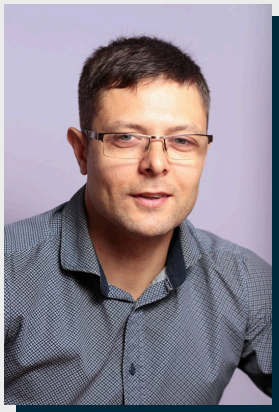


Виктор Назаришин

ПОВЫСЬТЕ УБЕДИТЕЛЬНОСТЬ  
СВОИХ РЕЧЕЙ УЖЕ СЕГОДНЯ

О МАСТЕРСТВЕ АГИТАЦИИ

**44 СЕКРЕТА УБЕДИТЕЛЬНОСТИ**



## **Виктор Назаришин**

*психолог, специалист по речевым технологиям, HRBP (IT-сектор)  
основатель компании «Invols».*

 ViktorNazarishyn

 ViktorNazarishyn

**«ЧЕМ НЕЗАМЕТНЕЕ  
И ТОНЬШЕ МЕТОД  
УБЕДИТЕЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ,  
ТЕМ ОН ЭФФЕКТИВНЕЕ  
И ДЕЙСТВЕННОЕ».**

В ТОП-10 востребованных навыков в 2019 году по версии LinkedIn **“Умение убеждать”** стоит на втором месте. Здесь собраны общие техники повышения убедительности речей. Данные инструменты применимы в дискуссиях, в дебатах, в переговорах, как в личной беседе, так и при публичных выступлениях.

Систематически анализируя свои речи на предмет соответствия описанным в книге моментам, со временем Вы сможете овладеть техниками убеждения в совершенстве.

Желаем приятного прочтения и эффективного применения полученной информации на практике. Пусть Ваши речи будут эффективнее и эффективнее.

Практические занятия по данной тематике Вы сможете пройти на мероприятиях компании **Invols** (<http://invols.com/>)

# 44 секрета убедительности

## ИСПОЛЬЗУЙТЕ В РЕЧИ ЛОГИЧЕСКИЕ АРГУМЕНТЫ

Чем выше умственный уровень слушателей, тем более они будут полагаться на разумные доводы, то есть на свою логику. При этом нужно учитывать и то, что чем в большей степени содержание речи затрагивает наши интересы, тем вероятнее мы обращаемся к своей логике и критичному мышлению.

## ИСПОЛЬЗУЙТЕ В РЕЧИ АРГУМЕНТЫ, ОБРАЩЕННЫЕ К ЧУВСТВАМ СЛУШАТЕЛЕЙ

Чем в меньшей степени содержание речи затрагивает собственные интересы человека, тем легче он принимает решение под влиянием аргументов, обращенных к эмоциям.

## ДЛЯ УБЕДИТЕЛЬНОСТИ РЕЧЕЙ ПОСТОЯННО РАБОТАЙТЕ НАД ПОВЫШЕНИЕМ СВОЕГО АВТОРИТЕТА

Еще один ключевой фактор, который влияет на убедительность нашей речи, кроме силы аргументов и манеры выступления, это личность говорящего. Человека авторитетного в своей области будут слушать внимательно, даже если он будет говорить в не интересной манере, ему будут верить, даже если он будет приводить не убедительные аргументы. Авторитет зарабатывается годами и потом успешно работает на убедительность речей. Пример: “Как бывший министр иностранных дел я могу сказать ...”

01

02

03

# 44 секрета убедительности

## СФОРМУЛИРУЙТЕ ЦЕЛЬ РЕЧИ/ВЫСТУПЛЕНИЯ

*Авраам Линкольн говорил: «Люди терпят неудачи не из-за недостатка способностей, а из-за отсутствия целей в жизни».*

Цель помогает сфокусировать на подготовленных аргументах и оказывает положительное влияние на манеру выступления, заряжая энергией и мотивируя говорящего. Перед тем, как что-либо сказать, подумайте, зачем это говорить.

**Примечание:** стоит также подумать, нужно ли говорить это данному человеку и в данной конкретной ситуации ... Проанализируйте последствия своих слов, а уж потом - говорите!

## ОСНОВАТЕЛЬНО СПЛАНИРУЙТЕ СВОЮ РЕЧЬ

- Продумайте вступление, основную часть и то, чем будете завершать.
- Продумайте основные фрагменты речи заранее...
- При произнесении речи сначала подготовьте слушателей к восприятию своих слов: привлеките внимание, расположите аудиторию, поясните цель речи.
- В основной части последовательно излагайте подготовленные аргументы, а в завершении — усиливайте эффект речи, повторяйте ключевое.

## НАЧИНАЙТЕ С РАСПОЛОЖЕНИЯ К СЕБЕ

Еще один ключевой фактор, который влияет на убедительность нашей речи, кроме силы аргументов и манеры выступления, это личность говорящего.

