

Dave Lakhani

persuasiunea

arta de a obține

ceea ce vrei

arta de a obține

ceea ce vrei



EDITURA AMALTEA

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
LAKHANI, DAVE

Persuasiunea : arta de a obține ceea ce vrei / Dave
Lakhani ; trad.: Irina Sasu. - București : Amaltea, 2009

ISBN 978-973-162-045-9

I. Sasu, Irina (trad.)

316.776.23

PERSUASION

THE ART OF GETTING WHAT YOU WANT

DAVE LAKHANI

Copyright © 2005 by Dave Lakhani

All rights reserved. This translation published under
license.

PERSUASIUNEA

ARTA DE A OBTINE CEEA CE VREI

DAVE LAKHANI

ISBN 978-973-162-045-9

© 2009 – EDITURA AMALTEA



CUPRINS

<i>Cuvânt înainte</i>	9
<i>Prefață</i>	12
<i>Mulțumiri</i>	20
<i>Despre autor</i>	23
1. Manipularea	25
2. Persuasiunea	35
3. Imaginea – personajul invizibil care convinge	39
4. Transferul de putere și credibilitate	60
5. Povestirea	67
6. Statutul de guru	85
7. Dorința de a crede	102
8. Familiaritatea	114
9. Exclusivitatea și disponibilitatea	121
10. Curiozitatea	131
11. Relevanța	137
12. Acordarea permisiunii	143
13. Cum să convingi rapid	151
14. Ecuația persuasiunii	163
15. Vânzarea persuasivă	176

16. Publicitatea persuasivă	187
17. Negocierea persuasivă	202
18. Persuasiunea prin utilizarea metodelor electronice	210
19. Controlul persuasiunii – arta de a obține ceea ce vrei	219
Resurse	225
Lecturi recomandate	228



CUVÂNT ÎNAINTE

Toți își doresc ca lucrurile să iasă așa cum vor ei. Ai încercat să-i convingi pe cei din jur să facă tot ceea ce vrei de când erai copil. Ai plâns, ai zâmbit, ai lovit cu pumnii în masă. O modalitate primitivă, desigur, dar eficientă.

Îți aduci aminte când mergeai cu mama la magazin? Cum cerșeai o ciocolată? Acea era persuasiune.

Îți aduci aminte de întâlnirile din liceu? Acea era persuasiune.

Dar se pare că după ce ți-ai tipărit cărțile de vizită, mare parte din tenacitatea asociată calităților tale persuasive a dispărut.

Nu-ți fie teamă. Această carte are toate răspunsurile legate de persuasiune pe care le cauți, indiferent că este vorba despre vânzări, servicii, comunicare personală, prieteni sau familie.

Să-i faci pe alții să privească lucrurile din perspectiva ta, să îmbrățișeze ideile tale, să facă tot ceea ce vrei tu sau pur și simplu să fie de acord cu tine este o artă și o știință. Și citind cartea de față vei învăța această artă.

Persuasiunea nu este o abilitate necesară numai în vânzări. Persuasiunea este o abilitate de care ai nevoie în viață. Pe parcursul acestei cărți vei fi îndemnat să îți schimbi modul de a gândi și interacționa cu ceilalți în toate privințele, de la stilul de

a te îmbrăca, până la lucrurile pe care le comunică trupul tău. Ți se va cere să faci anumite lucruri, să acționezi și o vei face. Ce modalitate mai bună există de a învăța arta persuasiunii decât aceea de a fi chiar tu convins să acționezi ca rezultat al acestei convingeri și chiar să îți placă la nebunie?

Cheia în arta persuasiunii este să îl faci pe celălalt să se simtă minunat după ce ai reușit să-l convingi. Pentru a reuși acest lucru, trebuie să cunoști modalitatea cea mai bună de persuasiune.

Cel mai ușor răspuns legat de persuasiune este oferit în această carte. Lasă-i pe ei să se convingă singuri. Aceasta se realizează punând întrebări. Persuasiunea este un rezultat. Secretul unui rezultat satisfăcător al persuasiunii stă în două cuvinte: fără manipulare. Persuasiunea provenită din manipulare nu durează. Adevărata persuasiune există atunci când rezultatele sunt durabile.

Persuasiunea este o artă.

Persuasiunea este o știință.

Persuasiunea înseamnă compromis.

