

6 Тактик, с Помощью Которых Вы Заставите Любого Человека

ДЕЙСТВОВАТЬ!

В этом выпуске «эйдеров» (оперативных методов эффективного психотехнологического воздействия и помощи) вы ознакомитесь с несколькими тактиками, которые помогут вам мотивировать любого человека в любое время, практически гарантированно добиваясь от него сотрудничества...

1

ОГРАНИЧЕНИЕ ВЫБОРА

Хорошее правило профессиональных продавцов-хардселлеров и опытных маркетологов гласит:

«Не позволяйте человеку делать выбор»

В данном случае вы должны понимать, что чем меньше у человека вариантов выбирать что-то – тем проще ему сделать этот выбор.

Расширение товарной линейки, как правило, служит плохую службу владельцам торговых марок, ибо человек, вынужденный

выбирать что-то из большого ассортимента однотипных предложений, легко впадает в замешательство и в итоге может так ничего и не купить.

Идеальный вариант – когда на одну проблему приходится одно решение – тогда человек не заморачивается кучей выборов и покупает с намного большей вероятностью.

Поэтому, прежде чем сделать человеку некое коммерческое предложение, вам лучше всего сократить количество возможных вариантов выбора – ограничившись максимум тремя, а лучше – двумя – основным и апселловым – с большим числом возможностей или функций.

2 Здравый смысл диктует, что чем больше выборов у человека, тем охотнее он найдет что-то подходящее для себя и таким образом захочет иметь с вами дело...

На самом деле все обстоит как раз наоборот...

Это полезно было бы знать владельцам онлайн-торговых площадок и брендов, которые вываливают на головы посетителей все сразу – без попыток как-то специализироваться.

Помните – многочисленные альтернативы губят сделку.

Вам важно иметь трафик посетителей, но не трафик разномастных товаров!

Человек любит, когда его жизнь упрощается, а не усложняется...

Ошибаться никто не любит, и поэтому второго шанса ваши посетители могут и не использовать...

Меньше выборов=проще решение=меньше манибэков

Одна из известных мебельных западных фирм выдерживает заказы клиентов в течение трех суток, прежде чем направить их на исполнение в транспортную службу.

Почему?

3

Потому что статистика показывает – в течение этого срока 60% всех покупателей приходят и меняют свое решение относительно цвета, обивки, комплектации и так далее...

Много выборов могут «заморозить» человека, и он перейдет в замкнутый цикл принятия решения, который может так никогда и не закончиться.

После принятия решения в ситуации, когда выбирать пришлось из множества вариантов, человек чаще всего будет спрашивать себя:

«А правильно ли я выбрал? Не облажался ли я именно с этим вариантом?»

Так что если вы не являетесь владельцем оптового магазина, который существует в условиях жесткой конкуренции и живет за

счет широты ассортимента – сокращайте число возможных вариантов покупки для ваших клиентов.

Когда вариантов нет вообще – человек чувствует что его свобода под угрозой и может скуксисться и уйти...

Когда же мы предлагаем клиенту небольшое число выборов, то этим самым подталкиваем его к мысли, что он контролирует ситуацию – большинству такое положение дел нравится...

УСТАНОВКА ДЕДЛАЙНА

4 Дедлайн – крайний срок для какого-либо действия (например в случае ОТО – однократных предложений) – при всей своей простоте использует аж ТРИ весьма глубоких психологических мотиватора для стимуляции действия...

- Во-первых, мотивационная компонента с точки зрения человека, подвергнутого «пытке дедлайном» склонна либо расширяться, либо сужаться – в зависимости от того какой дедлайн вы забацали.

Вся наша жизнь – это куча больших и махоньких дедлайнов, и, если бы не они – черта с два нас вообще что-то могло бы оторвать от дивана, телевизора и пива...

Самый глобальный дедлайн, конечно – это срок нашей жизни...

В природе человека - вечно ждать, пока ситуация не станет более благоприятной, или пока у него не будет больше информации по какому-либо сабжу.

Или же пока он не будет в лучшем настроении – типа не с бодуна и после секса :)

Дедлайн четко показывает человеку, что не фиг дальше ждать – действовать нужно СЕЙЧАС – позже с удачными шансами будет облом...

■ Во-вторых, дедлайн вовлекает в действие другой психологический мотиватор – нашу нелюбовь к любым ограничениям свободы...

Всякий раз, когда нам говорят, что мы НЕ можем или НЕ должны иметь или делать что-то – нас подталкивают к усиленным попыткам именно это иметь или сделать...