Человека авторитетного в своей области будут слушать внимательно, даже если он будет говорить в не интересной манере, ему будут верить, даже если он будет приводить не убедительные аргументы. Авторитет зарабатывается годами и потом успешно работает на убедительность речей.

**Пример:** “Как бывший министр иностранных дел я могу сказать ...”

04

05

06

# 44 секрета убедительности

## **СОХРАНЯЙТЕ САМО- ОБЛАДАНИЕ И УБЕЖДАЙТЕ НЕНАВЯЗЧИВО**

Чем более агрессивно мы пытаемся отстоять свою правоту, тем сильнее будет сопротивляться собеседник принятию нашей точки зрения, а чем тоньше и незаметнее метод убедительного воздействия – тем он эффективнее и действеннее.

Как правило, чем энергичнее и даже агрессивнее мы будем убеждать другого человека, тем большие психологические преграды мы создадим в его сознании для восприятия нового взгляда.

07



# 44 секрета убедительности

## ДУМАЙТЕ ОБ ЭМОЦИЯХ СЛУШАТЕЛЕЙ

Каждое общение условно ведётся на двух уровнях – **предметно-логическом** и **лично-ностно-эмоциональном**. Во вступлении и в заключительной части речи общение ведётся на том уровне, где преобладают эмоции (лично-эмоциональный уровень), именно к эмоциям должны быть обращены слова говорящего на этих этапах.

А к логике мы обращаемся тогда, когда настроили слушателя на восприятие нашей речи (предметно-логический уровень), то есть в основной части речи.

Думайте о тех эмоциях, которые возникают у слушателей, подбирайте соответствующие слова. Эмоции запоминаются сильнее, чем слова.

## ИСПОЛЬЗУЙТЕ МЕТОДЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ

Чтобы поддерживать внимание к своей речи используйте цитаты известных людей, вопросы, впечатляющие факты и исторические события, факты из личной жизни, юмор, паузы в речи, эмоционально-окрашенные слова, призывы, лозунги и пр.

## ЗАВЕРШАЙТЕ РЕЧЬ ЭФФЕКТНО

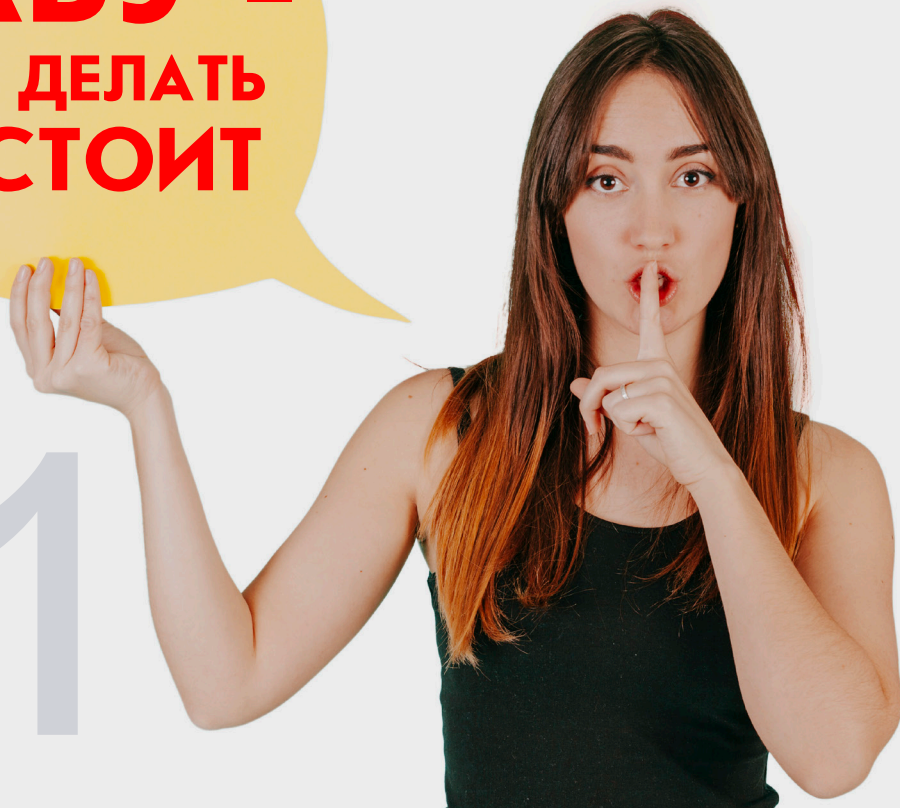
Любой может речь начать, но не всякий может её правильно завершить.

Совет простой: **«Дело не начинай, если не сможешь его закончить»**.

