

Nghệ thuật

ĐỐI NHÂN

Cuốn sách
tổng hợp
những
thủ thuật

giúp bạn
trở thành
bậc thầy trong
giao tiếp

Romeo Rodriguez Jr

Nguyễn Hoàng Ngân dịch

XỬ THẾ

1988
BOOKS®
KHOA HỌC VÀ THỰC



NHÀ XUẤT BẢN
THẾ GIỚI



Mục lục

1. [Lời nói đầu](#)
2. [Chương 1 - Ma thuật tâm lý khéo léo tiếp xúc với người không hợp tính](#)
3. [Chương 2 - Cách đổi nói không thành có trong diễn thuyết, kinh doanh, tiếp khách](#)
4. [Chương 3 - Nhìn rõ tâm lý đối phương thông qua dung mạo, phong thái, cử chỉ](#)
5. [Chương 4 - Cách chế ngự các mối quan hệ trong công việc](#)
6. [Chương 5 - Cách điều khiển người mình yêu theo ý muốn](#)
7. [Chương 6 - Dùng ám thị để đánh thức sức mạnh của tiềm thức](#)
8. [Lời kết](#)

Lời nói đầu

C

ó người bình thường chẳng được bất kỳ ai tiếp, chẳng ai thèm chấp. Tuy nhiên một ngày kia bỗng nhiên chỉ dùng phép điều khiển người khác bằng tâm lý là đã khiến tất cả mọi người thay đổi 180 độ trong cách đối xử với người đó. Bạn nghĩ sao về chuyện này?

Xin cảm ơn các độc giả đã để ý đến cuốn sách này.

Có thể bạn đọc vì bạn có hứng thú, nhưng có lẽ nào bạn cũng đang có một trong những băn khoăn như dưới đây không?

- Mọi quan hệ tại cơ quan làm việc không được tốt lắm?
- Đối phương không nghe ý kiến bạn?
- Bạn không thể nhận được câu trả lời

“Đồng ý”?

- Không thể đáp trả lại được với đối phương nên không thể tiến hành mọi việc theo mong muốn của mình?
- Không tự tin, không được thuận lợi trong tình yêu?

Đã sống thì chắc chắn không tránh khỏi việc gặp những trở ngại trong các mối quan hệ giữa người với người.

Thông qua việc hiểu rõ tâm lý phức tạp của con người, ta có thể hiểu được đối phương đang nghĩ gì, có thể khiến họ hành động theo ý của ta, và mọi chuyện trở nên tốt đẹp. Bạn có nghĩ đó là một điều tuyệt vời không?

Nếu bạn có mong muốn này, thì có lẽ những kỹ thuật mà tôi giới thiệu tại quyển sách này sẽ có thể giúp bạn thực hiện được điều đó.

Tuy nhiên khi nhìn các từ “đọc được suy nghĩ người khác”, “điều khiển được hành động người khác” thì có thể nhiều người cho rằng nó có vẻ là những điều dối trá, đáng nghi ngờ.

Vậy để bạn có thể cảm nhận được sức mạnh của các kỹ thuật tâm lý, ta hãy thử làm một thử nghiệm nhé.

Đây là một thử nghiệm giúp bạn có thể điều khiển được người đang đứng trước bạn trong vòng 5 giây.

- Bạn đã chuẩn bị xong chưa?
- Bạn đang đọc cuốn sách này ở đâu thế?
- Ở tiệm sách hay ở trong xe điện?
- Bạn hãy thử nhìn lên trần nhà xem.
- Bạn đã làm như vậy chưa?
- Bạn hãy nhìn lên trần nhà thêm một lúc nữa nhé.
- Bạn có để ý thấy điều gì không?

Chắc hẳn bạn sẽ để ý thấy rằng một số người xung quanh cũng đang nhìn lên trần nhà như bạn, vì họ đang băn khoăn không hiểu trên trần nhà có điều gì lạ khiến bạn nhìn lên như thế (nếu bây giờ bạn đang ở một mình thì hãy thử lại thí nghiệm này trong lúc đang di chuyển như khi đi tàu xa nhé).

Ta hãy cùng tìm hiểu tại sao lại thế nhé. Hiện tượng này được gọi là “Đồng điệu trong hành động”, nó chứng minh rằng hành động của con người bị ảnh hưởng một cách vật lý trong môi trường. Đây còn được gọi là tâm lý môi trường học, đã được nghiên cứu khá nhiều. Có thể nói rằng con người khi quyết định một việc gì thì các quyết

định này bị ảnh hưởng bởi hành động của người khác nhiều hơn là ta nghĩ.

