

Bolko Fuchs

SUKCES W KAŻDYCH NEGOCJACJACH



**Poznaj najskuteczniejsze techniki
wywierania wpływu i zwyciężaj
w każdych negocjacjach!**

Niniejszy ebook jest **własnością prywatną**.

Niniejsza publikacja, ani żadna jej część, nie może być kopiowana, ani w jakikolwiek inny sposób reprodukowana, powielana, ani odczytywana w środkach publicznego przekazu bez pisemnej zgody wydawcy. Zabrania się jej publicznego udostępniania w Internecie, oraz odsprzedaży zgodnie z [regulaminem Wydawnictwa Złote Myśli](#).

© Copyright for Polish edition by ZloteMysli.pl

Data: 17.03.2008

Tytuł: Sukces w każdych negocjacjach

Autor: Bolko Fuchs

Wydanie I

ISBN: 978-83-7582-125-3

Projekt okładki: Marzena Osuchowicz

Korekta: Anna Popis-Witkowska

Skład: Anna Popis-Witkowska

Internetowe Wydawnictwo Złote Myśli sp. z o.o.

ul. Daszyńskiego 5

44-100 Gliwice

WWW: www.ZloteMysli.pl

EMAIL: kontakt@zlotemysli.pl

Wszelkie prawa zastrzeżone.

All rights reserved.

SPIS TREŚCI

<u>WSTĘP</u>	5
<u>1. UMYSŁ NIE MÓWI „NIE”!</u>	7
<u>2. SPRÓBUJ TEGO NIE PRZECZYTAĆ!</u>	9
<u>3. ALE...</u>	11
<u>4. SPÓJNIKI MAJĄ ZNACZENIE</u>	13
<u>5. IMPLIKACJE</u>	15
<u>6. OKREŚLENIA CZASU</u>	20
<u>7. CHWILO, TRWAJ!</u>	23
<u>8. PORZĄDKUJEMY</u>	25
<u>9. METAFORY</u>	27
<u>10. CYTATY</u>	29
<u>11. PRZYGOTUJ SIĘ DO NEGOCJACJI</u>	31
<u>12. NEGOCJACJE W PRAKTYCE</u>	35
12.1. Zmysły	36
12.2. Relatywne postrzeganie rzeczywistości	36
12.1.1. Typ wzrokowy (wizualny)	37
12.1.2. Typ słuchowy (audytywny)	37
12.1.3. Typ ruchowy (kinestetyczny)	37
12.1.4. Typ mieszany	38
<u>13. SMALL TALK</u>	39
<u>14. KOMUNIKACJA NIEWERBALNA</u>	40
<u>15. SZCZEGÓŁOWA ANALIZA ZACHOWAŃ</u>	42
<u>16. KLUCZ DO SUKCESU</u>	44
<u>17. KTO PYTA, NIE BŁĄDZI</u>	47
<u>18. ZAKOŃCZENIE ROZMOWY – MOMENT KULMINACYJNY</u>	50
<u>19. WSPOMAGACZE</u>	52
<u>20. TECHNIKI MANIPULACJI WEDŁUG PROF. ROBERTA CIALDINIEGO</u>	54
20.1. Wzajemność	54
20.2. Niedostępność	55
20.3. Autorytet	57
20.4. Konsekwencja	58
20.5. Komplementy	60
20.6. Społeczny dowód słuszności	60
<u>21. „JA” I „MOJE”</u>	63
<u>22. WYKORZYSTAJ BŁĘDY ROZMÓWCY</u>	64
<u>23. KIEDY WOLNO NEGOCJOWAĆ I JAK WOLNO NEGOCJOWAĆ</u>	67
23.1. Pierwsza żelazna zasada	67
23.2. Druga żelazna zasada	67
23.3. Trzecia żelazna zasada	68
<u>ZAKOŃCZENIE</u>	69
<u>BIBLIOGRAFIA</u>	70

Podziękowania

Chciałem podziękować osobie, która wciąż ze mną negocjuje

— Anicie F.

