



# تکنیک های متقاعدسازی دیگران

## Persuasion Techniques

### سروش عشقی

- دکترای مدیریت کسب و کار
- کارشناس ارشد مهندسی صنایع گرایش مدیریت مهندسی
- مشاور مدیریت و توسعه کسب و کار
- مدیرعامل موسسه توسعه کار پایدار

ISO HSE

موسسه توسعه کار پایدار

www.iso-hse.com

# به نام بی نام او

تکنیک های متقاعدسازی دیگران – دکتر سروش عشقی  
Persuasion Techniques

ISOHSE

موسسه توسعه کارمندان  
پت

2  
www.isohse.com

# خدمات موسسه توسعه کار پایدار ( ISOHSE )

- آموزش و مشاوره مدیریت و توسعه کسب و کار
- کوچینگ و منتورینگ کسب و کار
- آموزش و مشاوره استانداردها و سیستمهای مدیریتی
- طرحریزی فرآیندهای کسب و کار و مدیریت منابع
- آموزش و مشاوره برنامه ریزی استراتژیک و منابع انسانی
- طراحی ساختار ، آموزش و مشاوره تحقیقات بازار ، بازاریابی و فروش
- طراحی ساختار ، آموزش و مشاوره مدیریت عملکرد و بهره وری
- ارزیابی و مدیریت ریسک فرآیندهای کسب و کار
- آموزش و مشاوره مدیریت ایمنی ، بهداشت و محیط زیست ( HSE )



۰۹۱۲۳۱۵۸۸۵۱ ؛ ۲۶۷۱۰۵۶۴-۲۶۷۱۰۵۵۹-۲۱



[WWW.ISOHSE.COM](http://WWW.ISOHSE.COM) , [training.isoehse@gmail.com](mailto:training.isoehse@gmail.com)



@ISOHSE

**ISOHSE**

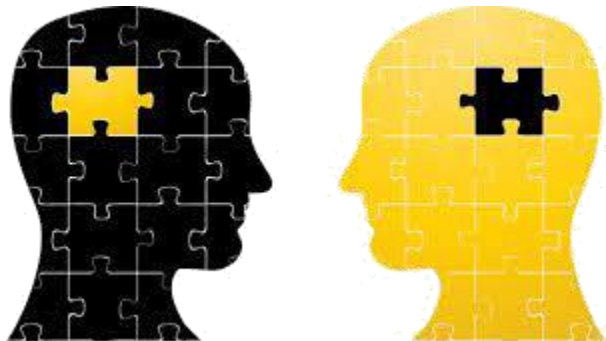
موسسه توسعه کار پایدار  
پ

3

[www.isoehse.com](http://www.isoehse.com)

## مهارت متقاعد سازی

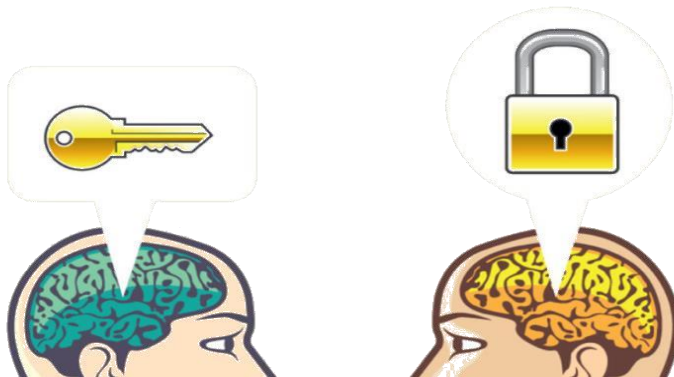
- برای همه ما پیش آمده که بخواهیم کاری را انجام دهیم یا اینکه حرفی بزنیم، ولی طرف مقابلمان که می تواند هر کسی باشد مقاومت کرده و مانع انجام کار دلخواه ما شده و یا حرف ما رو قبول نکرده و خب طبیعتاً ما هم به خواسته خودمان نرسیدیم. مثلاً:
- درخواست افزایش حقوق داریم ولی قانع کردن مدیرمان به راحتی انجام نمی گیرید
- خواسته ای از هر کس دیگر داریم و نیاز به همراهی او در کار مورد نظرمان داریم و باید او را متقاعد کنیم.
- فرزندانمان به حرف هایمان در خونه گوش نمی دهد و ما به مشکل بزرگی در تربیت او برخوردیم و باید او را متقاعد کنیم.



## تعریف

- «تکنیک متقاعدسازی» ( Persuasion Technique ) انتقال اطلاعاتی هدفمند به منظور تغییر در نگرش یا عملکرد طرف مقابل است.

تبلیغات تلویزیونی، بیلبردهای خیابانی، اصرار فرزندمان به خرید و ...

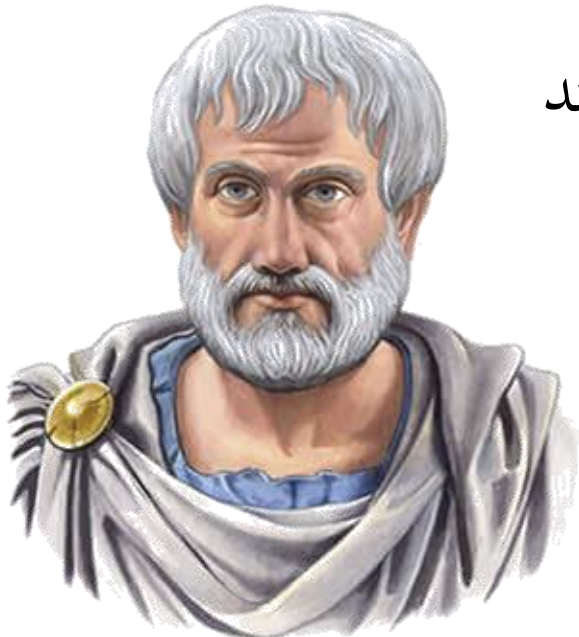


## اصول متقاعد سازی ارسطو

بیش از ۲۰۰۰ سال پیش ارسطو فرمولی برای متقاعد سازی دیگران عنوان کرد که این فرمول هنوز اثربخشی خود را حفظ کرده است.

او به حدی در این امر قوی بوده است که همیشه در سخنرانی های خود، روش ویژه اش را اجرا می کرده و اغلب نتایج بسیار خوبی را دریافت می کرده است.

به طور کلی برای این که دیگران را قانع کنیم که مطابق میل و عقیده ما عمل کنند می توانیم به ۳ روش متقاعد سازی اشاره کنیم:





## اصول متقاعد سازی ارسطو

**ETHOS**

Character  
trust  
credibility



**PATHOS**

emotions  
imagination



**LOGOS**

logic  
evidence  
consistency







## اصول متقاعد سازی ارسطو ۱- منطق (Logos)

ارسطو معتقد است زمانی که می خواهید فردی را متقاعد کنید باید در کلامتان به جنبه های منطقی موضوع هم پردازید و سعی کنید موارد منطقی و تحلیلی را در بین صحبت هایتان داشته باشید. به بیان دیگر:

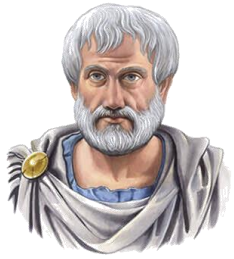
اگر قرار است فردی کاری را که شما دوست دارید انجام دهد، باید آن کار با منطق سازگاری داشته باشد و یا حداقل با منطق شخصی فرد مورد نظر همخوانی داشته باشد.

- زمانی که شما از آمار و اطلاعات صحبت می کنید.
- زمانی که جزئیات فنی، مواد اولیه و جنس محصول یا گام های اجرایی خدماتتان را می گویند.
- ارسطو و دیگر بزرگان علوم ارتباطات و متقاعدسازی می گویند:

شما باید بین ۲۰ تا ۲۵ درصد از صحبتتان را به موضوعات منطقی اختصاص دهید.







## اصول متقاعد سازی ارسطو ۲- احساس (Pathos)

حتماً شنیده اید: انسان ها احساسی تصمیم می گیرند ( خرید می کنند ) و منطقی تصمیمشان را توجیه می کنند.

ارسطو نیز یک اصل را به موضوع احساس اختصاص داده است و معتقد است که در میان صحبت هایتان ۶۰ تا ۶۵ درصد زمانتان را به صحبت هایی که رنگ و بوی احساس دارد پردازید:

- این گوشی موبایل واقعاً سبک و خوش دست هست، مطمئناً شما را متمایز می کند.
- این لباس برای تن شما دوخته شده
- مطمئناً همکاری من و شما می تونه موجب گسترش روابط بین سازمانمون بشه.
- دیروز عجب هوایی بود، عالی بود.

فراغوش نکنید، احساس بسیار مهم است، فقط باید در زمان صحیح به آن توجه شود.





**یکی از کلیدهای اصلی متقاعد سازی این است  
که شما بتوانید احساسات فرد را تحت تاثیر قرار دهید**



## اصول متقاعد سازی ارسطو ۳- شخصیت گوینده/عرف (Ethos)

منظور از عرف یعنی رایج و پذیرفته بودن. یعنی چیزی که از نظر افراد عجیب به نظر نرسد و یا اثبات شده باشد. به این ترتیب می توان گفت که آن موضوع متناسب با عرف است. به عنوان مثال فردی را در نظر بگیرید که همیشه دیر به محل قرار خود می رسد و معمولاً افراد دیگر را معطل می کند و هیچ ارزشی برای وقت آنها قائل نیست، نمی تواند اعتباری برای صحبت کردن در خصوص مدیریت زمان داشته باشد.