5

Поэтому, всякий раз, когда кем-то установлено ограничение на то, кем нам **быть**, что нам **делать** или **иметь** (параметры жизненной Игры) – это подкидывает дровишек в топку мотивации...

Один оптовый магазин помещает бирки с надписью «ПРОДАНО» на тех своих лотах, от которых хочет *избавиться*.

Тому есть весьма большой смысл...

Когда мы видим такую бирку, это подталкивает нас к мотивации иметь именно эту вещь...

И поэтому если мы видим по соседству вещицу, которая похожа на «проданную» - наша мотивация играет с нами шутку – мы покупаем в принципе нечто не очень нужное...

■ В-третьих, многочисленные исследования показали, что люди склонны реагировать в основном на то, что представляет собой редкость и может стать еще более редким...

Драгоценности, антиквариат, золото, нефть, рок-звезды, девственницы – вот лишь несколько примеров...

Отсюда же популярность модных вещей и вообще – новинок ограниченного предложения.

Платина ценнее золота, которое в свою очередь более ценно чем серебро...

И уж всяко ценнее, чем фекалии...

6

ЗАКОН ИНЕРЦИИ

Товарищ Ньютон первым сообщил нам, что ежели некое тело находится в покое, то оно будет хотеть сохранить свое спокойствие и дальше, а ежели оно движется, то его горячим желанием будет оставаться в движении бесконечно – пока хватит сил...

Те, кто пробовал остановиться во время приближения оргазма – тут же безоговорочно с этим согласятся :)

Точно так же согласятся с этим те, кто пытался разбудить храпящего и нажравшегося текилы соседа...

Я не утрирую - закон Ньютона точно так же относится и к людям – те, кто движется, стремятся поддерживать движение, а те кто покоятся с миром – предпочитают с миром покоиться и дальше.

Вот почему ежели вам удастся побудить кого-то к движению в заданном направлении – физически или ментально – начав с чего-нибудь легкого или забавного – он будет двигаться в том же направлении и дальше...

По сути вся идея «троянских» мемов (смотри книгу Вирусы Ума в Эвергрине: <http://vikorlov.com/evergreen>) именно в том, что они делают усвоение основного мема очень простым, понятным и часто забавным...

7 По этой же причине всевозможные выборные кампании часто упаковываются в формат шоу.

Почитайте упомянутую книгу и курсы по психотриггерам – вы поймете, на чем держится наш грешный мир, в котором дураки предпочитают оставаться дураками, умные хотят развиваться еще больше, а миллионы лентяев готовы сдохнуть от безденежья, лишь бы не напрягать свои мозги и телеса.

Людам очень нравится действовать последовательно – это можно прекрасно использовать, как описано в книгах психологов типа Чалдини.

Смысл прост – выполнив небольшую просьбу, человек попадает в ситуацию, когда на последующую просьбу большего калибра он

реагирует уже почти автоматически – так работает его подсознание – дурацкая в принципе вещь...

Делая что-то небольшое, мы начинаем свято верить в то, что так оно и должно быть – придумываем себе благоразумный мотиватор – даже если сделали не очень порядочную вещь...

Так люди втягиваются в криминал, оправдывают свои кражи и неудачи...

Так они попадают в руки как «белых» так и «черных» манипуляторов...

8 Тот, кто один раз пожертвовал грош - рискует стать хроническим филантропом...

ВАЖНО!

Наши действия ускоряет также такая штука, как музыка – многие наверняка замечали насколько лучше и быстрее работается, когда в наушниках звучит бодрый ритм.

Один из психологов – некто Миллимен – еще четверть века тому назад показал, что продажи в овощных магазинах растут если вокруг звучит медленная музыка – покупатели автоматически замедляли шаг, проходя мимо полок с огурцами и картошкой.

Ясно, что быстрая музыка действует противоположным образом – активирует и побуждает принимать решение быстрее.

Поэтому я все горю желанием проверить эффект бэкграундовой музыки на страницах ОТО предложений со счетчиком дедлайна – надо только аккуратно ее подобрать...

Быстрая музыка в столовых и ресторанах автоматически увеличивает частоту жевательных и кусательных движений: не знаю – нужно ли вам это знать, но при случае можете щегольнуть интеллектом... :)

9 То же самое относится и к быстрой речи – вспомните каков темп рекламных объявлений «помойной категории» - то есть всяких «телемагазинов»...

Если вы зададите человеку вопрос медленно – он медленно и ответит. И наоборот.

Спешка стимулирует чувство необходимости...

ЗАКОН ОЖИДАНИЯ

Звучит он просто:

Люди склонны делать то, что вы от них ожидаете...

