



Крис Хелдер

**ИСКУССТВО ВЛИЯТЬ
И ПОБЕЖДАТЬ**

**10 универсальных техник убеждения,
которые помогут вам в бизнесе и не только**



Москва
2016

УДК 159.9
ББК 88.53
Х36

Chris Helder

THE ULTIMATE BOOK OF INFLUENCE:
10 TOOLS OF PERSUASION TO CONNECT, COMMUNICATE,
AND WIN IN BUSINESS

Перевод ЗАО «Компания ЭГО Транслейтинг»

© Helder Consulting Pty Ltd

All rights reserved. Authorised translation from the English language edition published by John Wiley & Sons Limited. No part of this book may be reproduced in any form without the written permission of the original copyright holder, John Wiley & Sons Limited.

Хелдер, Крис.

Х36 Искусство влиять и побеждать : 10 универсальных техник убеждения, которые помогут вам в бизнесе и не только : [перевод с английского] / Крис Хелдер. — Москва : Издательство «Э», 2016. — 224 с.— (Психология влияния).

ISBN 978-5-699-82299-7

Современные способы продаж и ведения дел отличаются от прежних. Мировой бизнес вступил в цифровую эпоху. Активней, чем когда-либо, для продвижения товара и увеличения продаж предприниматели используют средства электронного общения и интернет-коммуникаций. Эта книга о том, как оказывать влияние на людей в новой реальности. Техники и инструменты, предлагаемые автором, помогут вам идти в ногу со временем и техническим прогрессом и развивать высочайшее мастерство убеждения. Не важно кто вы, лидер, который хочет быть максимально эффективным, продавец, желающий завоевать доверие клиентов, или просто человек, стремящийся овладеть искусством убеждения, — эта книга для вас!

УДК 159.9
ББК 88.53

ISBN 978-5-699-82299-7

© Оформление. ООО «Издательство «Э», 2016

Отзывы о Крисе Хелдере

Крис — поистине уникальный человек, который насквозь видит скрытые двигатели продаж. Его страстное влечение к успеху видно во всем, что он делает. Когда мы предложили ему поделиться с нами его инструментами влияния, он не только вдохновил команду отдела продаж на новые трудовые подвиги, но и помог нам достичь огромного роста доходов.

**Радек Сали, CEO,
Swisse Vitamins, Австралия**

Занимаясь отбором и продвижением 127 профессиональных ораторов-мотиваторов в течение последних 12 лет, я могу сказать, что презентация Криса в Веллингтоне побила ВСЕ рекорды! А ведь в этом списке — Брайан Трейси, Стивен Ландин и Майкл Гербер.

**Майк Даути,
генеральный директор Knowledge Gym,
Окленд, Новая Зеландия**

На сегодняшний день, по моему мнению, Крис Хелдер — лучший из молодых ораторов-мотиваторов в мире. Крис дважды выступал в нашей компании и оба раза буквально «взрывал» зал, вызывая бурные овации. Такое у нас случается нечасто. Потому что наши сотрудники уже привыкли к выступлению звезд мотивации — от Тони Роббинса до Роберта Кийосаки.

**Ларри Кендалл,
председатель Group Inc., Колорадо, США**

Крис — энергичный оратор-мотиватор, который владеет твоим вниманием от начала до конца. Он преисполнен чувства юмора, энергии и веселья. Но, что еще важнее, он описывает практические методы, которые ты можешь немедленно применить в своей личной и профессиональной жизни. В общении с людьми я использую принцип ФОРД постоянно.

**Джордан Хоуки,
генеральный директор Asteron Life, Австралия**

Крис — лучший из всех ораторов-мотиваторов, которых мы приглашали. Обаятельный, веселый и настоящий. Моей команде его подход показался созвучным, он всем пришелся по душе. После двух его больших вечерних презентаций команда сохраняла внимательность в течение всего дня — не каждому оратору-мотиватору такое удается!

**Леанн Пилкинтон,
генеральный директор Laing and Simmons Real Estate,
Сидней, Австралия**

Мы работали с Крисом в двух моих последних компаниях. Крис в совершенстве владеет искусством влияния на людей, и это помогло ему добраться до самой сути того, что именно лежит в основе достижения нужного результата.

**Артур Чарлафтис,
генеральный директор по продажам и операциям REGroup,
Австралия**

Крис Хелдер — это оратор-мотиватор высочайшего класса, который добился невероятных успехов в обучении наших продавцов искусству влияния на людей. Благодаря увлекательному изложению и четкой подаче материала Крис неизменно занимает заслуженное место в первом эшелоне ораторов-мотиваторов, работающих с Hockingstuart Group.