خیلی اوقات افراد بر دو اصلی قبلی تسلط دارند اما نمی توانند شخصیت خودشان را ثابت کنند و خیلی راحت مذاکره را از دست می دهند، این بخش بر این موضوع تاکید دارد که خیلی اوقات باید خودت را به مخاطب ثابت کنی و بعد حرفت و محصولت را.

- آقای X شهردار شهر، معمولاً از ما خرید می کند.
- شرکت X که از همکاران شما هم هست، امور مربوط به نگهداری و تعمیرات خودشان را به ما سپرده اند.

طبق آمار گفته می شود حدود ۱۰ الی ۲۰ درصد از زمان صحبتتان را به عرف و سنت اختصاص بدهید.

**TRUST  
ME!**

**ISOHSE**

موسسه توسعه کاربایدار  
پپ



## اصول متقاعد سازی ارسطو ۴- فرصت مناسب / طلایی (Kairos)

این روش زمانی به کار می آید که کسی برای قانع کردن شما از پارامتر زمان کمک می گیرد.

مثلا در فروشگاه‌هایی که می‌خواهند محصولاتش را سریع‌تر بفروشند و به نقدینگی برسند برای مدتی محدود تخفیف خوبی برای اجناس در نظر می‌گیرند.

در این حالت شما با دیدن این محدودیت زمانی متقاعد می‌شوید که آن محصول را به سرعت بخرید.

**TRUST  
ME!**



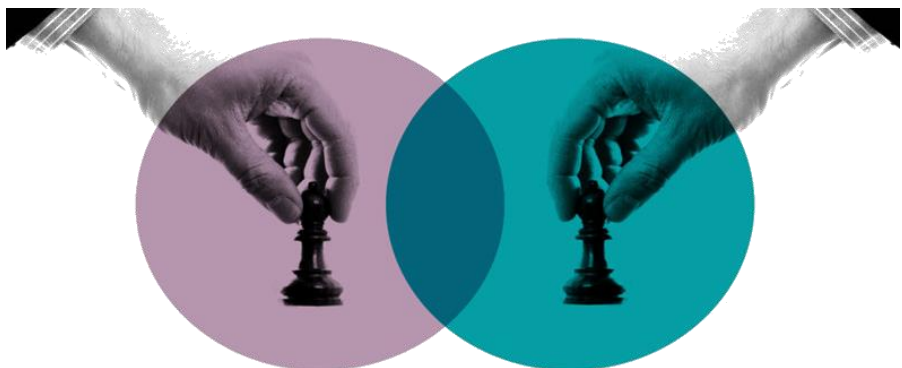


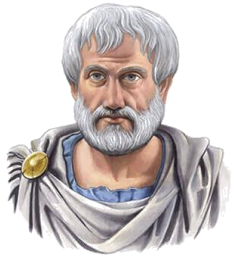
# اصول متقاعد سازی ارسطو

## جمع بندی

اینکه بگوییم فقط احساس مهم است، کلام صحیحی نیست، درست است که اغلب انسان ها احساسی تصمیم می گیرند اما متقاعد کننده حرفه ای به فرد مقابل خودش دقت می کند، ممکن است در فردی قسمت منطق غالب باشد و برای او شما باید بیشتر از منطق بگویید.

در کل سعی کنید صحبت هایی کنید که فرد مقابل شما بتواند آنها را احساس کند و در بین این صحبت ها، از چاشنی منطق استفاده کنید و با استفاده از عرف و سنت و شخصیت خودتان، حرف ها و گفته های خودتان را ثابت کنید.





## نمونه متقاعد سازی بر اساس اصول ارسطو

به عنوان مثال :

فرض کنید شما یک معلم هستید و قرار است والدین دانش آموز خود را متقاعد کنید که فرزند آنها نیاز به کلاس های تقویتی دارد تا بتواند به نتایج خوبی دست پیدا کند. می توانید از روش زیر عمل کنید.

### • جنبه احساسی

ابتدا با مادر کودک درباره اینکه دوست دارید شاگرد شما نمرات بالایی دریافت کند و به هیچ عنوان دلتان نمی خواهد او در بین سایر همشاگردی های خود دچار سرخوردگی و شرمندگی شود صحبت کنید. سپس برای آنها بیان کنید که بدون شک اگر دانش آموز نتواند نمرات خوبی را بگیرد، در محیط خانواده تشنج ایجاد خواهد شد و پدر و مادر او استرس بسیاری را تحمل نخواهند کرد و مرتب باید نگران این موضوع باشند که آیا او می تواند امتحانات را با موفقیت پشت سر بگذارد یا خیر.





## نمونه متقاعد سازی بر اساس اصول ارسطو – ادامه

### • جنبه منطق

سپس با او صحبت کنید که از لحاظ منطقی بهتر است که دانش آموز برای کلاس های تقویتی ثبت نام کند و مدت زمان بیشتری برای آموزش او اختصاص داده شود. حتی برای والدین او بیان کنید که ممکن است این هزینه ها برای آنها زیاد باشد اما بدون شک نتایج آن باعث خوشحالی آنها خواهد شد و نگرانی آنها را بابت آینده فرزندشان کم خواهد کرد.

### • جنبه عرف

در انتها نمونه های قبلی موفقیت دانش آموزان را که با شرکت در کلاس های تقویتی توانسته اند مشکلات درسی خود را برطرف کنند و اکنون به موفقیت رسیده اند را برای او مثال بزنید. حتی می توانید از آنها بخواهید با تعدادی از والدین دانش آموزان دیگر که به این مشکل دچار بوده اند صحبت کنند و از آنها بپرسند که بعد از شرکت در کلاس های تقویتی وضعیت تحصیلی فرزندانشان چه تغییری کرده است؟ در این صورت شما برای او فردی مورد اعتماد به نظر خواهید رسید و بهتر می توانید صحبت های شما را بپذیرند.







# تکنیک های متقاعد سازی

- ۱- تکنیک های متقاعد سازی افراد
- ۲- تکنیک های متقاعد سازی در فروش
- ۳- تکنیک های متقاعد سازی افراد/مشتریان ناراضی

# ۱- تکنیک های متقاعد سازی افراد

- تفکر استراتژیک
- مهارت حل مسئله



## تکنیک های متقاعد سازی افراد ۱- روی باورهای مخاطبتان تمرکز کنید

سعی کنید بین خود و مخاطبتان نقاطی مشترک پیدا کنید.

وقتی این تفاهم ها افزایش می یابد دیگران شما را از خود می دانند و برای نظرات و عقاید متفاوت شما احترام بیشتری قائل می شوند. حتی اگر با نظر آنها مخالف هستید روی موضوعاتی متمرکز شوید که آنها را پذیرفته اید. این کار باعث می شود که ارتباط بهتری برقرار کنید و برای قانع کردن طرف مقابل با حس قوی پیش بروید.



## تکنیک های متقاعد سازی افراد ۲- به نیاز مخاطبتان پاسخ دهید

ایجاد احساس نیاز در دیگران و ارائه راه حلی مناسب برای آن، اعتبار شما را افزایش می دهد. عشق، امنیت، غذا و توسعه فردی نیازهایی هستند که هر روز در انسان ها پدیدار می شوند و شما می توانید به صورت حرفه ای روی یکی از این قبیل موضوعات هدف گذاری کنید. ارائه ایده های مناسب برای رفع هر کدام از این نیازها نظر مخاطبتان را جلب می کند و به این ترتیب به هدفتان می رسید.



## تکنیک های متقاعد سازی افراد ۳- محبوبیت خود را نمایش دهید

اگر نشان دهید که دیگران نظر و عقیده شما را پیش از این تایید کرده‌اند به احتمال خیلی زیاد طرف مقابل نیز متقاعد می‌شود که شما را تایید کند.

در این تکنیک متقاعد سازی لازم است فروتنی را کنار بگذارید و نشان دهید که چه نظر خوبی دارید. برای این کار باید گروهی وجود داشته باشند که تمایل کافی به نظر شما دهند و شما با استناد به آنها بقیه را راغب به انجام کار دل‌خواهتان کنید.



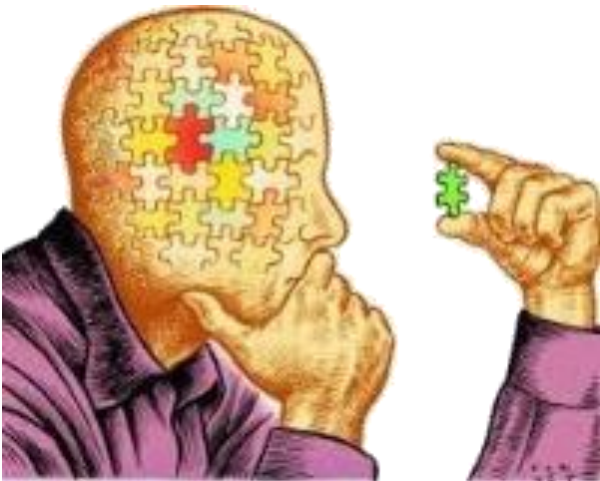
## تکنیک های متقاعد سازی افراد ۴- کلماتان را با دقت انتخاب کنید

کلمات شما تاثیر بسیار زیادی در متقاعد کردن دیگران دارند. استفاده از استعاره‌ها و جمله‌های واضح به شما در ساخت ارتباط موثر و گرفتن بازخوردی مثبت یاری می‌دهند. در جمله‌بندی‌هایتان برای طرف مقابل ارزش قائل شوید و در او حس هیجان و شگفتی ایجاد کنید تا راغب به انجام کاری شود که شما می‌خواهید.