Persuasiunea presupune excelente calități de comunicare.

Persuasiunea presupune să pui întrebări ce clarifică situația.

Persuasiunea presupune să-l determini pe celălalt să se convingă singur.

Persuasiunea presupune să citești această carte și să pui în practică principiile menționate aici.

Persuasiunea este un rezultat.

Persuasiunea este o victorie.

„Am făcut cum am vrut eu“ (n. tr.: Referire la celebrul cântec „My way“ compus de Paul Anka și interpretat de Frank Sinatra) *nu este* felul în care ar trebui să se termine acest cântec. Dacă Frank Sinatra sau Elvis Presley ar fi fost maeștri ai persuasiunii, atunci ar fi cântat:

„Am făcut cum am vrut eu și toată lumea a fost de acord cu mine!“

De ce să nu înveți noi metode de a-i convinge pe ceilalți să vadă lucrurile în felul tău?

Dacă până aici ești de acord cu mine, atunci citește mai departe...

Jeffrey Gitomer



PREFAȚĂ

Lasă-mă fără nici un ban și fără haine în America și până la sfârșitul zilei voi avea haine, mâncare, cazare, o modalitate de a câștiga un venit, un adept și îndeajuns de mulți bani în buzunar cât să o iau de la început. De ce? Pentru că știu cum să conving pe cineva să facă exact ce este nevoie pentru ca amândoi să ne atingem scopurile.

– Dave Lakhani

In principiu, fiecare element al interacțiunii umane presupune un anumit nivel de persuasiune, dar în mod special vânzările, negocierile, copywriting-ul, publicitatea și relațiile media. Mulți erudiți, filosofi și oameni de știință au investigat acest proces, dar puțini l-au înțeles complet. Aceștia refuză cerința fundamentală a supraviețuirii persuasiunii. Au analizat-o ca fiind un proces ce poate fi utilizat atunci când este necesar, dar nu înțeleg că ea nu este un instrument pe care îl putem folosi opțional, ci este necesar să îl aplicăm pentru a supraviețui. Esența vieții însăși este persuasiunea, cât de bine ne convingem pe noi înșine, cât de bine îi convingem pe cei din jur și modul în care suntem noi înșine convingși de către ceilalți.

Această carte a început să fie scrisă odată cu primul meu studiu asupra persuasiunii, acum mai bine de 24 de ani, și a continuat să se dezvolte de atunci. În această carte îți demonstrez cum funcționează persuasiunea pentru o persoană, în media, în publicitate și în vânzări. De asemenea, îți explic pașii ce trebuie urmați pentru a-ți dezvolta capacitatea de persuasiune, farmecul personal și abilitatea de a-i influența pe alții pentru a obține ceea ce dorești. Îți voi arăta cum să integrezi acest proces în viața de zi cu zi pentru a putea influența și convinge în mod eficient și inconștient. Va deveni la fel de firesc ca vorbitul sau mersul.

Această carte este diferită față de altele pe care le-ai citit despre persuasiune, vânzări și negocieri. Diferențele sunt mari din mai multe puncte de vedere. În primul rând, intenția mea nu este să analizez științific de ce oamenii iau deciziile într-un anumit fel și metodele psihologice care produc schimbări. Ceea ce demonstrez în primul capitol este diferența dintre persuasiune și manipulare. Cea de-a doua parte a cărții se concentrează pe domeniile și elementele cheie implicate în procesul persuasiunii rapide.

Singurul meu interes real (și sunt convins că și al tău) este să conving... repede. De aceea cred că, de fapt, cea mai bună metodă de a face acest lucru este să îți ofer o privire de ansamblu asupra elementelor și o descriere a motivului pentru care este importantă și apoi să vedem cum putem să o facem să funcționeze și pentru tine. Nu am să te înnebunesc cu o grămadă de referințe de specialitate, ci doar le voi aminti pe cele potrivite scopului nostru.

