



ПСИХОЛОГИЯ
ВСЁ ПО ПОЛОЧКАМ

Наталья Титова

Как мотивировать одним словом



Москва 2023

УДК 159.947.5
ББК 88.53
Т45

Титова, Наталья.

Т45 Как мотивировать одним словом. 50 приемов НЛП / Наталья Титова. — Москва : Эксмо, 2023. — 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», 2023

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.*

5. Потребность в поддержке и помощи окружающих. Обладателям данной потребности нужно говорить следующее:

— *Помогите нам провести достойное мероприятие! Нам очень нужна ваша помощь. Со своей стороны, мы поможем вам в ваших проектах!*

Подробнее о том, как определять ключевые потребности у людей разных типов личности, написано в книге Натальи Титовой «Как понимать людей с первого взгляда»: Эксмо, 2010.

Итак, у каждого человека существует ключевая потребность — та самая, которая является самой значимой и главной для человека в данный момент времени, определяя его поведение и поступки. Чтобы замотивировать человека и убедить его поменять свою точку зрения, используйте соответствующий мотиватор — слово, отражающее его потребность, — ключевое слово потребности человека.

Вот примеры мотивирующих ключевых слов для каждой потребности людей:

Потребность	Ключевые слова	
<i>Статус, уважение</i>	<ul style="list-style-type: none">▪ Высокий уровень▪ Признание▪ Высококласный▪ Статусный	<ul style="list-style-type: none">▪ Уважение▪ Признание▪ Лучший▪ «Круто!»

Потребность	Ключевые слова	
<i>Общение, позитивные отношения</i>	<ul style="list-style-type: none">▪ Дружба▪ Отношения▪ Любовь▪ Весело▪ Радость	<ul style="list-style-type: none">▪ Обмен▪ Новые знакомства▪ Хорошая компания
<i>Помощь, поддержка</i>	<ul style="list-style-type: none">▪ Поможем▪ Поддержим▪ Вы не одиноки, мы — с вами	<ul style="list-style-type: none">▪ Помогите, поддержите▪ Благодарность▪ Давайте вместе
<i>Порядок, соблюдение правил</i>	<ul style="list-style-type: none">▪ Все по правилам▪ В соответствии с порядком▪ Все по полочкам!	<ul style="list-style-type: none">▪ Четкие правила и структура▪ В соответствии с законом
<i>Власть, контроль</i>	<ul style="list-style-type: none">▪ Контроль▪ Власть▪ Полномочия▪ Влияние	<ul style="list-style-type: none">▪ Сила, силовые▪ Ответственность▪ Возможности
<i>Интеллект, решения</i>	<ul style="list-style-type: none">▪ Задачи▪ Решения▪ Обучение▪ Информация	<ul style="list-style-type: none">▪ Анализ▪ Выводы▪ Интересность

● ● ● ● ● ● ● ● **ВАЖНО!** ● ● ● ● ● ● ● ●

**ПРИЕМ «СЛОВО, БЫЮЩЕЕ ТОЧНО
В ПОТРЕБНОСТЬ».**

В качестве мотиватора используйте ключевое слово потребности собеседника. Для каждого человека, которого вы мотивируете, подбирайте такое слово.

Прием 2. СЕКРЕТНЫЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВЕДЧИКОВ

Этот прием — секретный инструмент всех разведчиков. Он вскрывает потребность собеседника даже в ситуации его возражения или конфликта.

— Вы говорите ерунду! Я вам не верю! — кричит разгневанный босс, слушая нашу невнятную презентацию.

— Правильно ли я понимаю, что для вас важно получить адекватную информацию из источника, которому вы будете доверять? — уточняем мы в ответ. Наш собеседник смягчается и успокаивается, готовый слушать нас дальше.

— Вы будете отнимать наше время? — спрашивает недовольный клиент.

— Правильно ли я вас понимаю, что вы опасаетесь потратить время общения со мной впустую? — отвечаем мы.

— Да, именно так: ко мне часто являются такие как вы, и они зря отнимают время.