## تکنیک های متقاعد سازی افراد ۵- برای حرفه‌ایان دلیل بیاورید

وقتی از دیگران درخواستی دارید باید بتوانید برای آن خواسته دلیلی بیاورید. وجود دلیلی معتبر کارایی این تکنیک متقاعد سازی را افزایش می‌دهد و به تقاضای شما اعتبار می‌بخشد. مثلا می‌توانید از مدیرتان درخواست مساعده کنید تا بتوانید ماشینتان را تعمیر کنید. مدیر می‌داند که شما با داشتن ماشینی سالم سریع‌تر در محل کار حاضر می‌شوید و قانع می‌شود که هرچه سریع‌تر این مبلغ را برایتان واریز کند.





## تکنیک های متقاعد سازی افراد ۶- از تقاضاهای کوچک شروع کنید

اگر در موقعیتی قرار گرفته‌اید که باید از طرف مقابل درخواست بزرگی کنید هرگز از همان ابتدا به سراغ اصل مطلب نروید.

در شروع صحبت‌ها از او چند چیز ساده بخواهید تا ذهنش برای انجام درخواست‌های بزرگ‌تر آماده شود. وقتی چند تقاضای کوچک را پاسخ داد و نظری موافق نسبت به شما پیدا کرد وقت آن است که او را برای انجام کار اصلی متقاعد کنید. اطمینان داشته باشید که با رعایت این تکنیک متقاعد سازی روند پیشرفت کارتان سریع‌تر خواهد بود.



## تکنیک های متقاعد سازی افراد ۷- با تقاضاهای بزرگ شروع کنید

این تکنیک دقیقا متضاد روش قبلی است. در این حالت ابتدا باید تقاضایی بزرگ و نشدنی مطرح کنید. شما می دانید که این تقاضا در همان ابتدا رد می شود اما وقتی طرف مقابل آن را رد می کند قدرت لازم را برای رد تقاضای بعدی از دست می دهد.

به طور مثال پسر بچه ای از پدرش می خواهد که برایش لب تاپ بخرد و پدر این تقاضا را در دم رد می کند. در ادامه پسر می گوید که اگر لب تاپ نمی خری لااقل یک دوچرخه بخر. در این حالت پدر به احتمال زیاد به خرید دوچرخه رضایت می دهد.



## تکنیک های متقاعد سازی افراد ۸- به دیگران محبت کنید

معمولا انسان ها لطف و محبت دیگران را بی جواب نمی گذارند.

یکی از تکنیک های متقاعد سازی این است که در موقعیتی مناسب به فرد موردنظرتان محبتی کنید تا او خود را زیر دین شما بداند. در این حالت احتمالا درخواستتان را بپذیرد. چون با پذیرش این تقاضا لطف شما را جبران کرده است.



## تکنیک های متقاعد سازی افراد ۹- ارتباط ایجاد کنید

مردم معمولاً به اعضای خانواده و دوستانشان بیشتر اعتماد دارند تا به غریبه‌ها. اگر در موقعیتی قرار گرفتید که مجبور شدید از غریبه‌ای برای یک موضوع درخواستی داشته باشید حتماً قبل از طرح مسئله با او رابطه‌ای دوستانه برقرار کنید. این کار احتمال موفقیت شما را در متقاعد کردن طرف مقابل افزایش می‌دهد. به طور مثال مشاور املاک برای این که با خریدار ملک رابطه درستی برقرار کند برای او به دنبال خانه‌هایی می‌گردد که مدارس خوبی در اطراف آن مستقر باشند و بعد با استفاده از این موقعیت فرد را ترغیب می‌کند که برای راحتی اعضای خانواده‌اش خانه‌ای را که او می‌گوید بخرد.



## تکنیک های متقاعد سازی افراد ۱۰- اقتدار ایجاد کنید

هر بیماری ترجیح می دهد توصیه های پزشکی را از زبان یک پزشک بشنود نه کارمند یک شرکت. این نکته در تکنیک های متقاعد سازی نیز کاربرد دارد.

به این صورت که شما با نمایش اقتدار و صلابت به طرف مقابل نشان می دهید که از او یا هر کس دیگری در مورد موضوع مد نظرتان خبره تر هستید و او می تواند با تکیه بر قدرت شما کاری را انجام دهد که شما از او خواسته اید.



## تکنیک های متقاعد سازی افراد ۱۱- ریسک را کاهش دهید

یکی از تکنیک های متقاعد سازی این است که خطرات پذیرش درخواست را تا حد امکان کاهش دهید. برای این کار می توانید تضمین هایی معتبر ارائه دهید و خیال طرف مقابل را از بابت ریسکی نبودن آن کار راحت کنید تا به این نتیجه برسد که پذیرش درخواست شما کار درستی است.



## تکنیک های متقاعد سازی افراد ۱۲- احساسات طرف مقابل را تحریک کنید

واقعیت این است که بدون درگیر کردن احساسات دیگران نمی شود آن ها را مجاب به انجام کاری کرد. اگر می خواهید به اهدافتان برسید لازم است از این تکنیک متقاعد سازی بهره بگیرید و احساسات طرف مقابل را تحریک کنید.

به طور مثال دانش آموزان برای این که معلم را مجاب به لغو امتحان کنند تمامی اتفاقات ناراحت کننده را عنوان می کنند تا بالاخره یکی از این حوادث احساسات معلم را درگیر کند و او قانع شود که امتحان را به زمان دیگری موکول کند.

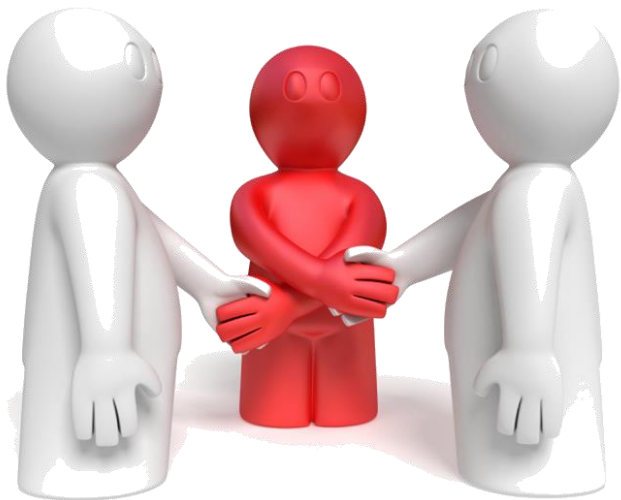




## تکنیک های متقاعد سازی افراد ۱۳- از افراد واسطه استفاده کنید

گاهی شما فرصتی برای برقراری ارتباط موثر ندارید و می خواهید خیلی زود شخصی را متقاعد کنید که در خواست شما را انجام دهد. در این حالت می توانید از کسی که با او ارتباط قوی تری دارد به عنوان واسطه استفاده کنید.

حرف های شخص واسطه مسلما اثربخش تر از کلام شما خواهد بود و به این ترتیب احتمالاً این تکنیک برای پیشبرد کار شما موثر واقع خواهد شد.



## ۲- تکنیک های متقاعد سازی در فروش



## تکنیک های متقاعد سازی در فروش

متقاعد سازی قلب فروش است زیرا با کمک این تکنیک به مشتری اثبات می کنید که محصول یا خدمات خوبی دارید و از رقبا برتر هستید.

گاهی در این زمینه لازم است مشتری را متقاعد کنید کاری را انجام دهد یا ذهنیتی را تغییر دهد. در هر حالت برای این که موفق شوید باید مشتری بالقوه را مجاب کنید. برای این کار لازم است کمی به علم روان شناسی مغز آگاه شوید.



## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۱۴- تکنیک کادربندی

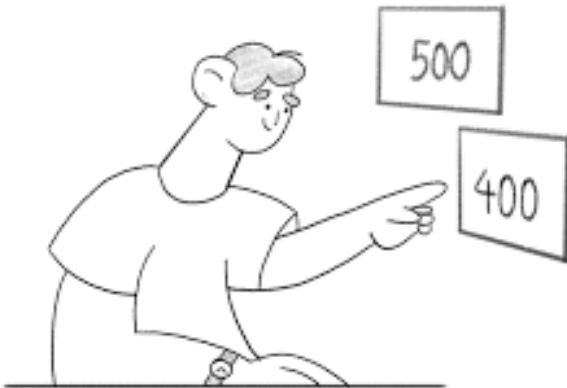
کادربندی نوعی سوگیری شناختی است که مسئله‌ای را در ذهن انسان بهتر یا بدتر از آنچه واقعاً هست تعریف می‌کند. مثال بارز این موضوع همان جمله معروف نیمه پر لیوان و نیمه خالی لیوان است. وقتی می‌گوییم لیوان ما تا نصف پر از آب است این جمله مثبت تلقی می‌شود اما اگر بگوییم نصف لیوان خالی شده است جمله را با بار منفی همراه کرده‌ایم. همچنین فرض کنید ۶۰۰ بیمار در معرض مرگ هستند که ۳۳ درصد آن‌ها بهبود خواهند یافت. حال اگر به جای این جمله بگویید که از ۶۰۰ بیمار ۴۰۰ نفر فوت خواهند کرد با وجود معنایی یکسان میزان منفی بودن خبر را افزایش داده‌اید. شما می‌توانید از تکنیک کادربندی به نفع خود استفاده کنید و حقایق را طوری به زبان بیاورید که میزان منفی بودن آن‌ها کمتر به چشم بیاید.

