفاده کردم و کوکی را به خاطر آوردم؟ هیچ کس نمی‌تواند بگوید، اما من شک دارم. من دیده‌ام که تکنیک ردیابی روی افراد زیادی کار می‌کند که نمی‌توانم فرض کنم پاداش‌ها تصادفی هستند.

سیاستمداران چگونه این همه واقعیت را برای ردیابی در مورد این همه افراد به خاطر می‌آورند؟ آنها از تکنیک زیر استفاده می‌کنند.

چگونه آنها را با آنچه در موردشان به خاطر می‌آورید شگفت‌زده کنید

چند سال پیش، من در یک مراسم جمع‌آوری کمک‌های مالی سیاسی در یکی از ایالت‌های غرب میانه شرکت کردم. یکی از مهمانان من را مجذوب خود کرد. گاهی اوقات او را در حال گفتگوی پرشور با چند نفر می‌دیدم. گاهی اوقات، او به تنهایی می‌ایستاد و چیزی را روی کارتی در دستش می‌نوشت. سپس دفعه بعد که نگاه می‌کردم، او با شخص دیگری گپ می‌زد. دقیقه بعد، او دوباره در حال نوشتن در دستش بود. او این الگو را بیش از یک ساعت تکرار کرد. من به اندازه یک همسایه فضول کنجکاو شده بودم. این مرد کیست؟ در مقطعی از شب، من به تنهایی کنار میز تنقلات ایستاده بودم. او با لبخندی بزرگ به سمت من آمد و خود را معرفی کرد. "سلام، من جو اسمیت هستم." او از من پرسید که چه می‌نوشم. من به او گفتم چای و ما

شروع به بحث در مورد ترجیحات کردیم. من به طور اتفاقی اشاره کردم که به چای علاقه دارم. در حالی که ما صحبت می کردیم، من مجبور شدم زبانم را گاز بگیرم تا از پرسیدن اینکه او با آن یادداشت برداری چه کار می کرده است، خودداری کنم.

چند دقیقه بعد، دوستی را در آن طرف اتاق دیدم و از او جدا شدم. او کارت من را خواست و در حالی که دور می شدم، از روی شانهم نگاهی دزدکی انداختم. می دانستم! او آنجا بود، در حال نوشتن روی کارت من. این فرصت من بود. من برگشتم و در حالی که سعی می کردم پرسشم را به عنوان یک شوخی مطرح کنم، گفتم: "هی، من اندازه هایم را به تو ندادم. آن چیست که داری می نویسی؟"

او به شوخی بی مزه من خنده ای بلند کرد و گفت: "مچ من را گرفتی!" او کارت من را برگرداند و من یک کلمه نوشته شده روی آن دیدم: چای. سپس، برای کاهش پارانویای من، جیب پر از کارت ویزیت افراد را خالی کرد تا به من نوشته های پشت هر کدام را نشان دهد. من فرض کردم که این فقط سیستم کوچک جو برای کمک به او در به خاطر سپردن افراد است. تا ماه ها بعد متوجه نشدم که روشی برای جنون او وجود دارد.

یک روز صبح به سراغ صندوق پستی ام رفتم و یک کارت پستال شخصی از جو پیدا کردم. او به من گفت که برای سناتور ایالتی نامزد شده است. سپس در پایین کارت، او نوشته بود: "اخيراً چای خوب خورده ای؟" این کار قلب من را به دست آورد. اگر در ایالت او زندگی می کردم، ممکن بود رای من را به سمت او سوق دهد.

تکنیک #۷۶

پرونده کارت ویزیت

درست بعد از اینکه در مهمانی با کسی صحبت کردید، خودکارتان را بیرون بیاورید. در پشت کارت ویزیت او یادداشت هایی بنویسید تا مکالمه را به شما یادآوری کند: رستوران، ورزش، فیلم یا نوشیدنی مورد علاقه اش. کسی که او را تحسین می کند، جایی که او بزرگ شده است، افتخار دوران دبیرستان؛ یا شاید جوکی که او تعریف کرده است.

در ارتباط بعدی خود، به طور اتفاقی به رستوران، ورزش، فیلم، نوشیدنی، زادگاه، افتخار دوران دبیرستان مورد علاقه او اشاره کنید. یا دوباره به آن جوک عالی بخندید.

ممکن است آنها از جای خود نپزند و نپرسند: "چگونه آن را به خاطر سپردید؟" با این وجود، شما را به خاطر خواهند سپرد. مهم نیست که فرد مهم چقدر مهم است، او یک خویشاوندی خاص را حس می‌کند. با شخصی که به جز دستاوردهای شناخته شده معمول آنها اشاره می‌کند.

سیاستمداران دائماً خود را می‌فروشند. (اگر تا به حال فکر کرده‌اید که چرا آمریکا "سرزمین وعده" نامیده می‌شود، فقط در سال انتخابات گوش‌های خود را باز نگه دارید.) اما، البته، برای دانستن اینکه چه چیزی به مردم وعده دهند، سیاستمداران از تکنیک فوق‌العاده فروش بعدی به نام "فروش چشمی" استفاده می‌کنند.

چگونه با چشمان خود فروش را انجام دهیم

درصد فروش‌هایی که جیمی، دوست خوب من، انجام می‌دهد باورنکردنی است. حتی مدیر فروش او هم نمی‌داند او چگونه این کار را انجام می‌دهد. اما من می‌دانم. چون او به من گفت.

جیمی می‌گوید که تکنیک‌های فروش فانتزی که او در طول سال‌ها آموخته است (فروش بر اساس مزایا، شراکت، فروش به انواع شخصیت‌ها، مفهوم ارزش افزوده، ضد رد، فروش چرخشی) همه در مقایسه با آنچه او "فروش چشمی" می‌نامد کم‌رنگ هستند.

فروش چشمی به خاطر سپردن ده‌ها تکنیک بستن معامله نیست. همچنین مجادله کلامی با مشتری برای غلبه بر اعتراضات نیست. جیمی می‌گوید این کار کاملاً ساده است، باز نگه داشتن چشمانش، تماشای واکنش‌های مشتری‌اش و تنظیم درخواست فروش خود بر اساس نحوه حرکت بدن مشتری‌اش.

در حالی که جیمی درخواست فروش خود را ارائه می‌دهد، او بیشتر بر روی اینکه چگونه مشتری‌اش بی‌قراری می‌کند، تکان می‌خورد و وول می‌خورد تمرکز می‌کند تا بر آنچه می‌گوید. او حرکات غیرارادی سر مشتری‌اش را بررسی می‌کند. او حرکات دست، چرخش بدن، حالات چهره - حتی نوسانات چشم او را مطالعه می‌کند. جیمی می‌گوید وقتی مشتری‌اش کلمه‌ای نمی‌گوید، حتی اگر سعی کند چهره‌ای بی‌تفاوت به شما نشان دهد، نمی‌تواند ارتباط برقرار نکند. او ممکن است با کلمات نگوید که چقدر پذیرای درخواست شما است، اما با این وجود به وضوح به شما می‌گوید. جیمی می‌گوید دانستن اینکه چه چیزی مشتری احتمالی را جذب می‌کند، چه چیزی او را دفع می‌کند و چه چیزی او را لحظه به لحظه خنثی نگه می‌دارد، می‌تواند باعث موفقیت یا شکست فروش شود.

جیمی چگونه می‌فهمد که چه کسی تصمیم‌گیرنده است

محصولی که جیمی می‌فروشد، تجهیزات روشنایی گران‌قیمت است. اغلب او باید برای گروه‌های ده، بیست یا بیشتر نفر، ارائه فروش انجام دهد. او می‌گوید: "اولین چالش در فروش چشمی، کشف این است که تصمیم‌گیرنده واقعی چه کسی است."

جیمی با چالشش به روشی غیرمعارف (نه لزوماً توصیه‌شده) روبرو می‌شود. درست بعد از "بعد از ظهر بخیر، آقایان و خانم‌ها،" او چیزی کمی گیج‌کننده می‌گوید. چرا؟ زیرا گروه غافلگیرشده نمی‌داند چگونه واکنش نشان دهد. بنابراین سرهای آنها مانند بادنما در یک روز بادی می‌چرخد تا به - حدس بزنید چه کسی؟ - رئیس، فرد مهم، مرد یا زن ارشد نگاه کنند. حالا جیمی تصمیم‌گیرنده‌اش را پیدا کرده است، بنابراین می‌تواند فروش چشمی را به آن شخص ادامه دهد.

وقتی علامت خود را دریافت می‌کنید چه باید بکنید

جیمی می‌گوید: "برخی از سیگنال‌ها واضح هستند. افراد شانه‌های خود را برای بی‌تفاوتی بالا می‌اندازند، با انگشتان خود برای بی‌صبری ضربه می‌زنند، یا وقتی احساس ناراحتی می‌کنند یقه خود را شل می‌کنند. اما صدها حرکت ناخودآگاه دیگر وجود دارد که من آنتن‌های خود را برای آنها تنظیم می‌کنم."

"برای مثال، من زاویه دقیق موقعیت سر مشتری احتمالی‌ام را تماشا می‌کنم. اگر کاملاً رو به من باشد، مخصوصاً اگر با زاویه‌ای کوچک و بامزه کج شده باشد، به این معنی است که آنها علاقه‌مند هستند. در این صورت، من به صحبت کردن ادامه می‌دهم. اما اگر سر آنها کمی به سمت دیگری بچرخد، این نشانه بدی است. من آن را به عنوان نشانه‌ای برای تغییر موضوع و شاید صحبت در مورد مزیت دیگری از محصولم در نظر می‌گیرم."

جیمی نه تنها آنچه را که می‌گوید با واکنش‌های مشتریانش تنظیم می‌کند، بلکه اگر احساس کند که پذیرنده نیست، فعالانه اقداماتی را برای تغییر وضعیت بدن مشتری احتمالی‌اش انجام می‌دهد. او می‌گوید: "قبل از اینکه ذهن بتواند دنبال کند، بدن باید باز باشد." برای مثال، او ادامه می‌دهد: "اگر مشتری شما دست به سینه نشسته است، چیزی به او بدهید تا نگاه کند، به طوری که مجبور شود دست‌هایش را باز کند تا آن را از شما بگیرد." جیمی

همیشه یک کیف پر از وسایل برای از بین بردن موانع به همراه دارد. او عکس‌هایی از همسر و فرزندانش دارد که به مشتریان متأهل می‌دهد، عکس‌هایی از گربه اسکای تریر خود برای مشتریانی که گربه دارند، یک ساعت عتیقه برای نشان دادن به دوستداران عتیقه، و یک کامپیوتر جیبی برای نشان دادن به علاقه‌مندان به

گجت. جیمی می گوید: "تا زمانی که بتوانم آنها را وادار کنم که برای برداشتن چیزی دست‌هایشان را باز کنند، می‌توانم به ذهنشان نفوذ کنم."

جیمی همچنین زمان‌بندی درخواست فروش خود را با واکنش‌های پنهان مشتریان هماهنگ می‌کند. وقتی مشتری‌اش به سراغ یک شیء می‌رود، او آن را به عنوان نشانه‌ای برای آهسته‌تر صحبت کردن یا فقط ساکت بودن در نظر می‌گیرد. برداشتن گیره کاغذ یا ور رفتن با پوشه‌ای روی میز می‌گوید: "دارم به آن فکر می‌کنم."

البته، جیمی دائماً مراقب سیگنال‌های آماده فروش مانند برداشتن قرارداد، ور رفتن با خودکار یا برگرداندن کف دست‌هایشان به سمت بالا است. در آن مرحله، او به سرعت به سمت بستن معامله می‌رود.

یکی دیگر از نشانه‌های بیرون آوردن خودکار امضای قرارداد، زمانی است که سر مشتری احتمالی شما مانند یک اردک پلاستیکی به بالا و پایین تکان می‌خورد. آنها در سکوت فریاد می‌زنند: "بله، من می‌خرم!" فروشندگان بی‌مهارت فقط به صحبت کردن ادامه می‌دهند تا زمانی که درخواست فروشی را که در آموزش یاد گرفته‌اند به پایان برسانند. بسیاری آنقدر به صحبت کردن ادامه می‌دهند که خودشان را از فروش منصرف می‌کنند. از طرف دیگر، وقتی مشتریان سر خود را به عقب و جلو حرکت می‌دهند، مهم نیست چه می‌گویند، منظورشان "نه!" است.

تماشای چشمی فقط برای فروش نیست

دوستان و عزیزان شما هم بدون کلام، خواسته‌های خود را نشان می‌دهند. وقتی دوست من دبورا با تونی نامزد کرد، برای همه - به جز دبورا - واضح بود که این ازدواج در آسمان‌ها بسته نشده است. چند ماه قبل از عروسی‌شان گفتیم: "دب، آیا واقعاً مطمئنی که تونی همان کسی است که برای تو مناسب است؟"

او گفت: "اوه بله،" سرش را به راست و چپ، عقب و جلو حرکت می‌داد، "من او را خیلی دوست دارم." آن ازدواج هرگز اتفاق نیفتاد. بدن او چیزی را تشخیص داده بود که ذهن او هنوز متوجه آن نشده بود.

مانند یک سیاستمدار، به مکالمات اجتماعی خود به عنوان درخواست‌های فروش فکر کنید. حتی اگر محصولی ندارید، می‌خواهید که آنها ایده‌های شما را بخرند. اگر شنونده شما در حین صحبت شما رویش را برگرداند، ادامه ندهید.

روی این تمرکز نکنید که آن شخص چقدر بی ادب است. مانند یک حرفه‌ای فروش، از خود بپرسید: "چگونه می‌توانم موضوع را تغییر دهم تا این شخص را جذب کنم؟" اگر تمام بدن او شروع به چرخیدن کرد، از پرسش شخصی امتحان شده استفاده کنید. در مورد موضوع مورد علاقه آنها بپرسید. "جرج، گفתי آن ماهی لُپ‌گنده‌ای که هفته پیش گرفتی چقدر بزرگ بود؟" یا از نام او استفاده کنید و یک سوال شخصی بپرسید. این همیشه جلب توجه می‌کند. "آرچیبالد، گفתי اسم تیم فوتبال دبیرستانت چی بود؟"

ما فقط در مورد چند پاسخ صحبت کردیم. راهنمایی‌هایی برای خواندن زبان بدن افراد می‌تواند یک کتاب را پر کند. در واقع، کتاب‌های زیادی در این مورد نوشته شده‌اند. من تعدادی از موارد دلخواه خود را در مراجع ۲۶-۲۱ پیشنهاد می‌کنم. در مورد زبان بدن مطالعه کنید و هر زمان که می‌خواهید به مردم بفروشید، رای آنها را جلب کنید یا آنها را متقاعد کنید که بهترین نامزد برای شغل یا نقش شریک زندگی هستید، به کانال بصری آن توجه کنید.

