

چگونه با راه متقاعد کردن دیگران فرد با نفوذ بشویم؟

Page | 1

همه‌ی ما دوست داریم در هنگام سخنرانی، تأثیر مثبتی بر روی مخاطبان خود بگذاریم. پس هنگام سخنرانی، به حرفی که می‌زنید اعتقاد داشته باشید، در این صورت، حتی اگر مخاطب اعتقاد چندانی هم به سخنان شما نداشته باشد، باز هم با شما همراهی می‌کند و چه بسا در نهایت به آنچه می‌گویید باور پیدا کند. اما واقعیت تأمل برانگیز این است که تنها تعداد اندکی از افراد در سخنرانی و متقاعد کردن دیگران موفق عمل می‌کنند. در این مقاله شما با ۱۵ تکنیک برای متقاعد کردن دیگران آشنا می‌شوید.

متقاعد کردن دیگران، از مهارت‌هایی است که همه‌ی افراد باید آن را یاد بگیرند. برای رسیدن به اهدافمان در محل کار، خانه و در زندگی اجتماعی باید یاد بگیریم چگونه، دیگران

را با خود همراه کنیم. پس اگر به دنبال زندگی شادتری هستید، این ۱۵ تکنیک طلایی را امتحان کنید.

1. برای متقاعد کردن دیگران، «اثر ارابه‌ی موسیقی» را به خاطر داشته باشید

اثر ارابه‌ی موسیقی، بر این اصل استوار است که هیچکس دوست ندارد از جمع طرد شود و یا سخنانش نادیده گرفته شود. وقتی شما دیدگاه خود را به گونه‌ای مطرح می‌کنید که گویی افراد زیادی با آن موافق هستند، در واقع تلاش می‌کنید مخاطب را با خود همراه کنید. این یکی از روش‌های

مورد علاقه‌ی سیاستمداران است. مثلاً فرض کنید یکی از اهالی سیاست در کانادا در سخنرانی خود بگوید: «مردم کانادا می‌خواهند...». اکنون باید پرسید که او از کجا می‌داند مردم کانادا چه چیزی می‌خواهند؟ حقیقت این است که وی اصلاً در این زمینه اطلاعی ندارد. اما از این روش برای جلب توجه و تأثیرگذاری بر مخاطب استفاده می‌کند. وقتی مردم حس کنند که افراد دیگری نیز با آنها هم‌عقیده هستند. با مقاومت کمتری سخنان شخص گوینده را قبول می‌کنند.

به زبان ساده‌تر «خواهی نشوی رسوا هم‌رنگ جماعت شو». پس اکثر مردم ترجیح می‌دهند راهی را انتخاب کنند که بقیه هم با آن موافق هستند.

2. برای متقاعد کردن دیگران، شفاف سخن بگویید.

وقتی شفاف و صریح حرف زده‌ایم که پیام را به طور مستقیم به مخاطب برسانیم. پس، از مبهم‌گویی و در لفافه سخن گفتن، بپرهیزید. یاد بگیرید که صریح باشید، حرف خود را بدون

تعارف و رودربایستی بزنید و تأثیر شگفت‌انگیز آن را بر مخاطب خود ببینید. اگر حرف خود را به‌گونه‌ای بیان کنید که جدی و واقعی به نظر برسد، ولی واقعیت امر چیز دیگری باشد،

خیلی زود به دردسر می‌افتید. مخاطبان شما خیلی زود متوجه می‌شوند، به همین خاطر حرفی که صریح و شفاف بیان شود، بهتر هم از سوی مخاطب پذیرفته می‌شود.

3. برای متقاعد کردن دیگران، شوخ طبع باشید.

وقتی می‌خندید، احساس خوبی دارید. وقتی حس خوبی دارید، لبخند می‌زنید. خوش خلق بودن، موجب جلب توجه دیگران می‌شود و تأثیر کلام شما را در مخاطب، افزایش می‌دهد. همواره به یاد داشته باشید یک روش قدرتمند برای جلب توجه و متقاعد کردن دیگران، شوخ‌طبعی است برای متقاعد کردن دیگران، تکرار کنید. 4.

بهتر است کلمات، صداها و تصاویر برای تأکید بر موضوع اصلی، بارها تکرار شوند. نکته‌ی مهم این است که دفعات تکرار یک لغت، تصویر و یا هر ایده دیگری کاملاً بستگی به گوینده

دارد. فقط فراموش نکنید، تکرار و بازگویی هر ایده‌ای، اثر مطلوبی بر شنونده دارد.

برای متقاعد کردن دیگران، قانون «تکرار سه باره» جواب می‌دهد. 5.

حتماً بخوانید: چگونه از مهارت داستان‌گویی برای جذب مخاطب در صحبت‌هایمان استفاده کنیم

قانون تکرار سه باره بر این اصل استوار است که اگر سخنی را سه بار تکرار کنید، تأثیرگذاری آن بیشتر می‌شود. استفاده از روش‌های متفاوت در هر بار تکرار پیام، نشانه‌ی قدرت

گوینده است و این امکان را می‌دهد تا سخنران، نظرات خود را کامل‌تر بیان کند و بر روی نکات مهم، تمرکز بیشتری

داشته باشد. این روش، قدرت به خاطر سپاری پیام را در مخاطبان نیز افزایش می‌دهد.

6. برای متقاعد کردن دیگران، صمیمانه رفتار کنید.