În final, în partea a treia a cărții îți voi demonstra Ecuația Persuasiunii, ce adună totul la un loc și îți oferă o schemă practică de a convinge pe cineva repede. Această parte a cărții a fost descrisă ca fiind periculoasă și genială de către cei care au participat la seminariile și conferințele mele. Într-un mod destul de simplu, Ecuația Persuasiunii arată cum să aplici fiecare tehnică învățată în secțiunea a doua a cărții, pentru a-i

determina pe oameni să gândească asemenea ție sau să acționeze cum vrei tu. Oamenii o consideră genială datorită simplității ei și periculoasă deoarece este exact același proces pe care îl folosim ca să manipulăm pe cineva. Scopul tău va determina în final dacă ai convins sau manipulat și, în cazul în care ai decis să manipulezi pe cineva, dacă era necesar să o faci. În final, doar tu poți fi cel care judecă.

Indiferent dacă persuasiunea face parte din profesia ta sau pur și simplu ai nevoie să obții o întâlnire cu partenerul ideal, procedeele predate de mine vor funcționa perfect. Am analizat câteva domenii pe care cred că le vei găsi valoroase. Spre exemplu, am inclus capitole despre redactarea textelor, negociere, publicitate și vânzări. Aceste capitole te vor ajuta să înțelegi cum să folosești procesul în fiecare situație profesională specifică și să îți îmbunătățești abilitățile în fiecare dintre acestea.

Am început să studiez persuasiunea dintr-un motiv destul de neobișnuit. Am fost crescut de o mamă singură, o femeie deosebită, care și-a dorit tot ce e mai bun pentru mine și frații mei. Mama era o femeie educată, creativă, cu darul vorbirii, motivată și concentrată pe a obține o viață mai bună pentru toți... așa că a decis să ne crească în spiritul unei secte religioase.

Înainte de a-ți explica de ce asta a condus la a studia persuasiunea, te rog să mă lași să îți vorbesc un pic despre această sectă, deoarece a fost cu adevărat un imbold pentru mine de-a lungul studiilor mele asupra persuasiunii, manipulării și influențării.

Atunci când spun „sectă religioasă“ nu vorbesc despre biserica fundamentalistă dominantă, ci chiar despre opusul acesteia. Deși exista o credință fundamentală în Dumnezeu ca Mântuitor, aici se încheia asemănarea cu religia tradițională. Cultul considera că singura valoare a femeii în societate este aceea de a naște copii și a avea grijă de ei, căminele și soții lor. Educația era descurajată în mod hotărât, băieții trebuiau să

să renunțe la școală cel mai târziu în clasa a 8-a, iar multe fetițe deja în clasa a 6-a sau a 7-a nu mai frecventau școala, primind „lecții acasă“ până la sfârșitul perioadei obligatorii de școlarizare cerute de către stat. Nu exista televiziune, radio, dans, întâlniri în afara bisericii, iar divorțul nu era permis. Femeile nu puteau să-și tundă părul, să se machieze sau să poarte articole de îmbrăcăminte ce aparțineau bărbaților (în special pantaloni), iar bărbații trebuiau să obteze pentru tunsoiri foarte scurte, să fie bărbieriți și să fie susținătorii familiei din punct de vedere financiar.

Slujbele la biserică erau și acestea foarte stricte: marțea, joia, de două ori duminica și adesea o întâlnire pentru rugăciune vineri seara. Slujbele erau foarte vehemente și, de cele mai multe ori, durau mai mult de 3 ore. Nu era permis să vorbești, să te muți de la locul tău sau să te foiești. Diaconii impuneau această regulă și orice copilaș care îndrăznea să nu se supună (sau chiar dacă era atât de plictisit încât să se foiască) era imediat dus în spatele bisericii și era pedepsit dacă părinții lui nu făceau acest lucru. Atunci când era vorba de pedeapsă, se considera și că bătaia e ruptă din rai și copilul nepedepsit ajunge răsfățat.

Unul dintre frații mei mai mici a suferit teribil în acei ani. Avea ceea ce azi mai mult ca sigur că ar fi diagnosticat ca deficiență de atenție și un IQ foarte ridicat. Conducătorii bisericii îl diagnosticaseră ca „având diavolul în el“ și îi prescriseseră bătaii regulate pentru a scoate drăcușorii. De multe ori mă minunam de puterea diavolului din fratele meu, deoarece nici o bătaie și nici o pedeapsă nu-l alungau. (De fapt, am un mare respect și venerație pentru frați mei, pentru capacitatea lor de a îndura și a supraviețui la ceea ce cu siguranță i-ar fi distrus pe unii și ucis pe alții și pentru că au ieșit din asta cu bine.) Bătaia unui copil era atât de dură, că de multe ori de-abia mai putea merge, și în mod sigur alunga orice diavol.