تکنیک #۷۷

فروش چشمی

بدن انسان یک ایستگاه پخش بیست و چهار ساعته است که "تو مرا به هیجان می‌آوری" را مخابره می‌کند. "تو مرا خسته می‌کنی." "من عاشق آن جنبه از محصول تو هستم." "آن یکی مرا به خواب می‌برد."

دوربین‌های مخفی پشت چشمان خود را طوری تنظیم کنید که تمام سیگنال‌های مشتریان و دوستانتان را دریافت کنند. سپس درخواست فروش و سرعت خود را بر اساس آن برنامه‌ریزی کنید.

آیا فوق‌العاده نخواهد بود که نرخ موفقیت جیمی را با پذیرش هر آنچه که می‌گوییم توسط شنوندگانمان داشته باشیم؟ اگر فقط چشمانمان را باز نگه داریم، می‌توانیم.

مروری سریع

همه‌اش همین است. به خاطر خواهید داشت که قبل از آمدن به مهمانی غذا بخورید (تکنیک خوردن یا معاشرت) تا دستانتان برای شبکه‌سازی سنگین آزاد باشد. وقتی می‌رسید، در آستانه در توقف خواهید کرد و برای بررسی اوضاع، در اتاق "کشش گردن" می‌دهید. در حین "کشش گردن"، شما انتخاب‌کننده خواهید بود، نه انتخاب‌شونده و مشتریان احتمالی خود را برای عصر انتخاب خواهید کرد. هنگام ایستادن در اطراف، با "دست‌های بیا اینجا" آرام و دعوت‌کننده خواهید بود.

البته فراموش نکرده‌اید که از تکنیک‌های ملاقات با افراد از فصل‌های قبل استفاده کنید. اگر کسی را دیدید که می‌خواهید با او صحبت کنید، او را برای یک "چیز" که می‌توانید در مورد آن نظر بدهید بررسی کنید. اگر چیزی پیدا نکردید، فقط از میزبان مهمانی بپرسید، "او کیست؟" اگر میزبان در معرض دید نیست، به سادگی در نزدیکی هدف خود بایستید و به تکنیک "استراق سمع" متوسل شوید.

در حین گپ زدن با هر کسی که قبلاً ملاقات کرده‌اید، البته از "ردیابی" برای جلب رای یا قلب او و تمام تکنیک‌های بخش دوم برای اطمینان از جالب بودن مکالمه برای آشنای جدید خود استفاده خواهید کرد. در نهایت، شما از "فروش چشمی" استفاده خواهید کرد تا مطمئن شوید که با هر مکالمه‌ای در مسیر درست هستید. و فراموش نکنید، همانطور که می‌گویید "خداحافظ"، مطالبی را برای تماس بعدی خود در "پرونده کارت ویزیت" خود بنویسید.

وقتی همه کارها را درست انجام داده‌اید، احساس خوبی است. به استفاده از این تکنیک‌هایی که سیاستمداران برای کار در یک اتاق استفاده می‌کنند، ادامه دهید و دیگر از مهمانی‌های بی‌اهمیت رنج نخواهید برد. و با پیروی از توصیه‌های سراسر کتاب، هرگز به عنوان یک فرد بی‌اهمیت به چشم کسی نخواهید آمد.

اکنون به بخش پیشرفته می‌رویم. برخی از تکنیک‌های زیر ممکن است شما را به خاراندن سرتان از روی سردرگمی وادارد. به آنهایی که این کار را می‌کنند توجه ویژه‌ای داشته باشید، زیرا به این معنی است که در جایی، زمانی، ممکن است خود را در حال خاراندن سرتان به خاطر چیزی بسیار دردناک‌تر بیابید - مانند برآمدگی ناشی از برخورد با یک سقف شیشه‌ای، یا اینکه چرا معامله تجاری، دوستی یا رابطه عاشقانه به هم خورده است. ممکن است هرگز ندانید، مگر اینکه اینجا آن را بخوانید، که این اشتباه ارتباطی خودتان بوده است.

بخش ۹

چگونه شیشه‌ای‌ترین سقف از همه را بشکنیم

گاهی اوقات مردم ببر هستند

هر هفته، وقتی بچه بودم، مادرم من را به انجمن نشنال جئوگرافیک می‌برد تا فیلمی ببینیم. فیلم ببرها سال‌ها بعد به کابوس‌های من هجوم می‌آورد. در حالی که در آن سالن تاریک نشسته بودم، مادری را دیدم که سه توله کوچک به دنیا آورد. یکی با پای له‌شده به دنیا آمد. من شاهد بودم که چگونه تمام توله ببرهای دیگر او را طرد کردند. و درست در مقابل دوربین‌ها، او توسط دیگران تا حد مرگ شکنجه شد. به یاد دارم که گریه می‌کردم و به این فکر می‌کردم که چگونه توله‌های سالم مانند چند نفر از بچه‌های مدرسه من هستند. گاهی اوقات آنها می‌توانستند خیلی ظالم باشند.

بهترین دوست من در دبستان استلا بود و او دختری زیبا از درون و بیرون بود. اما او یک نقص گفتاری داشت، شکاف کام. و بسیاری از همکلاسی‌های ما پشت سر او به او می‌خندیدند و او را از بازی‌های خود محروم می‌کردند.

بچه‌ها خیلی تغییر نکرده‌اند. وقتی برای کالج‌ها و گروه‌های جوان سخنرانی می‌کنم، بحث اغلب به سمت محبوبیت می‌چرخد. همه می‌خواهند دوست داشته شوند. گهگاه دانش‌آموزان داستانهایی برای من تعریف می‌کنند درباره اینکه چگونه دختری دارای نقص فیزیکی جزئی است، مثلاً چشمی ضربدری یا تیک عصبی. آنها می‌گویند برخی از بچه‌ها می‌خندند و او را مسخره می‌کنند. یا پسری لنگ می‌زند، بنابراین هیچ کس او را برای تیم بیسبال خود انتخاب نمی‌کند. حتی اگر او بتواند به همان سرعتی که بچه‌های دیگر می‌دوند، بدود، برخی از همکلاسی‌هایش دوست ندارند که "یک معلول" در تیمشان باشد.

سال‌ها می‌گذرد و بچه‌ها بزرگ می‌شوند. چیز زیادی تغییر نمی‌کند. خوشبختانه بزرگسالان به اندازه بچه‌ها در مورد معلولیت‌های جسمی بی‌رحم نیستند. اما آنها می‌توانند در مورد معلولیت‌های اجتماعی بی‌رحم باشند. معلولیت‌های اجتماعی موزیانه هستند زیرا اغلب ما آنها را در خودمان تشخیص نمی‌دهیم. ما

می‌توانیم نسبت به معلولیت‌های اجتماعی خود نابینا و نسبت به کاستی‌های کلامی خود ناشنوا باشیم. اما ما در تشخیص آنها در دیگران سریع هستیم.

چند بار یکی از همکاران شما یک گاف احمقانه و بی‌ملاحظه انجام داده است؟ چند بار کسی را به دلیل یک حرکت احمقانه از لیست خود خط زده‌اید؟ آیا فکر می‌کنید او می‌دانست دارد چه کار می‌کند؟ البته که نه. او نمی‌دانست که دارد از خط عبور می‌کند یا روی اعصاب شما راه می‌رود. احتمالاً هیچ کس هرگز در مورد ظرافت‌هایی که در این بخش آخر می‌خواهیم در مورد آنها بحث کنیم، به او نگفته است.

همه ما در مورد سقف شیشه‌ای که برخی شرکت‌ها بر سر زنان و اقلیت‌ها می‌سازند، شنیده‌ایم. مردم به ندرت در مورد نوع دیگری از سقف شیشه‌ای صحبت می‌کنند. این یکی حتی خیانتکارانه‌تر است زیرا نمی‌توان علیه آن قانون وضع کرد و فقط ارتباط‌گرانِ برتر آن را تشخیص می‌دهند. با این حال، این یک سپر سختِ سنگی است. بسیاری از افراد باهوش در حالی که سعی می‌کنند از نردبان بالا بروند تا به پسران و دختران بزرگ در بالا بپیوندند، سرشان به شدت به شیشه برخورد می‌کند. افرادی که می‌توانند از آن عبور کنند، کسانی هستند که از قوانین نانوشته زیر پیروی می‌کنند.

هر یک از تکنیک‌های زیر را در نظر بگیرید. اگر متوجه شدید که هر کدام از آنها واضح است، به خودتان آفرین بگویید. این بدان معناست که شما در حال حاضر در آن مورد یک ببر هستید. مراقب آن حساسیت‌های ارتباطی باشید که در آن از خود می‌پرسید: "شوخی می‌کنی! مشکلت چیست؟" مراقب باشید! این بدان معناست که روزی، در جایی، ممکن است مرتکب آن بی‌ملاحظگی خاص شوید. سپس، هنگامی که یک برنده بزرگ پاسخ می‌دهد...

با سردی به پیشنهاد شما پاسخ می‌دهد، با شما تماس نمی‌گیرد، به شما ترفیع نمی‌دهد، شما را به مهمانی دعوت نمی‌کند، قرار ملاقات شما را نمی‌پذیرد، هرگز نخواهید فهمید چه اتفاقی افتاده است. هر یک از تکنیک‌های زیر را بخوانید تا مطمئن شوید که هیچ یک از این اشتباهات ظریف را مرتکب نمی‌شوید، اشتباهاتی که به بازیکنان بزرگ اجازه می‌دهد شما را از بین ببرند و شما را از رسیدن به آنچه در زندگی می‌خواهید باز دارند.

چگونه با نادیده گرفتن اشتباهات آنها، محبتشان را جلب کنیم

یک واکنش قابل توجه چشمان من را به تفاوت دیگری بین برندگان بزرگ و بازندگان کوچک باز کرد. چند سال پیش من در حال انجام پروژه‌ای برای یک مشتری بودم. من این لذت را داشتم که توسط چهار ماهی بزرگ در شرکت به ناهار دعوت شوم. آنها می‌خواستند من را با مشکلات ارتباطی که شرکتشان با آن مواجه بود آشنا کنند.

ما در اوج زمان ناهار به یک رستوران شلوغ در مرکز شهر رفتیم. هر میز پر از انواع موجودات شرکتی بود. مدیران ارشد و میانی با کت و شلوار و کراوات یا بلوزهای یقه‌بلند ناهار می‌خوردند. کارگران و منشی‌ها با پیراهن‌های آبی یا دامن‌های کوتاه خود در حال خوردن بودند. رستوران پر از همه‌همه گفتگو و صمیمیت بود.

در حین غذای اصلی، ما در حال بحث عمیق در مورد چالش‌های شرکت بودیم. مدیر ارشد مالی، آقای ویلسون، در مورد چشم‌انداز مالی صحبت می‌کرد که ناگهان، بنگ! در کمتر از دو متری، یک پیشخدمت سینی پر از ظروف را انداخت. لیوان‌ها شکستند، کارد و چنگال‌ها به زمین مرمرین برخورد کردند و یک سیب‌زمینی پخته داغ زیر میز ما به سمت پاهای ویلسون قل خورد.

تقریباً همه افراد حاضر در رستوران به سمت پیشخدمت تحقیرشده برگشتند. ما سمفونی‌ای از "اوه اوه"، "دست‌وپا چلفتی!" "وای، مراقب باش!" "پسر، این آخرین ناهار او در اینجا است"، و انواع پوزخند و خنده تمسخرآمیز را شنیدیم.

با این حال، ویلسون حتی یک کلمه از تک‌گویی خود را از دست نداد. هیچ یک از بازیکنان بزرگ پشت میز من حتی پلک هم نزدند. انگار نه انگار که اتفاقی افتاده است. در حالی که ما به بحث خود ادامه می‌دادیم، رستوران به تدریج در اطراف ما آرام شد. (چند دقیقه بعد سیب‌زمینی پخته به بیرون از زیر میز ما پرتاب شد. در آن لحظه، از خودم پرسیدم که آیا ویلسون در جوانی‌اش بازیکن فوتبال بوده است.)

در حین قهوه، مدیر بازاریابی، خانم داوسون، در مورد توسعه برنامه‌ریزی‌شده شرکت بحث می‌کرد. ناگهان او با دستانش حرکتی بزرگ انجام داد که فنجان قهوه‌اش را واژگون کرد. درست زمانی که می‌خواستم بگویم: "اوه عزیزم"، زبانم را گاز گرفتم. قبل از اینکه بتوانم دستمال کاغذی‌ام را برای کمک بردارم، داوسون با دستمال کاغذی خودش گودال گلی را پاک می‌کرد و حتی یک هجا از تک‌گویی‌اش را از دست نداد. به نظر نمی‌رسید هیچ یک از همکاران خونسرد او پشت میز متوجه فنجان واژگون شده باشند.

در آن لحظه، متوجه شدم که پسران و دختران بزرگ هیچ اشتباهی نمی‌بینند، هیچ اشتباهی نمی‌شنوند. آنها هرگز نمی‌گویند "دست‌وپا چلفتی" یا "وای" یا حتی "اوه اوه." آنها اشتباهات همکاران خود را نادیده می‌گیرند. آنها به سادگی متوجه ریخت و پاش‌ها، لغزش‌ها، دست‌پاچگی‌ها و گاف‌های کوچک رفقای خود نمی‌شوند. بنابراین، تکنیک "هیچ اشتباهی نبین، هیچ اشتباهی نشنو" متولد شد.

بگذار در سکوت تو رنج ببرم

من دوستی دارم که هر بار که عطسه می‌کنم می‌گوید: "اوه، آیا داری سرما می‌خوری؟" هر بار که قدمی را روی لبه جدول اشتباه برمی‌دارم، می‌گوید: "مراقب باش!" هر بار که من را بعد از یک روز کاری طولانی می‌بیند می‌پرسد: "آیا خسته‌ای؟" قبول دارم، اینها در سوپِ بزرگِ اشتباهات، چیزهای کوچکی هستند. و بیچاره احتمالاً واقعاً فکر می‌کند که...

نسبت به نیازهای من حساس است. اما، لعنتی، سرما خوردن، از دست دادن لبه جدول، و خسته به نظر رسیدن اصلاً جالب نیست. بگذار من رنج ببرم - در سکوت تو.

اگر با دوستی شام می‌خورید و او اشتباهی مرتکب می‌شود، نسبت به لیوان واژگون‌شده او کور باشید. نسبت به عطسه، سرفه یا سکسکه او ناشنوا باشید. مهم نیست که "عافیت باشه"، "وای" یا لبخند آگاهانه شما چقدر خوش‌نیت باشد، هیچ کس دوست ندارد که ضعف انسانی خود را به او یادآوری کنند.

شما می‌گویید: "بسیار خب، برای لغزش‌های کوچک، اما در شرایط حاد چه باید کرد؟" فرض کنید موجی از نوشابه در سراسر میز به سمت شما جاری است و زمانی که به دامن شما برسد، نادیده گرفتن آن غیرممکن خواهد بود.