При условии, что вы сами говорите и действуете **прямо, понятно и доверительно.**

Неважно – относится ли это к открыванию двери, поднятию упавшего платка или звонка по телефону – люди склонны реагировать на вашу убедительную просьбу, сопровождаемую мягким действием соответствующими телодвижениями...

В некоторых культовых технологиях это именуется «Восемь Си» – один из методов хорошего контроля.

10 Например, чтобы побудить человека двигаться за вами, вы просто говорите ему убедительно: «Идите за мной» и начинаете движение чуть впереди него, не оглядываясь, чтобы проверить – идет ли он...

Ваши слова и действия должны просто генерировать уверенность и ожидание того, что человек последует за вами.

Одна из цыганских техник наведения транса с помощью зеркала, кстати, именно на этом и строится...

ОБРАБОТКА ИНФОРМАЦИИ

Для наших целей очень важно иметь представление о том, как люди вообще обрабатывают информацию...

К счастью – почти все это делают схожим образом...

В специальной лекции-курсе «Честная Игра» (посвященном полностью всем тонкостям профессионального разоблачения любых лжецов и любой лжи), подробно говорится об этом и о том, как это влияет на поведение.

Чуть выше мы говорили о том, что включение закона инерции должно начинаться с чего-то простого и забавного – а там хоть в секту вовлекай, хоть в постель веди...

Рассмотрим еще одно применение этого процесса...

11 Если мы делаем то, что нам нравится, то к нашим действиям применимо такое понятие как «однозадачность»

Если же мы делаем то, что делать не хотим, то сводим свое поведение к «многозадачности»

Замечали за собой такое?

Что это означает?

Ну, скажем, вам нужно заплатить свои долги, а вас не посещает светлая мысль, что вам удастся это сделать...

Другими словами от оплаты долгов вы не в восторге...

Помните – как вы склонны рассуждать в такой ситуации?

Примерно так же, как автор, которому нужно сесть и написать книгу по некоему сабжу, а его жутко не прет...

То есть?

Вы начинаете разбивать задачу на мелкие кусочки типа: «Мне нужно распределить все свои долги по группам, потом отложить свою чековую книжку, закупить марок и конвертов, подписать каждое письмо, подписать каждый чек» – и так далее...

12

Если нужно сочинить книгу или отчет или записать ДВД, а вы почему-то не настроены это делать (хотя для вас это жизненно необходимо), то ситуация аналогична – вы будете затачивать каждый карандаш и перечитывать каждую бумажку и черновик...

Если же действие вам приятно, то вы действуете более глобальными шагами, разбивая все по крупным блокам.

Ну, типа, если вам нравится готовить, то шаги будут такими – пойти в магазин, купить продукты, сделать пожрать...

А если от кулинарии вас воротит, то все мелочи, включая мытье посуды – будут включены в ваш план действий.

Ну и на фига нам все это знать?

Вот на фига: если вы хотите чтобы кто-то что-то сделал, то вам нужно показать ему что это ПРОСТО И ЛЕГКО.

Эти два слова – относятся к так называемым «мемам активации», которыми часто пользуются «сетевики», вербующие вас в свои МЛМ.

Ну а для того, чтобы соответственно развалить мотивацию, вам нужно всего лишь расписать действие на кучу шагов, превратив все это в сплошную мутотень и тоску смертную...

В двух случаях процесс один, а мотивацию вы получаете абсолютно различную...

13

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ГОРЮЧЕЕ

Подождите! . . Это еще не все!

Сколько раз вам приходилось слышать или читать эту сакраментальную рекламную фразу - в эфире или в онлайн?

Фраза, между прочим, сильно стимулирует мотивацию – по ТВ, в личной встрече или по телефону...

Уличные дистрибьюторы с их уличным гипнозом хорошо это знают, не так ли? :)

Пользуйтесь ею на здоровье!

Статистика показывает, что одна эта техника увеличивает отклик от телерекламы на 35%!

Какого черта, спрашивается?

Все просто – человек получает некий бонус за быстроту действий – причем абсолютно в принципе неважно – что это за бонус – бесплатная доставка, чашка кофе, бесплатный презерватив...

Таблетка от жадности должна быть просто большой :)

Это очень эффективно...

14

ВАЖНО!

Наша речь также подчиняется закону инерции...

Такие внешне невинные сочетаний как «в то время как...» и «в течение...» - это мощные мотиваторы, хорошо знакомые тем, кто увлекается модной фицей под названием «эриксоновский гипноз».

В чем связь?