Dar, vedeți, era important să scoți dracul afară, deoarece „Credincioșii Biblici“, ca adepți ai profetului apocaliptic William Branham, știau că va urma o adevărată înălțare la cer în

viitorul apropiat și doar cei care erau „Credincioși Biblici“ vor lua parte la aceasta și li se va deschide Împărăția Cerurilor. Toți ceilalți vor suferi îndurerați pe pământ până în ziua învierii, când morții se vor scula și absolut tot ce scrie în Cartea Apocalipsei se va petrece cu adevărat, iar cei rămași vor fi trimiși degrabă în lacul de foc.

Sună incredibil, nu-i așa? Chiar și versiunea mea prescurtată dovedește probleme evidente de logică. Dar ceea ce m-a uimit atunci când am crescut era numărul de persoane ce credeau fără nici o urmă de îndoială în această poveste. Multe dintre ele aveau o educație solidă și proveneau din familii înstărite, deși nu toate. Zi după zi, an după an, acești oameni dădeau de bună voie tot ceea ce câștigau pentru a întreține un predicator (pentru care multe dintre respectivele reguli nici nu se aplicau) și o biserică, în timp ce împărtășeau „cuvântul“ Domnului și altora, convingând mai mulți oameni să vină la această biserică în mod sistematic, până îi converteau complet și pe aceștia.

Am fost adeptul acestei biserici de la vârsta de 7 ani până la 16 ani, când am decis singur că trebuia să mă desprind de o asemenea credință dacă îmi doream să îmi închei studiile și să nu provoc neplăceri familiei mele. Pentru a abandona biserica a trebuit să-mi părăsesc familia. Deci, la scurt timp după cea de-a șaisprezecea aniversare a mea i-am adus la cunoștință mamei și apoi bisericii care erau intențiile mele. Am fost rapid excomunicat cu o rugăciune către Dumnezeu pentru a-mi lăsa sufletul pradă satanei, pentru a-mi distruge trupul, pentru a recunoaște căile greșite pe care am apucat-o, a mă căi și a mă întoarce către biserică. (Trebuie să recunosc, râzând chiar, că au fost momente în viață când m-am întrebat dacă rugăciunea lor chiar a funcționat.)

Chiar a doua zi m-am mutat de acasă și m-am retras în singurul loc în care voi găsi întotdeauna alinare și hrană pentru mintea-mi plină de întrebări... biblioteca. Acolo am început să studiez ce anume îi atrăgea pe oameni să îmbrățișeze

o anumită sectă, mai precis cum cineva atât de inteligent, creativ și minunat ca mama mea poate fi convinsă că tot ceea ce știa ea că este adevărat este greșit și că tot ceea ce acești oameni spuneau este corect, și cum aș putea să o conving că există o altă cale mai bună, mai inteligentă și mai sănătoasă de a trăi.

Povestea mea nu se referă la persuasiune, ci mai degrabă la manipulare. Aceasta nu este o carte despre secte sau religii, deși voi discuta despre cum să „creăm“ un client de o fidelitate „religioasă“. Nu este o carte despre tipul negativ de manipulare care nu generează o relație solidă, deși te voi învăța exact cum să manipulezi să înțelegi cum se petrece acest fenomen și a te putea feri de el, asigurându-te că nu te faci vinovat de folosirea lui. La începutul cărții voi discuta despre manipulare, cum se petrece și de ce funcționează... pentru un timp. Vei vedea că multe fațete ale persuasiunii eficiente sunt inerente în manipulare, dar tocmai acele diferențe subtile și rezultate le diferențiază pe cele două în mod clar. În cele din urmă, manipularea eșuează întotdeauna, iar adevărata persuasiune durează.

Aceasta este o carte despre persuasiune și arta de a o folosi pentru a obține exact ceea ce vrei. Obținând ceea ce dorești, vei avea, de asemenea, statutul de expert în a-i ajuta pe alții să obțină ceea ce vor, și aceasta este cea mai înaltă formă a persuasiunii. Ceea ce am aflat pe parcursul acelor ani împărtășesc cu tine aici, deoarece strategia și tactica deprinse în a convinge pe cineva, în a crea situații câștigătoare de ambele părți, în a obține ceea ce doresc, te vor ajuta în mod rapid să capeți tot ce ți-ai dorit de la viață.