**Найджел О'Нил,
управляющий директор и CEO Hockingstuart Real Estate,
Мельбурн, Австралия**

ЭТА КНИГА ПОМОЖЕТ НАЙТИ ОТВЕТЫ НА СЛЕДУЮЩИЕ ВОПРОСЫ:

Какие стратегии помогут вам преодолеть барьер при переписке по электронной почте *см. главу 1*

Как перестать откладывать на потом сложные задачи, *см. главу 2*

Как ставить перед собой выполнимые цели и достигать их, *см. главу 3*

Как использовать язык жестов для убеждения, *см. главу 4*

Как можно использовать знания о жизненных ценностях клиента, *см. главу 5*

Как использовать позитивные и негативные факторы при общении с клиентами и подчиненными, *см. главу 6*

Как найти индивидуальный подход к каждому клиенту, *см. главу 7*

Как понимать скрытые сигналы своего собеседника, *см. главу 8*

Как представить себя в наиболее выгодном свете, *см. главу 9*

Как преодолеть обиды и претензии, *см. главу 10*

Содержание

Отзывы о Крисе Хелдере	5
Предисловие.....	10
Об авторе	12
Введение: новая реальность.....	14

ЧАСТЬ I. ВЛИЯНИЕ НА САМОГО СЕБЯ — ДЕЙСТВИЕ И ЧЕТКОСТЬ..... 21

<i>Глава 1.</i> Инструмент номер 1: разрушение е-стены	25
<i>Глава 2.</i> Инструмент номер 2: бабочка.....	38
<i>Глава 3.</i> Инструмент номер 3: закат	48

ЧАСТЬ II. ИСКУССТВО ВЛИЯТЬ НА ДРУГИХ: НАЙДИТЕ СВОЙ ПУТЬ..... 71

<i>Глава 4.</i> Инструмент номер 4: действуйте как будто	75
<i>Глава 5.</i> Инструмент номер 5: ФОРД	93
<i>Глава 6.</i> Инструмент номер 6: пряник, пряник, пряник — кнут.....	113

ЧАСТЬ III. УМЕНИЕ «ЧИТАТЬ» ЛЮДЕЙ..... 127

<i>Глава 7.</i> Инструмент номер 7: цвета.....	131
<i>Глава 8.</i> Инструмент номер 8: чтение языка тела	152

**ЧАСТЬ IV. ПРОДАЖИ И ВЫИГРЫШ: УВЕРЕННОСТЬ
И ПРОСТОТА..... 169**

Глава 9. Инструмент номер 9: то же, то же, да не то же..... 173

Глава 10. Инструмент номер 10: отбросить в сторону 186

Заключение..... 200

Приложение: Блокнот самоконтроля 202

Особая благодарность..... 208

Предисловие

В мире бизнеса больше нет проблем с информацией! Всего один щелчок мышкой в поисковике Google отделяет нас от неисчерпаемого кладезя информации по любому вопросу, который только придет нам на ум. Этой информации гораздо больше, чем нужно, — мы попросту тонем в ней. Проблема в другом, а именно — в воплощении идей в жизнь. Чуть ли не каждый день мне приходится сталкиваться с этим в мире бизнеса. На наших заседаниях люди проводят долгие часы, так и не сказав ничего существенного, потом расходятся, и все остается по-прежнему. Публика посещает конференции, слушает блестящих докладчиков, участвует в сеансах углубленного мозгового штурма, а потом возвращается на работу и благополучно обо всем забывает после обработки 530 электронных писем.

Приблизительно 76 процентов всех усилий по реорганизации предприятий проваливается, а 65 процентов всех стратегических инициатив так и не вступают в действие. Реальность такова, что люди не применяют на деле то, чему научились. Вместо этого они продолжают снова и снова следовать привычным моделям поведения. Почему? Да потому, что большая часть полученной информации требует тщательного анализа и осознания ее значимости, на что у нас вечно не хватает ни времени, ни сил.

Мне довелось впервые увидеть Криса Хелдера, когда он проводил однодневный семинар по влиянию и продажам.

Сочетание его педагогического дара с талантом комедианта тут же сразило меня наповал. Позже, по мере того как он продолжал свое выступление, я был потрясен его способностью брать любую концепцию и так раскладывать все по полочкам, что она становилась практической и легко применимой. Он давал своим слушателям набор инструментов, который они могли начать воплощать в жизнь уже на следующий день. Им не нужны были ни дополнительные собрания, ни дальнейшие исследования — они могли действовать по-новому здесь и сейчас. Как-то раз один из клиентов Криса рассказал мне, что в первый же понедельник после конференции он услышал, как его команда всю использует методы Хелдера и получает мгновенные результаты. Усложнить и запутать простую концепцию может кто угодно. Но истинный гений поступает наоборот. Он берет самое сложное и очищает его до простоты.

Выступление Криса так поразило меня, что я попросил его о персональном руководстве по вопросам продаж и влияния. Мой бизнес тут же пошел в гору, а приемами наставника я пользуюсь по сей день. Чего греха таить, некоторые способы я втихаря применяю дома (только жене моей не говорите!). Метод «сломать е-стену» стал для меня открытием, а моему бизнесу сэкономил массу времени и сил. Прием «закаты» исправил мое поведение, заставив по-иному взглянуть на жизнь, особенно личную. Метод «пряник, пряник — кнут» я использую не только в продажах и презентациях, но и в воспитании собственных детей.