در مجموع نیز می‌توانید با استفاده از روش‌های تصمیم‌گیری نگاه آن‌ها به موضوعات را به شیوه‌ای مناسب تغییر دهید.



## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۱۵- تکنیک لنگر انداختن

روش بعدی در اصول متقاعد سازی دیگران این است که از یک سری اطلاعات مربوط به آینده به عنوان لنگر استفاده کنید تا به خواسته های فعلی برسید. به طور مثال اگر به مشتری بگویید که قیمت یک لباس خاص در بسیاری از فروشگاهها چندین هزار دلار است او فکر می کند که احتمالاً در آینده باید چنین مبلغی را برای خرید آن پردازند. حال اگر به او همان لباس را با قیمتی برابر پانصد دلار ارائه کنید حتی اگر مبلغ پانصد دلار برای آن لباس زیاد باشد مشتری با توجه به طرز فکر قبلی از خرید خود احساس پیروزی خواهد کرد. به این ترتیب با استفاده از تکنیک لنگر انداختن شما می توانید به ذهن مشتریان اطلاعات جدیدی وارد کنید و با کمک این دیدگاه تازه محصول یا خدماتتان را به قیمت موردنظرتان بفروشید.



## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۱۶- تکنیک بله های نردبانی

اگر بتوانید در ابتدای صحبت چند تایید کوچک بگیریید احتمالاً تاییدهای بزرگ تری هم خواهید گرفت. برای به کار گیری این تکنیک در ابتدای مذاکره با مشتری از او درباره موضوعات ساده سوال کنید.

مثلاً پرسید: «ترافیک شهری وحشتناک شده نه؟» به احتمال زیاد مشتری پاسخ مثبت خواهد داد. در ادامه چند سوال بدیهی و همدلانه دیگر هم پرسید. مغز مشتری پس از مدت کوتاهی عادت می کند که در برابر صحبت های شما پاسخ های مثبت بدهد. حال وقت آن است که محصول یا خدمتتان را ارائه دهید.

در این موقعیت توانایی رد کردن درخواست شما از سوی مشتری کار دشواری خواهد بود چون او درگیر بله های نردبانی شده و به این ترتیب پاسخ این درخواست هم مثبت خواهد بود.



## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۱۷- تکنیک خوردن به در

این روش تقریباً برعکس تکنیک قبلی عمل می کند. در واقع شما در روش خوردن به در تلاش می کنید با رفتار تان مشتری را تحریک کنید که شما را ضایع کند. مثلاً می توانید پیشنهادی ظالمانه بدهید یا به مشتری بگویید که این محصول برای شما مناسب نیست. این رفتارها باعث می شود مشتری رفتاری برعکس از خود نشان دهد.

### مثال پیشنهاد ظالمانه این است که :

با همه وجود گران ترین محصولات را تبلیغ کنید. در این صورت قیمت محصولات دیگر معقول به نظر می رسد و مشتری برای این که در را به صورت تان بکوبد آن ها را حتی اگر از فروشگاه های دیگر گران تر باشند خواهد خرید.





## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۱۸- تکنیک موقعیت ما

بسیاری از فروشندگان وقتی می خواهند چیزی را بفروشند مشتری را مخاطب قرار می دهند و از مزایای آن محصول برایش صحبت می کنند.

اما در تکنیک «ما» می بینیم که بهتر است خودمان را با مشتری در یک تیم بینیم و درباره مشکلی مشترک حرف بزنیم که رفع آن ها فقط با استفاده از این محصول امکان پذیر خواهد بود. این تکنیک متقاعد سازی یکی از بهترین و موثرترین روش ها است که باعث می شود وفاداری مشتری افزایش یابد و حس همدلانه ای از شما دریافت کند.



## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۱۹- تکنیک برای اینکه

اگر از والدینتان پول بخواهید در ابتدا ممکن است مخالفت کنند اما اگر بگویید: «برای این که به کلاس تقویتی بروم به پول نیاز دارم.» به احتمال زیاد با درخواستتان موافقت خواهند کرد. کلید موفقیت شما این است که برای کاری که انجام دادید از تکنیک «برای این که» استفاده کردید و انسانها غالبا درخواستهای دارای دلیل را می پذیرند.

برای فروش نیز می توان از این تکنیک استفاده کرد. «چرا این محصول گران شده است؟» «برای این که ...». این که شما دلیلی برای کارتتان دارید کافی است و با ارائه آن به مشتری اطمینان می دهید که خریدش منطقی است.

همچنین استفاده از حقایق قابل اثبات اعتبار محصول شما را افزایش می دهد. برای مثال اگر در انتهای بهار کرم ضد آفتاب را تبلیغ کنید می توانید توضیح دهید که استفاده از این محصول واجب است برای این که فصل گرما از راه رسیده و آفتاب پوست شما را می سوزاند.



## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۲۰- تکنیک وحدت

ما انسان‌ها به طور معمول تلاش می‌کنیم با یکدیگر متحد شویم و بقیه افراد را به گروه‌های مختلف مذهبی، ورزشی، سیاسی و... تقسیم‌بندی می‌کنیم. اگر می‌خواهید مشتریان را برای خرید متقاعد کنید باید با استفاده از مهارت های ارتباطی به آن‌ها نشان دهید که از متحدانشان هستید و در گروه رقبا قرار ندارید.

برای موفقیت در این امر لازم است ابتدا بیابید که چه اشتراک‌هایی میان شما و مشتریان وجود دارد و با بیان این نقاط مشترک حس اتحاد با آن‌ها را پررنگ کنید.

اگر اهل هیچ گروه خاصی نیستند به دنبال اشتراک‌های معمول مانند سلیقه موسیقی، دانشگاه یا رشته تحصیلی مشترک بگردید. همچنین می‌توانید چیزی را بیابید که هر دو از آن بیزار هستید. تمامی این اشتراک‌های مثبت و منفی فضا را برای شما آماده می‌کنند تا طرف مقابل را راضی کنید آن‌طور که شما می‌خواهید رفتار کند.

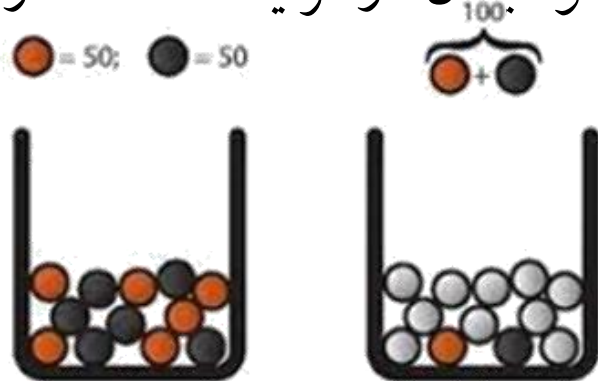


## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۲۱- تکنیک پارادوکس الزبرگ

تکنیک الزبرگ (Ellsberg) بر پایه روانشناسی است و نشان می دهد که انسان همواره علاقه دارد که از موضوعات اطمینان داشته باشد. به طور مثال فرض کنید که درون یک کیسه ۵۰ مهره سیاه و ۵۰ مهره قرمز دارید و در کیسه ای دیگر ۱۰۰ مهره دارید که نمی دانید چندتا سیاه است و چندتا قرمز.

اگر به شما بگویند که با بیرون آوردن مهره سیاه ۱۰۰ دلار برنده می شوید ترجیح می دهید کدام کیسه را امتحان کنید؟ بیشتر آدم ها ترجیح می دهند کیسه ای را امتحان کنند که می دانند از هر رنگ چند مهره وجود دارد.

می توانید از این علاقه انسان ها به اطمینان از موضوعات به نفع خودتان استفاده کنید. به مخاطبتان آمار بدهید و مطمئن باشید که اثر این آمارها در ذهن آنها خواهد ماند. به این ترتیب احتمال موفقیتتان در فرایند متقاعدسازی بیشتر خواهد شد.



## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۲۲- تکنیک نمایش اعتماد به نفس

کسانی که اعتماد به نفس دارند خوش اقبال تر، موفق تر و جذاب تر از دیگران هستند. تکنیک بعدی برای متقاعد کردن دیگران این است که اعتماد به نفسشان را افزایش دهید. به این ترتیب دیگران هم به شما اعتماد می کنند و آنچه را می گوئید می پذیرند. برای این که این میزان از اعتماد به نفس را به نمایش بگذارید باید به گفته هایتان ایمان کامل داشته باشید. مثلاً اگر محصولی می فروشید واقعاً ایمان داشته باشید که محصول خوبی است و می تواند مشکلی را برطرف کند.



## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۲۳- تکنیک زبان بدن

برای این که اعتماد به نفستان را نشان دهید باید از زبان بدن کمک بگیرید.