Strategiile pe care le voi împărtăși cu tine nu sunt strategiile unui sectant manipulator, ci structuri, procese și tactici specifice de tip etic pe care le poți folosi pentru a obține ceea ce îți dorești în viață. Prin simpla înțelegere a elementelor persuasiunii ce trebuie să existe pentru a reuși, vei câștiga mult mai des. Adevărata persuasiune se bazează pe adevăr,

onestitate, curiozitate și capacitatea de a ști să spui o poveste bună și de a crea premisele persuasiunii la cei pe care dorești să-i convingi pentru a le îndeplini ușor așteptările. Îți voi arăta și cum are loc manipularea și de ce aceasta nu este niciodată bună și nu funcționează pe termen lung și cum să folosești instrumentele pozitive și puternice ale persuasiunii, ce pot convinge instantaneu și determina pe cineva să acționeze pentru ca tu să obții exact ce dorești în viață, așa cum am făcut eu.

Învățând cum să persuadez în mod etic, am atins fiecare obiectiv propus în viață, folosind rapid și eficient persuasiunea atât asupra altora, cât și asupra mea. De-a lungul timpului, am ajutat mulți oameni pe care la rândul meu i-am persuadat să-și atingă un obiectiv. Am câștigat consecvent un venit ce mă situează printre cei cu o situație financiară foarte bună în Statele Unite. Am putut obține cele mai bune slujbe, întâlniri cu cei mai evoluți gânditori ai vremii și acces la cei mai buni oameni (ca și tine) pentru a mă sprijini. Am realizat în cei peste 40 de ani mai multe lucruri decât alții într-o viață și, ca și tine, mai am încă o mulțime de făcut până la sfârșit.

Mama a descoperit într-un final erorile de ideologie ale bisericii și, în cele din urmă, s-a retras la 3 ani după ce am plecat eu, dar atracția a fost atât de puternică și influența atât de mare, încât și pe patul de moarte s-a întrebat dacă părăsirea bisericii nu fusese o mare greșeală din partea ei.

După moartea mamei, în 1999, am început să meditez profund la ce anume o făcuse să-și pună la îndoială decizia, chiar după ce înțelesese greșelile convingerilor ei religioase, convingeri ce o ținuseră legată de biserică atâta timp. Cu cât mă gândeam mai mult, cu atât am început să văd problema și prin prisma afacerilor.

Și acest gând m-a făcut să mă întreb: „Oare n-ar trebui clienții tăi să se întrebe dacă nu cumva au făcut cea mai mare greșeală că te-au părăsit, dacă se întâmplă să faci acest lucru?“. Pe parcursul acestor pagini îți voi arăta cum poți să

creezi un tip de clienți de o fidelitate „religioasă“ care, chiar dacă te vor părăsi, se vor întreba întotdeauna dacă au făcut o alegere înțeleaptă. Această preocupare combinată cu capacitatea ta de a-i servi mai bine – îi va atrage înapoi – sau mai degrabă îi va împiedica să-și mai dorească vreodată să plece. Perseverența în credință este un concept puternic, pe care îl vom discuta în detaliu mai târziu.

Dacă ai visat întotdeauna să obții de la viață mai mult decât ai, dacă ți-ai dorit vreodată o mărire de salariu, o slujbă mai bună, mai multe vânzări, afaceri mai bune, „lucruri“ mai bune, partenerul perfect sau o viață mai bună, îți voi arăta ceea ce știu numai cei din interior, „vanzătorii înnăscuți“ și adevărații „convingători“. Îți voi arăta cum să obții ceea ce dorești exact când dorești. Îți voi arăta, de asemenea, greșelile făcute de mine de-a lungul drumului, pentru ca tu să le eviți.

Dacă îmi vei permite, pe parcursul paginilor ce urmează te voi învăța personal, mă voi îngriji de tine și te voi ghida spre învățarea unei abilități despre care părinții tăi nu au știut că trebuie să ți-o transmită, abilitate ce nu este predată în școli și de multe ori nimeni nu discută despre ea, dar care te va ajuta foarte mult de-a lungul vieții. Îți voi arăta cum poți să stăpânești *Persuasiunea – Artă de a obține ceea ce vrei*.