В нашем застойном мире работа Криса как глоток свежего воздуха. Его методика действует. Она универсальна и ведет от победы к победе. Наслаждайтесь же чтением его книги, восторгаясь сложностью во всей ее простоте!

Д-р Адам Фрейзер,
автор книги *«Третье пространство»*

Об авторе

Крис Хелдер — один из самых выдающихся мастеров разговорного жанра в современном мире. Захватывающие выступления этого яркого и динамичного оратора-мотиватора, который обучает свою аудиторию применению инструментов влияния, видоизменили способ общения предпринимателей из самых разных бизнес-сфер с их клиентами.

Крис имел ошеломляющий успех более чем в полутора тысячах аудиторий Австралии, Новой Зеландии, Азии, Европы и Соединенных Штатов. Он — частый гость на телевидении и радио, где пропагандирует силу подлинного личного общения.

Уроженец Соединенных Штатов, Крис окончил Университет Колорадо с дипломом бакалавра гуманитарных наук и два года принимал участие в работе знаменитой программы «Учителя — Америке» (Teach for America). Это американская некоммерческая организация, которая набирает университетских выпускников-отличников для преподавания в малоимущих общинах страны. Будучи сертифицированным практиком нейролингвистического программирования (НЛП), Крис включил в свой подход не только практику НЛП, но и анализ типологии человека, передо-

вые методы общения, мотивационный анализ и поведенческое моделирование. Основой простой, но весьма действенной методики, которую он создал, пользуясь достижениями множества разных областей научных исследований, стали его знаменитые беседы.

Блестящее сочетание энергии, остроты ума и чувства юмора, а также ладно скроенное содержание презентаций позволяют Крису достигаться до каждого зрителя или слушателя. В список его клиентов входят такие всемирные корпорации, как Citibank, Merrill Lynch, GlaxoSmithKline, Toyota, Fuji Xerox, Levi's и IBM.

Введение: новая реальность

Какое значение имеет в наши дни искусство влиять на людей?

Насколько важным будет это влияние при общении в электронном мире e-мейла, СМС-сообщений и массовых интернет-коммуникаций? Понятно, что способы влияния изменились. Но осталось ли само влияние таким же важным, как раньше?

Нет сомнений, нынешние способы продаж и ведения дела отличаются от прежних. Мировой бизнес вступил в цифровую эпоху. Активней, чем когда-либо, для продвижения товара и увеличения продаж предприниматели используют средства электронного общения и интернет-коммуникаций. Мы живем в мире, где любое лицо, принимающее решение (ЛПР), доступно для контакта 24 часа в сутки семь дней в неделю. Фраза «его нет в кабинете» больше ничего не значит. А работающий человек вступает в новую эру, пытаясь нащупать равновесие между работой и жизнью.

Так почему же тогда влиять на продажи или на идею зачастую становится все трудней? Почему не в одном и не в двух видах бизнеса так затягивается период заключения контракта? Тому есть три важнейшие причины:

1. Покупателя в нынешнем бизнесе защищает то, что я называю электронной стеной, или сокращенно e-стеной. Что

это такое — очевидно из названия. Укрывшись за этой виртуальной преградой из электронных средств общения, ваши клиенты могут теперь задерживать или откладывать процесс принятия решения, связанного с продажей или предложением. Понятно, что это лишает специалистов по развитию бизнеса возможности использовать их искусство личного влияния для заключения сделки.

2. Инициатор сделки, рекламирующий свое предложение, также прячется за е-стеной. Часто ему гораздо проще послать е-мейл, чем тратить силы на организацию встречи, то есть реально создавать обстановку, где может иметь место личное влияние. Это приводит к затянувшейся игре в е-понг, о которой я расскажу в первой части этой книги. Как бы то ни было, все сроки для заключения сделки проходят, время упущено. А бизнес часто достается другому просто потому, что не хватило сил на организацию встречи с ЛПРами.

3. Люди растеряли свои прежние навыки личного влияния. Общение лицом к лицу отодвинуто на второй план, и сейчас уже вполне приемлемо вести бизнес через е-мейл. Не поймите меня неправильно — все мы должны приветствовать цифровую эпоху с ее безграничными возможностями. Она привнесла в наш мир беспрецедентно высокий уровень коммуникации. И все же необходимость обладать навыками личного влияния не канула в Лету. На самом деле, если вы собираетесь разрушить е-стену, эти навыки сегодня для вас еще важнее, чем когда-либо.

Эта книга о том, как оказывать влияние на людей в новой реальности. О том, как идти в ногу со временем и техническим прогрессом и вместе с тем развивать высочайшее мастерство подлинного общения. Цель ее — научить высокому искусству влияния.

Описанные тут методы влияния не отрицают ничего из того, что происходит в современном нам обществе.