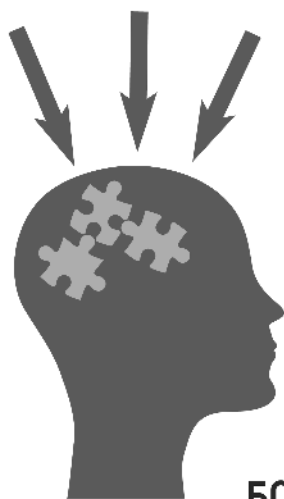




ПСИХОЛОГИЯ
ВСЁ ПО ПОЛОЧКАМ

Наталья Титова

Как мотивировать одним словом



БОМБОРА™

Москва 2018

УДК 159.947.5
ББК 88.53
Т45

Титова, Наталья.

Т45 Как мотивировать одним словом. 50 приемов НЛП / Наталья Титова. — Москва : Эксмо, 2018. — 128 с. — (Психология. Все по полочкам).

ISBN 978-5-699-91202-5

Нравится нам это или нет, но всю свою жизнь мы кого-то убеждаем в своей правоте. Каждый хотя бы раз в жизни мечтает, чтобы окружающие единогласно признали его правоту. Добиться согласия даже самых несговорчивых оппонентов можно одним уникальным методом, имя которому — мотивация. В этой книге приведены основные приемы краткой словесной мотивации — «мотивации одним словом». Эти приемы не только разработаны на основе НЛП, различных психологических приемов делового общения, но и проверены на практике. «Как мотивировать одним словом» предназначена для всех, кто хочет научиться владеть ситуацией, отстаивать свои интересы и беспрепятственно доносить до окружающих свою точку зрения.

УДК 159.947.5
ББК 88.53

© Титова Н., текст, 2016

© Оформление.

ISBN 978-5-699-91202-5

ООО «Издательство «Эксмо», 2017

Содержание

| | |
|-------------------------|---|
| <i>Вступление</i> | 9 |
|-------------------------|---|

Глава 1

САМЫЕ СИЛЬНЫЕ ПРИЕМЫ МОТИВАЦИИ

| | |
|--|----|
| <i>Прием 1. Самый главный! Слово, бьющее точно в потребность</i> | 12 |
| <i>Прием 2. Секретный инструмент разведчиков</i> | 16 |
| <i>Прием 3. Предложение желанной роли</i> | 18 |
| <i>Прием 4. «А если бы вы сделали это?..»</i> | 21 |
| <i>Прием 5. Compliment</i> | 23 |
| <i>Прием 6. «Признаюсь вам честно...»</i> | 26 |
| <i>Прием 7. Задай вопрос и... отойди!</i> | 28 |
| <i>Прием 8. «Что еще сделать для вас?»</i> | 31 |
| <i>Прием 9. «Кто ты и что ты делаешь?»</i> | 33 |
| <i>Прием 10. «Давайте вместе! Помогите нам!»</i> | 36 |

Глава 2

САМЫЕ «ХИТРОУМНЫЕ»

ПРИЕМЫ МОТИВАЦИИ

- Прием 11.* «Жаль потерять возможность!» 40
- Прием 12.* «Знаете, что сейчас
помогло бы вам больше всего?» 42
- Прием 13.* «Вы — свободный человек!» 44
- Прием 14.* «Поехали!» 46
- Прием 14.* Благодарю вас! 48
- Прием 15.* «Парируйте, если сможете!» 49
- Прием 16.* «Конкретизируйте,
пожалуйста...» 52
- Прием 17.* «Достигнете ли вы успеха?» 55
- Прием 18.* «Довольны ли вы...
или хотели бы улучшить...?» 58
- Прием 19.* «Вам ничего не придется делать!
Мы все сделаем за вас!» 61
- Прием 20.* «Когда я увидел вас впервые...» 62

