

# Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



**Istota przekonywania.**  
Proces podejmowania decyzji  
i techniki go wspierające.

Monika Korczak, psycholog

**Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach**  
19 listopada 2018 r.

Organizatorzy





**PERSWAZJA** to inaczej wywieranie wpływu na przekonania, postawy, intencje, motywacje i zachowania innych ludzi.

Perswazja jest często stosowana zarówno w życiu prywatnym, jak i zawodowym.



**MANIPULACJA** jest wpływaniem na poglądy czy zachowania innych osób poza ich świadomością i bez respektowania ich prawa wyboru.

## STOSUJĄC PERSWAZJĘ MOŻNA ODWOŁYWAĆ SIĘ:

- **do rozumu** – posługiwać się argumentami merytorycznymi (np. wiarygodnymi danymi), logicznym wnioskowaniem,
- **do uczuć** – wywoływać emocje (współczucie, dumę, strach), wzbudzać wdzięczność lub poczucie winy,
- **do wartości** – powoływać się na zasady etyczne, autorytety, rzeczy, które są cenne dla określonego odbiorcy.

# REGUŁY PERSWAZJI

## WZAJEMNOŚĆ

Ty zrobiłeś coś dla mnie, więc ja zrobię coś dla ciebie.

Ta reguła każe nam odwzajemnić się w jakiś sposób komuś, kto zrobił coś dla nas. Jeśli wyświadczono nam przysługę czujemy się zobowiązani do rewanżu, nawet z opóźnieniem czasowym.

Metoda „coś za coś” jest powszechnie wykorzystywana w marketingu. Częstując nas darmowymi próbkami przy stanowiskach sprzedażowych, hostessy sprawiają, że jesteśmy bardziej chętni dokonać zakupu. Inną techniką wpływu tej reguły jest np. prośba o dużą i wymagającą przysługę, na którą niechętnie przystaniemy, a następnie prośba o mniejszą, na którą zdecydujemy się z większym prawdopodobieństwem.

# REGUŁY PERSWAZJI

## SPOŁECZNY DOWÓD SŁUSZNOŚCI

Większość osób postępuje w ten sposób, więc jest to dobre rozwiązanie dla mnie.

Ta zasada opiera się na mechanizmie konformizmu. Jeżeli dane zachowanie jest popierane przez większość, to znaczy, że jest słuszne i my również czujemy się zobowiązani dostosować się i postępować podobnie. Jest to zjawisko często wykorzystywane w reklamie rozmaitych usług. Przykładem mogą być szkoły językowe lub szkoły tańca, które chwala się ile i jakie sławne osoby skorzystały z ich serwisu – im więcej, tym bardziej jesteśmy przekonani, że w naukę w danej szkole warto inwestować. Z regułą społecznego dowodu słuszności mamy styczność na porządku dziennym np. w sieci. Czy nie skusiłbyś się zajrzeć do artykułu opatrzonego opisem „to zachwyciło tysiące internautów”?

# REGUŁY PERSWAZJI

## ZAANGAŻOWANIE I KONSEKWENCJA

Angażując się w działanie będziemy je kontynuować, aby być postrzeganym jako osoba konsekwentna.

Jeśli już raz zostaniemy przekonani do czegoś – produktu czy poglądu – z dużym prawdopodobieństwem będziemy kontynuować dane działanie. Ma to uzasadnienie w potrzebie bycia postrzeganym jako osoba konsekwentna, ponieważ jest to cecha społecznie pożądana. Początkowe zobowiązanie jest tu kluczowe.

Na tej zasadzie bazują wszelkie promocje typu bezpłatny pierwszy miesiąc, dni otwarte czy jazdy próbne. Technikami stosowanymi przy tej zasadzie są: stopa w drzwiach (jeśli spełniłeś czyjąś małą prośbę, z większym prawdopodobieństwem spełnisz kolejną większą) czy niska piłka (podjęliśmy decyzję o zakupie produktu w danej cenie, przy kasie okazuje się, że była to cena netto bez podatku, jednak i tak podtrzymujemy decyzję i płacimy więcej).

# REGUŁY PERSWAZJI

## LUBIENIE I SYMPATIA

Chętniej spełnię twoją prośbę, jeśli wzbudzasz moją sympatię.

W codziennych kontaktach społecznych ta reguła wydaje się być naturalna. Osobom, za którymi nie przepadamy lub są nam obojętne trudno będzie skłonić nas do podjęcia jakichś działań.

A teraz odpowiedz sobie na pytanie: jak bardzo lubisz przypadkową hostesę w supermarkecie? Z pewnością będzie ci ona obojętne i nie widzisz powodu, aby wydawać pieniądze w reklamowany przez nią produkt dopóki... nie dojdzie do interakcji. Reguła lubienia opiera się na psychologicznych mechanizmach manipulacji atrakcyjnością i uznaniem. Jeżeli atrakcyjna osoba wyrzeze na nas dobre pierwsze wrażenie – przypiszemy jej pozytywne cechy osobowościowe.