DESPRE AUTOR

Dave Lakhani este primul Strateg de Accelerare a Afacerii (Business Acceleration Strategist™) și președinte al companiei Bold Approach, Inc., specializată în strategia de accelerare a afacerii ce ajută firmele de peste tot din lume să-și mărească rapid veniturile prin vânzări eficiente, marketing și relații publice.

Dave este considerat unul dintre experții de vârf în domeniul persuasiunii, iar seminariile sale sunt foarte căutate și audiate în cadrul corporațiilor și organizațiilor comerciale de toate mărimile din lume. Sfaturile sale se regăsesc constant în revistele *Selling Power*, *Sales and Marketing Management*, *Wall Street Journal*, *Investors Business Daily*, *INC*, *Entrepreneur*, *The Today Show* și sute de alte publicații sau emisiuni. David este, de asemenea, și gazda unui show radio, *Making Marketing Work*, o emisiune concentrată pe strategiile de marketing pentru dezvoltarea unei afaceri. Dave este, de asemenea, autorul lucrării *A Fighting Chance* (Prince Publishing, 1991), a unei secțiuni din antologia *Ready, Aim, Hire* (Persysco, 1992) și a cărții audio *Making Marketing Work* (BA Books, 2004).

Dave a fost proprietarul a peste 10 afaceri de succes în ultimii 20 de ani și se consideră un antreprenor de serie și un

inițiator de afaceri foarte dedicat. Un student pasionat și un om ce a învățat o viață întreagă, Dave a studiat numeroși specialiști în vânzări, marketing și în arta influențării în ultimii 20 de ani. Este un maestru practicant al Programării Neuro-Lingvistice (NLP) care a studiat cu fondatorul acestei discipline, Richard Bandler, absolvent și prodecan al Academiei The Wizard of Ads.

Dave locuiește în Boise, Idaho, cu soția sa, Stephanie, și fiica sa, Austria. Atunci când nu este plecat cu clienții sau când nu ține conferințe sau seminarii, lui Dave îi place să facă scufundări, să schieze, să practice arte marțiale, să citească și să bea un pahar de vin bun. Puteți vizita site-ul lui Dave la www.howtopersuade.com.

Dave Lakhani este disponibil pentru discursuri și seminarii de pregătire.



1

MANIPULAREA

Dragostea apare atunci când manipularea dispare, atunci când te gândești mai mult la cel de lângă tine decât la reacțiile ei sau lui. Atunci când îndrăznești să te descoperi așa cum ești în întregime. Atunci când îndrăznești să fii vulnerabil.

Dr. Joyce Brothers

In prefața acestei cărți am descris pe scurt secta în care am crescut și cum a devenit aceasta un imbold pentru mine în a studia persuasiunea. Când am început cercetarea, primul lucru de care mi-am dat seama a fost că deși erau multe similitudini între manipulare și persuasiune, cu cât studiam mai mult, cu atât înțelegeam că manipularea este de fapt doar o cale către persuasiune, dar numai una temporară, și nu un acord durabil.

Definiția manipulării conform *Dicționarului American Heritage*, și anume: „Conducere iscusită și înșelătoare, în special folosită în avantajul celui ce face uz de ea“ este foarte potrivită pentru a discuta diferența dintre persuasiune și manipulare. În cadrul unui proces de manipulare, singurul care beneficiază pe termen lung este manipulatorul. Să ne uităm acum la definiția verbului a persuadea: „A induce angajarea într-o anumită activitate sau acceptarea unui punct de vedere

prin mijloace raționale sau prin rugăminți.“ Prin persuasiune există posibilitatea ca două persoane să se înțeleagă asupra unei păreri ce este benefică amândurora.

Manipularea este focalizată în sine asupra persoanei care manipulează. Manipulatorul se concentrează asupra beneficiilor personale și realizarea propriilor scopuri, fără să-i pese de rezultatele obținute de persoana manipulată sau de impactul asupra acesteia. Decepția sau ascunderea faptelor logice, reale, sunt, de asemenea, inerente în majoritatea cazurilor de manipulare, deoarece prezentarea realității va permite în mod normal unei persoane raționale să ajungă la o concluzie logică în defavoarea manipulatorului.

