

# Wywieranie wpływu i sztuka przekonywania

Większości ludzi wydaje się, że to czy osiągną swoje cele i sukces jest w większości zależne od innych. To szef decyduje czy dać nam podwyżkę, czy nie. To Klient decyduje jaki produkt, czy usługę chce kupić. To ekspert z telewizji ma rację w danym temacie, ponieważ jest właśnie ekspertem. Poprzez tego typu podejście nabieramy przekonania, że nasz sukces, racja, szczęście zależy od innych ludzi. W mniejszym stopniu od nas. To szkolenie ma ambicje, aby zmienić Twoje przekonania w tym obszarze. Wykaże, że masz większy wpływ na to, aby nakłonić ludzi do Twoich racji i Twojego punktu widzenia.

Osiągniesz to poprzez znane w psychologii społecznej techniki wywierania wpływu. Poznasz język łagodnej perswazji. Zrozumiesz czym różni się do siebie manipulacja i wywieranie wpływu. Sam też obronisz się przed manipulacją dzięki wiedzy na temat najczęstszych taktyk manipulacyjnych. Zyskasz większą pewność siebie w relacjach zawodowych i prywatnych. I przede wszystkim Twoje działania staną się bardziej skuteczne i efektywne.

## Czego uczestnik nauczy się na szkoleniu?

Zrozumie różnice pomiędzy wywieraniem wpływu a manipulacją

Uświadomi sobie swój większy wpływ na kształtowanie swojego otoczenia i osiągania przez siebie pożądanego celu

Zdobędzie umiejętność zastosowania technik wywierania wpływu w sytuacjach prywatnych i zawodowych w dobrej intencji

Pozna najczęstsze taktyki manipulacyjne i zdobędzie narzędzia, aby się przed nimi obronić

Dowie się jakim typem osobowości jest i jakimadominującym systemem reprezentacji

Zdobędzie umiejętność dostosowania argumentacji do potrzeb drugiej strony

Zdobędzie umiejętność radzenia sobie ze swoimi emocjami w sytuacjach, gdy poczuje się manipulowany oraz przejdzie trening zachowań asertywnych

Cena:

**1600 pln netto / 2 dni / os.**



## I. Wywieranie wpływu, perswazja czy manipulacja

Gra symulacyjna – wprowadzenie do tematu

Zdefiniowanie pojęć

Przykłady manipulacji w świecie biznesu

Wywieranie wpływu – kiedy wywieram wpływ a kiedy manipuluję ?

Rola etyki w wywieraniu wpływu – kryteria etyczne

Wywieranie wpływu jako kompetencja możliwa do zdefiniowania w organizacjach

## II. Prawa wywieranie wpływu społecznego wg Roberta B Cialdini

Prawo autorytetu – charakterystyka, przykłady

Prawo kontrastu – charakterystyka, przykłady

Prawo wzajemności – charakterystyka, przykłady

Prawo sympatii i lubienia – charakterystyka, przykłady

Prawo pozytywnych skojarzeń – charakterystyka, przykłady

Prawo konsekwencji – charakterystyka, przykłady

Prawo ograniczonej ilości – charakterystyka, przykłady

Prawo konformizmu – charakterystyka, przykłady

## III. Techniki manipulacji - rodzaje i sposoby przeciwdziałania

Intencje manipulującego – umiejętność ich odczytywania

Atak personalny – jak demaskować i się obronić

Polityka czynów dokonanych – jak demaskować i się obronić

Nagroda w raju – jak demaskować i się obronić

Zdechła ryba – jak demaskować i się obronić

Szereg innych technik manipulacyjnych

## IV. Umiejętność dostosowania się oraz odczytywania systemu postrzegania rzeczywistości

Znaczenie dostrojenia się do „mapy” drugiej osoby

Różnice w percepcji rzeczywistości

Wzrokowcy – cechy charakterystyczne oraz jak się dostosować

Słuchowcy – cechy charakterystyczne oraz jak się dostosować

Kinestetycy – cechy charakterystyczne oraz jak się dostosować

Słowa, zwroty, zachowania charakterystyczne dla każdego rodzaju percepcji

Test diagnostyczny – jakim typem jesteś?

## V. Rola słów, zwrotów i przekonań w wywieraniu wpływu

Słowa, zwroty i wyrażenia oraz język ciała w przekonywaniu do swoich racji

Dobór argumentacji w zależności od rozmówcy

Język korzyści i straty wykorzystywany w perswazji

Presupozycje, implikacje i inne narzędzia hipnotyczne w języku perswazji

Rola miejsca, doboru otoczenia na wywarcie wpływu

Rola przekonań i pętli ograniczające oraz wspierające

## VI. Waga dostosowania się w wywieraniu wpływu

Aktywne słuchanie na 3 poziomie – słyszę, czuję, widzę

Odzwierciedlenie i parafraza

Zadawanie dobrych pytań

Empatia i otwartość na rozmówcę

Unikanie wydawania osądów, opinii

## VII. Typy osobowości i metaprogramy a wywieranie wpływu

Autodiagnoza – kolory osobowości

Analiza mocnych stron i ryzyk danego stylu

Analiza szans i zagrożeń dla każdego stylu

Jak wywierać wpływ i argumentować w zależności od stylu osobowości?

Co działa a co nie działa na dany styl?

Trening argumentacji w zależności od stylu osobowości

Typologia Klientów w oparciu o metaprogramy

Jak wykorzystać metaprogramy w przygotowaniu prezentacji, ofert, rozmów handlowych, negocjacji

## VIII. Asertywność jako element wywierania wpływu na zachowania swoje i innych

Mapa zachowań asertywnych

Komunikat „Ja”

Asertywna odmowa

Asertywne wyrażanie prośb

Technika stawiania granic

Asertywna reakcja na krytykę