Wstęp

Drogi Czytelniku! Są dwa bardzo ważne pytania, na które muszę podać Ci odpowiedzi. Pierwsze z nich to — dlaczego napisałem tę książkę? Drugie — dlaczego warto ją przeczytać? Otóż wielokrotnie miałem okazję zapoznać się z wieloma dziełami z pogranicza negocjacji, sztuki perswazji, lingwistycznego programowania stylu etc. Każda z nich napisana została przez znawcę bądź autorytet w swojej dziedzinie. Wszyscy autorzy to specjaliści, fachowcy, a także wirtuozi w tematyce pokrewnej psychologii perswazji. Myślę, że pewien pogląd wypracowany przeze mnie po przeczytaniu tylu pozycji pozwala wysnuć wnioski, dotyczące treści mojego, nazwijmy to, dzieła. I tu odpowiedź na pierwsze pytanie. Książka ta została napisana jako zbiór najskuteczniejszych, moim zdaniem, technik manipulacji, wybranych z najlepszych dzieł największych autorów, przedstawionych w bardzo obrazowy sposób, co pozwala Ci spojrzeć na całą dziedzinę jakby z lotu ptaka i dostrzec to, co na pierwszy rzut oka wydaje się zbyt rozległe bądź skomplikowane. Treść tej książki to połączenie technik manipulacji i podstawowych zasad komunikacji międzyludzkiej oraz negocjacji. Nie tyle z naukowego, co z praktycznego punktu widzenia. Nie jest to elaborat bogaty w górnolotne przemyślenia, lecz kompendium wiedzy, jaką warto posiadać na początku drogi związanej z poznawaniem technik wywierania wpływu. I właśnie to jest odpowiedź na drugie pytanie. Osobiście zachęcam do pogłębienia wiedzy związanej z tą tematyką — będzie Ci o wiele łatwiej, gdy posiadasz solidne podstawy.

Być może nie jest to Twoja pierwsza lektura z dziedziny technik wywierania wpływu. Jednak ta w prosty sposób pokazuje techniki, które powinien znać każdy adept szukający sukcesu w życiu prywatnym

i zawodowym. Sukcesu, który polega na stosunkowo prostym sposobie przekonywania drugiej strony do swojego stanowiska, ułatwiając tym samym stosunki interpersonalne. Myślę, że udało mi się to w stu procentach. Połączyłem wiedzę z pogranicza sztuki perswazji i negocjacji, tworząc z nich bardzo efektywną mieszankę. Osobiście twierdę, iż przyswojenie sobie wiadomości, które za chwilę poznasz, powinno na długi okres zapewnić Ci łatwość wywierania wpływu. Dlaczego „powinno”? Gdyż nie powinieneś poprzestać na samym przeczytaniu książki — pamiętaj, że to trening czyni mistrza! Zapraszam zatem do lektury i trzymam za Ciebie kciuki.

1. Umysł nie mówi „nie”!

Czerwony klaun... Puszysty króliczek kicający po zielonej łące. Bez względu na to, jak będziesz się starać, czytając to zdanie, najpierw ujrysz czerwień, następnie klauna z pomalowaną twarzą, a na końcu wesołego, hasającego radośnie króliczka. Pewnie nigdy, drogi Czytelniku, nie zastanawiałeś się nad tym, jaki wpływ na Twoje życie może mieć tych kilka prostych słów. Ale o tym dowiesz się za chwilę.

Skoro mamy za sobą pewien eksperyment, możemy spokojnie zabrać się do formułowania wniosków. Jak zapewne wiesz, umysł funkcjonuje w bardzo specyficzny sposób. Jedną z jego części odpowiada za logiczne myślenie — jest to część świadoma naszego mózgu. Druga płaszczyzna, na jakiej postrzegany jest świat, to **podświadomość** — i to właśnie ona ma dla nas największe znaczenie. To właśnie nią będziemy się zajmować podczas całej podróży w głąb sztuki perswazji.

Naturalną kolejną rzeczą jest tworzenie się w głowie wyraźnego obrazu, wizji tego, o czym przed chwilą usłyszeliśmy. I jest to fakt niezaprzeczalny. Kolejnym pewnikiem jest to, iż nasz mózg został pozbawiony ważnej funkcji — rozumienia zaprzeczeń. Aby nie myśleć o czerwonym, umysł najpierw musi przywołać zapamiętaną barwę, a dopiero później zrobić coś, aby obraz ten zlikwidować. I jest to jedna z podstawowych niedoskonałości, które będziesz wykorzystywać w życiu zawodowym czy też prywatnym. Nie wierzysz? Spróbuj teraz wykonać poniższe ćwiczenie.

Nie myśl o kolorze niebieskim... Nie myśl o kominiarzu... Nie myśl o pingwinku ślizgającym się na lodzie.

1. Umysł nie mówi „nie”!

Jeśli na początku nie wyobraziłeś sobie czegoś niebieskiego, później kominiarza, a na koniec małego nielota, to najprawdopodobniej jesteś jedynym takim człowiekiem na Ziemi.

Naucz się kontrolować słowo **NIE**, a zobaczysz, jak wielkie możliwości ono daje. Nie myśl o tym, jak łatwo będzie wpływać na podejmowane przez ludzi decyzje, nie myśl o korzyściach płynących z czytanej właśnie lektury i nie myśl o tym, jak łatwo zacząć stosować tę strukturę w praktyce.

2. Spróbuj tego nie przeczytać!

Ogromna rzesza ludzi całe życie powtarzać będzie, że **spróbuj**e coś zdziałać. Od ludzi osiągających w życiu postawione przez siebie cele różni ich tylko to, że ci drudzy je osiągają, a ci pierwsi próbują. Zauważ jeden fakt: jak bardzo różnią się poniższe zdania, jak różne będziesz mieć odczucia w trakcie ich czytania. Zaczynamy:

Spróbuję zarobić 10 tysięcy złotych w tym miesiącu.