De asemenea, manipularea se zbate să impună o serie de condiții sau reguli fictive ce guvernează o întâlnire, pentru ca procesul de manipulare să poată continua. Există mai multe pedepse, din partea unui manipulator experimentat, ce pot acoperi o gamă largă, de la decepție la abuz fizic sau psihic, pentru ca el să poată „să vă conducă viclenește să acționați în avantajul lui“. Vorbind despre manipulare, cunoscutul psiholog Angela Dailey spunea: „Manipularea, indiferent că este de natură pozitivă sau negativă, este caracterizată de scopul celui ce manipulează. Dacă îi spun unui copil care aduce o pungă de biscuiți din bufet, chiar înainte de ora de somn, cu intenția să îi mănânce pe toți, că poate lua un singur biscuit sau nici unul, i-am creat iluzia alegerii, dar în limitele a ceea ce eu consider că este acceptabil pentru mine. I-am manipulat comportamentul, dar pentru binele copilului care are nevoie de un somn liniștit noaptea“.

De fapt, discuția despre manipulare, cu orice psiholog, va duce aproape întotdeauna la aceeași concluzie, și anume că diferența dintre persuasiune și manipulare stă doar în intenție. Robert Greene, autorul volumului „Cele 48 de legi ale puterii“ (Penguin Putnam, 2001) a fost mult mai clar în definirea manipularii. El spunea: „Orice încercare de influențare se numește manipulare“.

Aproape oricare dintre noi a trăit măcar o dată experiența manipularii la un moment dat. Pentru mulți dintre noi, o

asemenea experiență destul de comună este cea a cumpărării unei mașini second-hand. În timp ce eu nu pun toți vânzătorii de mașini second-hand la un loc, mulți dintre noi au făcut-o cu siguranță măcar o dată în viață. Haideti deci să aruncăm o privire asupra sistemului ce ne face să ne lăsăm manipulați.

Duminică dimineață, la micul dejun, decizi împreună cu soția că este momentul să vă cumpărați o altă mașină. Doriți ceva mai nou decât ceea ce aveți, dar nu vreți să cheltuiți atâția bani încât să vă luați o mașină nouă, așa că în timp ce mâncați, auziți aceste cuvinte magice la televizor din gura unui vânzător supraponderal de mașini uzate: „Veniți *duminică, duminică, duminică* la Car Corral, unde prețurile sunt reduse la jumătate pentru că trebuie să scăpăm de stoc. Pierderea noastră este câștigul vostru, dar trebuie să veniți *azi!*“ Ești o persoană inteligentă, așa că te uiți la soția ta și spui: „Nu strică să mergem până acolo și să aruncăm o privire, mai ales că au reduceri; în plus, și așa nu are cum să mă facă tipul acela să cumpăr ceva ce nu vreau să cumpăr“. Și astfel, prima condiție a manipulării (și a persuasiunii) există deja: *căutarea unei soluții*.

Căutarea unei soluții este foarte importantă atât pentru manipulator, cât și pentru convingător, deoarece persoanele ce sunt în căutare și-au micșorat într-un fel nivelul de apărare; au arătat că au nevoie de ceva ce nu au și că au nevoie de anumite informații, produse și servicii, pe care nu le dețin. Persoana manipulată este deschisă la posibilitatea a ceea ce ar putea fi. Reducându-și nivelul de apărare și acceptând ideea că există o informație pe care ei nu o cunosc, dar au nevoie de ea pentru a-și atinge țelurile, cei ce caută un anumit lucru le permit de bunăvoie celorlalți să le pună convingerile sub semnul întrebării și să le prezinte noi posibilități. S-au lăsat, de asemenea, impresionați și de a doua condiție: *sensibilitatea la timp*.

Sensibilitatea la timp este foarte importantă, pentru că fiecare dintre noi are un simț dezvoltat al timpului. Lucrurile trebuie să se petreacă repede, deciziile trebuie luate rapid și

toată lumea știe că cine se scoală de dimineată departe ajunge. Manipulatorii și cei ce conving știu că accentuând sensibilitatea la timp, în vreme ce cresc presiunea legată de timp, îi vor împinge pe oameni să ia decizii impulsive. De asemenea, fixează premisele și celei de-a treia condiții a manipulării: *posibilitatea pierderii*.