همچنین خود زبان بدن تکنیکی جداگانه برای متقاعد سازی به حساب می آید. وقتی ارتباط چشمی مناسبی برقرار می کنید به طرف مقابل نشان می دهید که برای او و صحبت هایش ارزش قائل هستید و او نیز در مقابل به صحبت های شما گوش می دهد.

با یادگیری زبان بدن بیاموزید که استفاده از دست ها و نشان دادن حالتی مشتاق در چهره نیز تاثیر کلام شما را برای قانع کردن طرف مقابل افزایش می دهد.



## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۲۴- تکنیک ایجاد محدودیت

برای این که دیگران را راغب به انجام کاری کنید برایشان محدودیت خلق کنید. وجود محدودیت باعث می شود افراد به سرعت قانع شوند و همان کاری را که مد نظر شماست انجام دهند. به طور مثال اگر اعلام کنید که به علت برخی محدودیت ها فقط ۱۰ عدد از یک محصول را عرضه می کنید خواهید دید که مشتریان به میزان چشمگیری راغب به خرید می شوند.





## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۲۵- تکنیک ایجاد فوریت

پیش از این گفتیم که اگر بازه زمانی محدودی را برای ارائه محصول یا خدماتی اعلام کنید این حرکت یکی از تکنیک‌های کارآمد برای افزایش فروش خواهد بود. زیرا وجود فوریت باعث می‌شود افراد شتابان شوند و شما را به اهدافتان برسانند. در واقع مشتریان باید فشار محدودیت زمان را احساس کنند و حتی اگر در همان لحظه اول خرید نکردند به سرعت و در همان برهه زمانی مشخص برای خرید بازگردند. به این ترتیب علاوه بر متقاعد کردن آنها به مدیریت زمان نیز می‌پردازید.





## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۲۶- تکنیک تصورات درونی

همه ما از خودمان و عادت هایمان آگاه هستیم و وقتی کسی این اخلاق و رفتارها را به ما یادآوری می کند در آن لحظه بیش از پیش این حالت ها را نشان می دهیم.

به طور مثال اگر کسی درباره خوبی ها و کمک های همیشگی ما به نیازمندان صحبت کند شکی نیست که در انتهای صحبت هایش به تقاضای کمک او برای خیریه پاسخ مثبت خواهیم داد. این ویژگی از جمله موثرترین روش ها برای متقاعد کردن دیگران است.

به طور مثال به مشتری بگویید که به نظر می رسد برای او مدیریت زمان اهمیت زیادی دارد و پس از بیدار کردن این حس توضیح دهید که خرید محصول شما باعث می شود او مقدار زیادی از زمان روزانه اش را ذخیره کند.



## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۲۷- تکنیک گاو بنفش

شما روزانه با حجم زیادی از تبلیغات مواجه می شوید و همین افزایش تعدادشان باعث کاهش اثربخشی آنها می شود. از این رو هر تبلیغ تازه در میان انبوهی از تبلیغات گم می شود.

تکنیک گاو بنفش یعنی وقتی هزاران گاو قهوه‌ای و سیاه و سفید وجود دارد دیدنشان برای شما عجیب نیست و هیچ کدام آنها در ذهنتان ماندگار نمی شود. اما اگر یک گاو بنفش ببینید هرگز آن را از خاطر نمی برید.

در فروش نیز برای این که در ذهن مشتریان بالقوه ماندگار شوید و آنها را متقاعد به خرید کنید باید برند و محصولاتتان را به شیوه‌ای به یادماندنی بشناسانید. منحصر به فرد بودن شما و محصولاتان تکنیکی موثر برای قانع کردن دیگران به شمار می آید.

در دیجیتال مارکتینگ این نوع تبلیغات هدفمند همواره نتایج خوبی برای کسب و کارها دارد.



## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۲۸- تکنیک «حتی اگر»

روش بعدی برای این که دیگران را به خرید محصولات ترغیب کنید استفاده از روش «حتی اگر» است. بسیاری از محصولات رقبای سرسختی دارند و مخاطبان هدف ترجیح می دهند محصول موردنیازشان را از رقیب بخرند. در این حالت برای این که آن ها را مجاب کنید که تغییر عقیده بدهند، می توانید بگویید «حتی اگر فلان محصول در این زمینه عالی باشد محصول جدید ما این مزیت را دارد که ...» این روش نشان می دهد که شما از تمام خصوصیات یک محصول خوب آگاه هستید و حالا دلیل برای برتری خود در مقایسه با بقیه ارائه می دهید.

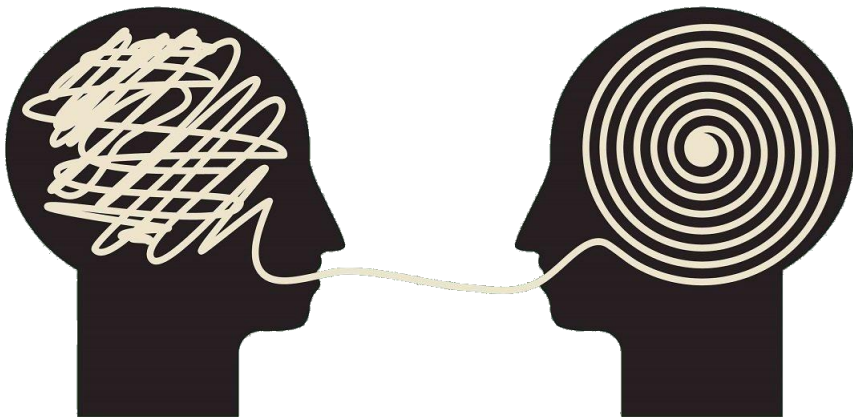


**"Even If"**

## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۲۹- تکنیک استعاره

مردم عاشق داستان‌ها هستند. توضیح یک مطلب با استفاده از روش داستان‌گویی و استعاره به مراتب قابل درک‌تر از چند عبارت توضیحی است.

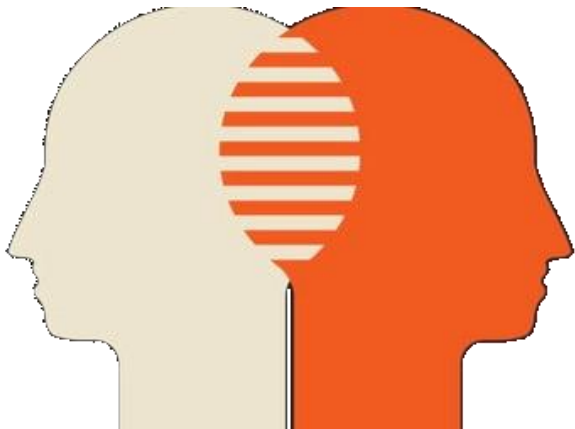
اگر در موقعیتی قرار گرفتید که مفهوم کلامتان برای دیگران گنگ بود از تکنیک استعاره استفاده کنید و چند مثال ملموس بزنید تا دیگران به درک عمیقی از صحبت‌هایتان برسند و متقاعد شوند که تغییر عقیده دهند یا به کار مد نظر شما عمل کنند.



## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۳۰- تکنیک عملکرد متقابل

انسان ها تمایل دارند که در مقابل کار دیگران برای آنها کاری انجام دهند. به طور مثال اگر شما به کسی خوبی کنید احتمالاً او نیز در جواب به شما خوبی خواهد کرد.

تلاش کنید که از مردم مهربان تر باشید. به آنها هدیه دهید، کمکشان کنید و اگر کاری هست که می توانید انجام دهید از آنها دریغ نکنید. به این ترتیب آنها به شما احساس دین می کنند و یکی از راه های جبران این است که محصولاتان را بخرند. تکنیک عملکرد متقابل در بیشتر مواقع اثربخش است و می توانید از آن در ابعاد مختلف زندگی و برای متقاعدسازی دیگران در موقعیت های مختلف بهره ببرید.



## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۳۱- تکنیک افزایش شکاف کنجکاوی (Curiosity Gap)

اصطلاح شکاف کنجکاوی به فاصله بین کنجکاوی اولیه و رغبت برای دنبال کردن یک موضوع گفته می شود. به طور مثال وقتی تیتراژ یک مقاله را می خوانید ممکن است حس کنجکاوی شما تحریک شود اما هنوز رغبتی به خواند کل مطلب نداشته باشید.

بنابراین یکی از تکنیک های متقاعد سازی این است که کنجکاوی دیگران را درباره موضوع مد نظرتان به قدری تحریک کنید که به انجام آنچه از آنها می خواهید ترغیب شوند.



## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۳۲- تکنیک اثر زیگارنیک (Zeigarnik Effect)

اثر زیگارنیک به خاطر سپردن کاری است که نیمه کاره رها شده است. به طور مثال اگر فیلم جذابی را نصفه ببینید، مدت ها موضوع داستان فیلم در گوشه ذهنتان باقی می ماند و تا وقتی که نصفه دیگر آن را نبینید آرام نمی شوید.

این در حالی است که اگر از همان ابتدا کل فیلم را می دیدید تا این حد برایتان جذابیت نداشت و خیلی زود ماجرای آن را فراموش می کردید.

حال چطور می توان از این روش برای متقاعد کردن دیگران استفاده کرد؟ شما می توانید جلسه را کمی زودتر ترک کنید، همه مزایای محصولات را از همان ابتدا نگوئید، بگذارید در ذهن مخاطبان سوالاتی شکل بگیرد. چند روز پس از این کار خواهید دید که مخاطبان به دنبال شما می گردند تا کار نصفه را تمام کنید.