با استفاده از تصاویر مناسب و تلفیق آن با صدایی خوشایند، گرم و صمیمی، حس اطمینان را در مخاطب به وجود آورید. نتیجه‌ی این کار چیست؟ مخاطبان، احساس

صمیمیت بیشتری می‌کنند، حسی که همه دوست دارند آن را تجربه کنند و این نفوذ کلام شما را افزایش می‌دهد.

7. برای متقاعد کردن دیگران، کاریزماتیک باشید.

افرادی که سعی در متقاعد کردن دیگران دارند، باید ظاهری جذاب، محکم و مطمئن داشته باشند. این مسئله در پیام‌های سیاسی نمود بیشتری دارد. مردم، اغلب از رهبران کاریزماتیک پیروی می‌کنند، حتی زمانی که با مواضع آنها مخالف هستند. شاید شما به‌خاطر نمی‌آورید، اما مردم کانادا در چند دهه‌ی پیش عاشق مردی به نام پیر ترودو شدند که با بیان شیوا و جذاب خود توانسته بود، فضای سیاسی کانادا را به تسخیر خود درآورد.

8. برای متقاعد کردن دیگران ، با کمک مشاهدات، پیشبینی کنید

گاهی اوقات، افراد برای متقاعد کردن دیگران از چند واقعیت کوچک، نتایج بزرگی می‌گیرند. لازم است در ابتدا پیچیدگی واقعی یک موضوع را نادیده بگیریم. وقتی عاملی قابل پیشبینی

است، احتمال وقوع آن نیز وجود دارد. پس مردم آن را باور می‌کنند. اطمینان از امکان وقوع یک موضوع، موجب ترغیب دیگران به باور موضوع مورد نظر می‌شود

9. برای متقاعد کردن دیگران ، از مخاطب خود تمجید کنید

حتما بخوانید: ۲۵ ایده تبلیغات برای فروش بیشتر

تملق گویی، تعریف و تمجید از مخاطب یکی از راه‌هایی است که افراد، معمولا برای ترغیب و متقاعد کردن دیگران و مخاطبان خود انتخاب می‌کنند. مثلا با گفتن جملاتی چون «شما سخت کار می‌کنید، پس لایق بهترین‌ها هستید» تلاش می‌کنند توجه مخاطب را به خود جلب کنند. مردم عاشق ستوده شدن هستند.

مطمئنا هر کسی به باهوشی شما متوجه قدرت این روش می (!شود)

10. برای متقاعد کردن دیگران ، مفاهیم عام همیشه جواب می دهند

لغاتی مانند دموکراسی، آزادی، برابری یا پیشرفت، اغلب برای ترغیب دیگران به کار گرفته می شود. این لغات، مفاهیم مثبتی دارند که اکثر افراد آن را قبول دارند. به کار بردن این مفاهیم

در کلام به مخاطب کمک می کند تا دیدگاه شما را بپذیرد

برای متقاعد کردن دیگران ، حرف تازه ای بزنید. 11.

مردم جذب ایده هایی می شوند که درخشان و کاملاً جدید باشند. حتی اگر ایده شما نو نباشد، باز می آرزد که دستی به سر و روی آن بکشید و ظاهری تازه به آن ببخشید. می توان ایده ای

قدیمی را به مخاطبانی جدید یا به شیوه ای نو ارائه داد

برای متقاعد کردن دیگران ، از قدرت نوستالژی غافل نشوید 12.

افراد از این روش استفاده می‌کنند تا تداعی کننده‌ی خاطرات خوش مخاطبان در زمان گذشته باشند. ایجاد حس دل‌تنگی و تداعی خاطرات و تجربه‌های خوش گذشته برای افراد مختلف

به‌ویژه سالمندان، می‌تواند در متقاعد کردن دیگران و ترغیب مخاطبان، بسیار مثرتر باشد

13. برای متقاعد کردن دیگران، از پرسش‌های تأکیدی بهره بگیرید

پرسش تأکیدی یا همان استفهام انکاری یعنی در قالب یک پرسش، موضوعی را مطرح کنید، بدون آنکه به دنبال پاسخ مشخصی برای پرسش باشید. در حقیقت پرسش‌های تأکیدی نیاز به

پاسخ ندارند، چون پاسخ کاملاً مشخص است و مخاطبان نیز با آن موافقت می‌کنند! مثال: کیست که به آب نیاز نداشته باشد؟

14. برای متقاعد کردن دیگران، مقایسه کنید

در این روش معمولا دو چیز با هم مقایسه می‌شود. سخنرانان از این روش برای مقایسه بین موضوع جدید و موضوعی که برای مخاطب، آشنا و شفاف است، استفاده می‌کنند. مزیت

استفاده از این روش آن است که ایده‌های مختلف را می‌توان در عبارتی کوتاه یا با بیان چند کلمه، توضیح داد.

برای متقاعد کردن دیگران، قربانی کنید. 15.

در این روش کسی یا چیزی را پیدا می‌کنیم تا مشکلات فعلی را به گردن او بیندازیم. این روشی که معمولا در دنیای سیاست کاربرد دارد. برای مثال، حزبی که قدرت را در دست ندارد،

معمولا همه مشکلات را به گردن حزبی می‌اندازد که قدرت در دستش است و همواره آن را به خاطر مشکلات فعلی مقصر جلوه می‌دهد.