

Spis treści

TAK! 10 lat później 13

Wprowadzenie 21

60 sekretów nauki perswazji

1. Jak zwiększyć siłę przekonywania, przysparzając kłopotu odbiorcom? 29
2. Co może zwiększyć skuteczność społecznego dowodu słuszności? 34
3. Jakie często popełniane błędy sprawiają, że komunikaty odnoszą skutek odwrotny do zamierzonego? 40
4. Jak sobie poradzić z „magnetyzmem średniej” i uniknąć niepożądanych skutków komunikatu? 46
5. Kiedy oferując ludziom więcej, sprawiamy, że chcą mniej? 50
6. Jak zaoferowanie możliwości nierobienia niczego może zwiększyć siłę przekonywania? 55
7. Kiedy upominek staje się problemem? 59
8. W jaki sposób wprowadzenie do oferty lepszego produktu może zwiększyć sprzedaż gorszego? 62
9. Jak wzbogacić próby perswazji o „czynnik X”? 65
10. Kiedy trzecie jest lepsze od drugiego? 69
11. Czy strach działa motywująco, czy paraliżująco? 73
12. Czy można się nauczyć wykonywania perswazyjnych ruchów od szachisty? 77

13. Który element wyposażenia biura może zwiększyć twoją siłę przekonywania? 82
14. Dlaczego restauracje powinny się pozbyć koszyczków z miętówkami? 85
15. Jak przysługa może dodać smaczku twojej następnej transakcji biznesowej? 88
16. Jak zwiększyć siłę przekonywania firmy, demonstrując jej społeczną odpowiedzialność? 95
17. Czy brak zobowiązań może być narzędziem wpływu? 91
18. Przysługi są jak chleb czy jak wino? 99
19. Jak daleko można zajść, trzymając stopę w drzwiach? 102
20. Jak zostać mistrzem Jedi społecznego wpływu? 107
21. W jaki sposób proste pytanie może radykalnie zwiększyć poparcie dla ciebie i twoich idei? 111
22. Jaki jest aktywny składnik trwałych zobowiązań? 115
23. Jaki jest klucz do realizacji licznych celów? 119
24. Jak konsekwencję zwalczać konsekwencją? 122
25. Jakiej wskazówki dotyczącej perswazji udzielił nam Benjamin Franklin? 125
26. Dlaczego pogawędka ze współpasażerem może się opłacić? 128
27. Kiedy prosząc o niewiele, możemy wiele zyskać? 132
28. Zacząć od niskiej czy od wysokiej ceny?
Co skłoni ludzi do zakupu? 135
29. Jak się popisywać, żeby nie wyjść na pyszałka? 139
30. Jakie ryzyko grozi najmądrzejszym? 143
31. Jakie wnioski można wyciągnąć z kapitanozy? 147
32. Czy sposób prowadzenia zebrania może być przyczyną katastrofy? 151
33. Kto jest bardziej przekonujący – adwokat diabła czy prawdziwy odszczepieniec? 155
34. Kiedy dobry przykład może być złym przykładem? 158
35. Jak przekształcić wadę w zaletę? 161
36. Które wady mogą nam zjednać sympatię ludzi? 164
37. Kiedy warto się przyznać do błędu? 167

- 38. Kiedy należy się cieszyć z awarii serwera? 171
- 39. Czy podobieństwa mogą być źródłem różnic (w traktowaniu)? 174
- 40. Czego możemy się nauczyć od kelnerów? 177
- 41. Kiedy snobizm może prowadzić do jawnego rozboju? 181
- 42. Jaki uśmiech może sprawić, że świat się uśmiechnie do ciebie? 185
- 43. Jakie wnioski dotyczące perswazji wynikają z gromadzenia pamiątek? 188
- 44. Jakie korzyści można wyciągnąć ze straty? 193
- 45. Jakie słowo może zwiększyć twoją siłę przekonywania? 199
- 46. Kiedy podawanie zbyt wielu powodów może być błędem? 203
- 47. Pytać czy mówić? Co sprawi, że komunikat sprzedażowy będzie skuteczniejszy? 207
- 48. W jaki sposób prostota nazwy może zwiększać jej atrakcyjność? 211
- 49. Czy rym może zwiększyć twoją siłę przekonywania? 216
- 50. Czy można się nauczyć perswazji podczas treningu baseballowego? 220
- 51. Jak uzyskać fory w walce o lojalność klientów? 223
- 52. Czego możemy się dowiedzieć o perswazji, oglądając pudełko kredek? 226
- 53. Jak nie pozwolić odbiorcom komunikatu na znudzenie po opadnięciu początkowych emocji? 229
- 54. Jak przekazywać komunikaty, by na długo zapadały w pamięć? 233
- 55. Jaki przedmiot może odzwierciedlać wartości wyznawane przez ludzi? 239
- 56. Czy smutek może wpływać na wynik negocjacji? 243
- 57. Czy emocje mają wpływ na siłę przekonywania? 247
- 58. Co może sprawić, że ludzie uwierzą we wszystko, co przeczytają? 250
- 59. Czy trimetyloksantyna zwiększa siłę przekonywania? 254
- 60. Jak sprawić, by reklama oddziaływała dłużej? 256

12 TAK! 60 sekretów nauki perswazji

Wywieranie wpływu w XXI wieku 261

Etyczne wywieranie wpływu 287

Wywieranie wpływu w działaniu 291

Influence at Work 299

Podziękowania 301

O autorach 303