欲しい物を手に入れる方法：史上最年少でペンシルベニア大学で教授になったアダム・グラント氏の主張

欲しい物を手に入れるために、その話して、それの何が良いのかと説明する機会が多くあるでしょう。

例えば車を欲しいとして、その事を家族なりに話して、何故　車を買うべきなのかと言うように説得するとします。

あなたは今まで行ってきたように、車を買うのが何故良いのか？と言う理由を述べるでしょう。

しかし、観点を変えてみて、

車を買うべきではない理由を幾つか述べて見ると意外と効果的なんです。

アダム・グラント氏はディズニーが買収した、子育てブログのバベルを例として引用し、バベルの創業者がディズニーへ買収の話を持ちかけた時に、バベルを買うべきでは無い５つの理由を述べたそうです。

これは一つのマーケティング方法で、ディズニーはバベルの創業者がバベルの良い所を言うだろうと言う予想を裏切ると言う意味で効果的で、それに加えて創業者が自社の商品サービスに対して気持ちが入り過ぎて周りが見えなくなっていると言う起業家にありがちな現象ではなく、創業者が自分に対して良い意味で自己批判的で正直である事を示ました。そして、短所を話しても買収してくれるだろうと言う商品サービスに対する自信があると言う明確なメッセージを発信する事が出来ました。

最後に、あなたが欲しい物を手に入れるために、誰かを説得する必要があるのなら、その欲しい物の短所を３つ述べ、相手にさらに短所を述べてもらいましょう。もちろん、その欲しい物に長所があると言う前提の話ですが、相手が短所を述べるのに苦労すれば、あなたが振りかざすその剣の矛先のように相手にはあなたの欲しい物の長所がより強調され、輝いて見えるでしょう。

まあ、先に言ったもん勝ちですね。

**・チャンネル登録**

**・コメントよろしくお願いします！！**