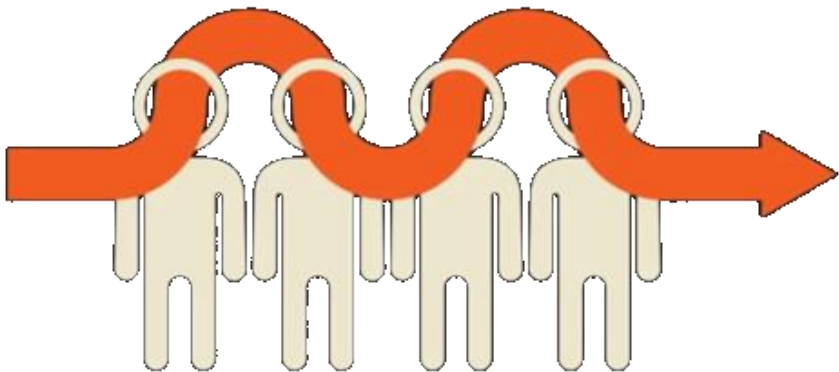
این تکنیک در مقایسه با دیگر روش ها کمی حساس تر است اما اطمینان داشته باشید که تاثیر خوبی دارد.



## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۳۳- تکنیک تحریک احساسات قوی

انسانها غرق در احساسات هستند و شما می توانید این احساسات را در آنها تقویت کنید. البته نباید تمامی حسها را ایجاد کنید. مثلا عصبانی کردن آنها کار درستی نیست اما ایجاد حس شادی یا هیجان و... به شما در استفاده از تکنیک متقاعد سازی کمک می کند.

حتی می توانید برای ترغیب مشتری به خرید کمی او را بترسانید و بگویید که محصول رو به اتمام است.



## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۳۴ – تکنیک اثبات اجتماعی (Social Proof)

اگر جامعه موضوعی را تایید کند متقاعد کردن افراد کار ساده تری خواهد بود. در این تکنیک تایید مردم جامعه حکم سندی محکم برای تایید شایستگی یک موضوع یا شخص را دارد.

در کل ما انسان ها به رفتارهای اجتماعی و همگانی علاقه زیادی داریم. اگر چند نفر کاری را انجام دهند احتمال این که ما نیز انجامش دهیم زیاد است. شما می توانید از این ابزار برای افزایش فروش خود استفاده کنید. مثلا وقتی دیگران زیر پست محصولات شما نظرات مثبتی درج می کنند و می گویند که از خریدشان راضی هستند در واقع باعث افزایش فروش شما شده اند.

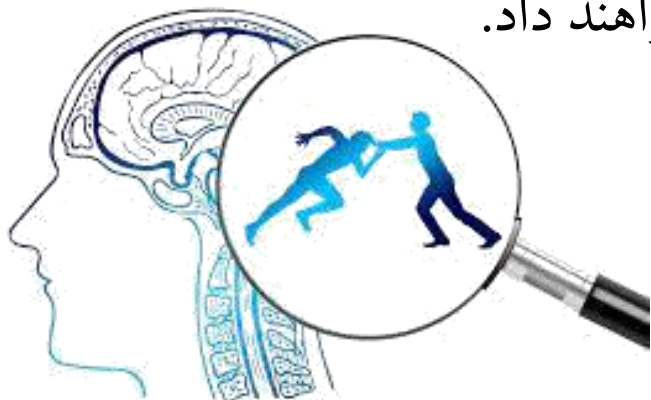


## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۳۵- تکنیک تطابق باورها

پیش از این گفتیم که اگر به جای «شما» از «ما» استفاده کنید نتایج بهتری می گیرید. حال این تکنیک را با تطابق باورهای دیگران تکمیل کنید.

در این تکنیک متقاعد سازی، باید آنچه را دیگران باور دارند باور کنید و مطابق با آن رفتارهایتان را تغییر دهید.

به طور مثال اگر مخاطب هدف شما کسانی هستند که از دریافت ایمیل حس خوبی نمی گیرند بازاریابی ایمیلی را کنار بگذارید و از بازاریابی تلفنی برای برقراری ارتباط با آنها استفاده کنید. وقتی کمی از موضع همیشگی خود عقب نشینی می کنید قدرتتان برای متقاعدسازی دیگران افزایش می یابد. در حقیقت شما با باور افکار آنها باعث شدید نظرشان نسبت به شما مثبت شود و حالا اگر چیزی بخواهید به شما جواب منفی نخواهند داد.



## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۳۶- تکنیک نمایش قدرت

تحقیقات روانشناسی نشان می دهد که اگر از گروهی از افراد بخواهید نقش زندانی را بازی کنند و گروه دیگر زندانبان باشند پس از مدتی زندانبانها تمایل به ظلم کردن پیدا می کنند. انسانها از نمایش قدرت استقبال می کنند و شما می توانید از این واقعیت به نفع خودتان استفاده کنید.

در این تکنیک متقاعد سازی عملکرد درست این است که قدرت خود را به نمایش بگذارید یعنی در رفتار و کلامتان نشان دهید که از آنچه می گوئید اطمینان دارید و به موضوع به قدری اشراف دارید که طرف مقابل هرگز نمی تواند چیزی خلاف صحبت های شما به زبان بیاورد.

این نمایش قدرت ناخود آگاه افراد را متقاعد می کند که به گفته شما عمل کنند. تحقیقات نشان می دهد که ۷۹٪ مشتریان، فروشندگان پر قدرت را به دیگر فروشندگان ترجیح می دهند.





**اغلب اشخاص دوست دارند در نگاه دیگران افرادی  
متعهد محکم و استوار بر روی عقاید خود به نظر برسند**

## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۳۷- تکنیک تنفر از باخت

انسان ها از حس باخت و از دست دادن نفرت دارند. اگر یک نفر مبلغی را از دست بدهد حس منفی او چندین برابر قوی تر از حس مثبت است که از به دست آوردن آن مبلغ خواهد داشت.

شما می توانید از این احساسات استفاده کنید و تکنیک تنفر از باخت را به کار بگیرید. در این حالت باید به مخاطب القا کنید که اگر صحبت های شما را نپذیرد باخت بدی را تجربه خواهد کرد.

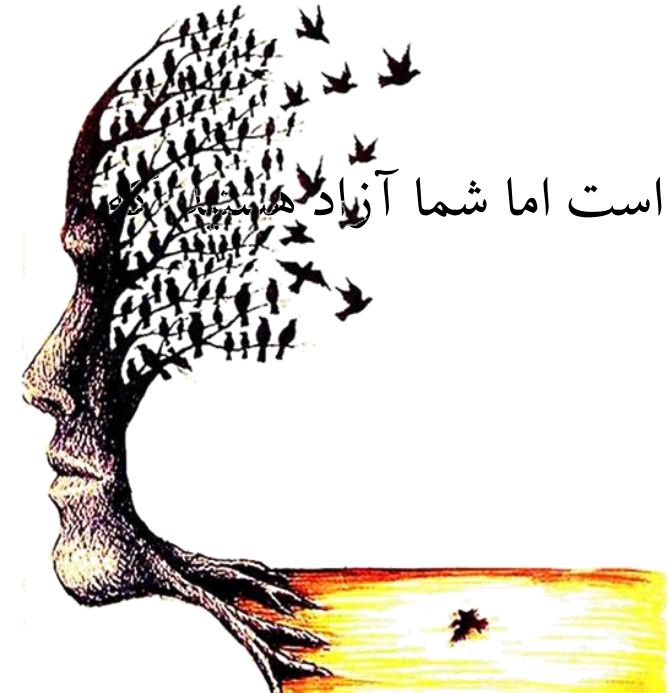
مثلا اگر این محصول را نخرد اثربخشی محصول قبلی نیز از بین خواهد رفت. به خاطر داشته باشید که در روند متقاعد سازی به هیچ عنوان عصبانی نشوید و تمامی مراحل را با آرامش پیش ببرید.





## تکنیک های متقاعد سازی در فروش ۳۸- تکنیک ایجاد احساس آزادی

یکی از موثرترین تکنیک های متقاعد سازی این است که به مخاطب بگویید در انتخابش آزاد است. به او توضیح دهید که آزاد است که محل را ترک کند یا محصول را نخرد یا در همین لحظه مکالمه را تمام کند. با دادن آزادی عمل به مشتری بالقوه به او قدرت انتخاب می دهید. وقتی مردم احساس آزادی و قدرت داشته باشند راحت تر متقاعد می شوند و آن طور که ما می خواهیم عمل می کنند. به طور مثال اگر در حال عقد قرارداد باشید می توانید بگویید که این قرارداد یک ساله است اما شما آزاد هستید هر زمانی اراده کردید آن را فسخ کنید.





## ۳- تکنیک های متقاعد سازی افراد ناراضی



## تکنیک های متقاعد سازی افراد ناراضی ۳۹- گوش کنید

برای اجرای این راهکار باید مهارت شنیدن فعال را در خودتان تقویت کنید.

گوش دادن فعال یعنی به تمامی کلمات مخاطب/مشرتی توجه کنید و پس از درک واضح از صحبت های او متوجه علت اصلی ناراحتی اش بشوید.

اگر این مهارت را نداشته باشید فقط بخشی از صحبت های مخاطب/مشرتی را درک می کنید و در بقیه طول مکالمه به فکر پاسخ خودتان خواهید بود. این در حالی است که بسیاری از اشخاص همین که حس کنند که آنها را شنیده اید آرام می شوند و دیگر شکایتی نخواهند داشت.