Nếu bạn dùng phương pháp tâm lý “Đồng điệu trong hành động” vào kinh doanh, đặc biệt trong những tình huống buôn bán để điều khiển mong muốn mua đồ của khách hàng khiến các khách hàng đứng về phía ta.

Tuy nhiên nếu bạn không biết phương pháp tâm lý này thì chuyện gì sẽ xảy ra.

Có lẽ bạn sẽ bỏ công sức để đọc những cuốn sách tham khảo viết về kinh tế mà ngay cả không biết nó có hiệu quả hay không. Việc dùng những kỹ thuật để biết được suy nghĩ đối phương và điều khiển họ theo mong muốn của mình được các thủ tướng hay các ứng cử viên bầu cử, các chính trị gia vận dụng rất nhiều, và nó là một kỹ năng không thể thiếu đối với những chuyên gia bán hàng hay người viết quảng cáo vì đó là những người có công việc liên quan tới tác động tâm lý con người.

Bạn thấy thế nào? Bạn đã lý giải được nguồn gốc của những kỹ thuật tâm lý chưa?

Tôi gọi những kỹ thuật này là “Mind reading”. Mind reading không phải là những kiến thức tâm lý đáng ngờ không có căn cứ, cũng không phải là kiến thức dành cho những kẻ lừa gạt.

Nó được xây dựng dựa trên nền tảng của sự tích lũy về tri thức và thực nghiệm. Nó là một học thuật cao quý.

Nếu bạn định học:

- Các phương pháp để thôi miên đối phương với mục đích lừa gạt
- Phương pháp mind reading mà dùng để lừa bịp người khác

Thì hãy đóng cuốn sách này lại ngay.

Vì cuốn sách này dành cho những người điều khiển người khác theo ý mình với mục đích làm tăng chất lượng giao tiếp, để xây dựng nên những mối quan hệ tốt đẹp giữa người với người.

Tôi xin lỗi vì đã chào hỏi hơi muộn. Tôi là chuyên gia tâm lý học.

Trước khi khái niệm “mentalism” được phổ biến trong 10 năm nay, thì tôi đã có nhiều hoạt động với tư cách là một nhà tâm lý học, và đã có nhiều lần được mời tham dự trên các chương trình ti vi.

Năm 2009 tôi chuyển sang sinh sống tại Hồng Kông và việc này đã khiến các bạn Nhật Bản ít biết đến tôi, tuy nhiên tôi đã xây dựng được một số mối quan hệ tốt đẹp với các đại phú gia, các nhân vật quan trọng, đảm nhiệm việc giảng dạy cho giờ Chủ nghĩa tâm lý tại Đại học Hồng Kông, một trường đại học được đánh giá xếp vào hạng thứ 50 trên toàn thế giới góp phần truyền bá phổ biến tâm lý học tới mọi người.

Tiết dạy của tôi ở trường Đại học Hồng Kông đã có rất nhiều các sinh viên tham dự.

Lý do của điều này là vì những gì tôi dạy đều được dựa trên kinh nghiệm của bản thân, dùng những trải nghiệm đó để minh chứng lại cho chủ nghĩa tâm lý.

Hầu hết các nhà tâm lý học chỉ sử dụng những lý luận trong sách vở để giảng giải về chủ nghĩa tâm lý. Tuy nhiên tôi đã trải nghiệm qua không biết bao nhiêu cuộc chiến tâm lý mà kết quả của nó liên quan tới cái sinh cái tử, rút ra không biết bao nhiêu bài học và đúc kết lên những thuyết tâm lý để có thể truyền tới bạn đọc thông qua cuốn sách này.

Những nhà tâm lý Nhật không thể đấu lại đối với tôi là bởi vì chắc chắn họ lý giải được thực lực cũng như bề dày trong kinh nghiệm của tôi.

Nếu bạn đọc cuốn sách này, tôi tin rằng chắc chắn bạn sẽ hiểu được sức mạnh thực sự của tâm lý học.

Theo như nhận định của tôi, đây là cuốn sách được đúc kết các kiến thức kỹ thuật mà bất kỳ ai cũng có thể sử dụng với một hiệu quả cao.