در صورت امکان، با ظرافت دستمال سفره خود را برگردانید تا مانع از جریان شوید و به صحبت ادامه دهید. سعی کنید حتی یک هجا از جمله‌ای را که قبل از موج در راه شروع کرده‌اید، از دست ندهید. در این مرحله، همراه شما ممکن است عذرخواهی‌های نامفهومی زیر لب زمزمه کند. با ظرافت یک "چیزی نیست" پرانتزی را در عبارت فعلی خود بگنجانید و به صحبت ادامه دهید. بر روی چنین شن‌های کوچکی، قلعه‌های رفاقت گربه‌های بزرگ ساخته می‌شود.

تکنیک #۷۸

هیچ اشتباهی نبین، هیچ اشتباهی نشنو

ارتباط‌گران با حال به دوستان، همکاران، آشنایان و عزیزان خود این افسانه لذت‌بخش را می‌دهند که بالاتر از اشتباهات پیش پا افتاده و عملکردهای بیولوژیکی شرم‌آور هستند. آنها به سادگی متوجه ریخت و پاش‌ها، لغزش‌ها، دست‌پاچگی‌ها و گاف‌های کوچک رفقای خود نمی‌شوند. بدیهی است که آنها تمشک‌ها و تمام نشانه‌های دیگر ضعف انسانی در هم‌نوعان خود را نادیده می‌گیرند. برندگان بزرگ هرگز به گاف‌های دیگران خیره نمی‌شوند.

اگر مردم از یادآوری لحظاتی که در اوج نیستند متنفرند، یک رویداد تقریباً به همان اندازه ناامید کننده دیگر وجود دارد. آن زمانی است که یک سخنران در اوج است و نورافکن به طور ناگهانی به سمت موضوعی فوری‌تر می‌چرخد. گوینده در هیاهو فراموش می‌شود.

ارتباط‌گران برتر با تکنیکی که در ادامه می‌آید، درخشش را به چشمان گوینده‌ی غمگین باز می‌گردانند.

چگونه وقتی زبان‌شان می‌لغزد، قلبشان را به دست آوریم

در ژاپن باستان، اگر جان کسی را نجات می‌دادید، وظیفه خود او بود که بقیه عمر خود را صرف خدمت به شما کند. امروزه، اگر داستان کسی را نجات دهید، مولکولی از آن غریزه باستانی هنوز در رگ‌های او جاری می‌شود.

همیشه این اتفاق می‌افتد. کسی در یک گروه در حال تعریف کردن داستانی است و درست قبل از نکته اصلی آن، بوم! یک وقفه ایجاد می‌شود. شخص جدیدی به گروه می‌پیوندد، یک متصدی پذیرایی با سینی کراکر و پنیر می‌آید، یا یک بچه شروع به گریه می‌کند. ناگهان توجه همه به تازه‌وارد، خوراکی‌های روی سینی یا بچه "شیرین" کوچک جلب می‌شود. هیچ کس متوجه وقفه نیست - به جز گوینده. همه فراموش می‌کنند که گوینده هنوز نکته اصلی خود را نگفته است.

یا همه شما در اتاق نشیمن نشسته‌اید و کسی در حال تعریف کردن یک جوک است. ناگهان، درست قبل از جمله کلیدی آخر آن، جانی کوچک یک ظرف را می‌اندازد یا تلفن زنگ می‌خورد. پس از صدای شکستن، همه در مورد دست و پا چلفتی بودن جانی کوچک صحبت می‌کنند. پس از تماس، موضوع به ازدواج قریب‌الوقوع یا عمل جراحی تماگر بهیرنده تغییر می‌کند. هیچ کس به یاد نمی‌آورد که جمله کلیدی عالی جوک ناتمام ماند - به جز جوک‌گو. (وقتی شما در رستوران برای همه صحبت می‌کنید،

آیا تا به حال متوجه شده‌اید که تقریباً می‌توانید ساعت خود را با آمدن پیشخدمت برای گرفتن سفارش همه درست قبل از جمله کلیدی خنده‌دار خود تنظیم کنید؟)

اکثر جوک‌گویان و داستان‌گویان آنقدر ترسو هستند که نمی‌توانند بعد از تهاجم بگویند: "خب، داشتم می‌گفتم..." در عوض، بقیه شب را با احساس بدبختی سپری می‌کنند که نتوانستند آن را تمام کنند. اینجاست که شما وارد می‌شوید. آنها را با تکنیکی که من آن را "زبانِ یاری‌رسان" می‌نامم، نجات دهید.

وقتی داستان‌گو جایی که داستانش غرق شده بود را تثبیت می‌کند و دوباره به سمت مرکز توجه حرکت می‌کند، قدردانی را در چشمان او تماشا کنید. بیان او و قدردانی از حساسیت شما توسط بقیه گروه اغلب پاداش کافی است. اگر بتوانید داستان کسی را که می‌تواند شما را استخدام کند، به شما ترفیع دهد، از شما خرید کند یا در غیر این صورت زندگی شما را ارتقا دهد، نجات دهید، حتی خوش‌شانس‌تر هستید. برندگان بزرگ حافظه‌هایی به اندازه فیل دارند. وقتی به آنها لطف‌های ظریفی مانند "زبانِ یاری‌رسان" می‌کنید، راهی برای جبران آن پیدا می‌کنند.

تکنیک #۷۹

زبانِ یاری‌رسان

هر زمان که داستان کسی ناتمام ماند، اجازه دهید وقفه به پایان برسد. به همه وقت بدهید تا به عزیز کوچک توجه کنند، سفارش شام خود را بدهند یا تکه‌های شکسته‌شده‌ی چینی را جمع کنند.

سپس، وقتی گروه دوباره جمع شد، به سادگی به کسی که داستانش قطع شده بود بگویید: "حالا لطفاً به داستان خود ادامه دهید." یا بهتر از آن، به خاطر بیاورید که او کجا بود و سپس بپرسید: "خب بعد از آن چه اتفاقی افتاد..." (و چند کلمه آخر را پر کنید).

هاروی مکی، قابل‌توجه‌ترین شبکه‌ساز جهان که از فروشنده پاکت به مدیرعامل شرکت و یکی از پرتقاضاترین سخنرانان تجاری و انگیزشی آمریکا ارتقا یافت، به ما می‌آموزد که دنیا بر اساس لطف می‌چرخد. چقدر حق با اوست! سه تکنیک بعدی ظرافت‌های ناگفته این تعادل حیاتی قدرت را آشکار می‌کند.

چگونه به آنها بفهمانیم که "چه چیزی در آن" برای آنها وجود دارد

تاجران زیرک می‌دانند که همه دائماً به یک ایستگاه رادیویی تنظیم شده‌اند - WIIFM. هر زمان که کسی چیزی می‌گوید، واکنش غریزی شنونده این است که "چه چیزی در آن برای من وجود دارد؟" متخصصان فروش این پرسش همیشگی را به مقام والای مخفف، WIIFM، ارتقا داده‌اند. آنها به قدری به اصل

WIIFM توجه می کنند که درخواست فروش خود را با ویژگی های محصول یا خدمات خود شروع نمی کنند. متخصصان برتر با برجسته کردن مزایا برای خریدار شروع می کنند.

به جز دلایل تاکتیکی در طول مذاکرات حساس، برندگان بزرگ هم "چه چیزی در آن برای من وجود دارد؟" و هم "چه چیزی در آن برای تو وجود دارد؟" (WIIFY را روی میز می گذارند. این موضوع آنقدر حیاتی است که اگر کسی WIIFM یا WIIFY را پنهان کند، پنهان کننده به مقام بازنده کوچک تنزل می یابد.

یک بار یک آشنای غیرصمیمی را به ناهار دعوت کردم. امیدوار بودم که با سم، رئیس یک انجمن بازاریابی، در مورد کسب و کار سخنرانی ام مشورت کنم. من خواسته خود را به او گفتم و به شوخی پرسیدم که آیا یک ساعت از وقت ارزشمند او در ازای ناهار در یک رستوران عالی در دسترس است یا خیر. این روش من برای گفتن این بود که "ببین سم، می دانم که هیچ منفعت واقعی برای تو وجود ندارد، جز یک ناهار خوشمزه و لذت مشکوک از همراهی من." (به عبارت دیگر، من داشتم WIIFY را آشکار می کردم.) برای اینکه جلسه را برای او راحت تر کنم، گفتم: "سم، تاریخ و بهترین رستوران محله خودت را انتخاب کن."

روز مشاوره ناهار ما فرا رسید و من چهل و پنج دقیقه در سراسر شهر سفر کردم تا به رستوران انتخابی او برسم. وقتی وارد شدم، از دیدن مجموعه ای از افراد که دور بزرگترین میز اتاق چیده شده بودند و سم به عنوان مرکز خندان آن، شگفت زده شدم. واضح بود که اینجا جایی نیست که بتوانم با او مشورت کنم. متأسفانه، سم قبلاً من را در قسمت بررسی کت دیده بود. من گیر افتاده بودم.

تا بعد از رسیدن قهوه بعد از ناهار متوجه نشدم که چرا سم گروه را جمع کرده است. او می خواست که هر کدام در مورد تخصص خاص خود به سازمان او ارائه دهند. روباه مکار "چه چیزی در آن برای من وجود دارد؟" خود را آشکار نکرده بود.

اگر سم یک تیرانداز مستقیم و بازیکن بزرگ بود، از طریق تلفن به من می گفت: "لیل، من گروهی از سخنرانان را که ممکن است برای سازمان من مفید باشند، برای یک ناهار دنگی دنگی دور هم جمع می کنم. البته، سعی می کنم به سوالات تو در مورد کسب و کار سخنرانی ات پاسخ دهم، اما ما یک گروه ده نفره خواهیم بود. آیا دوست داری به ما ملحق شوی، یا تاریخ دیگری را انتخاب کنیم که بتوانیم حریم خصوصی بیشتری داشته باشیم؟"

اگر او در این مورد رو راست بود، من با کمال میل به صورت رایگان برای گروه سم سخنرانی می‌کردم. در عوض، با فاش نکردن WIIFM، هر دوی ما ضرر کردیم. من نصف روز را از دست دادم و او به دلیل حيله‌گری‌اش، سخنرانی رایگان من برای گروهش را از دست داد.

آنها را از لذت کمک به خود محروم نکنید

برندگان بزرگ همچنین وقتی از کسی درخواستی دارند، کارت‌های خود را روی میز می‌گذارند. بسیاری از افراد خوش‌نیت خجالت می‌کشند که بگویند این لطف چقدر برای آنها مهم است. بنابراین آنها طوری درخواست می‌کنند که انگار یک پرس و جوی معمولی است، در حالی که اینطور نیست.

یکی از دوستان من به نام استفان یک بار از من پرسید که آیا گروه‌های موسیقی‌ای را می‌شناسم که سازمان او بتواند برای رویداد سالانه خود استخدام کند. من به او گفتم: "نه، متأسفم. من واقعاً نمی‌شناسم." اما استفان به همین بسنده نکرد.

او اصرار کرد: "لیل، مگر تو قبلاً با گروه‌های موسیقی در کشتی‌ها کار نمی‌کردی؟"

من به او گفتم: "بله، اما من دیگر با آنها ارتباطی ندارم." فکر می‌کردم که قضیه تمام شده است. اما استفان اینطور فکر نمی‌کرد. او بیشتر از من سوال پرسید و من متوجه شدم که گیج و عصبانی شده‌ام. بالاخره گفتم: "استفان، چه کسی مسئول پیدا کردن گروه موسیقی است؟"

او با خجالت گفت: "من."

"ای وای، استفان، چرا به من نگفتی که این مسئولیت توست؟ در این صورت، بگذار کمی تحقیق کنم و ببینم آیا می‌توانم گروه موسیقی خوبی برای تو پیدا کنم." من خوشحال بودم که به دوستم لطف کنم. اما استفان، با نگفتن اینکه این موضوع چقدر برای او مهم است، ریسک کرد که کمکی دریافت نکند. او همچنین با فاش نکردن WIIFM، یک یا دو درجه در احترام دوستش پایین آمد.

هنگام درخواست لطف از کسی، به او بگویید که این موضوع چقدر برای شما مهم است. شما به عنوان یک فرد رو راست ظاهر می‌شوید و لذت کمک به شما اغلب پاداش کافی است. آنها را از این لذت محروم نکنید!

تکنیک #۸۰

WIIFM و WIIFY پنهان را آشکار کنید

هر زمان که جلسه‌ای را پیشنهاد می‌کنید یا درخواستی دارید، مزایای مربوطه را فاش کنید. آنچه در آن برای شما وجود دارد و آنچه در آن برای شخص مقابل وجود دارد را فاش کنید - حتی اگر هیچ باشد. اگر هر برنامه پنهانی بعداً آشکار شود، به شما برچسب روباه مکار می‌زنند.

درخواست یا اعطای لطف، پارچه‌ای است که فقط زمانی به هم می‌چسبد که با نهایت ظرافت بافته شود. بیاید راه‌های بیشتری برای دوخت این پارچه ظریف را بررسی کنیم تا رابطه شما از هم نپاشد.

چگونه آنها را وادار به انجام لطف برای خودتان کنید

یکی از مشتریان من، سوزان ایوانز، ریاست یک شرکت بزرگ املاک و مستغلات را بر عهده دارد. یک بار، در حالی که در دفتر او نشسته بودیم و در مورد پروژه آتی بحث می‌کردیم، منشی او زنگ زد. "بخشید، خانم ایوانز، برادرشوهرتان هری پشت خط است."

او لبخند زد و گفت: "اوه، البته، وصلش کن." مشتری من، در حالی که به خاطر وقفه عذرخواهی می‌کرد، گوشی را برداشت. من برای چند لحظه اتاق را ترک کردم تا او خلوت کند.

وقتی برگشتم، سوزان در حال قطع کردن تلفن بود و می‌گفت: "حتمأً، به او بگو با من تماس بگیرد." او به من گفت که این تماس از طرف برادرشوهرش بود که پسر عموی جوانش در یک پمپ بنزین کار می‌کرد و به دنبال شغلی در املاک و مستغلات بود. "قرار است این مرد جوان با من تماس بگیرد و من ببینم آیا می‌توانم به او کمکی بکنم." واضح بود که او خوشحال است که به برادرشوهرش لطف می‌کند. ما بحث خود را از جایی که متوقف شده بود از سر گرفتیم.

هنوز چهار دقیقه نگذشته بود که منشی دوباره زنگ زد. "خانم ایوانز، سانی لیکر پشت خط است. او می‌گوید که پسر عموی برادرشوهرتان هری است و قرار است با شما تماس بگیرد." مشتری من جا خورد. از حالت چهره‌اش می‌توانستم بفهمم که با خودش می‌گوید: "پسر، برادرشوهر بیش از حد مشتاق من هیچ وقتی تلف نکرده است، نه؟" برای هر دوی ما واضح بود که چه اتفاقی افتاده است. مانند...