Глава 3

ТВОРЧЕСТВО И ВООБРАЖЕНИЕ –

ИНСТРУМЕНТЫ ВИРТУОЗОВ МОТИВАЦИИ

- Прием 21.* «Все в порядке.
Я со всеми договорился! Я уже все уладил!» 65

| | |
|--|----|
| <i>Прием 22. Эмоциональный образ</i> | 67 |
| <i>Прием 23. «Действуйте!»</i> | 68 |
| <i>Прием 24. Драматизация</i> | 71 |
| <i>Прием 25. «Как это сделать?»</i> | 73 |
| <i>Прием 26. «Признаю свою ошибку...»</i> | 75 |
| <i>Прием 27. «Вам это удалось!»</i> | 78 |
| <i>Прием 28. «Эффект пальмы»</i> | 79 |
| <i>Прием 29. Шутка и игра</i> | 82 |
| <i>Прием 30. «Представьте себе, что это уже произошло»</i> | 84 |

Глава 4

ВОВЛЕЧЕНИЕ —

СИЛЬНЕЙШИЙ ИНСТРУМЕНТ МОТИВАЦИИ

| | |
|--|----|
| <i>Прием 31. Помогите, пожалуйста!</i> | 87 |
| <i>Прием 32. Вау-эффект</i> | 89 |
| <i>Прием 33. Научите меня...</i> | 90 |
| <i>Прием 34. Не дождется!</i> | 92 |
| <i>Прием 35. Все авторитеты делают так...</i> | 94 |
| <i>Прием 36. Мы с вами одной крови!</i> | 95 |
| <i>Прием 37. Хотите, я раскрою вам один секрет? Строго между нами!</i> | 97 |
| <i>Прием 38. Я хочу вам помочь!</i> | 98 |

*Прием 39. Спасибо вам,
что вы сделали все, что могли! 99*

Прием 40. Вы победили! 101

Глава 5

НОВИЗНА – СЕКРЕТ

УСПЕШНОГО ВЛИЯНИЯ

*Прием 41. Знаете, что вам сейчас
помогло бы больше всего? 104*

*Прием 42. Переключение внимания
с негатива на позитив 106*

*Прием 43. Цитата,
которую помнят и любят 107*

Прием 44. Переключение модальности 109

Прием 45. Стихи и песни 111

Прием 46. Разрыв шаблона 113

Прием 47. Раз уж мы с вами встретились... 114

*Прием 48. Быстрая мотивация должна
точно попадать в ключевую потребность 116*

*Прием 49. Мотивация должна быть
быстрой и краткой 118*

*Прием 50. Мотивация должна быть
позитивной для всех 120*

Заключение 124

Вступление

Нравится нам это или не нравится, но всю свою жизнь мы кого-то убеждаем в своей правоте. Учителей и начальников — в том, что мы компетентнее и лучше, чем они думают. Тех, от кого зависит наша судьба, — выбрать именно нас и позволить карьерно расти. Партнеров и клиентов — в необходимости сотрудничать с нами на выгодных нам условиях. Близких и родных — что мы достойны любви и уважения. Всех окружающих — в правильности нашей точки зрения.

Мы мечтаем, чтобы окружающие единогласно признали, что мы — самые лучшие и всегда во всем правы.

«Выбери меня и открой мне двери успеха!» — таков главный посыл каждого развивающегося и карьерно растущего человека. Вся наша жизнь в современном мире — это постоянная «продажа» и продвижение самих себя. Чем бы мы ни занимались, если мы хотим достичь успеха, то должны постоянно «презентовать» себя, свои идеи и проекты, добиваться интереса к нам значимых лиц, принимающих решения, доказывать собственное право занимать достойные места где бы то ни было.

Наша постоянная цель — изменить отношение оппонента к нам и нашим проектам с негативного или

нейтрального на позитивное и воодушевленное. Однако нам это часто, увы, не удается.

- Вы нам не подходите! Следующий!
- Нет, вы не правы!
- Вы говорите ерунду, мы с вами не согласны!
- Вам не удалось меня убедить!
- То, что вы предлагаете, нам неинтересно!

Эти и подобные реплики — наиболее частый ответ на наши попытки убедить оппонента.

Почему мы получаем отказ?

Потому что чаще всего мы убеждаем нашего собеседника, используя метод аргументации.

Наше убеждение звучит примерно так:

«Вы должны выбрать меня и принять мое предложение, потому что...» — и далее следуют логические аргументы, стандартные в ситуации убеждения.