Có nhiều sách tâm lý mà trong đó các kiến thức được viết ra rất khó áp dụng, đặc biệt là với những người mới bắt đầu, tuy nhiên với các độc giả có quỹ thời gian rất eo hẹp, tôi đã lựa chọn những kỹ thuật mà có tác dụng hiệu quả tức thời để giới thiệu tại đây.

Bạn đã sẵn sàng chưa?

Hãy đọc và cảm nhận sự thú vị của cuốn sách tới tận những trang cuối nhé.

Và một điều tôi cần nhắc lại là đừng có dùng nó để làm điều gì xấu xa.

ROMEO RODRIGUEZ Jr

Chương 1Ma thuật tâm lý khéo léo tiếp xúc với người không hợp tính

Cách làm cho đối phương im lặng (Phê bình thói quen)

K

hi làm việc trong một công ty thì chắc hẳn sẽ có một số người bạn không thích.

Trong những trường hợp như thế này, tôi khuyên các bạn hãy dùng nghệ thuật tâm lý “Phê bình thói quen” để có thể tạo ra được một môi trường sinh hoạt dễ chịu cho bản thân.

Ví dụ trong buổi họp, có một người bạn không ưa lắm, tên là A phát biểu. Tuy nhiên bạn phát hiện ra anh ta có thói quen luôn vừa phát biểu vừa đứng đưa tay một cách vô thức. Khi đó bạn có thể nói với A theo kiểu góp ý rằng:

“Anh A, bài phát biểu của anh rất tuyệt vời, nhưng tay anh có vẻ đứng đưa hơi quá. Anh mà không đứng đưa tay thì bài phát biểu của anh còn ấn tượng hơn nữa.”

Lời góp ý này khi vừa thoáng nghe qua, tưởng chừng là một lời góp ý chân thành đầy thiện ý, nhưng thực ra nó lại có tác dụng làm cho A cảm thấy mất hứng tui ngừu.

Tất cả các động tác đứng đưa tay, rung đùi rung chân, hay các lời nói chèn thêm “à thì là mà” đều chỉ là phản xạ nhằm che giấu sự hồi hộp, căng thẳng, giúp người ta có thể giữ nguyên được phong thái của mình.

Những cử chỉ được thực hiện một cách vô thức này thường là các thói quen khó sửa. Nếu lời góp ý bạn vừa nói khiến cho đối phương nghĩ rằng “Thật sự là như vậy sao. Vậy thì ta sẽ không đứng đưa tay nữa” thì có thể nói rằng bạn đã đạt được mục đích của mình. Vì khi đối phương ý thức tới những hành động rung hay đứng đưa một bộ phận nào đó trên cơ thể, muốn điều đó không xảy ra nữa thì nó đã vô tình làm phá vỡ nhịp điệu tự nhiên của bản thân, làm cho điều đang muốn diễn đạt trở nên không rõ ràng mạch lạc.

“Phê bình thói quen” là một phương pháp rất hay được dùng trong thể thao.

Ví dụ bạn là người chơi golf. Trong buổi chơi này, bạn đã rất thuận lợi trong việc ghi được điểm số cao, đây là lúc bạn đang có những cú đánh golf ổn định hiệu quả.

Tuy nhiên, tới lúc này có một chuyên gia đánh golf khác khuyên bạn rằng “Nếu anh thay đổi cách cầm gậy đánh golf giống như thế này thì tôi nghĩ điểm mà anh ghi được còn cao hơn nhiều”. Nếu nhận được lời khuyên như vậy, chắc hẳn bạn sẽ chú ý và thử đổi cách cầm gậy đánh golf của mình. Nếu bạn làm như vậy, chắc hẳn bạn sẽ không những không giữ được phong độ giống những lần đánh trước mà còn có kết quả kém đến mức khó tin.

Việc phá hỏng các thói quen khiến người ta làm rối loạn đi khả năng thực hiện tốt các hành động bình thường, thậm chí làm tăng cao khả năng tự hủy hoại bản thân.

Nếu có những người bạn không ưa trong công ty, việc dùng phương pháp này sẽ khiến họ khó có thể phát triển tốt, phải chuyển đi một nơi nào đó khác.