— В таком случае, скажите, пожалуйста, что вам было бы по-настоящему интересно услышать от меня сейчас, чтобы ваше время было проведено с пользой? — такой ответ поворачивает беседу в конструктивное русло.

— Мы требуем от вас дать нам скидку 50%! — настаивает наш оппонент на переговорах.

— Правильно ли я вас понимаю, что для вас важно сэкономить уже на этапе закупки?

— Да!

— Тогда разрешите предложить вам еще несколько вариантов, как вы сможете это сделать, сотрудничая с нами.

Агрессия в наш адрес:

— Мы этого так не оставим! Мы устроим вам «хорошую жизнь»!

— Правильно ли я вас понимаю, что вы хотите отомстить нам за доставленные неудобства?

— Да! Я хочу, чтобы вы усвоили этот урок и никогда больше не поступали так с партнерами!

— Уверяю вас, мы уже усвоили этот урок. Мы пострадали в данной ситуации так же, как и вы.

Вопрос «правильно ли я понимаю, что для вас важно» срабатывает всегда очень позитивно, потому что он производит следующие эффекты:

1. Демонстрирует нашему оппоненту, что нам интересна его потребность и мы действительно хотим быть ему полезны. Это обезоруживает собеседника и располагает его к нам.
2. Позволяет нам точнее узнать, какова ключевая потребность нашего оппонента, чего же он на самом деле хочет (боится, избегает). Это расширяет наши возможности его мотивации.
3. Направляет дальнейший диалог в конструктивное русло, когда от эмоциональной беседы «ни о чем» мы переходим к деловому выяснению и договоренности о дальнейших действиях.

Обратите внимание, что за этим вопросом следует или вопрос — выяснение (Что мы можем сделать, чтобы исправить ситуацию?), или предложение конкретных действий.

● ● ● ● ● ● ● ● ● ● **ВАЖНО!** ● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

**ПРИЕМ «СЕКРЕТНЫЙ
ИНСТРУМЕНТ РАЗВЕДЧИКОВ».**

**Мотивируйте выяснением потребности че-
рез вопрос «Правильно ли я понимаю, что
для вас важно?»**

Прием 3. ПРЕДЛОЖЕНИЕ ЖЕЛАННОЙ РОЛИ

Интересно, что люди порой отказываются делать что-либо и выглядят незаинтересованными только потому, что роль, которую они вынуждены играть в той или иной ситуации, им не нравится. Достаточно лишь предложить им роль, которая им нравится, или просто напомнить об их любимой роли и ее важности для окружающих, и они кардинально меняют свое отношение к ситуации от безразличного к заинтересованному.

Не случайно типичное «мотивирующее обращение» — «будь другом»:

— Будь другом, помоги мне, пожалуйста!

Мы как бы предлагаем человеку роль нашего друга и тем самым мотивируем нам помочь.

Известным педагогическим и воспитательным приемом является похвала «на перспективу», когда слова «ты же добрый, хороший, заботливый, ответственный и надежный, светлый человек», сказанные человеку с некоторым «авансом», стимулируют его — и правда! — совершать добрые, позитивные поступки, соответствующие этой роли, которая ему явно нравится.

Предложение человеку желанной роли способно творить с ним настоящие чудеса!

Один художник, будучи человеком весьма талантливым, долгое время жил бедной и несчастливой жизнью. Зарабатывал мало и не мог прокормить семью, и даже начал сильно пить, рискуя превратиться в алкоголика. Жена была им крайне недовольна и напоминала об этом постоянно, упрекая его в отсутствии денег и называя неудачником. Однажды этот человек встретил другую женщину, влюбился и ушел к ней. Они поженились и образовали новую семью. Уже через год после начала их совместной жизни этого человека было не узнать: он стал успешным художником, выставленным во всех серьезных галереях, занимающимся декорациями к престижным шоу и спектаклям, и, как вы понимаете, весьма состоятельным финансово. Оказалось, что его новая жена с самого начала подарила ему совершенно новую для него роль. Она постоянно называла его «мой любимый гений» и благодарила за все — даже самые незначительные — подарки, которые он ей дарил. «Гений» сумел незамедлительно