Произнося речь, необходимо помнить о том, что наиболее запоминается слушателями именно то, о чем говорится в начале и в конце речи, причем, в большей степени все-таки помнится конец. Это следствие так называемого «закона края». В завершении усиливайте эффект речи, повторяйте ключевое и говорите то, что точно должны запомнить слушатели.

# 44 секрета убедительности

**ТАБУ –  
ЧЕГО ДЕЛАТЬ  
НЕ СТОИТ**



- Не говорите о том, что вы хотели бы быть в другом месте, или же о том, что вас долго упрашивали выступить, а вы не соглашались.
- Не признавайтесь в том, что вы не готовы к речи. Не извиняйтесь.
- Не говорите о том, что вы выступали с подобной речью уже неоднократно.
- Избегайте признания, что речь Вам кто-то написал.
- Не поднимайте в конце выступления новые вопросы.
- Не признавайтесь, что забыли что-то сказать.
- Не нужно несколько раз заканчивать. Типа «И наконец... в заключении... и последнее...».
- Не нужно заканчивать выступление словами «Это все, что я хотел сказать», или «У меня все».
- Не используйте уменьшительно-ласкательную лексику, типа “файлик”, “папочка” и пр.

# 44 секрета убедительности

## ИЗЛАГАЙТЕ АРГУМЕНТЫ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНО И ПОНЯТНО

«Согласие с формой ведет к согласию с содержанием».

Например, рассказать автобиографию великого человека, так чтобы было понятно слушателю можно, начиная с его детства, потом рассказать о юности, а после о его зрелом возрасте (так называемый «исторический метод» изложения материала).

Изложение же моментов автобиографии несвязанных между собой будет восприниматься плохо.

## ОЧЕРЕДНОСТЬ ИЗЛОЖЕНИЯ АРГУМЕНТОВ В РЕЧИ

В процессе аргументации психологически выгоднее дополнительно обозначить несколько альтернативных предложений и показать несостоятельность каждого из них. После Вы описываете поддерживаемое Вами решение, не забывая о его незначительном недостатке, для объективности.

## СХЕМА АРГУМЕНТАЦИИ ВЫГЛЯДИТ ТАК:



**СИЛЬНЫЙ ... СРЕДНИЙ ...  
... САМЫЙ СИЛЬНЫЙ АРГУМЕНТ!**

**Минусом** здесь является небольшой недостаток, который Вы сможете упомянуть, но который, конечно, не отразится на убедительности Вашей речи.