Вспомните, что движение легче поддерживать тогда, когда оно уже происходит – и физически и ментально.

Отсюда вся сила таких штук как, например, «апселлы» - широко применяемые при продажах в онлайн или фраз типа: «Раз уж мы все равно гуляем, так давай забежим на минутку к моей бабушке – проведем старушку...»

Это будет явно лучше, чем вывалить прямолинейное: «Когда мы выйдем погулять, то зайдём к моей бабушке...»

Второе проглатывается с трудом, а первое – за милую душу...

РЕЗЮМЕ:

Сужайте варианты выбора, чтобы снять излишние колебания и сомнения.

Устанавливайте дедлайны

15

Используйте небольшие просьбы, чтобы побудить человека реагировать позитивно на просьбы большего калибра

Пользуйтесь «законом ожидания» и своими действиями для его поддержки и усиления мотивации.

Увеличьте отдачу от «закона инерции» показывая человеку, что хотите от него простых и легких действий – и подталкивая его тем самым к движению в нужном вам направлении.

Предлагайте небольшие дополнительные бонусы за быстрое принятие решения

Помните при всем при этом, что первейшим фактором, который определяет ваш успех в мотивации людей, является фактор доверия к вам и симпатии, которую вы у них вызываете...

Не Пропустите Другие Выпуски Этой Серии!

Как понравиться любому человеку и заставить его думать о том – какой вы замечательный

16

Эйдер 1. Как понравиться любому человеку в любое время?

Эйдер 2. Как стать необъяснимо привлекательным?

Эйдер 3. Как произвести фантастическое первое впечатление?

Эйдер 4. Как добиться преимущества в любых отношениях?

Эйдер 5. Как сделать так чтобы вас считали «золотым человеком»?

Эйдер 6. Как оставаться спокойным, уверенным и удерживать контроль в любой ситуации?

Как избежать попадания в манипулятивную западню и избежать лжи?

Эйдер 7. Как гарантированно проверить истинность дружбы

Эйдер 8. Как проверить правдивость чужих слов?

Эйдер 9. Как узнать – не манипулируют ли вами?

Эйдер 10. Как раскрыть любой блеф?

Эйдер 11. Как видеть людей насквозь?

Эйдер 12. Как добиться, чтобы люди говорили вам то, что на самом деле думают?

Как контролировать любую ситуацию?

Эйдер 13. Как побудить любого человека действовать

Эйдер 14. Как побудить кого-либо последовать вашему совету?

Эйдер 15. Как заставить человека сдержать обещание?

Эйдер 16. Как заставить упряма изменить свое мнение?

Эйдер 17. Как побудить другого сделать вам одолжение?

Эйдер 18. Величайшие секреты лидерства

Эйдер 19. Как добиться чтобы люди поняли все что угодно?

Эйдер 20. Правило меньшинства

Эйдер 21. Как заставить любую группу людей уживаться друг с другом?

Как победить конкурентов на работе, в игре, в интимных отношениях?

Эйдер 22. Секреты победы в любой ситуации

Эйдер 23. Главная ошибка, которую мы совершаем в жизни

17

Как моментально справиться с самыми неприятными, трудными и обескураживающими ситуациями в жизни?

Эйдер 24. Как добиться, чтобы на ваш звонок обязательно ответили?

Эйдер 25. Как добиться чтобы вам простили все что угодно?

Эйдер 26. Лучший способ справляться с плохими новостями

Эйдер 27. Как возвращать долги без задержек и споров?

Эйдер 28. Как сказать «НЕТ» не обижая?

Эйдер 29. Как превратить грубияна и задиру в своего лучшего друга?

Эйдер 30. Как прекратить слухи, прежде чем ваша репутация пострадает?

Эйдер 31. Как моментально прекратить оскорбления?

Эйдер 32. Как добиться от других открытости?

Эйдер 33. Как легко и быстро улаживать любые жалобы?

Эйдер 34. Как моментально остановить сцену ревности?

Эйдер 35. Как получить от людей лучший совет?

Эйдер 36. Как критиковать по максимуму, но без обид?

Эйдер 37. Как добиться, чтобы другой доверился вам и признался в чем угодно?

Эйдер 38. Как отвечать на трудные и тупые вопросы?

Эйдер 39. Кое-что для родителей

Эйдер 40. Как благополучно выбраться почти из любой ситуации физической и сексуальной угрозы?

**ВСЕ Выпуски (а также скидки и бонусы к ним)
будут доступны только по линку:**

[Эвергрин](http://vikorlov.com/evergreen)

(<http://vikorlov.com/evergreen>)