

NY EKSPRESJA WYPOWIA
AZJA **PHIL M. JONES** WER

ŁA ROZMOWA W BIZNES
IA NEGOCJACJE NARZĘDZ
OWE **WŁAŚCIWE** KLUCZO
Z ZWROTY **SŁOWA** CZYNY

CIWY KOMUNIKACJA SPO
PERSWAZJA WERBALNA P
SIŁA PERSWAZJI MOWIE
W BIZNESIE

PHIL M. JONES

WŁAŚCIWE SŁOWA

**CO, JAK I KIEDY POWIEDZIEĆ,
CZYLI SIŁA KOMUNIKACJI
W BIZNESIE**

Przekład: Aleksandra Samson-Banasik

Wprowadzenie

Zgaduję, że sięgnąłeś po tę książkę z jednego z poniższych powodów.

Być może jesteś doświadczonym sprzedawcą, który chce rozwinąć umiejętności.

Być może prowadzisz biznes i szukasz sposobu na zwiększenie swojego oddziaływania.

A może po prostu spodobała ci się pięknie zaprojektowana okładka i poczułeś wewnętrzny przymus zerknięcia do środka. Jednego jestem jednak pewien – fakt, że dojrzałeś do tego miejsca, świadczy o tym, że jesteś otwarty na zmiany i poważnie traktujesz swój osobisty sukces.

Kiedy przyglądam się ludziom, ich związkom i interakcjom biznesowym – a robię to zawodowo – niezmiennie zadziwia mnie to, że wszyscy korzystamy z tych samych na pozór składników, a jednak osiągamy całkowicie odmienne wyniki.

Wśród przedsiębiorców dysponujących takimi samymi produktami i zasobami są tacy, którzy zmagają się z pozyskiwaniem nowych klientów, i tacy, którzy nie mogą się od nich opędzić. Ci drudzy, choć prezentują różne postawy i podejmują różnorodne starania, mają jedną wspólną cechę: dokładnie wiedzą, co powiedzieć, kiedy to powiedzieć i jak nadać swoim słowom znaczenie.

To odkrycie dało początek mojej fascynacji wpływem, jaki subtelna zmiana języka może mieć na wynik rozmowy. Zmotywowało mnie też do pracy nad odkryciem konkretnych sformułowań, które wyzwalają zmiany w systemie przekonań rozmówcy.

W 2012 roku wydałem cieniutką książeczkę *Magic Words*, będącą kompilacją słów, które przewijają się w moich szkoleniach i wystąpieniach. Jestem z niej bardzo dumny i to bynajmniej nie dlatego, że ta mała książeczka znalazła się na wielu listach bestsellerów. O wiele ważniejsze jest dla mnie to, że ludzie, którzy ją kupili, nie odłożyli jej na półkę, tylko przeczytali, zastosowali to, czego się z niej dowiedzieli, i osiągnęli świetne wyniki wyłącznie dzięki prostym zmianom w doborze słów, których używają na co dzień.

Pozwól, że wyjaśnię pokrótce, czym są tytułowe Magiczne Słowa.

Magiczne Słowa to zestaw słów, które trafiają wprost do naszej podświadomości. Podświadomość jest potężnym narzędziem w procesie decyzyjnym, ponieważ jest zaprogramowana do bezwysiłkowego, bezrefleksyjnego dokonywania wyborów.

Mechanizm jej działania można przyrównać do komputera, który przewiduje jedynie dwie opcje – „tak” lub „nie”, nigdy „być może”. Podświadomość jest silna, zdecydowana i działa błyskawicznie.

Używanie słów, które przemawiają do tej właśnie części umysłu – nieznającej wahania i reagującej w oparciu o odruchy daje ci ogromną przewagę w rozmowie i może ułatwić ci postawienie na swoim.

PRZYKŁADY

Jeśli zastanawia cię, w jakich sytuacjach twoja podświadomość przejmuje dowodzenie, oto kilka przykładów:

Kontrolowanie oddechu, kiedy śpisz.

Asystowanie w rutynowych czynnościach, które wykonujesz, prowadząc samochód na znajomej trasie.

Kierowanie uwagi na wszystko, co choć w najmniejszym stopniu przypomina twoje imię.

Każdy z nas codziennie polega na podświadomości, która w dużej mierze wyręcza nas w uciążliwym przetwarzaniu wciąż tych samych informacji, dokonywaniu stałych wyliczeń i podejmowaniu rutynowych decyzji.

W tej książce wracam do wielu z tych Magicznych Słów, dodaję kolejne i podaję konkretne przykłady ich użycia w praktyce. Chcę ci wyjaśnić, dlaczego są tak szczególne, chcę też pomóc znaleźć dla nich szersze zastosowanie w twoim codziennym życiu.

Są sprawdzone i niezawodne, jeśli właściwie się z nich korzysta. Jednak ta książka to coś więcej

niż tylko Magiczne Słowa. Każdy z jej rozdziałów da ci wgląd w to, co podsyca ludzkie zainteresowanie i nauczy cię, jak – dzięki prostym do wprowadzenia zmianom – można znacząco ułatwić sobie życie. Tak, rady, które tu znajdziesz, odnoszą się przede wszystkim do rozmów biznesowych i mają na celu poprawę twoich wyników sprzedaży, ale każdą z nich możesz bez trudu przenieść na grunt pozostałych sfer życia, aby stać się bardziej przekonującym i wpływowym we wszystkim, co robisz.