صاعقه، هری باید با عجله با پسر عمو سانی تماس گرفته باشد تا این خبر مهم را به او بدهد: ایوانز او را خواهد دید! سپس، سانی با شماره‌گیری فوری خانم ایوانز، اینطور نشان داد که مصاحبه مهم، مهم‌ترین رویداد در زندگی کسل‌کننده و ناامیدکننده‌اش است.

درست یا نادرست، یک حقیقت باقی ماند - پسر عمو کوچک نسبت به یک قانون ناگفته که برندگان بزرگ همیشه از آن اطاعت می‌کنند، بی‌توجه بود: وقتی کسی به شما لطف می‌کند، فوراً اقدام نکنید. به شخصی که لطف را اعطا می‌کند، قبل از اینکه مجبور به پرداخت شود، فرصت دهید تا از لذت موافقت با آن لذت ببرد.

هم برادرشوهر و هم کارمند بالقوه در نظر ایوانز تنزل پیدا کردند، و همه اینها به خاطر زمان‌بندی بود. برای اطمینان از اینکه آن بچه خیلی زود با خواهرشوهر غول‌املاک و مستغلات خود تماس نمی‌گیرد، هری باید یک روز صبر می‌کرد و بعد خبر خوب را به پسر عمویش می‌داد. همچنین، سانی جوان باید از پسر عمو هری در مورد برنامه ایوانز می‌پرسید. گاهی اوقات تماس فوری مفید است، اما نه زمانی که کسی به شما لطف می‌کند.

تکنیک #۸۱

بگذارید آنها از لطف لذت ببرند

هر زمان که دوستی با لطفی موافقت می‌کند، به دوست سخاوتمند خود فرصت دهید تا قبل از اینکه مجبورش کنید دین خود را ادا کند، از لذت نیکوکاری خود لذت ببرد.

چه مدت؟ حداقل بیست و چهار ساعت.

ممکن است کسی فکر کند که ایوانز ناعادلانه سانی را به شدت قضاوت کرده است، فقط به این دلیل که او به او اجازه نداده است از این لطف لذت ببرد. موضوع عمیق‌تر از این حرف‌هاست. فرایند تفکر ناخودآگاه ایوانز چیزی شبیه به این است: "اگر این بچه در هنگام دریافت

شغل نسبت به ظرافت‌های زمان‌بندی بی‌توجه باشد، هنگام مذاکره برای فروش یک خانه چقدر حساس خواهد بود؟" تماس بیش از حد مشتاق یک نماینده با یک مالک می‌تواند به معنای از دست رفتن هزاران کمسیون برای شرکت باشد.

برندگان بزرگ دیدی ماوراء طبیعی به آینده شما دارند. آنها هر اشتباه ارتباطی شما را به عنوان لکه‌ای قابل مشاهده در اشعه ایکس شما می‌بینند. این موضوع پیش‌بینی شما برای موفقیت در زندگی را کم‌رنگ می‌کند.

بیایید نگاهی به یک رشته ضعیف دیگر بین درخواست‌کننده لطف و اعطا کننده لطف بیندازیم که نباید قطع شود، مبدا رابطه از هم بپاشد.

چگونه درخواست لطف کنیم (و آنها را به دست آوریم!)

یک بار از یک دوست دارای روابط قوی که در یک آژانس استعدادیابی برتر در لس آنجلس کار می‌کند، پرسیدم که آیا او افراد مشهوری را می‌شناسد که من بتوانم برای پروژه‌ای که روی آن کار می‌کردم با آنها تماس بگیرم. تانیا دفترچه تلفن خود را ورق زد و دقیقاً نام‌هایی را که من نیاز داشتم پیدا کرد. برای هر دوی ما واضح بود که من خیلی به او بدهکار هستم.

وقتی از طریق تلفن به شدت از او تشکر کردم، تانیا گفت: "اوه، من مطمئن هستم که تو راهی برای جبران پیدا خواهی کرد."

من گفتم: "البته که این کار را خواهم کرد. نیازی به گفتن نیست." و واقعاً هم نباید نیازی به گفتن می‌بود. او به من یادآوری می‌کرد که این لطف از روی دوستی نبوده، بلکه به این دلیل بوده که او انتظار چیزی در ازای آن داشته است. دو روز بعد، تانیا تماس گرفت و گفت که چند ماه دیگر به نیویورک می‌آید. او فقط داشت بررسی می‌کرد که آیا می‌توانم او را در آن زمان اسکان دهم. طبیعتاً می‌توانستم، اما نقد کردن آشکار لطف متقابل به این سرعت، حرکت روانی نبود. وقتی کسی کار خوبی برای شما انجام می‌دهد، حافظه‌ای به اندازه فیل پیدا می‌کنید. در واقع، شما آگاهانه به دنبال راه‌هایی برای جبران لطف هستید. اگر تانیا حتی سال‌ها بعد تماس می‌گرفت، مطمئناً به یاد می‌آوردم که "من به او بدهکار هستم." راستش را بخواهید، خوشحال بودم که این موضوع به این سرعت مطرح شد تا بتوانم حساب را تسویه کنم. با این وجود، آرزو می‌کنم که کل جنبه معامله ناگفته باقی می‌ماند. این موضوع آنچه را که باید می‌بود لکه‌دار کرد.

یک داد و ستد سخاوتمندانه از هر دو طرف. این لکه همیشه از بین می‌رود.

وقتی به کسی لطف می‌کنید و واضح است که "او به شما بدهکار است"، چند هفته صبر کنید. طوری رفتار نکنید که انگار بده بستان است. به لطف‌کننده این افسانه لذت‌بخش را بدهید که شما با خوشحالی این لطف

را بدون فکر کردن به چیزی که در ازای آن به دست خواهید آورد، انجام داده‌اید. آنها می‌دانند که این درست نیست. شما می‌دانید که این درست نیست. اما فقط بازندگان کوچک آن را آشکار می‌کنند.

تکنیک #۸۲

این به جای آن (صبر کن... صبر کن) آن

وقتی به کسی لطف می‌کنید و واضح است که "او به شما بدهکار است"، قبل از اینکه از او بخواهید "دینش را ادا کند" زمان مناسبی صبر کنید. بگذارید او از این واقعیت (یا خیال) که شما این کار را از روی دوستی انجام داده‌اید لذت ببرد. برای بده بستان خود خیلی سریع اقدام نکنید.

سه تکنیک بعدی نیز شامل زمان‌بندی است، نه لطف‌ها، بلکه بحث‌های مهم.

چگونه بدانیم در مهمانی‌ها چه چیزی را نگوییم

در زمان‌های قدیم، وقتی پلیس به دنبال یک دزد بود، او دیوانه‌وار به دنبال کلیسایی می‌گشت تا در آن پنهان شود. دزد می‌دانست که اگر بتواند به محراب برسد، گروه تعقیب‌کننده ناامید نمی‌تواند او را تا زمانی که بیرون نیاید دستگیر کند.

وقتی در جنگل، گله‌ای از گرگ‌ها به دنبال یک خرگوش صحرایی هستند، چشمان خرگوش وحشت‌زده به دنبال یک کنده توخالی می‌گردد. او می‌داند که گرگ‌ها نمی‌توانند او را تا زمانی که بیرون نیاید ببلعند.

به همین ترتیب در جنگل انسانی، گرگ‌های بزرگ پناهگاه‌های امن خاصی دارند. اگرچه ناگفته، اما آنها به اندازه محراب قرن دهم یا سوراخی در کنده امن هستند. در زمان‌ها و مکان‌های کاملاً مشخص، حتی سرسخت‌ترین ببرها هم می‌دانند که نباید حمله کنند. من اینها را "پناهگاه‌های امن" می‌نامم.

من دوستی به نام کریستین دارم، رئیس یک آژانس تبلیغاتی که هر سال من را به مهمانی کریسمس شرکتش دعوت می‌کند. یک سال، روحیه تعطیلات به شدت در نوسان بود. صمیمیت زیاد بود. این یک مهمانی فوق‌العاده بود.

شب سپری شد، کریستین به من گفت که می‌خواهد از در پشتی پاورچین پاورچین بیرون برود و پیشنهاد داد که من را در خانه‌ام پیاده کند.

در حالی که به سمت خروجی می‌رفتیم، صدای در میان جمعیت شنیدیم: "اوه کیرستین، کیرستین!" یک کارمند اتاق پست، به سمت رئیسش رفت و گفت: "می‌دانی، این یک مهمانی عالی است، یک مهمانی عالی. اما من داشتم حساب و کتاب می‌کردم. اگر نصف هزینه‌ای که صرف شده بود برای یک مرکز مراقبت از کودکان برای هفت مادری که بچه‌های پیش‌دبستانی دارند و اینجا کار می‌کنند..."

کیرستین، یک ارتباط‌گر برتر، دستان جین را در دستان خود گرفت و لبخندی بزرگ به او زد. او گفت: "جین، تو به وضوح در ریاضیات عالی هستی. حق با توست، تقریباً نصف هزینه‌ای که این مهمانی داشت، در واقع برای افتتاح چنین مرکزی کافی بود. بیا در ساعات کاری در مورد آن صحبت کنیم." سپس ما به سرعت آنجا را ترک کردیم.

در راه بازگشت به خانه من، او نفس عمیقی کشید و گفت: "هووووف، خوشحالم که تمام شد."

پرسیدم: "آیا از مهمانی لذت بردی، کیرستین؟"

او گفت: "خب، البته، اما تو هرگز نمی‌دانی چه اتفاقی قرار است بیفتد. برای مثال،" او گفت: "آن حرفی که جین زد." او در ادامه توضیح داد که مدیریت قبلاً چندین جلسه در مورد افتتاح یک مرکز مراقبت از کودکان برای کارمندان داشته است. در واقع، برنامه‌هایی برای تبدیل یک انبار بلااستفاده به یک مهدکودک زیبا در حال انجام بود. من ساده‌لوحانه از کیرستین پرسیدم که چرا این موضوع را به جین نگفته است.

"زمان و مکان مناسبی نبود." کیرستین این وضعیت را در مهمانی به شیوه‌ای که هر برنده بزرگی انجام می‌دهد، مدیریت کرد - هیچ رویارویی کلامی فعلی (اما محکومیت خاموش احتمالی بعدی).

متأسفانه، جین اولین قانون ناگفته پناهگاه امن را زیر پا گذاشته بود: "مهمانی‌ها برای پرحرفی هستند." آیا کیرستین جین را تنبیه کرد؟ آیا او رفتار نامناسب او را مجازات کرد؟ البته نه در آن زمان. با این وجود، جین احتمالاً چند ماه بعد که زمان ترفیع فرا می‌رسید، عواقب آن را احساس می‌کرد. اما در آن زمان جین بیچاره حتی نمی‌دانست چرا از او چشم‌پوشی شده است.

جین ممکن است غر بزند: "بله." جین اشتباه می‌کند. به سادگی این است که بازیکنان بزرگ نمی‌توانند...

این ریسک را بکنند که یکی از افراد کلیدی‌شان در مهمانی دیگری بیش از حد تحت تأثیر فضای تعطیلات قرار بگیرد و دفعه بعد با یک مشتری مهم روبرو شود.

تکنیک #۸۳

مهمانی‌ها برای پرحرفی هستند

سه پناهگاه امن مقدس در جنگل انسانی وجود دارد که در آن حتی سرسخت‌ترین ببرها هم می‌دانند که نباید حمله کنند. اولین مورد از اینها مهمانی‌ها هستند.

مهمانی‌ها برای خوش‌وبش و رفاقتِ خوب هستند، نه برای رویارویی. بازیکنان بزرگ، حتی وقتی در کنار دشمنان خود در میز بوفه ایستاده‌اند، لبخند می‌زنند و سر تکان می‌دهند.

آنها صحبت‌های سخت را برای موقعیت‌های سخت‌تر می‌گذارند.

بیایید به سراغ دومین پناهگاه امن برویم، جایی که گربه‌های بزرگ می‌توانند از چنگال گربه‌های بزرگ‌تر فرار کنند و امیدوار باشند که از غرش گربه‌های کوچک‌تر هم در امان بمانند.

چگونه بدانیم در هنگام شام چه چیزی را نگوییم

آیا تا به حال فکر کرده‌اید که چرا ناهارهای کاری بین روسای بزرگ به طور غیرقابل‌تحمیلی طولانی می‌شود، گاهی اوقات تا بعد از ظهر؟ آیا تا به حال مشکوک شده‌اید که این فقط به این دلیل است که آنها دوست دارند بنشینند، و با هزینه شرکت یکدیگر را ماساژ دهند؟ شاید عنصری از این موضوع هم وجود داشته باشد. اما دلیل اصلی این است که میز غذاخوری یک پناهگاه امن مقدس‌تر از یک مهمانی است. پسران و دختران بزرگ متوجه می‌شوند که چه شام کاری باشد، چه ناهار یا صبحانه، نان و نمک خوردن با هم زمانی است که آنها نباید در مورد جنبه‌های ناخوشایند تجارت بحث کنند. از این گذشته، مذاکره سخت می‌تواند اشتباهی شما را از بین ببرد.

بیایید به یک ناهار کاری معمولی بین بازیکنان بزرگ گوش دهیم. آنها در مورد گلف، آب و هوا و اظهارنظرهای کلی در مورد وضعیت کسب‌وکار صحبت می‌کنند. در طول غذای اصلی، بحث به سمت غذا، هنر، امور جاری و سایر موضوعات غیرتهدیدکننده می‌رود.

ممکن است کسی بپرسد: "وقت تلف کردن؟" اصلاً! بازیکنان بزرگ حرکات یکدیگر را با دقت تماشا می‌کنند، مهارت‌ها، دانش و توانایی‌های یکدیگر را محاسبه می‌کنند. مانند پیشاهنگان NFL که تمرین فوتبال کالج را مشاهده می‌کنند، آنها در حال تعیین این هستند که چه کسی چیزهای درستی دارد. بزرگ

بازیکنان می‌دانند که نحوه رفتار افراد در یک موقعیت اجتماعی، یک فشارسنج دقیق از قدرت تجاری بزرگ آنها است. همانطور که آنها به جوک‌های یکدیگر لبخند می‌زنند و می‌خندند، همه در حال قضاوت‌های انتقادی خاموش هستند.

سرانجام، قهوه می‌رسد. در این مرحله یک یا چند نفر از افراد مهم به آرامی موضوع تجارت در دست را مطرح می‌کنند. طبیعتاً، او این کار را با بی‌میلی ساختگی انجام می‌دهد و سعی می‌کند تسکین آشکاری را که بالاخره می‌توانند به مسائل مهم بپردازند، سرکوب کند. او این حس را القا می‌کند: "چه حیف که چنین جمع صمیمی‌ای باید به مسائل پیش پا افتاده‌ای مانند پول درآوردن بپردازد."