Cách khiến cho đồng nghiệp phải tránh xa (Phương pháp thể hiện cơ thể)

Khi đã trực thuộc một tổ chức nào đó, bao giờ cũng tồn tại những người ghen ăn tức ở với những người có thực lực, luôn tìm cách chọc gậy bánh xe để phá quấy ngăn cản. Đặc biệt khi những người

cùng khóa trở nên thành đạt, được thăng chức, để che đậy đi sự vô dụng của mình, nhiều người luôn tìm cách làm cản trở đồng nghiệp.

Nếu bạn sắp bị một ai đó thọc gậy bánh xe, hãy dùng “Phương pháp thể hiện cơ thể” để dẹp đi những cản trở này.

Phương pháp thể hiện cơ thể là phương pháp biểu hiện làm sao cho đối phương thấy bạn có ưu điểm trong ngoại hình hơn họ.

Cơ thể nghĩa là ngoại hình. Với những người to cao hơn, có ngoại hình tốt thì sẽ dễ gây cho đối phương cảm giác ngưỡng mộ. Người ta thường cho rằng những người có cơ thể to cao thường có “năng lực làm việc cao” một cách vô điều kiện.

Mẹo này hết sức đơn giản nhưng nó lại có hiệu quả rất cao.

Có một cuộc thử nghiệm tâm lý được diễn ra tại Mỹ. Nội dung của cuộc thử nghiệm này là đoán chiều cao của từng người một. Người ta thay đổi nghề nghiệp của từng thành viên rồi xếp họ vào 3 nhóm, với ba ngành nghề là sinh viên, bác sĩ và giáo viên và truyền đạt lại như vậy cho những người tham gia thử nghiệm để họ đoán xem các thành viên trong ba nhóm có chiều cao như thế nào.

Kết quả như thế nào đây.

Với nhóm có nghề nghiệp là bác sĩ hay giáo viên, chiều cao dự đoán thường cao hơn chiều cao thực tế so với nhóm còn lại.

Theo như cuộc thí nghiệm này, một quan niệm trong xã hội đã được chứng minh. Đó là quan niệm người ta thường cảm thấy những người có địa vị cao trong xã hội thường cũng sẽ là những người có một chiều cao nhất định. Những người cao thì thông thường cũng sẽ được cho là người có năng lực cao.

Một điều khá thú vị rằng khi so sánh một người cao và một người có chiều cao khiêm tốn hơn, người ta thường cảm thấy rằng người cao sẽ có thu nhập cao hơn.

Theo kết quả nghiên cứu của một trường đại học quốc lập Úc, người nào có chiều cao cao hơn chiều cao trung bình 5cm trở lên sẽ có thu nhập một năm cao hơn bình thường 10 vạn yên.

Điều này có nghĩa là muốn để đồng nghiệp thấy được “Mình không thể vượt hơn người này” thì bạn chỉ cần làm sao cho mình có cảm giác nhìn cao hơn.

Nếu bạn chỉnh lại tư thế đứng, thẳng lưng lên, thậm chí đi cả những đôi giày bí mật làm tăng chiều cao, luôn chú ý sao cho dáng đi được cao thì có lẽ bạn sẽ không còn phải phiền muộn với việc bị người khác thọc gậy bánh xe nữa.

Cách xử lý sếp luôn lấy thành quả của nhân viên làm thành quả của bản thân (Tiếp xúc cơ thể)

Nếu từ trước tới nay có lúc nào bạn bị sếp lấy ngang thành quả của mình, thì tôi chắc rằng hoặc bạn không được sếp tin tưởng, hoặc bạn bị sếp ghét.

Vì hành động cướp ngang thành quả này đã thể hiện rằng sếp bạn không hề có chút “cẩn rút” lương tâm nào đối với bạn. Nếu thực sự điều này xảy đến với bạn, thì cũng có thể một phần vấn đề nằm ở chính bạn nữa. Nhưng dù gì đi chăng nữa đây cũng không phải là một tình trạng tốt. Tôi sẽ bày cho bạn một phương pháp đơn giản để giải quyết vấn đề này.

Có một thí nghiệm điều tra dựa trên phỏng vấn hè phổ. Có hai nhóm, một nhóm người tham gia phỏng vấn được người phỏng vấn vừa chạm nhẹ vào vai vừa nói chuyện và một nhóm người hoàn toàn không có động tác tiếp xúc nào khi thực hiện cuộc phỏng vấn. Sau khi phỏng vấn, người phỏng vấn cố tình làm rơi phiếu điều tra xuống đường.