Czytając, miej pod ręką notatnik i długopis. Za każdym razem, gdy zapoznasz się z nowymi Magicznymi Słowami, próbuj tworzyć swoje własne przykłady ich zastosowania i tak szybko, jak to możliwe, zacznij je testować, a za każdym kolejnym razem będziesz czuć się pewniej i bardziej komfortowo. Wszystko, o czym piszę, może się wydawać proste, ale proste niekoniecznie znaczy łatwe do wykonania. Do dyskomfortu można i trzeba się przyzwyczaić.

Z niecierpliwością czekam na wieści o tym, co Magiczne Słowa zmieniły w twoim życiu – czy nadały większe znaczenie twoim rozmowom i stały się katalizatorem korzystnych decyzji twoich klientów. Mam wielką nadzieję, że podzielisz się ze mną swoimi wynikami i doświadczeniami na dowolnej platformie społecznościowej.

1

Nie wiem, czy cię to zainteresuje, ale...

Jednym z najczęstszych powodów niepowodzenia ludzi w skutecznym zaprezentowaniu własnych pomysłów, produktów czy też usług jest strach przed odmową lub odrzuceniem.

**Właśnie dlatego uznałem,
że najlepszym punktem wyjścia
będzie zestaw słów, dzięki którym
można zaznajomić rozmówcę
z dowolnym pomysłem,
w dowolnym momencie
i w sposób, który nie naraża
nas na ryzyko odrzucenia.
Słowa, które mam na myśli to:
„Nie wiem, czy cię to
zainteresuje, ale...”.**

Przyjrzyjmy się przez chwilę temu, jak działa ta prosta struktura.

Rozpoczęcie wypowiedzi słowami: „Nie wiem, czy cię to zainteresuje, ale...” sprawia, że do podświadomości twojego rozmówcy dociera informacja: „Hej, nie ma żadnej presji”. Sugerując, że może nie być czymś zainteresowany, w naturalny sposób zwiększasz jego zaciekawienie. Słuchacz zaczyna się zastanawiać, czym jest „to”, a taki nagły wzrost poziomu zainteresowania działa jak przynęta.

Co więcej, uruchamia w odbiorcy wewnętrzny mechanizm, który informuje go o konieczności podjęcia decyzji, a łagodność twojego podejścia sprawia, że ta decyzja wydaje się niewymuszona i samodzielna.

Jednak prawdziwa magia dzieje się za sprawą ostatniego, zaledwie trzyliterowego słowa w tej sekwencji, tego, którego z reguły powinno się unikać we wszystkich rozmowach: słowa „ale”.

Wyobraź sobie, że dostajesz od przełożonego następującą informację zwrotną na temat swojej pracy: „Wiesz, że jesteś naprawdę cennym członkiem naszego zespołu. Jesteśmy bardzo zadowoleni ze wszystkiego, co robisz, ale pewne rzeczy muszą się zmienić”. Którą część powyższej wypowiedzi zapamiętałbyś najlepiej? Zgaduję, że tę, która zaczyna się od słowa „ale”. „Ale” neguje wszystko, co zostało wcześniej powiedziane, więc kiedy mówisz komuś: „Nie wiem, czy cię to zainteresuje, ale...”, do jego podświadomości dociera: „Może warto się temu przyjrzeć”.

Powiedz TO! Poznaj kluczowe zwroty, które pomogą ci w uzyskaniu pożądaných rezultatów rozmów, w których uczestniczysz. Dowiedz się, jak przekonująco formułować zdania, naucz się zadawać właściwe pytania we właściwym momencie i odkryj, jakie słowa należy wyeliminować ze swojego prywatnego i zawodowego słownika.

Słowa mają wielką moc – wpływają na podejmowane decyzje, zmieniają ludzkie losy, budują i rujną fortuny – a jednak tak niewiele osób potrafi nimi władać z rozmystem.

Poczytny autor i rozchwytywany mówca Phil M. Jones pokazuje, jak proste techniki językowe mogą wpływać na przebieg konwersacji. Bazując na latach skutecznych (i nieskutecznych) negocjacji sprzedażowych oraz szkoleniach obejmujących ponad dwa miliony osób na całym świecie, Jones wyodrębnił 22 formuły, które można bez trudu wpleść w codzienne rozmowy. Każdy rozdział odkrywa psychologiczne podstawy skuteczności tych technik i oferuje jasne przykłady ich zastosowania w różnych sytuacjach.

Ta zwięzła, motywująca i – co najważniejsze – skuteczna książka pozwoli ci nie tylko zrozumieć, ale również opanować sztukę prowadzenia konwersacji i perswazji werbalnej, a co za tym idzie, osiągnąć sukces w biznesie.

Patroni:



personel&zarządzanie

NOWA
SPRZEDAŻ

HR BUSINESS
PARTNER
HR PARTNER WYKONAWCZY

 hrpolska.

ISBN 978-83-8087-857-0



9 788380 878570

MT19073

Cena 39,90 zł