**Плюсы** – аргументы в пользу предлагаемого решения.

12

13

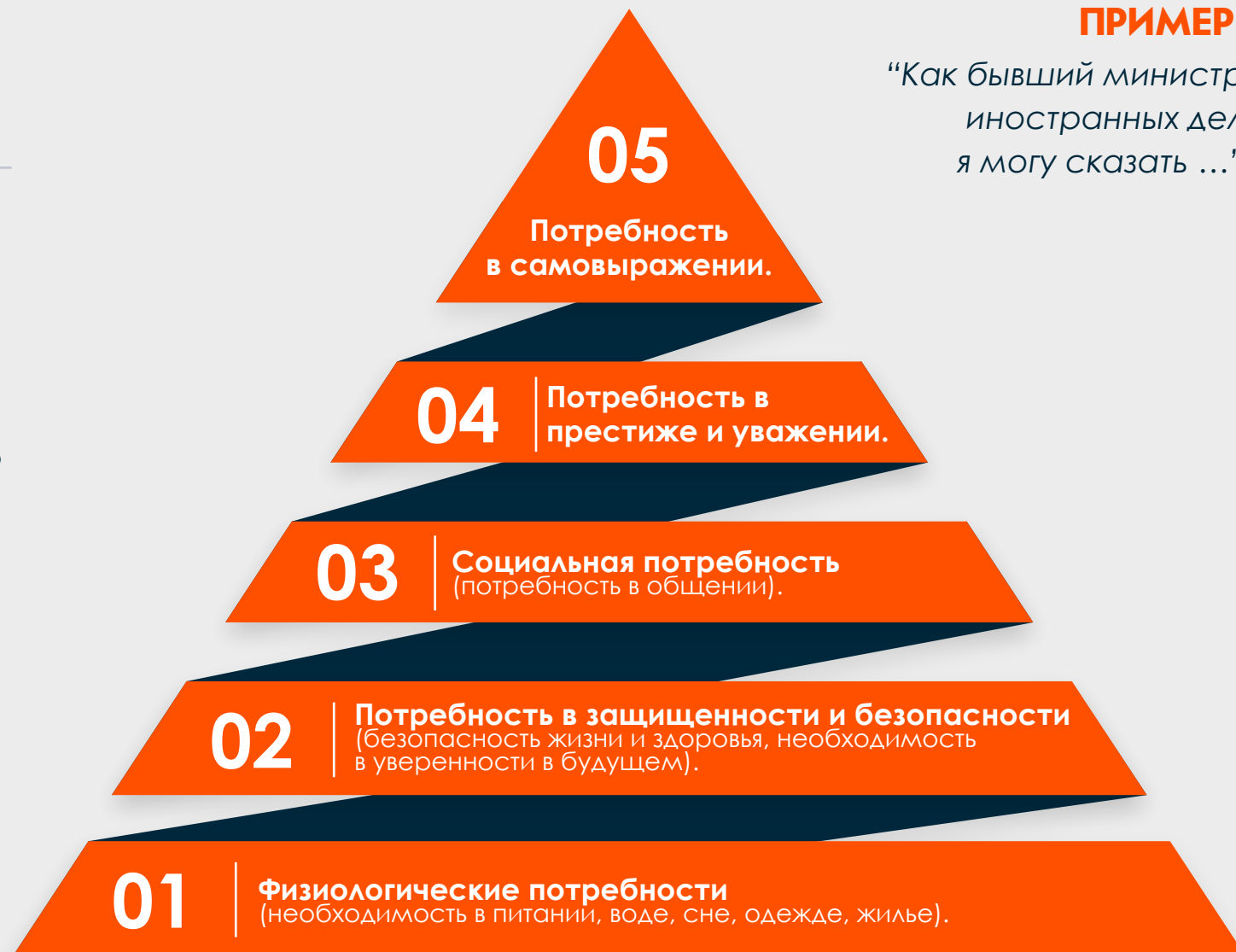


# 44 секрета убедительности

## ИСПОЛЬЗУЙТЕ МЕТОДЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ АРГУМЕНТАЦИИ

Одним из сильнейших способов убеждения, является психологическая аргументация, при которой аргументы воздействуют на эмоции слушателя, через обращение к его потребностям. Известный психолог Абрахам Маслоу создал так называемую «**пирамиду потребностей**», которая включает в себя 5 уровней:

14



### ПРИМЕР:

“Как бывший министр иностранных дел я могу сказать ...”

# 44 секрета убедительности

## СДЕЛАЙТЕ АКЦЕНТ НА ТОМ, ЧЕГО ЧЕЛОВЕК ИЗБЕЖИТ

«Мотивация избегания» является сильным инструментом в агитации. Проговорите не только то, что человек приобретет, но и то, чего он избежит, если примет Ваше решение.

## ТЕХНИКА УБЕЖДЕНИЯ «НАЧИНАЙ С МАЛОГО И СТРОЙ ПОСТЕПЕННО»

Люди стремятся быть последовательными и стараются поступать в соответствии с тем, что уже сделали или сказали, а также в соответствии с тем, как их воспринимают окружающие.

Если мы сможем добиться обязательств, косвенно относящихся к нашей теме, то это облегчит нам задачу убеждения.

Соглашаясь с минимальными требованиями, мы подталкиваем себя к выполнению глобальных требований в соответствии с необходимостью быть последовательными.

Заставьте покупателя похвалить товар (согласиться с необходимостью какой-то функции, привлекательностью качества и пр.) и Вы его продадите.

## ТЕХНИКА УБЕЖДЕНИЯ «ТРЕБОВАНИЕ, ЗАТЕМ ОТКАЗ И ОТСТУПЛЕНИЕ»

Человек выводится из состояния душевного равновесия глобальным, но реально выполнимым требованием (пример: «Цена за штуку 400 у.е.»), а затем соглашается и на менее глобальное требование, согласие на которое вначале и ожидали от него получить (пример: «А сейчас готовы отдать за 160 у.е.»). Исследования точно подтверждают, что применение данной техники заставляет охотнее выполнять требуемое. Просите больше, чем необходимо, а с учетом торга получите то, на что рассчитывали.

15

16

17

# 44 секрета убедительности

## ОТБРАСЫВАЙТЕ ВСЕ ЛИШНЕЕ

Добивайтесь своих целей наиболее простым, рациональным способом, с минимальной затратой усилий, времени и речевых средств, в соответствии с так называемым «принципом экономии».

Высказывание должно содержать не больше и не меньше информации, чем требуется.

Идеальное количество вопросов, затрагиваемых в основной части речи – 3.

Можно включить в речь и 4, и 5 вопросов, но не рекомендуется более 7!

## ОЦЕНИТЕ ОБСТАНОВКУ И ПРОЯВИТЕ ЭМПАТИЮ

У каждого человека, в той или иной ситуации, доминируют различные потребности. Поэтому, планируя обратиться к потребностям человека и тем самым пытаясь убедить его, Вы должны учесть ситуацию, в которой находитесь, темперамент собеседника, его вкусы, настроение, предпочтения и прочие моменты, которые могут повлиять на процесс убеждения.