Kết quả là số người nhặt tờ phiếu lên ở nhóm người có tiếp xúc cơ thể cao hơn nhóm người hoàn toàn không tiếp xúc cơ thể.

Tiếp xúc cơ thể (skinship).

Điều này thường nhắc ta tới cảm giác được mẹ vuốt ve khi còn bé. Khi được vuốt ve, sẽ giúp ta có cảm giác an tâm, làm mất đi cảnh giác.

Nếu bạn bị đồng nghiệp hăng tay trên trong công việc, bị phá nhiễu thì bạn hãy chủ động bắt tay hay chạm vai họ khi có thể. Hãy tạo ra những cơ hội có thể tiếp xúc về mặt cơ thể. Có thể có người cảm thấy “Xấu hổ lắm, không làm được” nhưng với phương pháp đơn giản này, bạn có thể làm cho đối phương cảm thấy “Có thể người này là một người tốt cũng nên” khi nghĩ về bạn và từ đó giảm bớt việc làm những hành động ngăn cản bạn.

Nếu bạn nghi ngờ “Liệu phương pháp này có hiệu quả không?” thì bạn hãy nhớ đến chuyện ngày xưa. Những người mà cãi đánh nhau với bạn, người nào càng cãi nhau dữ dội lại càng trở thành người mà bạn có thể chia sẻ và thấu hiểu bạn nhất? Có lẽ việc cãi đánh nhau nhiều khi là một thái cực tốt đỉnh của việc tiếp xúc cơ thể.

Cách khiến cho những người cứng đầu phải nghe theo (Can thiệp cái tôi)

Khi ở trong một tổ chức, nhiều khi có chuyện nhân viên cao tuổi hơn sắp.

Có lẽ cũng có khá nhiều người băn khoăn với việc phải đối xử ra sao với những nhân viên cứng đầu nhiều tuổi này?

Thông thường người ta thường vừa bày tỏ sự tôn trọng vừa yêu cầu làm việc, nhưng thực ra “Hãy nhờ vả họ những việc hơi phức tạp một chút thì mọi việc sẽ trôi chảy hơn”.

Có một thử nghiệm được diễn ra tại Mỹ như sau.

Ra một cuộc thi với những câu đố khá dễ, và đề ra mức thưởng tới 50 đô la. Họ chia những người tham gia cuộc thi vào 3 nhóm. Nhóm thứ nhất là nhóm mà nhà tổ chức tự đứng ra giải thích với người tham gia rằng, kinh phí dành cho nghiên cứu bị thiếu và yêu cầu những người tham gia trả lại tiền thưởng. Nhóm thứ hai là nhóm mà

nhà tổ chức không trực tiếp đứng ra, họ để cho các nhân viên khác đứng ra yêu cầu trả lại tiền thưởng. Và nhóm cuối cùng, là nhóm người chỉ nhận tiền thưởng và đi về.

Sau buổi thử nghiệm này, họ tiến hành một cuộc điều tra về sự hài lòng của những người đã tham gia cộng tác về nhà tổ chức. Kết quả thu được rất thú vị.

Thông thường mà nói, nhóm nhận tiền thưởng và đi về sẽ là nhóm đáng lý ra có mức độ hài lòng nhất đối với ban tổ chức. Tuy nhiên kết quả lại là nhóm “được trực tiếp nhà tổ chức đứng ra giải thích và yêu cầu trả lại tiền thưởng” có mức độ hài lòng cao nhất. Qua điều tra này ta có thể thấy một điều hết sức thú vị, trái ngược với các lý luận kinh tế từ trước đến nay. Điều thú vị đó là dù người tham gia không được lợi, thậm chí còn bị thiệt hại nhưng họ lại có sự hài lòng cao.

Điều này xảy ra vì có sự liên quan tới trạng thái tâm lý “can thiệp cái tôi”, một trạng thái liên quan tới thời gian và mật độ suy nghĩ tới đối phương. Trong kinh doanh, việc giao công việc và nhờ vả nhân viên nhiều sẽ làm tăng sự quý mến đối với sếp, hơn là việc sếp cứ cố gắng hoàn thành mọi việc một mình.

Cách làm này lại càng phát huy tác dụng trong trường hợp nhân viên nhiều tuổi hơn sếp. Khi được sếp ít tuổi nhờ vả, họ sẽ cảm thấy “Mình là người đáng tin cậy đấy chứ” và họ sẽ rất hợp tác trong công việc, thậm chí nhiều hơn cả những gì mà trước nay họ đã làm.