تنها پس از اینکه آنها این نمایش ساختگی حیاتی را بازی کردند، می‌توانند در مورد تجارت بحث کنند. اما نه تجارت کثیف. افراد مهم می‌توانند در حین قهوه طوفان فکری کنند. آنها می‌توانند در مورد پیشنهادات در حین دسر بحث کنند. آنها می‌توانند ایده‌های جدید را در حین نوشیدنی‌های بعد از غذا مطرح کنند. آنها می‌توانند در حالی که منتظر صورت‌حساب هستند، جنبه مثبت ادغام، تملک یا شراکت را بررسی کنند. با این حال، اگر هر گونه اختلاف، سوء تفاهم یا جنبه بحث‌برانگیزی به وجود بیاید، آنها باید فوراً آن را به میز دیگری، میز کنفرانس، موکول کنند.

تکنیک #۸۴

شام برای غذا خوردن است

محفوظ‌ترین پناهگاه امن مورد احترام برندگان بزرگ، میز غذاخوری است. نان و نمک خوردن با هم زمانی است که آنها هیچ موضوع ناخوشایندی را مطرح نمی‌کنند. در حین غذا خوردن، آنها می‌دانند که طوفان فکری و بحث در مورد جنبه مثبت تجارت اشکالی ندارد: رویاهایشان، خواسته‌هایشان، طرح‌هایشان. آنها می‌توانند آزادانه معاشرت کنند و ایده‌های جدیدی ارائه دهند. اما هیچ تجارت سختی مجاز نیست.

این رسم احتمالاً از یک توافق محتاطانه برای تحمیل نکردن سوء هاضمه به یکدیگر ناشی شده است. مذاکره سخت ناخوشایند است و می‌تواند یک تکه گوشت کاملاً لذیذ را خراب کند.

ضمناً، همین قانون در جنگل اجتماعی هم صدق می‌کند. اگر یکی از طرفین در یک دوستی یا یک رابطه عاشقانه مسائل سنگین رابطه‌ای برای بحث دارد، آنها را برای بعد از دسر نگه دارید. حتی اگر مشکل را حل نکنید، می‌خواهید از سوفله شکلاتی خوشمزه لذت ببرید.

بیایید به سومین و آخرین پناهگاه امن خود بخیزیم تا آن را بررسی کنیم.

چگونه بدانیم در یک ملاقات اتفاقی چه چیزی را نگوییم

ویلی، که ویجت می‌فروشد، هفته‌ها تلاش می‌کند تا با برنده بزرگ تلفنی صحبت کند تا ببیند آیا شرکت B.W. خط ویجت‌های او را می‌خرد یا نه. برنده بزرگ هنوز در حال بررسی ویجت‌های ویلی است و قصد دارد در نهایت به او پاسخ دهد. با این حال، در این مرحله از داستان ما، تلفن قهرمان کوچک ما زنگ نخورده است.

از قضا، یک شب ویلی متوجه می‌شود که پشت سر برنده بزرگ در صف سوپرمارکت ایستاده است.

ویلی با خود فکر می‌کند: "چه خوش شانسی!"

برنده بزرگ با خود فکر می‌کند: "اوه لعنتی! امیدوارم او در این ساعت با من در مورد ویجت‌هایش صحبت نکند."

کسانی که از پناهگاه‌های امن قدردانی می‌کنند، می‌دانند که دو پایان بسیار متفاوت برای این داستان وجود دارد. ویلی‌ای که با درخشش "آها، حالا گیت آوردم" در چشمانش، موضوع ویجت‌ها را مطرح می‌کند، هرگز پاسخی دریافت نخواهد کرد. حتی اگر برنده بزرگ ویجت‌های ویلی را به همه ویجت‌های دیگر ترجیح دهد، دام سوپرمارکتی را به اندازه کافی دردناک می‌داند که بازنده کوچک را مجازات کند.

با این حال، ویلی‌ای که فقط می‌گوید: "سلام B.W.، از دیدنت خوشحالم"، بدون اینکه کلمه‌ای از ویجت‌ها بگوید، نشان می‌دهد که او هم یک بازیکن بزرگ است. این ویلی مطمئناً پاسخی دریافت خواهد کرد - احتمالاً روز بعد - از روی آسودگی و قدردانی برنده بزرگ به خاطر خوش‌مشربی ویلی.

تکنیک #۸۵

برخوردهای اتفاقی برای گپ‌وگفت هستند

اگر در حال فروش، مذاکره یا هر نوع ارتباط حساسی با کسی هستید، از یک ملاقات اتفاقی سوء استفاده نکنید. لحن ملاقات اشتباهی خود را شیرین و سبک نگه دارید. در غیر این صورت، می‌تواند به آواز قو شما با برنده بزرگ تبدیل شود.

اگر می‌خواهید مردم شما را به مقام برنده بزرگ ارتقا دهند، به طور مداوم برای آنها پناهگاه‌های امن ایجاد کنید. ممکن است خود را در حال شام خوردن با آنها، رفتن به مهمانی با آنها، دریافت "سلام" های بزرگ در راهرو و بستن معاملات خیلی سریع‌تر از ساعات کاری ببابید. چه کسی می‌داند؟ اگر این خواسته شما باشد، حتی خود را واجد شرایط برای معاشرت سنگین در سطوح بالا می‌کنید. برندگان بزرگ برای یکدیگر این امنیت را ایجاد می‌کنند که دعوت به بازی گلف را بپذیرند، آخر هفته را در خانه‌های ییلاقی خود بگذرانند یا در کنار استخرهای یکدیگر استراحت کنند. آنها می‌دانند که هیچ کوسه‌ای در آب شنا نخواهد کرد، هیچ تیغ ریش‌تراشی در میگو پنهان نخواهد شد.

چگونه آنها را برای گوش دادن به خود آماده کنیم

یک شب، چند سال پیش در خیابانی در شهر نیویورک، مردی را دیدم که سعی داشت به زور وارد ماشینی شود. فریاد زد که دست نگه دارد. آن سارقِ تنومندِ احتمالی به جای اینکه به فرار قناعت کند، تصمیم گرفت تلافی کند. در حالی که از کنار من می‌دوید، من را به زمین سیمانی هل داد و جمجمه‌ام به لبه جدول برخورد کرد.

با گیجی، تلو تلو خوران وارد اورژانس بیمارستان مجاور شدم. در حالی که یک کیسه یخ را روی سرِ در حال تپشِ خود نگه داشته بودم، توسط پرستارِ تریاژِ اورژانس در مورد آدرس، تلفن، شماره‌های تامین اجتماعی، شرکت بیمه، شماره بیمه‌نامه و غیره بازجویی شدم. انگار که او گفته بود: "جمجمه شکسته‌ات به جهنم. بعداً می‌توانی در مورد آن به من بگویی. شماره بیمه‌ات چند است؟"

من را با آن جزئیات آزار نده! تنها کاری که می‌خواستم انجام دهم این بود که به کسی، به هر کسی، بگویم چه اتفاقی برای من افتاده است. تا انتهای بازجویی بی‌رحمانه او بود که پرسید: "خب چه اتفاقی افتاد؟"

بعداً داستان غم‌انگیز خود را برای دوستم، سو، پرستاری که در پذیرش اورژانس دیگری کار می‌کند، تعریف کردم. او گفت: "می‌دانم. باورم نمی‌شود که فرم‌ها را این‌طور چاپ می‌کنند." افراد مجروح نمی‌توانند تا خط آخر فرم، آنچه را که برایشان اتفاق افتاده است، تعریف کنند. سو گفت که دریافت جزئیات عددی حیاتی از افرادی که در اورژانس با استخوان‌های شکسته و سوختگی رنج می‌برند، یک چالش واقعی بود. او گفت، تا اینکه پرسش‌گری خود را تغییر داد. او ابتدا از آنها می‌پرسید که چه اتفاقی افتاده است. آنها همه چیز را در مورد آن به او می‌گفتند. او با همدردی گوش می‌داد. او گفت: "سپس، آنها خیلی خوشحال بودند که اطلاعات مورد نیاز من را به من بدهند."

رؤسای خوب این نیاز انسانی به صحبت کردن را درک می‌کنند. رابرت، یکی از همکاران من که صاحب یک شرکت تولیدی کوچک است، می‌گوید هر زمان که یکی از کارمندانش از مشکلی شکایت می‌کند، او هرگز ابتدا پای شاکی را به آتشِ واقعیت‌ها نمی‌کشد. او به طور کامل به حرف‌های کارمند گوش می‌دهد. او به او اجازه می‌دهد تا در مورد مشتری بداخلاق، همکار غیرهمکار صحبت کند. رابرت می‌گوید: "سپس، بعد از اینکه همه چیز را از سینه‌اش بیرون ریخت، من واقعیت‌ها را خیلی واضح‌تر متوجه می‌شوم."

وقتی اطلاعات مهمی برای ارائه دارید

هر بچه‌ای که در گاراژ کار می‌کند می‌داند که نمی‌توان بنزین بیشتری را در یک باک پر پمپاژ کرد. اگر بیش از حد آن را پر کنید، روی سیمان می‌پاشد. به همین ترتیب، مغز شنونده شما همیشه پر از افکار، نگرانی‌ها و اشتیاق‌های خودش است. اگر ایده‌های خود را به مغز شنونده‌تان که پر از تصورات خودش است پمپاژ کنید، مخلوطی آلوده و سپس سرریز خواهید داشت. اگر می‌خواهید ایده‌های عالی شما بدون آلودگی به مخزن او سرازیر شود، ابتدا مخزن او را کاملاً خالی کنید.

تکنیک #۸۶

باک‌هایشان را خالی کنید

اگر به اطلاعات نیاز دارید، ابتدا به افراد اجازه دهید تمام حرف‌هایشان را بزنند. صبورانه منتظر بمانید تا عقربه آنها روی خالی باشد و آخرین قطره بیرون بریزد و روی سیمان بپاشد. این تنها راه برای اطمینان از این است که مخزن آنها به اندازه کافی از سر و صدای درونی خودشان خالی است تا شروع به دریافت ایده‌های شما کند.

هر زمان که در مورد موضوعات احساسی بحث می‌کنید، قبل از اینکه بپريد وسط حرف، به گوینده اجازه دهید صحبتش را به طور کامل تمام کند. اگر مجبور هستید تا ده بشمارید. ممکن است به نظر ابدیت برسد، اما اجازه دادن به فرد آشفته برای تمام کردن صحبتش، تنها راهی است که او در نوبت شما به حرف‌هایتان گوش دهد.

"من می‌خواهم قبل از اینکه بتوانی از مشتری من بودن لذت ببری، تو را بدبخت کنم"

شرکت‌هایی که عملیات سفارش پستی را اداره می‌کنند می‌توانند از این تکنیک الهام بگیرند. یکی از دلایلی که من از سفارش دادن از L.L. Bean، یک شرکت لباس و تجهیزات ورزشی پستی، لذت می‌برم این است

که آنها به من اجازه می‌دهند ابتدا در مورد لباس یا ابزاری که می‌خواهم سوال بپرسم. آنها به من اجازه می‌دهند تا با سوالاتم در مورد کیفیت، رنگ‌های موجود، ظاهر، حس، بو و نحوه کارکرد آن پرحرفی کنم. سپس، وقتی من کاملاً از دریافت چهار ویجتِ سایز ده، قرمز و سبز-زرد، نرم و بدون بوی خود هیجان‌زده شدم، آنها با سلیقه شماره کارت اعتباری من را می‌پرسند.

شرکت‌های دیگر ابتدا من را در مورد شماره، تاریخ انقضا، شماره مشتری‌ام (که هرگز نمی‌توانم آن را در پشت کاتالوگ پیدا کنم) و اینکه چند بار در گذشته از آنها سفارش داده‌ام، بازجویی می‌کنند، قبل از اینکه حتی بتوانم در مورد ویجتِ شگفت‌انگیزی که ممکن است بخواهم از آنها بخرم، خیال‌پردازی کنم. این کار تمام لذت خرید را از بین می‌برد و گاهی اوقات فروش را از بین می‌برد.

ارتباط‌گرانِ برتر کاری بیش از این انجام می‌دهند که فقط به شما اجازه پرحرفی بدهند. آنها از تکنیک بعدی در حالی که شما در حالِ وراجی هستید استفاده می‌کنند.

چگونه خشم آنها را برگردانیم (در سه جمله یا کمتر)

"امو" کلمه‌ای است که توسط هلن گرلی براون، بانوی بزرگ مجله کازموپولیتن، ابداع شده است. امو در ترجمه به معنای "احساسات بیشتر!" است. یک بار کازموپولیتن از من خواست تا مقاله‌ای در مورد برقراری ارتباط در مسائل حساس بنویسم (به طور مشخص‌تر، مشاوره به زنان جوان در مورد اینکه چگونه نامزد های خود را پرشورتر کنند). من با انبوهی از روانشناسان، کارشناسان ارتباطات مصاحبه کردم. پیش‌نویس من از کازمو برگشت، در حالی که در هر صفحه با "اموی بیشتر" خط‌خطی شده بود.

با ویراستارم تماس گرفتم و پرسیدم که این یعنی چه. او گفت که این روش هلن برای گفتن این بود که تمام آن مطالب واقعی با درمانگران و به اصطلاح کارشناسان را کم‌اهمیت جلوه دهم. در مورد احساساتی که زن جوان هنگام عدم شور و شوق کافی نامزدش احساس می‌کند، احساسات مردِ متهم هنگام مواجهه و احساسات زوج در مورد بحث در مورد مخمسه خود بنویس. هلن گرلی براون، یک برنده بزرگِ تاییدشده، دوست داشت همه چیز را داشته باشد و دقیقاً می‌دانست چگونه آن را به دست آورد. هلن تشخیص داد که وقتی زمان مناسب فرا می‌رسد، منطق را رد کنید و با احساسات همدلی کنید. به عبارت دیگر، امو را پخش کنید.

"اوه، نه! او حتماً خیلی خجالت‌زده شده است!"

L.L. Bean اخیراً امو را به تمام وجود من پخش کرد. چند ماه پیش، دوستم فیل می‌خواست چند شلوار بخرد و از من پرسید...

من او را به کمد لباس‌هایم بردم تا کیفیت و ساخت لباس‌های L.L. Bean را به او نشان دهم. این او را متقاعد کرد و فیل یک جفت شلوار رسمی آبی سرمه‌ای سفارش داد.

فیل برای اولین بار شلوار L.L. Bean کاملاً نوی خود را در یک قرار مهم با نامزد جدیدش در یک رستوران شیک پوشید. در حالی که به دنبال سرپیشخدمت به سمت غرفه گوشه دنجی که درخواست کرده بود می‌رفت، کیف شب همراهش اتفاقاً افتاد. فیل فوراً خم شد تا آن را بردارد. جراً!

اکثر مشتریانی که رو به فیل بودند با ترحم نگاه خود را برگرداندند. چند نفر پوزخند زدند. فیل در حالی که درزهای پاره شده را به هم می‌کشید تا خود را بپوشاند، عقب عقب به داخل غرفه رفت. روکش خنک در بقیه شب، او را به یاد تحقیرش می‌انداخت.