Однако... Наши аргументы часто имеют обратный эффект! Чем больше аргументов мы приводим, тем сильнее вызываем негативную реакцию и даже раздражаем нашего собеседника. Сначала он с нами спорит, потом пытается подловить на логических неточностях, а затем и вовсе категорически отказывает нам.

Он отказывает нам, потому что, даже будучи согласным с нашими аргументами, он попросту... не хочет! — с нами соглашаться. Именно — не хочет! А когда человек не хочет, ни один аргумент не убедит его принять противоположную точку зрения.

Добиться согласия самых несговорчивых оппонентов можно одним совершенно уникальным методом,

имя которому — мотивация! Мотивация — это такой жанр общения, при помощи которого мы добиваемся «я хочу!» нашего собеседника. Инструменты мотивации — это слова-мотиваторы, которые апеллируют к ключевым потребностям наших собеседников.

Мотивация — это настоящее искусство общения с людьми, так называемый «высокий жанр» коммуникаций. Именно мотивация позволяет человеку среднего социального статуса повлиять на высокопоставленную персону. Именно мотивация позволяет всего одним или несколькими словами кардинально менять мировоззрение, поведение, ценности и поступки людей.

Для успешной мотивации не нужны длинные речи. Наоборот, чем короче обращение, тем больше у него шансов изменить точку зрения собеседника. Именно поэтому «королева мотивации» — это краткая словесная мотивация. Всего одно или несколько слов — и собеседник на вашей стороне! Как этого достичь? Ответ — в данной книге!

Здесь приведены основные приемы краткой словесной мотивации — «мотивации одним словом». Данные приемы не только разработаны на основе НЛП, психолингвистики и других психологических приемов делового общения, но и проверены на практике общения автора данной книги, ее клиентов и партнеров, а также — на проанализированном опыте самых успешных людей планеты.

Это настольная книга для всех, кто регулярно общается с людьми и чей успех зависит от убеждения других. Читайте и применяйте на практике!

Глава 1

Самые сильные приемы мотивации

Прием 1. САМЫЙ ГЛАВНЫЙ! СЛОВО, БЬЮЩЕЕ ТОЧНО В ПОТРЕБНОСТЬ

Наша главная ошибка, когда мы мотивируем других, — то, что мы произносим одни и те же слова, используя со всеми одни и те же аргументы.

Например, агитируя всех сотрудников участвовать в каком-либо мероприятии, к примеру — конференции, мы всем говорим одно и то же:

— Коллеги, примите участие в мероприятии! Там будет интересно! Вам понравится!

В результате на мероприятие являются 30–40% из тех, кто на самом деле мог бы явиться, если бы был замотивирован.

Придут только те, чья ключевая потребность — «чтобы было интересно» и главное слово, «бьющее в данную потребность», — интерес. Остальные не придут вовсе не потому, что «мероприятие им не нужно», а потому что они не знают, что «мероприятие им нужно». Просто у них другие ключевые потребности, и чтобы их заинтересовать, нужно произнести ключевые слова их потребностей.

Помимо потребности в интересе, существуют еще как минимум 5 типичных ключевых потребностей людей. Вот они:

1. Потребность в статусе: самое главное для человека — признание других людей, похвала и уважение. Для людей с данной потребностью наша мотивация к участию в мероприятии будет звучать так:
— *Мы организуем престижную выставку очень высокого уровня! Там будут высокопоставленные персоны. Вы сможете показать себя!*
2. Потребность в общении и позитивных отношениях с окружающими. Чтобы замотивировать их, приглашение на мероприятие должно звучать так:
— *Ребята, там будет весело, много отличных людей, душевное общение и возможность приобрести новых друзей!*
3. Потребность во власти и контроле. Для людей с данной ключевой потребностью мотивирующее обращение нужно произносить так:
— *На этом мероприятии вы узнаете много новой информации, укрепите свое влияние и власть, сумеете усилить контроль над нужными вам людьми и процессами.*
4. Потребность в порядке и соблюдении правил. Людям с данной потребностью следует сказать:
— *В соответствии с нашими корпоративными традициями мы все обязаны посетить это мероприятие, чтобы соблюдать порядок и быть в курсе корпоративных традиций.*