## В ПЕРЕГОВОРАХ СТАВЬТЕ ЦЕЛЬ-МАКСИМУМ И ЦЕЛЬ-МИНИМУМ

Ответьте себе на вопрос:

**«В чем заключается идеальное решение?»** и поставьте себе **цель-максимум**, то к чему будете стремиться.

Продумайте, от каких аспектов идеального решения можно отказаться, дав уступку собеседнику, поставьте **цель-минимум**, с которой сможете смириться.

18

19

20

# 44 секрета убедительности

## БУДЬТЕ ХОРОШИМ СЛУШАТЕЛЕМ

---

Концентрируйтесь на собеседнике.  
Внимательный слушатель располагает к себе собеседника.

О молчаливом человеке хоть и не скажут,  
что он умный, но и не скажут, что он глупый.

21



# 44 секрета убедительности

## ПРИМЕНЯЙТЕ ПРАВИЛО СОКРАТА

Желая переубедить собеседника, начинайте не с разделяющих вас моментов, а с того, с чем Вы согласны с оппонентом, или с чем внутренне согласен Ваш собеседник. Хорошо, если сначала он согласится, хотя бы с чем-то незначительным. Но, ни в коем случае, не стоит вытягивать из собеседника слово «Да» (это выглядит наигранно и подозрительно).

В процессе дискуссии, даже когда Вам не с чем согласиться, скажите, что Вы понимаете точку зрения собеседника, можете даже привести аргумент в подтверждение его позиции. Положительная реакция благоприятно настраивает собеседника на общение.

## ИЗБЕГАЙТЕ КОНФЛИКТОГЕНОВ

**Конфликтогены** — это такие слова, которые вызывают негативные эмоции и могут привести к конфликту.

**Примеры:** но, нет, Я, другая точка зрения, всегда, никогда, все, никто, везде, нигде и т.п. Также, выясняя причину чего-либо, нежелательно начинать фразу со слова **«Почему?»**, использование данного слова невольно ставит под сомнение слова говорящего, что, воспринимается негативно и приводит к возникновению конфликтной ситуации.

Не давайте оценок и советов, не критикуйте, если нет в этом необходимости.

## ИСПОЛЬЗУЙТЕ СЛАБЫЕ АРГУМЕНТЫ В ДОСТАТОЧНОМ КОЛИЧЕСТВЕ

При отсутствии сильных доказательств можно использовать принцип Квинтилиана, согласно которому не сильные аргументы подкрепляют друг друга. Лишенные значения качественно, они убедительны количеством, тем, что все подтверждают одно и то же обстоятельство.

# 44 секрета убедительности

## ДАЙТЕ СОБЕСЕДНИКУ «СОХРАНИТЬ ЛИЦО»

Помните и не нарушайте правило Паскаля: **«Не загоняйте собеседника в угол»**, дайте ему **«сохранить лицо»**.

Не вытягивайте из собеседника признания, что Вы его переубедили. Чувствуете, что убедили – остановитесь.

**Слова Паскаля:** *«Ничто так не разоружает, как условия почетной капитуляции»*.

## НЕ НАРУШАЙТЕ «ЗАКОН КРАЯ»

**«Закон края»** говорит о том, что запоминается лучше всего то, что сказано в начале и в конце речи.

Фиксируйте полученную информацию и прекращайте беседу сразу после достижения намеченной цели.

Не стоит поднимать другие вопросы в конце разговора, пусть запомнится ключевое.

## ПРОДЕМОНСТРИРУЙТЕ ПОНИМАНИЕ ПРОТИВОПО- ЛОЖНЫХ МЫСЛЕЙ

Профессиональные спичрайтеры следуют заветам великого Гете: **«Каждое произнесенное слово вызывает противоположные мысли»**.

Это означает, что, когда Вы высказываете одну точку зрения, слушатели рефлекторно обдумывают противоположную. Покажите, что понимаете противоположную точку зрения лучше, чем сами слушатели, и объясните, почему Ваши основные аргументы все же важнее.

25

26

27

# 44 секрета убедительности

## УЧТИТЕ, ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ УЛОВКИ ПОВЫШАЮТ УБЕДИТЕЛЬНОСТЬ РЕЧИ

- «Как все, можно»

### Пример:

«Многие ...», «Так сейчас все делают...».

Принцип социального доказательства гласит:

**«Чем большее число людей находят данную идею верной, тем более верной будет считаться эта идея».**

- «Ссылка на авторитеты».

### Пример:

«Аристотель писал ...»

- «Игра на чувствах – апелляция к публике».

Апелляция к чувству долга, чести, ...

- «Вдалбливание-повторение»

Способ повторения по несколько раз относится к уловкам внушения.

- «Эмоционально-окрашенные слова».