وقتی از مصیبت‌های فیل مطلع شدم، از L.L. Bean خشمگین بودم. من بلافاصله با یکی از نمایندگان خدمات مشتری آنها تماس گرفتم. در حالی که من ماجرای دردناک فیل را برای او تعریف می‌کردم، او همدردی کرد، اما من هنوز در حال جوشیدن بودم. او صبورانه گوش داد و حتی جزئیات فاجعه را از من پرسید. وقتی داستان غم‌انگیز طولانی را تمام کردم، نماینده گفت: "اوه وحشتناکه. من درک می‌کنم، دوست شما حتماً احساس وحشتناکی داشته است." من با موافقت گفتم: "بله، همینطور بود."

او گفت: "او حتماً خیلی خجالت‌زده شده است!" من با تعجب از درک عالی او از وضعیت گفتم: "قطعاً همینطور بود."

"و شما، وقتی در مورد آن شنیدید. شما هم حتماً احساس وحشتناکی داشته‌اید، مخصوصاً بعد از اینکه محصولات ما را به شدت توصیه کرده بودید." من که کمی آرام شده بودم گفتم: "خوب، محصولات شما معمولاً عالی هستند."

او گفت: "من خیلی متأسفم که ما باعث این درد و رنج برای شما شدیم." من حرف او را قطع کردم و گفتم: "اوه، تقصیر شما نیست." حالا من کاملاً راضی شده بودم. "احتمالاً فقط یک اتفاق بوده که این یک جفت شلوار..."

تکنیک #۸۷

امو را تکرار کنید

حقایق صحبت می‌کنند. احساسات فریاد می‌زنند. هر زمان که در مورد یک موقعیت احساسی به حقایق از طرف افراد نیاز دارید، بگذارید آنها احساسات خود را بیان کنند. حقایق آنها را بشنوید، اما با احساسات آنها به شدت همدلی کنید. پخش کردن امو اغلب تنها راه آرام کردن طوفان احساسی آنهاست.

این داستان ادامه دارد، اما اجازه دهید در اینجا مکث کنم تا تکنیک "تکرار امو" را بیان کنم. نماینده باهوش خدمات مشتری نه تنها مخازن من را خالی کرد و با "تکرار امو" من را نرم کرد. او با تکنیک بعدی من را کاملاً ذوب کرد.

چگونه کاری کنید که شما را دوست داشته باشند (حتی وقتی خرابکاری کرده‌اید)

روز بعد، UPS نه تنها شلوار جایگزین را تحویل داد، بلکه در بسته یک عذرخواهی دست‌نویس و یک گواهی هدیه قابل توجه هم بود. آیا من دوباره از آن شرکت سفارش خواهم داد؟ شرط می‌بندم که این کار را خواهم کرد. آیا من لباس‌های آنها را به شخص دیگری توصیه می‌کنم؟ شرط می‌بندم که این کار را خواهم کرد. کارمندان برتر خدمات مشتری از اشتباهات استقبال می‌کنند زیرا می‌دانند که این به شرکتشان فرصتی برای درخشش می‌دهد. هر زمان که خرابکاری می‌کنید و کسی به خاطر آن رنج می‌برد، مطمئن شوید که او از این ماجرا سود می‌برد، سود زیاد. من این تکنیک را "اشتباه من، سود شما" می‌نامم.

یک بار در حین بازدید از دفتر یک مشتری مهم، پایم به فرشی گیر کرد و با سر به زمین خوردم و با یک گلدان روی میز او فرود سه امتیازی انجام دادم. دماغم در امان ماند اما گلدان او تکه تکه شد. دو تیوب چسب فوری و کلی "این تکه دیگر به کجا می‌رود" بعد، گلدان دوباره روی میز او قرار گرفت و ما توافق کردیم که خیلی خوب به نظر می‌رسد. با این وجود، روز بعد من با یک پیک، یک گلدان زیبا، ده برابر ارزش گلدان تقریباً نابودشده، با دوازده شاخه گل رز در آن فرستادم.

هر زمان که صحبت می‌کنیم، مشتری من به من می‌گوید که هر بار که به گلدان جدید نگاه می‌کند، لبخند می‌زند. (یک "هدیه تشویقی" بهتر از خودکاری که نام شما روی آن باشد، نه؟) دفعه بعد که به دفتر او سر می‌زنم، ممکن است مشتری من برخی از اشیاء شکستنی باارزش‌تر خود را پنهان کند. اما، به لطف "اشتباه من، سود شما"، دفعه بعدی وجود خواهد داشت.

تکنیک #۸۸

اشتباه من، سود شما

هر زمان که اشتباهی مرتکب می‌شوید، مطمئن شوید که قربانی شما سود می‌برد. اصلاح اشتباه شما کافی نیست. از خود پرسید: "چه کاری می‌توانم برای این روح رنج‌دیده انجام دهم تا او از اینکه من این اشتباه را مرتکب شده‌ام خوشحال شود؟" سپس آن را انجام دهید، سریع! به این ترتیب، اشتباه شما به سود شما تبدیل می‌شود.

حال، فرض کنید که این اشتباه شما نیست. اشتباه آنهاست. چگونه می‌توانید اشتباه آنها را به سود خود تبدیل کنید؟ ادامه مطلب را بخوانید.

چگونه یک موش را با کلاسی به دام بیندازیم

در ژاپن، برخی از شهروندان ترجیح می‌دهند جان خود را از دست بدهند تا آبروی خود را. در آمریکا، همین آرزوی مرگ وجود دارد، با یک تفاوت. یانکی رویای مرگ فانی‌ای را در سر می‌پروراند که باعث شده بود آبروی او برود.

چرا دشمن تراشی کنیم؟ مگر اینکه وظیفه شما گیر انداختن متقلبان یا به دام انداختن دروغگویان باشد، بگذارید آنها قسر در بروند. سپس فوراً آنها را از زندگی خود و زندگی‌هایی که مسئول آنها هستید بیرون کنید. حتی زمانی که پرونده علیه کسی کاملاً روشن است - زمانی که موش مودی را به دام انداخته‌اید - برای او راه فرار بگذارید.

بهترین نمونه‌ای که از این حساسیت بالا شنیدم از یکی از مشتریانم بود. او در خانه یک خانم متشخص ثروتمند معروف به "بانو استفانی" دعوت شده بود. خانه بانو استفانی پر از اشیاء هنری زیبا بود. در میان آنها، یک مجموعه نفیس از تخم‌مرغ‌های فابره بسیار باارزش بود که همه مهمانان آن را تحسین می‌کردند.

در پایان، مشتری من به من گفت که در حال خروج از در بود و با چند مهمان دیگر گپ می‌زد. درست در همان زمان، بانو استفانی به سمت زنی که همزمان با مشتری من در حال خروج بود، رفت. بانو استفانی در حالی که دستش را در جیب پالتو پُست مینک مهمان فرو می‌کرد و یکی از تخم‌مرغ‌های بی‌قیمت خود را بیرون می‌آورد، گفت: "اوه، من خیلی خوشحالم که شما مجموعه فابره من را تحسین می‌کردید." "حتماً"

می‌خواستید این یکی را در نور خورشید ببینید. بیا، بیا با هم به آن نگاه کنیم. واقعاً نور روشن را به زیبایی منعکس می‌کند."

دزد مینک‌پوش آب دهانش را قورت داد و دزدکی به اطراف نگاه کرد تا ببیند چه کسی شاهد به دام افتادن ظریف او بوده است. مشتری من و همه افراد حاضر در سرسرا دیدند که چه اتفاقی افتاده است، اما از بانو استفانی پیروی کردند و وانمود کردند که از سرقتِ نافرجام بی‌اطلاع هستند.

بانو استفانی با ادامه دادنِ نمایش، به همراه مهمانِ با انگشتانِ چسبناک "تخم‌مرغ را در نور خورشید تحسین کردند." سپس بانو استفانی، در حالی که تخم‌مرغ فابریک‌اش را با خیال راحت بین انگشتان بی‌نقصِ مانیکور شده‌اش گرفته بود، به خانه رفت تا گنج را در جای درست خود قرار دهد. سارقِ نافرجامِ تخم‌مرغ به سمت ماشین خود خزید، و این آخرین حضور او در مهمانی‌های پرترفدار بانو استفانی بود. میزبان به سارقِ ناکام اجازه داد تا با چند تکه باریک از غرورش که دست‌نخورده باقی مانده بود، قسر در برود.

چرا بانو استفانی برنده شد؟ همه کسانی که شاهد سرقتِ نافرجام بودند - و متعاقباً در مورد آن شنیدند - احترام تازه‌ای برای بانو استفانی قائل شدند. به دام انداختن دزد، و در عین حال حفظ غرور او، به بانو استفانی کمک کرد تا شهرت خود را به عنوان "میزبانی با بیشترین‌ها" حفظ کند.

چرا برندگان بزرگ به افرادِ خبر بد اجازه می‌دهند تا با خرابکاری قسر در بروند؟ زیرا، مانند مادرانی که برای تنبیه فرزندانِ شیطان با آنها روبرو می‌شوند، رویارویی با افرادِ رذلِ راهی برای گفتن "من اهمیت می‌دهم" است. با بستن دهان خود (و سپس در برای همیشه)، می‌گویید: "تو آنقدر پست‌تر از من هستی که من حتی نمی‌خواهم کلماتم را برای تو هدر دهم."

"تقصیر من بود!"

برندگان بزرگ با به عهده گرفتنِ تقصیر، برای لغزش‌های کوچک دوستانی که می‌خواهند آنها را حفظ کنند، راه فرار می‌گذارند. اگر دوستی گم شود و یک ساعت دیر به خانه شما برسد، به او بگویید: "دستورالعمل‌هایی که من به تو دادم وحشتناک بود." او کاسه شما را می‌شکند؟ "اوه من نباید آن را در چنین موقعیت ناپایداری می‌گذاشتم." این همان...

روال قدیمی "تقصیر من بود" است که شما را نزد همه عزیز می‌کند، مخصوصاً وقتی متوجه می‌شوند که تقصیر شما نبوده است.

تکنیک #۸۹

راه فرار بگذارید

هر زمان که مچ کسی را در حال دروغ گفتن، دزدی، اغراق، تحریف یا فریب می‌گیرید، مستقیماً با اردکِ کثیف روبرو نشوید. مگر اینکه وظیفه شما دستگیری یا تنبیه مجرم باشد - یا مگر اینکه با این کار قربانیان بی‌گناه دیگر را نجات می‌دهید - به متخلف اجازه دهید با چهره حيله‌گرس از دام شما فرار کند. سپس تصمیم بگیرید که هرگز دوباره به آن نگاه نکنید.

ساکنان تورنتو، کانادا، به خاطر ظرافت شهرت به‌حق دارند. آنها سال گذشته این ظرافت را در یک داروخانه در مرکز شهر تورنتو نشان دادند. یک خریدار سعی کرد با یک شیء دزدیده شده در جیبش از سیستم امنیتی عبور کند. به جای اینکه صدای آژیر گوش‌خراش، پرده گوش همه خریداران را پاره کند، مانند بسیاری از شهرهای آمریکا، یک زنگ کوچک خوش‌سلیقه به صدا درآمد. صدایی جذاب از طریق بلندگوی عمومی به گوش رسید. "بخشید، ما سیستم کنترل موجودی را غیرفعال نکرده‌ایم. از صبر شما در حالی که منتظر می‌مانید تا یک نماینده مراقبت از مشتری برای کمک به شما بیاید، متشکریم." آیا این روش بهتری برای گفتن "بخ بزن، فاسق، تا زمانی که ما بیاییم تو را بگردیم" نیست؟

حالا بیایید به سراغ تکنیک بعدی برویم تا از خرابکاری افراد جلوگیری کنیم - و به آنها کمک کنیم تا بهترین خود را به شما ارائه دهند.

چگونه از پرسنل خدماتی هر چه می‌خواهید به دست آورید

یک نامه تشکرآمیز ("buttercup گل آلاله) نامیده می‌شود زیرا گیرنده را "چرب می‌کند". گل‌های آلاله زیبا هستند. حتی زیباتر از آن، گل‌های آلاله‌ای هستند که در مورد کسی برای رئیس او نوشته می‌شوند.

یک بار به یک کار فتوکپی عظیم نیاز داشتم. آنقدر عظیم بود که معاون فروشگاه لوازم اداری Staples فکر نمی‌کرد تا پایان هفته تمام شود. با این وجود، با بی‌میلی، غرغرکنان گفت: "سعی می‌کنم." من با شور و شوق و امید به اینکه او بتواند، با ذوق‌زدگی گفتم: "وای، شما عالی هستید! اسم ریاستان چیست؟ سرپرست شما باید به خاطر استخدام شما نامه تبریک دریافت کند. شما واقعاً برای مشتریان خود بیشتر تلاش می‌کنید." در کمال تعجب من، نه تنها کار چاپ من دو روز زودتر انجام شد، بلکه هر بار که وارد Staples می‌شوم، معاون فروشگاه برای من فرش قرمز پهن می‌کند.

با خودم شروع به فکر کردن کردم: "هوم، ممکن است به چیزی برخورده باشم." یک نامه تقدیر زود هنگام برای لطف‌هایی که هنوز دریافت نشده‌اند می‌تواند یک تاکتیک هوشمندانه باشد. تصمیم گرفتم آن را با چند نفر از افراد مهم در لیست مشاوره‌ام بررسی کنم.

یکی از افرادی که من می‌شناسم، تیم، یک آژانس مسافرتی برتر، واقعاً مردِ "می‌توانم" است. او هر چه دوستانش بخواهند را در یک چشم به هم زدن فراهم می‌کند. او کسی است که وقتی بلیط‌های تئاترِ سخت‌یاب می‌خواهید، باید با او تماس بگیرید. او همان...

کسی است که وقتی آژانس هواپیمایی می‌گوید هتل رزرو شده یا پرواز بیش از حد فروخته شده است، با او تماس می‌گیرید.

وقتی به او از تجربه "گل آلاله" خود گفتم، تیم خندید و گفت: "لیل، البته. این برای تو خبر است؟ یک نامه تشکرآمیز برای رئیسِ کسی - یا وعده آن - یک بیمه‌نامه عالی است. به اندازه یک الحاقیه کتبی خوب است که در آینده به خوبی از شما مراقبت خواهد شد."

حالا من یک نمونه استاندارد از آن را در کامپیوترم دارم. متنِ "گل آلاله" به شرح زیر است:

[نام سرپرست] عزیز،

من می‌دانم که خدمات مشتری برای سازمانی مانند سازمان شما چقدر مهم است. این نامه برای تقدیر از [نام کارمند] است. او نمونه‌ای از یک [عنوان شغلی] است که خدمات مشتری استثنایی ارائه می‌دهد. [نام فروشگاه یا کسب‌وکار] به لطف خدمات ارائه شده توسط [نام کارمند] همچنان مشتری من خواهد بود.