Zarobię 10 tysięcy złotych w tym miesiącu.

Zdanie u góry, na pierwszy rzut oka, wypowiedziane jest z niepewnością, niezdecydowaniem, składa los pensji bardziej w ręce szczęśliwego trafu niż przemyślanych działań. Drugie to zdecydowane, krótkie stwierdzenie faktu. Jasne, przemyślane, klarowne. Z logicznego punktu widzenia wszystko jest w jak najlepszym porządku. Jednak, jak pamiętacie, trzeba zająć się podświadomością. Struktura **SPRÓBUJ** to programowanie porażki! Nastrajamy mózg na niepowodzenie. Umysł nieświadomie zakłada przegraną i wpływa bezpośrednio na zaburzenie logicznego myślenia. Bo niby dlaczego nie miałbym zarobić 10 tysięcy? Będę ciężiej pracował, szef mnie doceni, otrzymam premię. Przyczyna, skutek. Cięższa praca, większe zarobki. Logicznie wszystko gra, a jednak... Niestety, ludzie, którzy tak mówią, sami nastawiają się na przegraną i najczęściej przez całe życie tylko próbują.

Podam poniżej doskonałą historię będącą ikoną tej struktury. Uważam ją za podręcznikowy przykład użycia słowa „spróbuj”. Pewien człowiek, nabywając nowy samochód, udał się do firmy ubezpiecze-

2. Spróbuj tego nie przeczytać!

niowej. Po kilkunastominutowej rozmowie zaczął jednak zwracać uwagę na zbyt wysokie koszty ewentualnej usługi. Na co wprawny sprzedawca odparł:

Uważam, iż cena nie jest wysoka, biorąc pod uwagę całą ofertę. Jeśli uważa ją pan za niekorzystną — proszę spróbować znaleźć u konkurentów lepsze warunki.

Myślicie, że klient pobiegł do innego biura, wpytując o zniżki itp.? Pewnie gdyby poszukał, znalazłby coś lepszego, ale jego mózg natychmiast po usłyszeniu słowa **SPRÓBUJ** stwierdził, że nie ma sensu zadawać sobie niepotrzebnego trudu.

To jedno, nieskomplikowane słowo wielu ludziom przysparza kłopotów, a innym toruje drogę do sukcesu — i jedynie od Ciebie zależy, jak je wykorzystasz.

3. Ale...

Wierzę, że jesteś porządnym człowiekiem, ale mógłbyś być uczciwszy.

Moim celem nie była ocena Twojej osoby, a jedynie zwrócenie uwagi na to, co poczułeś, czytając ten fragment. Jeśli czytałeś zbyt szybko (i coś przeoczyłeś) — zrób to jeszcze raz w celu dokładnego uświadomienia sobie tego, o czym będzie mowa w dalszej części rozdziału. A oto kilka kolejnych przykładów:

Twoje nowe auto jest bardzo ładne, ale czemu nie kupiłeś kabrioletu?

Twój język jest bardzo poprawny, ale staraj się nie robić powtórzeń.

W nowej fryzurze jest ci do twarzy, ale czy włosy nie są za krótkie?

Już teraz mogę powiedzieć, że masz rację. Wiem, co zaobserwowałeś — i bardzo się z tego cieszę. Zdanie występujące po spójniku **ALE** na poziomie podświadomym całkowicie kasuje istotę zdania poprzedzającego! Nieważne, czy Twoje auto jest ładne, czy nie — liczy się to, dlaczego nie kupiłeś kabrioletu. Twój język wcale nie jest poprawny, przecież zwrócono Ci uwagę na powtórzenia. Pamiętaj, że zdanie następujące po **ALE** musi być bezpośrednio powiązane z rzeczywistością, aby umysł nie mógł go zanegować. Dla przykładu:

Oferowany przez nas towar jest wprawdzie drogi, ale skoro już tu jestem, to proszę posłuchać o możliwościach, jakie daje.

3. Ale...

W pierwszej części zdania stworzyliśmy w mózgu odbiorcy miejsce na nowy fakt, natomiast w drugim zakomunikowaliśmy mu coś, czemu — chcąc nie chcąc — zaprzeczyć nie może, **w końcu stoję przed nim**, natomiast korzyści, jakie mu zaoferuję, spychają cenę na dalszy, niedostrzegalny dla podświadomości plan.

Powyższa struktura jest jedną z prostszych i skuteczniejszych, zatem spokojnie możesz stosować ją już od dziś! Korzystanie z kilku technik równocześnie przyjdzie z czasem, warto jednak pamiętać, że często najprostsze rozwiązania są najskuteczniejsze.