Похождения (-), интересный (+), связаться (-), сборище (-), отличный (+), заявила в кулуарах (-), превосходный (+), чудесный (+), громкие заявления (-).



# 44 секрета убедительности

## УЧТИТЕ, ОПРОВЕРГАТЬ ЛЕГЧЕ, ЧЕМ ДОКАЗЫВАТЬ

Опровергать можно или тезис, или аргументы, или же демонстрацию.

**Тезис** – это утверждение, которое доказывается.

**Аргумент** – это логический довод, с использованием которого мы пытаемся доказать свою правоту.

Например, в качестве аргумента может быть использовано сравнение, пример, факт, закон и т. д.

**Демонстрация** - это способ доказательства (рассуждения), отражающий то, как аргумент связан с тезисом.

Например, видами демонстрации являются: индукция, дедукция, аналогия.

Демонстрация отвечает на вопрос: «Как аргумент связан с тезисом?»

## УЧТИТЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА УБЕЖДЕНИЕ

- **Личность говорящего.**
- **Вес имеющихся аргументов** (насколько убедительны аргументы) и их количество. Чем больше аргументов при одинаковой их убедительности, тем сильнее общее воздействие речи.
- **Стиль изложения, интонация говорящего, темп речи, манера поведения и очередность изложения аргументов в речи** (сильный/средний по силе/самый сильный).
- **Характер слушателей:** состав аудитории, ее численность, информированность по теме предстоящего разговора, настроение слушателей и т. д.
- **Потребности и интересы аудитории.** В терминах Гарвардской школы переговоров эта особенность звучит как разделение интересов и позиций: не стоит спорить о позициях, необходимо пытаться удовлетворить интересы оппонента.

## УЧТИТЕ, МЕТОДЫ ВНУШЕНИЯ ПОВЫШАЮТ УБЕДИТЕЛЬНОСТЬ РЕЧИ

- **Метод сравнения.** Приводя примеры, мы повышаем убедительность речи.
- **Страховка от противоположных аргументов** (предугадывание возражения оппонентов и включение их в свою речь)
- **Метод «Вдалбливание - повторение»** (Неоднократное повторение аргументов в разном контексте, по принципу “Что скажешь народу трижды, в то верит народ!”).
- Уловка **«Ссылка на статус говорящего».**
- Уловка. **«Неосведомленность противника».** Например, «Вам, конечно, известно, что наука давно установила, что...»; «Общеизвестным является факт...» и т. п.
- Уловка **«Довод к личности оппонента».** Иногда вместо обсуждения по существу, начинают оценивать достоинства и недостатки человека, его выдвинувшего  
**Пример:** «Это человек Вы рассказываете нам про честность?».



# 44 секрета убедительности

## УЧТИТЕ, УЛОВКИ УБЕЖДАЮТ, ПОКА ИХ НЕ РАСКРЫЛИ

- Уловка **«Неявные допущения»**. Примеры: «Да по-моему, уже все прекрасно понимают, что...»; «Любой человек в этой ситуации подумает...»; «Я уверен, что каждый из присутствующих согласится с тем, что...» и пр.
- Уловка **«Игнорирование»**. Бывает, что приведенный факт не может быть опровергнут, но зато его можно с успехом проигнорировать.
- Уловка **«Нападением в ответ на нападение»**. Например, на вопрос мы можем ответить вопросом, ведь задать вопрос намного легче, чем ответить на него, правда?
- Уловка **«Чтение в сердцах»**. Когда говорящий ссылается на мотивы, которые заставили собеседника высказать данное утверждение.
- Уловка **«Увести разговор в сторону»**. Чтобы уйти от поражения, сделать его не столь заметным, говорящий всячески уводит разговор в сторону, отвлекает внимание оппонентов второстепенными вопросами, рассказами на отвлеченные темы.

## УЧТИТЕ СУЩЕСТВОВАНИЕ ТАКИХ МЕТОДОВ ОПРОВЕРЖЕНИЯ ДОВОДОВ

- **Атака квалификации источника**. Пример: «Вернемся к нашему исследованию препарата. Кто проводил это исследование? Насколько квалифицирован этот человек?».
- **Метод сведения к абсурду. Гипербола**. Преувеличивая, сказанное доводится до нелепости, сведение к абсурду.
- Уловка **«Назвать главным тот аргумент выступления оппонента, который легче всего опровергнуть»**.
- Уловка **«обнажив красноречие, мы приуменьшаем его значение»**. Пример: «Мы слышим, как искусно обвиняет прокурор, в искусстве обвинения ему нет равных».

## НАБЛЮДАЙТЕ ЗА НЕВЕРБАЛЬНЫМ ПОВЕДЕНИЕМ СЛУШАТЕЛЕЙ

Более 80% сигналов тела мы понимаем без специального обучения.