با تشکر، [امضا]

من این نامه را برای سرپرستان پارکینگ‌ها، صاحبان شرکت‌های بیمه و مدیران ده‌ها فروشگاه‌ای که به طور مرتب از آنها خرید می‌کنم، فرستاده‌ام. من مطمئن هستم که به همین دلیل است که هرگز نیازی نیست نگران پیدا کردن جای پارک در زمانی که پارکینگ پر است، تماس فوری از طرف نماینده بیمه‌ام و خدمات با توجه در خریدهای همیشگی‌ام باشم.

اما مراقب باشید! فقط نپرسید: "نام سرپرست شما چیست؟" شنیدن این کلمات می‌تواند یک کارمند را به اندازه یک بوقلمون در ماه نوامبر عصبی کند. حتماً آن را در قالب یک تعریف بیان کنید. چیزی شبیه این

بگویید: "وای، شما فوق‌العاده هستید. نام سرپرست شما چیست؟ می‌خواهم برای او نامه‌ای بنویسم." سپس آن را بنویسید!

شما برای همیشه در دفتر او یک VIP خواهید بود.

تکنیک #۹۰

گل‌های آلاله برای رئیس آنها

آیا یک کارمند فروشگاه، حسابدار، شریک جزء شرکت حقوقی، خیاط، مکانیک خودرو، سرپیشخدمت، ماساژ درمانگر، معلم بچه - یا هر کارگر دیگری دارید که می‌خواهید در آینده توجه ویژه‌ای از او دریافت کنید؟ مطمئن‌ترین راه برای اینکه آنها به اندازه کافی اهمیت بدهند تا بهترین خود را به شما ارائه دهند، ارسال یک "گل آلاله" برای رئیس آنها است.

تکنیک بعدی به شما می‌گوید که چگونه به عنوان یک VIP در یک گروه برجسته شوید.

چگونه در یک جمع، رهبر باشیم، نه دنباله‌رو

در دوران مک‌کارتی، جاسوسان دولتی برای تعیین اینکه چه کسی "برای امنیت ملی خطرناک" است، به تجمعات سیاسی زیرزمینی نفوذ می‌کردند. ماموران، تماشاچیان تشویق را آموزش دیده بودند. آنها از مردانی که اولین بار دست می‌زدند، با بلندترین صدا فریاد "براو" سر می‌دادند و در پایان سخنرانی‌های تحریک‌آمیز سیاسی طولانی‌ترین لبخند را می‌زدند، عکس می‌گرفتند و در مورد آنها تحقیق می‌کردند. نفوذی‌ها آن افراد را "افراد خطرناک" می‌نامیدند. نفوذی‌ها احساس می‌کردند که اولین پاسخ‌دهندگان، گربه‌های با اعتماد به نفسی هستند که قدرت متقاعد کردن دنباله‌روها و کاریزمای رهبری جمعیت را دارند.

در گردهمایی‌هایی که از نظر سیاسی حساسیت کمتری دارند، همین اصل صدق می‌کند. افرادی که بدون نگاه کردن به اطراف برای دیدن نحوه واکنش دیگران، اولین کسانی هستند که به یک ارائه یا اتفاق پاسخ می‌دهند، مردان و زنانی با پتانسیل رهبری هستند.

گربه‌های باحال اول دست می‌زنند

شما در سالنی با صدها کارمند دیگر نشسته‌اید و به رئیس شرکت خود که در حال معرفی یک مفهوم جدید است گوش می‌دهید. همانطور که به صورت ناشناس در میان حضار لم داده‌اید، فکر می‌کنید که حالت چهره شما برای مرد یا زنی که در تریبون است نامرئی است.

اینطور نیست! من به عنوان یک سخنران، به شما تضمین می‌دهم که هر یک از همکاران من هر لبخند، هر اخم، هر نوری در هر چشم و هر نشانه‌ای از هوش انسانی فوق‌العاده‌ای را که به او منعکس می‌شود، می‌بیند.

به همین ترتیب، رئیس شرکت که در حال ارائه است، با اضطراب جنگلِ شرکتی خود را بررسی می‌کند و از روی چهره‌هایی که به او نگاه می‌کنند، متوجه می‌شود که کدام کارمندان دلسوز هستند و کدام نیستند. او همچنین می‌داند که کدام یک از دریای چهره‌هایی که در مقابل او شناور هستند، پتانسیل تبدیل شدن به یک فردِ مهم مانند خودش را دارد. چگونه؟

زیرا افرادِ مهم، حتی زمانی که با سخنران موافق نیستند، از فردِ صاحب‌سخن در تریبون حمایت می‌کنند. چرا؟ زیرا آنها می‌دانند که "در معرض نمایش بودن" چگونه است. آنها می‌دانند، مهم نیست که گریه‌ای که در جلوی اتاق است چقدر بزرگ یا کوچک باشد، هنگام سخنرانی نگران پذیرش جمعیت است.

تکنیک #۹۱

رهبری شنوندگان

مهم نیست که گریه بزرگ پشت تریبون چقدر برجسته است، در درون او یک بچه گریه ترسو خم شده است که نگران پذیرش جمعیت است.

برندگان بزرگ وقتی می‌بینند که شما شنوندگان آنها را در یک واکنش مثبت رهبری می‌کنید، تشخیص می‌دهند که شما هم یک برنده بزرگ هستید. اولین کسی باشید که مرد یا زنی را که با او موافق هستید (یا از او لطف می‌خواهید) تشویق می‌کنید یا علناً از او تعریف می‌کنید.

وقتی که شخصیت مهم شرکت آخرین جمله خود را می‌گوید، که با دقت طراحی شده است تا جمعیت را به وجد بیاورد یا کارمندان را به رضایت برساند، آیا فکر می‌کنید او از اینکه چه کسی سرآغازِ باریکه یا سیلِ پذیرش است، بی‌خبر است؟ به هیچ وجه! اگرچه سر او در حین تعظیم پایین است، با بینش یک جاسوسِ دورانِ مک‌کارتی، او درک می‌کند...

دقیقاً چه کسی تشویق را آغاز کرد، دقیقاً چه مدت پس از بیان آخرین کلمات، و دقیقاً با چه شور و شوقی! اولین کسی که دستانش را به هم می‌کوبد، اولین کسی که به پا می‌خیزد و، در صورت لزوم، اولین کسی که فریاد "براوو" سر می‌دهد، شما را به مقام گربه بزرگ نزد ببری که صحبت می‌کرد، می‌رساند.

اولین کفزن باشید، مهم نیست که جمعیت چقدر کوچک است، مهم نیست که صحبت چقدر غیررسمی است. منتظر نمانید تا ببینید بقیه چگونه پاسخ خواهند داد. حتی اگر گروه کوچکی متشکل از سه یا چهار نفر در اطراف ایستاده‌اند، اولین کسی باشید که با ایده‌های سخنان همدلی می‌کند، اولین کسی که "ایده خوبی است" را زمزمه می‌کند. این اثبات قاطع این است که شما فردی هستید که به غرایز خود اعتماد دارید.

چگونه تمام حرکات درست را انجام دهیم

در هر دقیقه، هر ثانیه، طرفداران فوتبال از امتیاز خبر دارند. حتی جورج گنده‌بک که در مقابل تلویزیون در یکشنبه فوتبالی چرت می‌زند هم می‌داند. به شکم پف کرده‌اش ضربه بزنید، و در یک چشم به هم زدن، او به شما خواهد گفت که چه کسی برنده است، چه کسی بازنده است، و دقیقاً با چند امتیاز.

بازیکنان کلیدی در بازی زندگی مانند جورج هستند. حتی زمانی که فکر می‌کنید آنها در حال چرت زدن هستند، آنها دائماً از امتیاز بین خود و هر کس دیگری در زندگی‌شان - از جمله دوستان و خانواده - آگاه هستند! آنها می‌دانند چه کسی برنده است، چه کسی بازنده است و با چند امتیاز.

وقتی دو تاجر ژاپنی با هم ملاقات می‌کنند، مشخص است که چه کسی در صدر است. شما آن را بر حسب میلی‌متر از اینکه چقدر بینی آنها هنگام تعظیم به زمین نزدیک می‌شود، اندازه‌گیری می‌کنید. (بینی فرد پایین‌تر پایین‌تر می‌رود.)

در آمریکا، ما تعظیم‌های دقیق طراحی شده‌ای نداریم که امتیاز را در یک رابطه نشان دهد. اما پسران و دختران در لیگ بزرگ تجارت می‌دانند که امروز چه کسی گربه بالا و چه کسی گربه پایین است. (فردا می‌تواند تغییر کند.)

گربه پایین باید عمیق‌تر تعظیم کند. او باید احترام بگذارد. گربه پایین باید پیشنهاد کند که در دفتر گربه بالا ملاقات کند، در صورت لزوم، صورت حساب رستوران را بردارد، و به وقت گربه بالا احترام بگذارد. اگر گربه پایین احترام مناسب را نشان ندهد، او...

بینی‌اش به خاک مالیده نمی‌شود. او به سادگی خود را برای **ঘে ঘে** کردن در لیگِ بزرگ رد صلاحیت می‌کند.

این همان اتفاقی است که برای دوست من لورا، که میلک شیکِ سالم را ابداع کرده بود، افتاد. (او را از "بازپخش فوری" به یاد دارید؟) آخرین باری که لورا را ترک کردیم، او با گیر دادن به جزئیاتِ آدرس پستی، گله کردن از اینکه خودکارش جوهر ندارد، وادار کردنِ او به صبر تا خودکار دیگری پیدا کند، نوشتنِ اشتباهِ اعداد، و غیره، شانس خود را با فرد، که موزِ ارشدِ یک زنجیره سوپرمارکت بود، از بین می‌برد.

من بدترین قسمت ماجرا را به شما نگفتم. بعد از اینکه فرد به اندازه کافی سخاوتمند بود که از لورا دعوت کند تا نمونه‌هایی از شربت خود را برای او بفرستد، او با پرسیدن اینکه از کدام سرویس حمل و نقل باید استفاده کند، بمب دیگری انداخت. او حتماً گفته است FedEx زیرا من شنیدم که لورا می‌گوید: "خب، شربت من باید در یخچال نگهداری شود. آیا FedEx کامیون‌های یخچال‌دار دارد؟"

در این مرحله می‌دانستم که او با سیمِ تلفنِ خودش معامله را خفه کرده است. او نباید تزارِ سوپرمارکت را با جزئیاتِ حمل و نقلِ بی‌اهمیت آزار دهد. در واقع، لورا باید آنقدر سپاگر بهزار باشد که شخصاً روز بعد نوشیدنی را تحویل دهد - در صورت لزوم آن را با بینی خود تا سوپرمارکت او بغلتاند. لورا ظاهراً از "تابلوی امتیازاتِ بزرگ در آسمان" بی‌خبر بود. در آن روز، امتیاز فرد همه چیز بود، لورا هیچ چیز.

برندگانِ بزرگ - قبل از اینکه قلم را روی کاغذ بگذارند، انگشتان را روی صفحه‌کلید بگذارند، دهان را به تلفن بچسبانند، یا دست را به دستِ دیگری برای فشردن بدهند - یک محاسبه سریع انجام می‌دهند. آنها از خود می‌پرسند: "چه کسی بیشترین سود را از این رابطه می‌برد؟ هر کدام از ما اخیراً چه کاری انجام داده‌ایم که از طرف مقابل طلب احترام می‌کند؟" و چه کاری می‌توانم برای مساوی کردن امتیاز انجام دهم؟

دوستان هم حساب و کتاب می‌کنند

"تابلوی امتیازاتِ بزرگ در آسمان" فقط بالای سر تاجرانِ تکان نمی‌خورد. اگر اعضای خانواده و دوستان با دقت به بالای سرِ عزیزانشان نگاه کنند، آن را خواهند دید. و مانند سهامی که بدون نسخه معامله می‌شود، هر روز بالا یا پایین می‌رود. وقتی خرابکاری می‌کنید، باید با انجام کارهای بیشتر برای کسی که خرابکاری نکرده است، امتیاز خود را مساوی کنید. برای زنده نگه داشتن عشق، چشم خود را به "تابلوی امتیازاتِ بزرگ در آسمان" بدوزید.

چند ماه پیش، در یک همایش با مردی خوب به نام چارلز آشنا شدم. ما شروع به بحث در مورد غذاهای مورد علاقه خود کردیم. غذای مورد علاقه او لینگوئینی خانگی با سس پستو بود. من از چارلز خوشم می‌آمد و سس پستوی من هم حرف نداشت. تصادف قابل توجه این دو عنصر، من را جسور کرد که او را برای شام به خانه‌ام دعوت کنم. او گفت: "عالی است." ما آن را برای سه‌شنبه بعد ساعت هفت و نیم تنظیم کردیم.

بعد از ظهر سه‌شنبه، من مقدمات قرار مهم را شروع می‌کنم. ساعت کوکوی روی دیوار پیشرفت من را زیر نظر داشت. در پنج کوکو، من به مغازه می‌دوم تا دانه کاج پیدا کنم. تا شش کوکو، من به خانه برمی‌گردم و ریحان و سیر را آسیاب می‌کنم. در هفت کوکو، من در حال تا کردن دستمال‌ها، چیدن میز، بیرون آوردن شمعی‌های تازه هستیم. وای، دیرم شده. من لباس‌هایم را عوض می‌کنم و خودم را مرتب می‌کنم. وقتی ساعت هفت و نیم می‌شود، من کاملاً آماده هستم. پستو و من منتظر رسیدن او هستیم.

ساعت هشت می‌شود و خبری از دوست نیست. خب، با خودم فکر می‌کنم، در بطری شربت را باز می‌کنم و می‌گذارم نفس بکشد. یک ساعت دیگر می‌گذرد و خبری از چارلز نیست. حالا کوکو نه بار من را "کوکو" صدا می‌کند. من شروع به باور کردن پرنده می‌کنم. واضح است که چارلز نمی‌آید. من قال گذاشته شده‌ام.

روز بعد چارلز با عذرخواهی بی‌رمق و بهانه‌ای نیمه‌قابل قبول تماس گرفت. ماشینش خراب شده بود. من گفتم: "اوه، متأسفم." (می‌خواستم بگویم: "آیا مریخی‌ها تو را اسیر کرده بودند؟ آیا به سیاره دیگری منتقل شده بودی که در آن هیچ تلفنی برای تماس با من وجود نداشت؟" در برابر طعنه مقاومت کردم.) با این حال، او واقعاً پشیمان به نظر می‌رسید، بنابراین تقریباً حاضر بودم آن را فراموش کنم. تا سوال بعدی‌اش. او ظاهراً نمی‌دانست که چگونه در "تابلوی امتیازات بزرگ در آسمان" سقوط کرده است، زیرا به جای اینکه من را برای جبران اشتباهش به لینگوئینی با پستو در یک رستوران ایتالیایی خوب دعوت کند، پرسید: "چه زمانی می‌توانیم دوباره در خانه‌ات قرار بگذاریم؟" هرگز، چارلی.