Cách thân với sếp không hợp tính (Tháo bỏ định kiến)

Dù trong bất kỳ tổ chức nào thì cũng sẽ có những người sếp không hợp tính với bạn. Bạn không thể tránh khỏi việc gặp sếp hàng ngày, và điều này càng làm bạn trở nên chán nản.

Bạn cảm thấy không hợp một ai vì trong bạn thường tồn tại “định kiến” với họ. “Định kiến” là việc bạn ghi nhận một việc nào đó thành

ký ức, và sẽ tác động đến bạn làm phát sinh các phản xạ có điều kiện.

Có những người mà bạn chẳng biết vì sao bạn không ưa họ, nguyên nhân có thể là bởi những việc từ rất lâu trong quá khứ. Hầu hết con người được nuôi dưỡng và hình thành các quan niệm cơ bản cho đến khi họ được 8 tuổi. Bộ mặt của những người làm bạn cảm thấy sợ hãi, hay những người đối xử với bạn một cách vô lý, hay những lời nói mang tính phủ định của bố mẹ đều trở thành những “định kiến” trong bạn.

Những điều đó cứ ăn sâu vào trong bạn một cách vô thức, khiến ngay cả khi bạn đã trưởng thành, nếu bạn gặp một ai đó có nét mặt hơi giống người ấy, hay nghe phải những lời nói giống như những lời nói kia, bạn sẽ cảm thấy rất khó chịu.

Khi bạn phải trải qua những ký ức xấu gây định kiến không tốt đẹp, bạn sẽ có những cảm giác khó chịu khi phải trải qua điều này nhiều lần.

Khi có những người sếp mà bạn cảm thấy không hợp lắm, bạn hãy vứt bỏ đi những định kiến vì điều này sẽ giúp bạn xây dựng được mối quan hệ tốt đẹp hơn, giúp công việc trở nên suôn sẻ hơn.

Vậy thì, ta cần làm gì?

Hãy cố gắng tiếp cận sếp nhiều như những gì mình có thể.

Hãy hỏi các thông tin riêng cuộc sống cá nhân của sếp như gia đình, vợ con hay nhà cửa.

Lý do mang lại hiệu quả cho phương pháp này là nếu bạn luôn giữ định kiến với ai, thì khi tiếp xúc với họ bạn sẽ chỉ có thể nhìn thấy vẻ bề ngoài hay chỉ thấy được cách nói chuyện mà thôi.

Khi bạn quan tâm tới cuộc sống riêng tư của họ, bạn sẽ có thể nhận ra rằng những định kiến mà bạn dành cho họ đôi khi là sai lầm.

Khi đó những định kiến sẽ dần được nói lỏng và không còn ảnh hưởng nhiều tới mối quan hệ nữa. Đây là một kỹ thuật hay được sử dụng trong Neuro Linguistic Programming (một kỹ năng giao tiếp dựa trên nền tảng của môn tâm lý học). Bạn hãy thử sử dụng nó xem.

Cách để không nịnh nọt mà vẫn điều khiển được sếp theo ý mình (Nghệ thuật giao tiếp tái phủ định)

Tôi không phủ nhận có những người rất khéo nịnh. Tuy nhiên việc những người này có hoàn toàn được sếp tin tưởng hay không lại là một điều khác.

Khi ở với những người biết cách khen nịnh, thì ta có thể cảm thấy thỏa mãn vì lúc nào cũng được tâng bốc. Tuy nhiên khi đã quen, thì sẽ cảm thấy hoài nghi “Lời nói của người này thật chẳng đáng tin...”.

Có một cách rất khôn khéo để không làm mất lòng tin của sếp mà vẫn điều khiển được sếp.

Khiêm tốn là một đức tính được coi trọng trong đạo đức. Khi được khen ngợi hay tâng bốc, hầu hết mọi người thường trả lời lại rằng “Không phải thế đâu. Không có chuyện đó đâu. Tôi còn kém lắm”. Ở châu Âu người ta thường đón nhận lời khen đó bằng cách đáp lại một cách chân tình như “Xin cảm ơn”. Thế nhưng ở châu Á chúng ta thì hầu như ít ai như vậy.

Mặc dù miệng thì từ chối như vậy, nhưng trong thâm tâm ta lại vui thầm.

