

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Sztuka przekonywania Jak przekonywać innych do swoich racji?

Agata Kilon

Uniwersytet w Białymstoku
21 listopada 2013 r.

Organizatorzy



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

Uniwersytet w Białymstoku

Techniki perswazji

Apel racjonalny – odwołuje się do tego, co bezpośrednio interesuje odbiorcę

Apel emocjonalny wzbudza emocje negatywne lub pozytywne, mające motywować do zakupu

Apel moralny skierowany do uczuć, związanych z tym, co dobre i właściwe

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

Przekaz emocjonalny

- „granie na emocjach”
- wywoływanie wrażenia niedoboru
- poczucie humoru



Przekaz racjonalny

- wykorzystanie „twardych faktów”
- wykresy, badania, ekspertyzy





Przekaz moralny

- odwołuje się do sumienia
- bazuje na chęci „bycia dobrym”

Techniki perswazji czyli psychologiczne metody wywierania wpływu:

- reguła wzajemności
- autorytetu
- lubienie i sympatia
- niedostępność
- ustępstwa
- społeczny dowód słuszności
- technika „nogi w drzwiach”
- ważne wydarzenia

Uniwersytet w Białymstoku

Pułapka „odwzajemnienia”

Poczucie zobowiązania
względem osób które
nas obdarowały lub
zrobiły nam
przysługę.



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

Uniwersytet w Białymstoku



Autorytet

Powołujemy się na
opinie ludzi będących
ekspertami w danej
dziedzinie
(lub są kreowani na
autorytety)

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

Uniwersytet w Białymstoku

„Lubienie i sympatia”

Niść sympatii między
nami a osobą, którą
mamy do czegoś
przekonać



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

Uniwersytet w Białymstoku

Niedostępność

Umacnianie w klientów w przekonaniu, że
oferowane przez nas dobra są trudno dostępne



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

Uniwersytet w Białymstoku

Ustępstwa



Próba przekonania
kogoś o tym, że
tracimy zgadzając się
na jego propozycję

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

Uniwersytet w Białymstoku

„Społeczny dowód
słuszności”



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

Uniwersytet w Białymstoku

Technika „nogi w drzwiach”

Rozpoczęcie
przedstawiania oferty
od wyrażenia
niewielkiej prośby



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

Uniwersytet w Białymstoku

Wykorzystanie ważnych wydarzeń



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

Tricki :

- „prawdopodobnie...”
- atrakcyjność fizyczna
- dodanie pozytywnych cech
- cena odniesienia
- bazowanie na odruchach

**Tricki :**

- okazja
- wykorzystanie nieuwagi
- prezentacja „na tle”



- 1. Jak przekonać nauczyciela, że koniecznie TRZEBA przełożyć klasówkę;)?**
- 2. Jak przekonać rodziców, żeby pozwolili pójść na urodziny kolegi/koleżanki które skończą się bardzo późno?**
- 3. Jak przekonać rodziców, żeby podnieśli kieszonkowe?**