تکنیک #۹۲

تابلوی امتیازات بزرگ در آسمان

هر دو نفر یک تابلوی امتیازات نامرئی دارند که بالای سرشان معلق است. اعداد دائماً در نوسان هستند، اما یک قانون باقی می‌ماند: بازیکنی که امتیاز کمتری دارد به بازیکنی که امتیاز بالاتری دارد احترام می‌گذارد. جریمه نگاه نکردن به "تابلوی امتیازات بزرگ در آسمان" اخراج شدن از بازی است. برای همیشه.

سرنوشت شما

ما با افراد زیادی در این کتاب ملاقات کرده‌ایم. نام‌های تعدادی از آنها تغییر کرده است، اما هر کدام بسیار واقعی هستند. اخیراً، تصمیم گرفتم برخی از افرادی را که در طول سال‌ها با آنها برخورد کرده بودم، ردیابی کنم. می‌خواستم ببینم الان چه کار می‌کنند.

لورا، دوست قدیمی من که رویا را در سر می‌پروراند اما تابلوی امتیازاتِ تزارِ سوپرمارکت را نادیده گرفت، اکنون به شغل روزانه‌اش بازگشته است. سم، که با فاش نکردن اینکه از من می‌خواهد برای سازمانش سخنرانی کنم، من را آزرده خاطر کرد، دیگر سازمانی ندارد. سانی، که با یک تماسِ خیلی سریع، پسر عمویِ برادرشوهرش را آزار داد، هنوز در حال بنزین زدن است. تانیا، که اصرار داشت فوراً این به جای آن باشد، دیگر آن شغلِ فوق‌العاده را در آژانس استعدادیابی ندارد. جین بیچاره، کارمند اتاقِ پُست که پنج سال پیش در مهمانی کریسمس با رئیسش درگیر شد، هنوز در حال بسته‌بندی بسته‌ها است. و دن، که پیامِ الهام‌بخشِ طولانی را روی تلفنش گذاشت، اکنون شماره‌ای غیرقابل‌ردیابی دارد - که نشانه خوبی برای یک سخنران مشتاق نیست.

در حالی که بری که از هر کسی که با او تماس می‌گیرد می‌پرسد: "زمان شما چه رنگی است؟" اخیراً توسط انجمن ملی مجریانِ تاک شو به عنوان گوینده سال انتخاب شد. جو، که یادداشتی از همه در "پرونده کارت ویزیت" خود نگه می‌دارد، اکنون سناتور ایالتی است.

جیمی، متخصص فروش چشمی، اخیراً در مجله Success مطلبی در مورد او نوشته شده است.

استیو، که کارکنانش به هر تماگر بهیروزنده‌ای القا می‌کنند "اوه وای، شما هستید!"، یکی از پرتقاضاترین سخنرانان در مدار کابلی است. تیم، مردِ "می‌توانم" که با نوشتن "گل‌های آلاله برای رئیس آنها" از کارگران در هر صنعتی آنچه را که می‌خواهد به دست می‌آورد، اکنون صاحب آژانس مسافرتی است. و گلوریا، آرایشگر من که "خلاصه سوابق" عالی ارائه می‌دهد، اخیراً یک سالن در خیابان پنجمِ شیکِ نیویورک افتتاح کرده است.

آیا این بدان معناست که فقط به این دلیل که افراد اول من و چند نفر دیگر را آزرده خاطر کردند، به یک زندگی یکنواخت تبعید شدند؟ و گروه دوم که باعث لبخند مردم می‌شدند به بلندی‌ها می‌رسیدند؟ البته که نه. آن لحظاتِ جداگانه‌ی زندگی آنها که ما بررسی کردیم، فقط یک حرکت از حرکاتِ متعددی بود که آنها هر روز انجام می‌دادند.

اما در نظر بگیرید: اگر شما کسی بودید که توسط لورا، سم، سانی، تانیا، جین یا دن آزردۀ خاطر شده بودید و آنها با شما تماس می‌گرفتند، آیا دوست داشتید که برای آنها از خود مایه بگذارید؟ احتمالاً نه. خاطره برخورد ناهنجار آنها هنوز هم آزاردهنده خواهد بود.

در حالی که اگر از بری، جو، جیمی، استیو، تیم یا گلوریا خبری می‌شنیدید، خاطرات خوش تبادل شما با آنها به شما هجوم می‌آورد. شما می‌خواستید هر کاری که می‌توانید برای آنها انجام دهید.

موفقیت خود را در تعداد زیادی ضرب کنید. همانطور که در مقدمه گفتیم، هیچ کس به تنهایی به اوج نمی‌رسد. در طول سال‌ها، حرکات نرم این برندگان بزرگ، قلب‌ها را تسخیر کرده و ذهن صدها نفر را فتح کرده است که به آنها کمک کرده‌اند تا پله به پله از نردبانی که انتخاب کرده‌اند بالا بروند.

چگونه می‌توان به جای اینکه یک سوار ناهنجار در طول زندگی بود، به یک حرکت‌دهندۀ غریزی نرم تبدیل شد؟ پاسخ در یک روز برفی زمستان گذشته به طور خیره‌کنندۀ روشن شد. در حالی که با اسکی صحرایی در امتداد مسیری که به زیبایی آراسته شده بود، به سختی حرکت می‌کردم، متوجه یک اسکی‌باز نوردیک شدم که به سرعت در همان مسیر به سمت من می‌آمد. نیازی به مشاهده ضربه پای بلند یا حرکت مورب چوب‌اسکی شیک او نداشتم تا بفهمم که در مسیر یک حرفه‌ای مانع شده‌ام.

در حالی که داشتم انرژی جمع می‌کردم تا پاهای در حال تپش خود را از مسیر بیرون بکشم تا سوپر اسکی‌باز بتواند به سرعت عبور کند، او ماهرانه از شیار بیرون رفت و مسیر آراسته شده را تماماً برای من رها کرد. همانطور که او به سرعت به سمت من می‌آمد، کمی سرعت خود را کم کرد، لبخند زد، سر تکان داد و گفت: "صبح بخیر، روز زیبایی برای اسکی است، اینطور نیست؟"

من از احترام او قدردانی کردم (و این القا که ما در برف برابر بودیم!). می‌دانستم که او با خود فکر نمی‌کند "هی به من نگاه کن. من انجام!" بلکه "آه، تو آنجایی. بگذار برای تو جا باز کنم."

همانطور که در کلمات آغازین این کتاب اشاره کردم، تفاوت در موفقیت زندگی بین این دو نوع متفکر غیرقابل محاسبه است.

چرا سوپر اسکی‌باز توانست حرکت خود را به این زیبایی انجام دهد؟ آیا او با این مهارت متولد شده بود؟ نه. حرکت او یک حرکت عمدی بود که از تمرین ناشی می‌شد.

تمرین همچنین سرچشمه تمام حرکات نرم ارتباطی است. تعالی یک عمل واحد و منزوی نیست. این نتیجه سال‌ها انجام حرکات نرم کوچک است، حرکات ریزی مانند نود و دو ترفند کوچکی که ما در این کتاب بررسی کردیم. این حرکات سرنوشت شما را می‌سازند. به یاد داشته باشید، تکرار یک عمل، عادت ایجاد می‌کند.

عادات شما شخصیت شما را می‌سازند.

و شخصیت شما سرنوشت شماست.

باشد که موفقیت سرنوشت شما باشد.

یادداشت‌ها

یادداشت‌ها

۱. اکمن، پل. ۱۹۸۵. دروغ گفتن: سرنخ‌هایی برای فریب در بازار، سیاست و ازدواج. نیویورک: W. W. Norton Co., Inc.
۲. چنگ، شا، و همکاران. ۱۹۹۰. "تأثیرات تیپ شخصیتی بر پاسخ به استرس." Acta-Psychologica- Sinica ۲۲(۲): ۱۹۷-۲۰۴.
۳. کارنگی، دیل. ۱۹۳۶. چگونه دوست پیدا کنیم و بر مردم تأثیر بگذاریم. نیویورک: & Simon Schuster.
۴. گلن، دانیل. ۱۹۸۹. "طراحی مغز به عنوان کلیدی برای احساسات پدیدار می‌شود،" به نقل از دکتر جوزف لدو، روانشناس در مرکز علوم عصبی در دانشگاه نیویورک. نیویورک تایمز، ۱۵ آگوست.
۵. کلمن، جوان، و همکاران. ۱۹۸۹. "نگاه کردن و دوست داشتن: تأثیرات نگاه متقابل بر احساسات عشق رمانتیک." انجام شده در مرکز درمان و تحقیقات آگورافوبیا در نیوانگلند. مجله تحقیقات در شخصیت ۲۳(۲): ۱۴۵-۱۶۱.
۶. آرگیل، مایکل. ۱۹۶۷. روانشناسی رفتار بین فردی. بالتیمور: Pelican Publications.
۷. ولنز، ا. رودنی. ۱۹۸۷. "تغییرات ضربان قلب در پاسخ به تغییرات در نگاه بین فردی از افراد مورد علاقه و غیر مورد علاقه." مهارت‌های ادراکی و حرکتی ۶۴(۲): ۵۹۵-۵۹۸.
۸. همان.
۹. زیگ زیگلار، معلم انگیزشی و نویسنده کتاب‌های پرفروش "شما را در اوج می‌بینم"، "اسرار بستن معامله"، "بر فراز قله" و "چیزی برای لبخند زدن".
۱۰. کرتیس، ربکا سی، و میلر، کیم. ۱۹۸۶. "باور اینکه دیگری شما را دوست دارد یا دوست ندارد: رفتارهایی که باعث می‌شوند باورها به حقیقت بپیوندند." مجله روانشناسی اجتماعی و شخصیت ۵۱(۲): ۲۸۴-۲۹۰.
۱۱. هایاکاوا، اس. آی. ۱۹۴۱. زبان در اندیشه و عمل. نیویورک: Harcourt Brace Jovanovich.

۱۲. آرونسون، ای.، و همکاران. ۱۹۶۶. "تأثیر یک پرتغال بر افزایش جذابیت بین فردی." علوم روان‌شناختی ۲۲۷:۴-۲۲۸.
۱۳. بنیاد کارنگی برای پیشرفت آموزش و مطالعات موسسه فناوری کارنگی در دهه ۱۹۳۰ نشان می‌دهد که ۸۵ درصد از موفقیت مالی فرد، حتی در زمینه‌های فنی مانند مهندسی، به دلیل مهارت‌های ارتباطی است.
۱۴. اداره آمار ایالات متحده در مورد شیوه‌های استخدام، آموزش و مدیریت، نظرسنجی‌ای از ۳۰۰۰ کارفرما در سراسر کشور انجام داد. ویژگی‌های ترجیحی در داوطلبان شغلی به ترتیب اهمیت عبارت بودند از: نگرش، مهارت‌های ارتباطی، تجربه کاری قبلی، توصیه‌های کارفرمای فعلی، توصیه‌های کارفرمای قبلی، مدارک مبتنی بر صنعت، سال‌های تحصیل تکمیل‌شده، امتیاز در آزمون‌های مصاحبه، عملکرد تحصیلی (نمرات)، شهرت مدرسه متقاضی، توصیه‌های معلم.
۱۵. والش، دبرا جی، و هویت، جی. ۱۹۸۵. "ارائه چراغ سبز به مردان: تأثیر تماس چشمی و لبخند در محیط بار." مهارت‌های ادراکی و حرکتی ۶۱(۳)، قسمت ۱: ۸۷۳-۸۷۴.
۱۶. والترز، لیلی. ۱۹۹۵. وقتی در حال جان دادن روی سکو هستید چه بگویید. نیویورک: McGraw-Hill.
۱۷. اکستل، راجر. ۱۹۹۴. بایدها و نبایدها در سراسر جهان. نیویورک: Sons, & John Wiley Inc.
۱۸. بوزراک، مری. ۱۹۹۷. مجموعه بهترین گام خود را به جلو بگذارید. مینیاپولیس: International Education Systems. یادداشت‌ها ۳۴۵.
۱۹. نوانا، گلدسون. ۱۹۹۸. مجموعه بایدها و نبایدها در سراسر جهان. بالتیمور: World Travel Institute.
۲۰. بایرن، دان، و همکاران. ۱۹۷۰. "تداوم بین مطالعه تجربی جاذبه و دوستیابی کامپیوتری در زندگی واقعی." مجله روانشناسی اجتماعی و شخصیت ۱۵۷:۱-۱۶۵.
۲۱. فست، جولیوس. ۱۹۷۰. زبان بدن. نیویورک: Schuster. & Simon.
۲۲. فست، جولیوس. ۱۹۹۱. زیرمتن: به کارگیری زبان بدن در محل کار. نیویورک: Viking.
۲۳. لوئیس، دیوید. ۱۹۸۹. زبان مخفی موفقیت. نیویورک: Graf Publishers, Inc. & Carroll.

۲۴. نیرنبرگ، جرارد، و کالیرو، هنری. ۱۹۹۳. چگونه یک فرد را مانند یک کتاب بخوانیم. نیویورک:

Noble Books. & Barnes

۲۵. پیز، آلن. ۱۹۸۱. سیگنال‌ها: چگونه از زبان بدن برای قدرت، موفقیت و عشق استفاده کنیم.

Bantam Books. نیویورک:

۲۶. سانیتو، توماس، و مک‌گاورن، پیترو جی. ۱۹۸۵. روانشناسی دادگاه برای وکلای محاکمه. نیویورک:

Sons, Inc. & John Wiley این صفحه عامدانه خالی رها شده است.

درباره نویسندگان

لیل لوندز یک متخصص ارتباطات مشهور بین‌المللی است که به مدیران ارشد شرکت‌های فورچون ۵۰۰ و همچنین کارمندان خط مقدم آموزش می‌دهد تا به ارتباط‌گران موثرتری تبدیل شوند. او تقریباً در هر شهر بزرگ ایالات متحده سخنرانی کرده و سمینارهای ارتباطی برای سپاه صلح ایالات متحده، دولت‌های خارجی و شرکت‌های بزرگ برگزار می‌کند. علاوه بر مجذوب کردن مخاطبان در صدها برنامه تلویزیونی و رادیویی، کار او توسط نیویورک تایمز، شیکاگو تریبون و مجله تایم مورد تحسین قرار گرفته است. مقالات او در مجلات حرفه‌ای و نشریات محبوبی مانند *Cosmopolitan*، *Psychology Today*، *New Woman*، *Redbook*، پنت‌هاوس و

منتشر شده است. او که در شهر نیویورک مستقر است، نویسنده کتاب‌های بسیاری از جمله کتاب‌های پرفروش "چگونه کاری کنیم که هر کسی عاشق شما شود" و "چگونه یک آهnbای انسانی باشیم" است.