Из экспериментальных исследований известно, что более 80% информации передается невербально, то есть через нашу интонацию, мимику (микровыражения) и жесты.

Даже если словесно мы не реагируем, то невербальные сигналы все равно от нас исходят.

Попробуйте после разговора вспомнить, какую невербальную информацию Вы помните о разговоре, тренируйте внимательность и скоро заметите, что многое становится понятно без слов.

# 44 секрета убедительности

## УЧТИТЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТА МЕЖДУ ЛЮДЬМИ

- **Внешность** (привлекательность, сходство)
- **Продолжительность и частота реплик.**
- **Темп речи** (быстрота произнесения слов, длительность пауз и их частота).
- **Эмоциональное состояние** (совпадение настроений).
- **Цель и предмет встречи.**
- **Совпадение невербальных сигналов.**

*«Иногда сама только походка и жестикуляция человека, с которым придется общаться, вызывает отвращение».*

## УЧТИТЕ ПРИЕМЫ ДОМИНИРОВАНИЯ В ОБЩЕНИИ

- **Громкий уверенный голос.**
- **Перевод обсуждения на хорошо знакомые темы.**
- **Задавание вопросов.** Отвечающий на вопрос принимает позицию задающего вопрос и зачастую имеет статус оправдывающейся стороны.
- **Призывы и требования.**

## СТРУКТУРИРУЙТЕ СООБЩЕНИЕ

Есть способ изложения материала в основной части речи, который условно назовем «Факт и его последствия». Разбиваем сообщение на такие этапы:

- 1.** Описание ситуации и анализ последствий.
- 2.** Анализ ситуации и приведение фактов по данной ситуации.
- 3.** Альтернативные решения, анализ и демонстрация их несостоятельности.
- 4.** Главное решение/гипотеза, подтверждающие факты (++++).
- 5.** Преимущества и выгоды планируемого решения. Описание планируемых последствий.

35

36

37

# 44 секрета убедительности

## ИСПОЛЬЗУЙТЕ ПРИЕМЫ АКТИВНОГО СЛУШАНИЯ

- **Нерефлективное слушание:** внимательный взгляд, соответствующая мимика и жесты (кивок головы).
- **Положительная эмоциональная реакция:** «Да-да», «Угу», «Ага», «Ух ты», «Здорово», смех, «Да ну!»), и пр.
- **Эхо:** повторение слов собеседника с вопросительной интонацией.
- **Перефразирование и подытоживание:** «Другими словами...», «То есть получается, что...», «Как я понимаю...», «В общем ...».
- **Побуждение:** «Ну и?», «А затем?», и т. п.
- **Уточнение:** «Я Вас правильно понял?», «А как же ... ?» .
- **Оценки и сочувствие:** «Это очень интересная тема...», «Это будет актуально», «Вероятно, Вы чувствуете...», «Удивительно ... » и т. п.
- **Эффект продолжения:** завершение фразы, начатой говорящим («подсказывание слов»).

38



# 44 секрета убедительности

## ИСПОЛЬЗУЙТЕ ВОПРОСЫ

- В зависимости от целей используются разные типы вопросов:
- **Открытые:** «Что обсуждали на оперативке?» (Получаем информацию).
- **Закрытые:** «Вопрос поиска нового сотрудника в отдел обсуждали на оперативке?» (Уточняем информацию).
- **Альтернативные:** «Оперативку планировать на вторник или среду?» (Уточняем или подводим к выводу).
- **Разделительные:** «Оперативка прошла хорошо, так ведь?» (Уточняем или подводим к выводу).
- **Некорректные** (по форме): «Вы перестали храпеть на оперативке?» (Дискредитируем человека, высмеиваем).
- **Сложные** (по составу): «Когда на оперативку, с кем приходите и сколько времени на нее нужно?» (Уточняем, усложняем запоминание).

## ГОТОВЬТЕСЬ К ОТВЕТСТВЕННЫМ РЕЧАМ

- **Метод Линкольна:** тему выступления можно сделать предметом обсуждения для уточнения аргументов.
- **Метод Рузвельта:** можно зачитать готовую речь кому-нибудь, для указания на ошибки и недопонимание.
- **Презентация плана речи:** вспомните тезисно, с чего начнете речь, о чем будете говорить и чем планируете заканчивать.

## ИСПОЛЬЗУЙТЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ «ЗАРАЖЕНИЕ», ИГРАЙТЕ

Настроение человека невольно передается окружающим.

**Заражение** – это эмоциональное воздействие на аудиторию интонационно и невербально (мимика, жесты, позы,...).

Заражение проявляется через передачу определенного эмоционального состояния.

Экспериментально установлено, что чем выше уровень развития личности, тем критичнее её отношение к воздействию и, тем самым, слабее действие механизма "заражения".