شما می توانید پس از آن که از این تکنیک برای ایجاد جوی آرام استفاده کردید از نقطه نظرات مخاطب/مشرتی برای بهبود روند کار یا ایجاد تغییر در روابطتان استفاده کنید.



## تکنیک های متقاعد سازی افراد ناراضی ۴۱- عذرخواهی کنید

برای این که مخاطب / مشتری عصبانی را آرام کنید لازم است ابتدا مشکل را پیدا کنید و بابت بروز آن عذرخواهی کنید.

به طور مثال گاهی گفتن جمله «بابت مشکل پیش آمده معذرت می خواهم» مخاطب / مشتری را آرام نمی کند. در عوض می توانید از تکنیک متقاعد سازی استفاده کنید و مثلا بگویید: «بابت مشکل پیش آمده/تاخیر در ارسال محصول عذرخواهی می کنم. می دانم که شما انتظار چنین تاخیری را نداشتید و این مسئله حتما خیلی باعث ناراحتی تان شده است. بررسی می کنم تا علت اصلی مشکل را بیابم و آن را رفع کنم و...».



## تکنیک های متقاعد سازی افراد ناراضی ۴۱- همدلی خود را نشان دهید

با ابزار حس همدردی خشم درونی مخاطب / مشتری را خاموش می کنید.

لازم نیست که با مخاطب / مشتری موافق باشید و همین که او و احساساتش را درک کنید کافیست.

رفتار انسان دوستانه خود را با درک صحیح مخاطب / مشتری نشان دهید.

همدردی به ویژه زمانی به بهبود اوضاع کمک می کند که روند مکالمه پیشرفت خوبی نداشته باشد چرا که

طرف مقابل متوجه می شود حرف هایش را شنیده اید و برایش احترام قائل شده اید.



## تکنیک های متقاعد سازی افراد ناراضی ۴۲- آرام صحبت کنید

حفظ رفتار حرفه‌ای مهارت ساده‌ای نیست و لازم است تمام افرادی که در طول روز با مخاطب/مشتری برخورد می‌کنند این مهارت را در خود پرورش دهند.

مهارت کنترل اعصاب باعث می‌شود شرایط سخت‌تر از چیزی که هست نشود.

مهم‌ترین نکته این است که در مواجهه با مخاطب/مشتری خشمگین حتی اگر شده از پولتان بگذرید اما به هیچ عنوان صدایتان را بالا نبرید.

بالا بردن صدا راحت است اما پس از تموم شدن ماجرا پیامدهای بسیار بدی برای شما و کسب و کارتتان خواهد داشت.



## تکنیک های متقاعد سازی افراد ناراضی ۴۳- نام مخاطب / مشتری را بر زبان بیاورید

وقتی با مخاطب / مشتری صحبت می کنید در خلال جملات خود نام او را بر زبان بیاورید. انجام این کار قدرت شما را در متقاعد سازی افزایش می دهد و از نارضایتی او می کاهد. در مقابل اگر نام مخاطب / مشتری را ندانید برای آرام کردن او باید چندین برابر تلاش کنید.



## تکنیک های متقاعد سازی افراد ناراضی ۴۴- اعتمادسازی کنید

نارضایتی مخاطب / مشتری از شما یعنی اعتمادش را خدشه دار کرده‌اید. برای این که او را آرام کنید باید دوباره در جهت بازگشت این اطمینان تلاش کنید و اعتماد ساخته شده را حفظ کنید. اگر اشتباه کرده‌اید ایرادی ندارد اما برای جبران آن باید میزان تلاشتان را چندین برابر کنید. اولین قدم این است که به مخاطب / مشتری نشان دهید مشکل را درک کرده‌اید و در قدم بعدی به فعالیت‌هایی بپردازید که باعث رفع آن مسئله شود.





## تکنیک های متقاعد سازی افراد ناراضی ۴۵- نارضایتی مخاطب / مشتری را به خودتان نگیرید

به یاد داشته باشید این یک کسب و کار است نه یک محیط خانوادگی یا دوستانه. بنابراین مشکلاتی که در آن رخ می دهند همگی به نحوه عملکرد شما در کار مربوط می شوند. حقیقت این است که کسی با شما مشکلی ندارد و همه می خواهند مطابق هزینه‌ای که پرداخت کرده‌اند محصول یا خدمات مد نظرشان را با کیفیتی مناسب و در زمانی مشخص دریافت کنند.



## تکنیک های متقاعد سازی افراد ناراضی ۴۶- از جملاتی مثبت برای کنترل فرد عصبانی استفاده کنید

تیم پشتیبانی باید مهارت کافی برای مواجهه با مخاطب /مشری ناراضی را داشته باشند و در این مواقع از جملاتی مثبت استفاده کنند.

جملات منفی فقط بر ناراحتی مخاطب /مشری می افزاید و شرایط را سخت تر می کند.

نباید به مخاطب /مشری القا کنید که خودتان بی گناه هستید و او دروغ می گوید یا اشتباه از او بوده است.



## تکنیک های متقاعد سازی افراد ناراضی ۴۷- از مهارت حل مسئله استفاده کنید

بهترین تکنیک متقاعد سازی محاطب/مشرتی ناراضی این است که مشکل را حل کنید.

با استفاده از مهارت حل مسئله به دنبال راهی باشید که در لحظه نیاز او را برطرف کند و درباره راههای موجود با او صحبت کنید.

اگر به این نتیجه رسیدید که نمی توانید مشکل را همان لحظه برطرف کنید با مشتری صادق باشید و واقعیت را بگویید. همچنین زمان دقیق رفع مشکل را با او در میان بگذارید تا به شما دوباره اعتماد کند.



## تکنیک های متقاعد سازی افراد ناراضی ۴۸- آموخته‌های خود را به اشتراک بگذارید

حضور مخاطب / مشتری ناراضی برای شما کلاس درسی واقعی است.

وقتی با چنین شخصی تعامل می کنید از او می آموزید که نقاط ضعف شما و کسب و کارت‌ان چیست و برای رفع آن‌ها تلاش می کنید.

یکی از تکنیک های متقاعد سازی مخاطب / مشتری این است که به او بگویید چقدر صحبت‌هایش برایتان آموزنده بوده است و از او برای این انتقاد سازنده تشکر کنید.