Zjawisko to nazywamy efektem aureoli.

A kiedy pozytywnie odbierana osoba okazuje nam uznanie poprzez komplementy, stajemy się całkowicie podatni na jej perswazję i oferty.



# REGUŁY PERSWAZJI

## NIEDOSTĘPNOŚĆ

To, co rzadkie, mniej powszechne i wyjątkowe jest dużo bardziej atrakcyjne.

Chcąc sprawić, aby ktoś uległ naszym namowom do czegoś, przekonajmy go, że jest to ograniczona oferta, z której tylko nieliczni wybrańcy mogą skorzystać. Szanse na sukces znacznie się zwiększają, ponieważ ludzie cenią sobie mniej osiągalne zdobycze, które czynią ich wyjątkowymi. Można powiedzieć, że satysfakcja jest wprost proporcjonalna do trudności w pozyskaniu wybranych dóbr. I tak, wszelkie propozycje „last minute”, ostatnie sztuki, ograniczone czasowo promocje „teraz albo nigdy” służą wywołaniu w nas szybkiej bezrefleksyjnej reakcji dając poczucie, że jesteśmy bliscy straty czegoś cennego.

# REGUŁY PERSWAZJI

## AUTORYTET

Chętniej ulegniemy prośbie osoby, która w naszych oczach jest autorytetem.

W tym miejscu trzeba wspomnieć o sławnym eksperymencie Stanleya Milgrama.

Uczestnikom jego badania powiedziano, że sprawdzany będzie wpływ kar na uczenie się, podczas gdy w rzeczywistości chodziło o ocenę siły autorytetu. Pod okiem eksperymentatora w białym kitlu osoby badane zadawały uczniom, którzy źle odpowiedzieli na pytanie, karę w postaci coraz mocniejszych wstrząsów elektrycznych. Oczywiście rolę uczniów odgrywali współpracownicy Milgrama, którzy symulowali swoje cierpienie. Eksperyment skończył się szokującym rezultatem; ponad 60 proc. badanych nie zawahało się zastosować najsilniejszych wstrząsów, ponieważ byli do tego nakłaniani przez eksperymentatora. To badanie doskonale zobrazowało jak daleko może się posunąć osoba działająca pod wpływem autorytetu. Ten rodzaj perswazji wykorzystywany jest często w reklamach rozmaitych środków chemicznych, gdzie o ich składzie i działaniu opowiada osoba wyglądająca jak lekarz bądź laborant.

# JAK SKUTECZNIE PRZEKONYWAĆ

- **Uśmiech.**
- **Pozytywny kontakt wzrokowy.**
- **Wczuj się w twojego rozmówcę.**
- **Bądź szczerzy i wiarygodny.**
- **Powiedz szczerzy komplement.**
- **Korzystaj ze słów mających wydźwięk pozytywny.**

# JAK SKUTECZNIE PRZEKONYWAĆ

- **Nawiąż nić prawdziwego porozumienia.**
- **Mniej mów, więcej słuchaj.**
- **Oddziałuj na wszystkie zmysły.**
- **Moduluj głos.**
- **Używaj zwrotu „wyobraź sobie”.**

## TECHNIKA 6 KAPELUSZY

Kapelusz Niebieski  
organizacja, chłodny  
bezstronny obserwator. Nie  
pyta o to co?, tylko o to jak?  
Nie tylko kontroluje,  
porządkuje oraz określa  
ograniczenia i priorytety.



Kapelusz Czerwony to emocje,  
namiętności, impulsywność i uczucia.  
Nakaz wyrażania emocji. Prosto z  
mostu. Bez konsekwencji.



Kapelusz Żółty  
entuzjazm, to przyjęcie  
pozytywnej postawy. Żółte  
myślenie to ciekawość,  
przyjemność i radość. To  
zamiana w przedsiębiorcę,  
który widzi wszystko jako  
sukces. Pozytywne aspekty,  
wszystko się nam uda.



Kapelusz Biały  
obiektywizm.  
Zajmuje się faktami  
i liczbami.



Kapelusz Zielony  
kreatywność, możliwości.  
Nowe punkty widzenia  
rzeczywistości. Nie ma  
obowiązku logiki. To czysta  
kreatywność i innowacyjność.



Kapelusz Czarny  
obiektywność, to podejście logicznie  
pesymistyczne, negatywne, ma  
oceniać i ostrzegać przed  
zagrożeniami. To zagrożenia które  
spostzegamy w danej sytuacji.



# Dziękuję za uwagę

Monika Korczak  
psycholog