Чем больше аудитория, тем легче происходит психологическое заражение.

# 44 секрета убедительности

## УЧТИТЕ ОСОБЕННОСТИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ДАВЛЕНИЯ

Особенность его состоит в давлении на психику человека благодаря эмоционально-окрашенным словам, игры слов и двусмысленностей (ирония и сарказм), многократным вопросам, большого количества информации высказанной за короткий промежуток времени.

### ПРИМЕРЫ ФРАЗ:

**КОГО  
НАКАЗЫВАТЬ  
БУДЕМ?**

**МЕРЫ  
ВОЗДЕЙСТВИЯ  
БУДУТ ПРИМЕНЕНЫ  
САМЫЕ ЖЕСТКИЕ!**

**ЗАРУБИТЕ СЕБЕ  
РАЗ И НАВСЕГДА,  
ТАКОГО НЕ БУДЕТ!**

**НЕЧЕГО  
ОПРАВДЫВАТЬСЯ,  
СЛУШАЙТЕ, КОГДА  
ВАМ ГОВОРЯТ.**



# 44 секрета убедительности

## БУДЬТЕ ГОТОВЫ К СЛОЖНЫМ СИТУАЦИЯМ

- **При шуме и помехах в аудитории** предлагаем Вам не реагировать и привлечь в этот момент большее внимание к себе.
- **Если мешает кто-то в течение долгого времени** можете подойти к этому человеку, чем привлечете внимание, или обратиться к нему с вопросом.
- **Если Вас перебивают:** «Подождите, пожалуйста, пока я закончу!»; «Позвольте, я закончу».

В любом случае стоит изначально задать регламент встречи, подготовиться к возможным вопросам, иногда можно делать комплименты. Учтите, отвечая на вопрос, обращаться нужно ко всей аудитории, а не только к «задающему».

43

## СДЕЛАЙТЕ РАБОТУ НАД ОШИБКАМИ

Проанализируйте произнесенную речь, отметьте, что можно было бы улучшить и спланируйте дальнейшие действия.

Подумайте, какие пункты из вышеприведенных, Вы нарушили?

44



Мы надеемся, что Вы дочитали до конца и нашли что-то новое и интересное для себя.

Напомним, что систематически анализируя свои речи на предмет соответствия описанным здесь инструментам, Вы со временем сможете овладеть данными техниками убеждения в совершенстве.

## **НИЖЕ ДЛЯ УДОБСТВА ПРИВЕДЕН ОБЩИЙ ПЕРЕЧЕНЬ ТЕХНИК.**

- 1. Используйте в речи логические аргументы.**
- 2. Используйте в речи аргументы, обращенные к чувствам слушателей.**
- 3. Для убедительности речей постоянно работайте над повышением своего авторитета.**
- 4. Сформулируйте цель речи/выступления.**
- 5. Основательно спланируйте свою речь.**
- 6. Начинайте с расположения к себе.**
- 7. Сохраняйте самообладание и убеждайте ненавязчиво.**
- 8. Думайте об эмоциях слушателей.**
- 9. Используйте методы привлечения внимания.**

10. Завершайте речь эффектно.
11. Табу – чего делать не стоит.
12. Излагайте аргументы последовательно и понятно.
13. Очередность изложения аргументов в речи.
14. Используйте методы психологической аргументации.
15. Сделайте акцент на том, чего человек избежит.
16. Техника убеждения «Начинай с малого и строй постепенно».
17. Техника убеждения «Требование, затем отказ и отступление».
18. Отбрасывайте все лишнее.
19. Оцените обстановку и проявите эмпатию.
20. В переговорах ставьте цель-максимум и цель-минимум.
21. Будьте хорошим слушателем.
22. Применяйте правило Сократа.
23. Избегайте конфликтогенов.
24. Используйте слабые аргументы в достаточном количестве.
25. Дайте собеседнику «сохранить лицо».
26. Не нарушайте «закон края».
27. Проявите понимание противоположных мыслей.
28. Учтите, психологические уловки повышают убедительность речи.
29. Учтите, опровергать легче, чем доказывать.
30. Учтите факторы, влияющие на убеждение.
31. Учтите, методы внушения повышают убедительность речи.
32. Учтите, уловки убеждают, пока их не раскрыли.
33. Учтите существование таких методов опровержения доводов.
34. Наблюдайте за невербальным поведением слушателей.
35. Учтите факторы, влияющие на установление контакта между людьми.
36. Учтите приемы доминирования в общении.
37. Структурируйте сообщение.
38. Используйте приемы активного слушания.
39. Используйте вопросы.
40. Готовьтесь к ответственным речам.
41. Используйте эмоциональное «заражение», играйте.
42. Учтите особенности психологического давления.
43. Будьте готовы к сложным ситуациям.
44. Сделайте работу над ошибками.