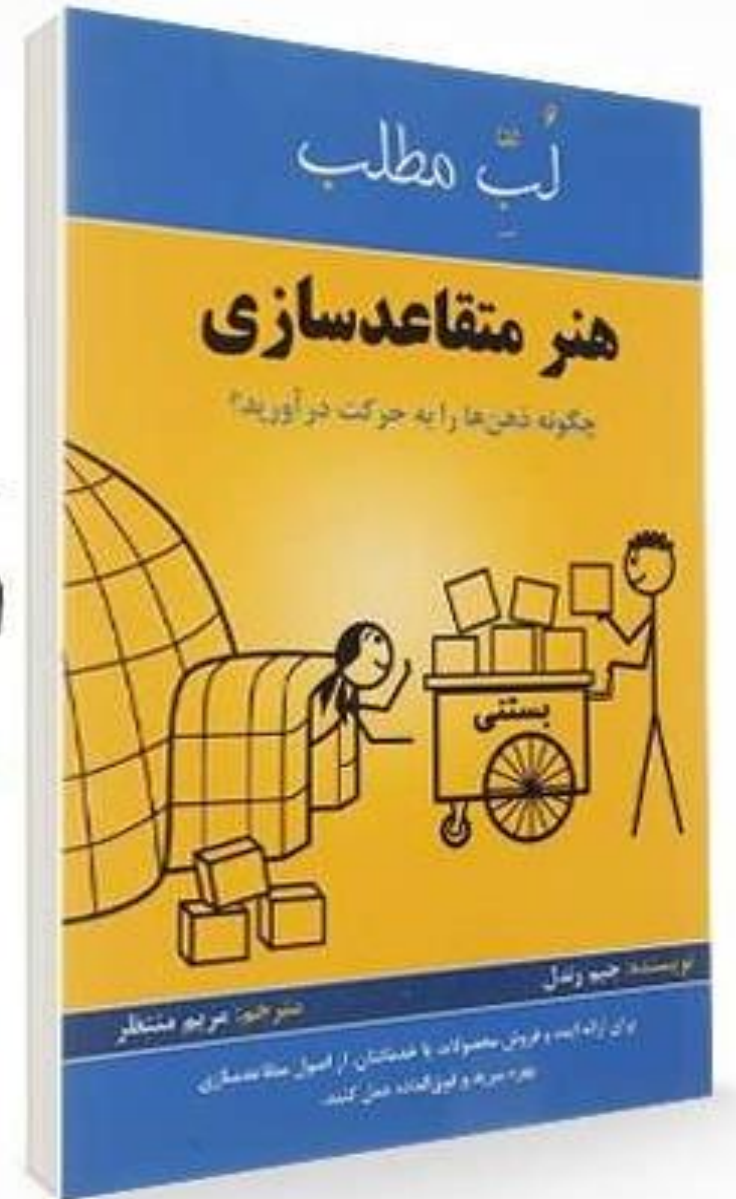




**ما توان متقاعد کردن همه افراد را نخواهیم داشت**

# کتاب هنر متقاعدسازی

نویسنده: جیم رندل



# کتاب بلاه گرفتن

نهمین سند: رابرت چالابنی

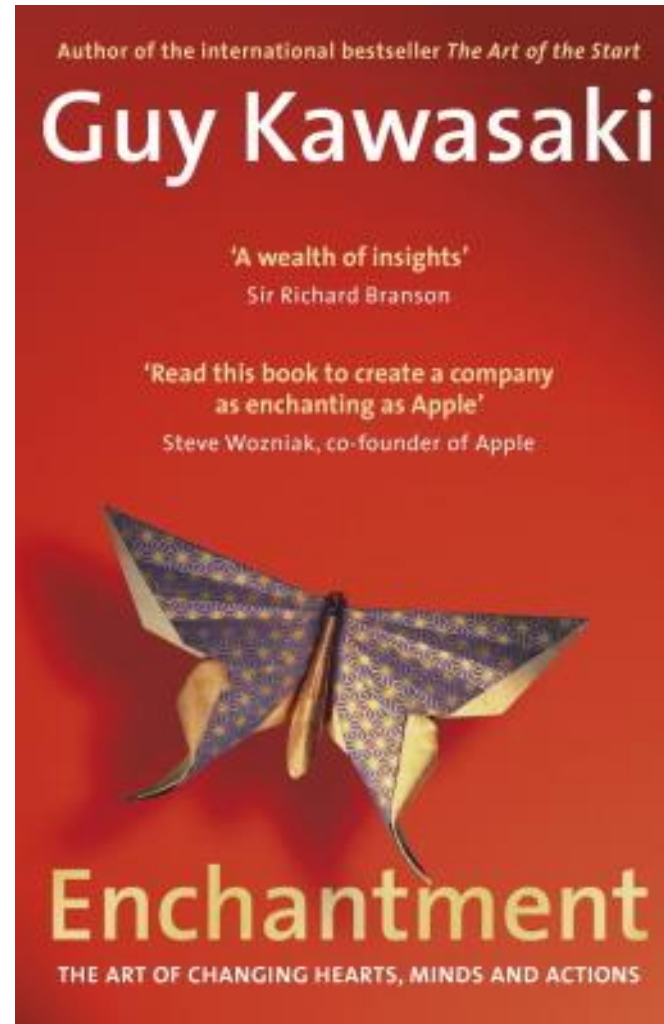
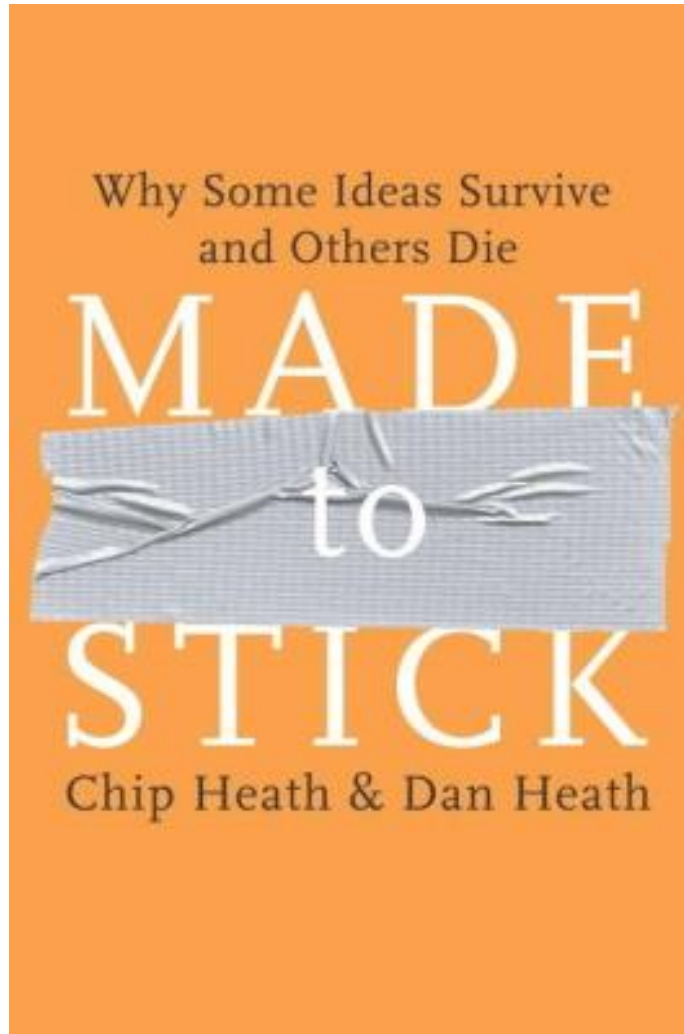


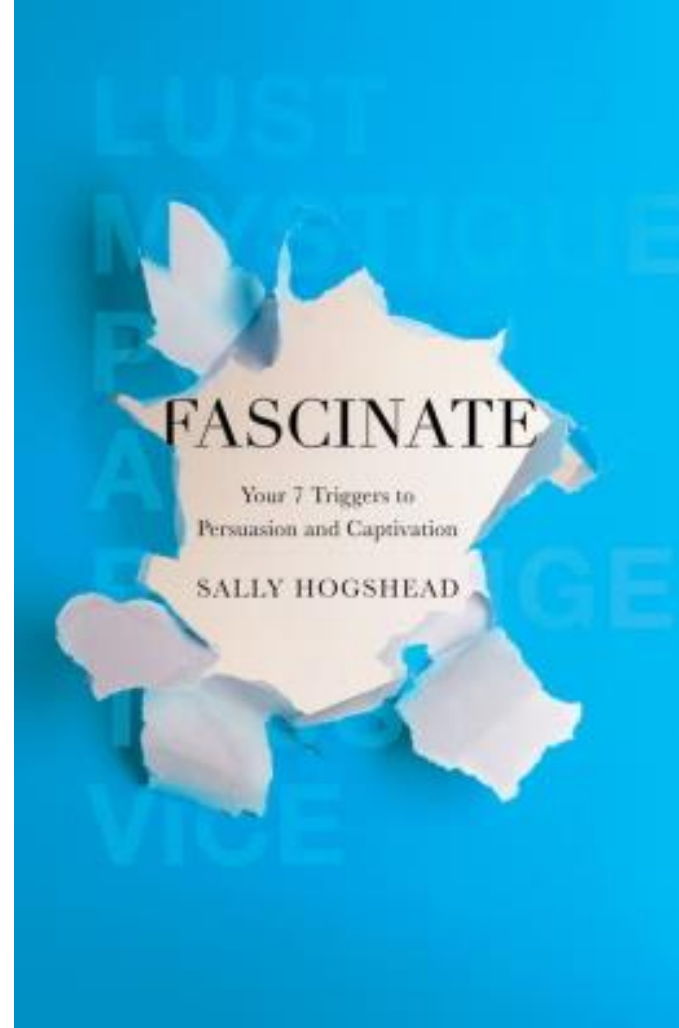
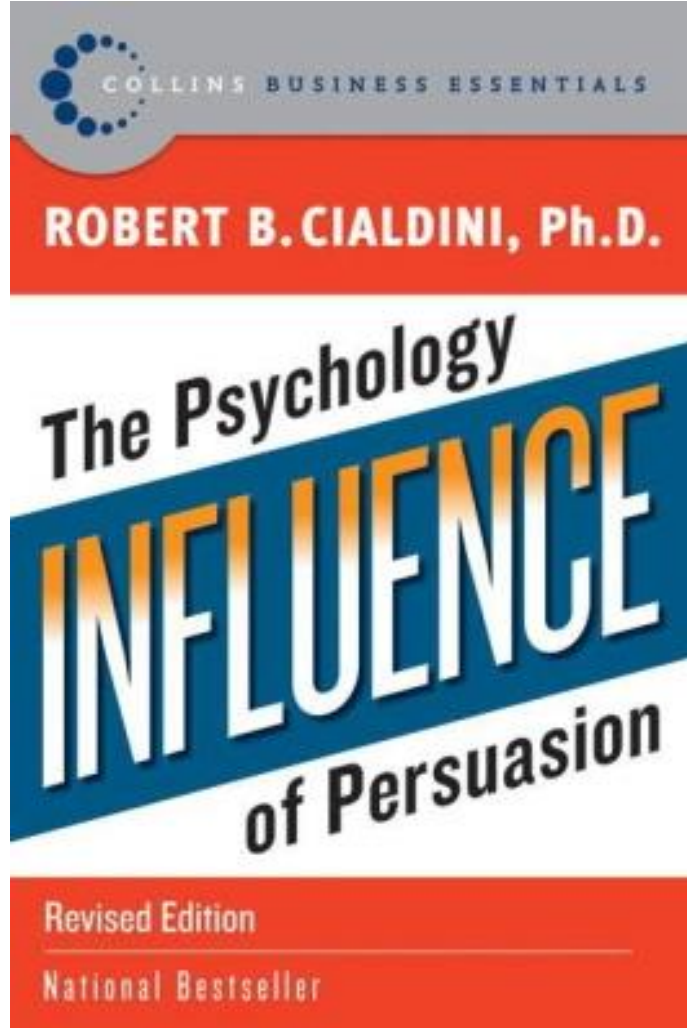


# کتاب روانشناسی نفوذ

نویسنده: رابرت بی. چالدینی







تکنیک های متقاعدسازی دیگران  
Persuasion Techniques