Astfel că vă duceți la parcul auto crezând că sunteți cei care controlează situația, când de fapt deja ați creat toate premisele pentru a fi cei conduși. Îl întâlniți pe vânzător și, la prima discuție, acesta demonstrează cunoștințe temeinice în domeniul auto. El este interesat în a înțelege care sunt nevoile voastre reale pentru a vă putea arăta cele mai potrivite variante pentru voi, deoarece este imposibil ca voi să știți tot ce se poate ști despre fiecare mașină în parte; însă el știe; în fond, aceasta este meseria lui. Și cea de-a patra condiție a fost îndeplinită: *întâlnirea cu o autoritate binevoitoare*.

În timp ce aceste patru condiții sunt ideale pentru manipulare sau persuasiune, scopul persoanei ce execută manipularea este cel care va determina ce se va întâmpla cu tine și, în final, cu el și cu afacerea sa. Mai există o singură condiție esențială pentru a avea succes. Vom discuta imediat și despre ea.

În experiențele tale anterioare legate de cumpărarea unei mașini, toate aceste condiții au existat și nici măcar nu ai conștientizat cât de sensibil vei fi la ce va urma. În timp ce te plimbi puțin prin magazin pentru a te hotărî ce vei cumpăra, ți-au fost prezentate o mulțime de variante, dar numai una singură era bună pentru tine. Ai fost asigurat că indiferent care ar fi preocuparea ta legată de această opțiune, cu siguranță există o explicație logică pentru care nu trebuia să îți faci griji. Ți s-au dat asigurări și au fost susținute cu informații din domeniul tehnic și demonstrații plauzibile, astfel că ai decis să cumperi.

Nu este prima oară când faci asta, așa că la timpul potrivit le faci o ofertă de cumpărare. Vânzătorul transpiră și îți spune că sub nici o formă nu îți poate vinde mașina la prețul oferit de tine, așa că se duce să vadă ce se poate face și să vorbească

cu șeful. Revine cu o altă ofertă, aceasta este mai mică decât prețul de pe eticheta de vânzare, dar mai mare decât ceea ce ai oferit tu. În acest moment, îți spune și că celălalt vânzător are un client care deja a făcut o ofertă mai mare decât a ta, dar nu au semnat încă contractul. Te simți un pic neliniștit și te întrebi dacă nu este cumva un truc de vânzare. Dacă este, atunci vei plăti prea mult, dacă nu, atunci vei pierde mașina, care începe să devină rapid perfectă pentru tine. Acest proces se repetă de câteva ori, până când vânzătorul revine în final cu un preț mai mare decât cel pe care vroiai să-l plătești, însă mai „aruncă“ și câteva lucruri adiționale, niște cauciucuri noi și un CD player. Mai mult de-atât nu poate face, însă trebuie să acționezi acum. Dacă pleci, fie celălalt cumpărător va lua mașina ta, fie vei pierde toate stimulentele de cumpărare oferite. Ești deștept, deci decizi să aștepti. Vrei să te gândești câteva ore, așa că îi faci să se oblige la prețul și stimulentele oferite până la ora închiderii, iar ei se obligă doar dacă celălalt cumpărător nu apare între timp; atunci nu mai au ce să facă.

Acum este deja târziu, soarele mai are un pic și apune în spatele norilor și te decizi că vrei mașina. Ultima condiție a manipulării este îndeplinită: ești *total implicat*. Angajându-te mental și emoțional, ai consimțit să pierzi destul de mult, dar trebuie să ai această mașină. Manipulatorul șiret și persoanele convingătoare inteligente te-au făcut deja să îți iei anumite angajamente de-a lungul drumului și acestea te împing peste limite. Desigur, ai anumite îndoieli, dar este o afacere bună și ai negociat dur.

Suni și le spui că vrei mașina, însă, spre disperarea ta, oferta nu mai este valabilă; celălalt vânzător a dat-o celui alt client care era dispus să plătească mai mult pentru a cumpăra mașina ta. Te simți descurajat, deprimat; aceea era mașina ta, o doreai; dacă nu ai mai fi așteptat...; acum trebuie să iei de la capăt întregul proces, știind că este posibil să fi lăsat cea mai bună afacere să îți scape printre degete. Întrebi despre alte mașini și vânzătorul este dispus să te ajute dacă vrei să vii a doua zi. Așa și faci.