Hãy thử đặt địa vị mình vào đó xem. Khi được ai đó khen ngợi, từ đáy lòng ta có cảm thấy thực sự phủ nhận điều đó không. Nếu nghĩ như vậy bạn sẽ dễ dàng lý giải được điều này.

Sếp khi được cấp dưới khen ngợi chắc chắn sẽ rất thích.

Tuy nhiên sếp sẽ phủ định những gì được khen.

Nếu tại đây ta dùng “nghệ thuật giao tiếp tái phủ định” thì chắc chắn sếp sẽ còn thích hơn gấp nhiều lần.

“Tái phủ định” nghĩa là sẽ phủ định lại một lần nữa những gì đối phương vừa trả lời phủ định.

Ví dụ bạn có thể khen sếp như “Sếp siêu quá! Sếp chỉ làm một chút mà thành tích của kỳ này của chúng ta đã tăng gấp đôi rồi”.

Khi đó sếp tất nhiên sẽ từ chối “Tôi có làm gì đâu. Đây là do mọi người đồng tâm đồng lòng cố gắng mà nên thôi”. Dù miệng thì từ chối nhưng trong thâm tâm thì nghĩ rằng có được thành quả như hôm nay là do sự chỉ đạo giỏi của bản thân. Tới lúc này bạn có thể phủ định lại một lần nữa lời của sếp như “Sếp cứ khiêm tốn quá. Mà tính khiêm tốn ấy cũng là lý do để em tin và đi theo sếp đấy!”. Nếu bạn thực hiện được điều này thì chắc hẳn sếp sẽ thực sự thích thú với những gì vừa được nhân viên khen.

Những lúc sếp đang vui vẻ thực sự như thế này mà bạn nộp các đề án thì nhiều khi các đề án này sẽ ngay lập tức được thông qua.

Nếu bạn biết dùng “tái phủ định” thì bạn có thể dễ dàng làm cho sếp vui vẻ, có thể biết được sếp đang cần điều gì. Khi bạn quen thì bạn sẽ có thể dùng nó một cách rất dễ dàng. Tuy nhiên có một chú ý là không được lạm dụng nó quá nhé.

Cách để lại ấn tượng tốt sau khi bị mắng (Lý tưởng hóa)

Theo thử nghiệm của trường đại học của bang Ohio, những cặp nam nữ sau khi gặp nhau lần đầu với những ấn tượng tốt, và không gặp nhau thường xuyên sẽ có tỷ lệ tự làm tăng những điểm đẹp trong nhau cao hơn 20% so với các cặp khác. Vì trong quá trình không gặp nhau, cả hai bên đều tự lý tưởng hóa đối phương.

Ngược lại, những cặp hẹn hò nhau ngay sau lần đầu tiên sẽ có xác suất chia tay cao hơn bình thường là 30%.

Thông qua thử nghiệm này ta có thể thấy rằng, với những người có ấn tượng đầu tiên tốt, nếu càng ít gặp thì ta càng có khuynh hướng lý tưởng hóa người đó lên.

Việc không gặp gỡ sẽ giúp cho ta có thể tự lý tưởng hóa đối phương.

Vì vậy ta không thể không dùng kỹ thuật này khi bị sếp mắng.

Nếu bạn thất bại trong chuyện gì đó và bị sếp mắng, hãy thành khẩn xin lỗi, xin lỗi một cách nhiệt tình như không còn lời nào hơn để nói. Vì sếp cũng không phải là muốn mắng bạn, nên sẽ cảm nhận được sự thành khẩn chân thành trong lời xin lỗi của bạn.

Sau đó bạn cố gắng giữ khoảng cách để không phải tiếp xúc với sếp.



Như vậy chắc hẳn trong sếp sẽ dần dần sinh ra “cảm giác tội lỗi”, trái ngược với lý tưởng hóa, tự hỏi bản thân “Liệu mình có mắng hơi quá lời không!”. Khi thời gian bạn không tiếp xúc tăng lên, sếp sẽ có khi rủ cả bạn đi uống nữa “Gần đây anh thấy chú rất cố gắng. Thế nào, hôm nay anh em mình cùng đi làm một cốc chứ hả”.

Tuy nhiên nhiều khi việc tạo ra môi trường không cần gặp sếp cũng không phải dễ. Lúc đó bạn có thể chú ý tạo khoảng cách vừa phải với sếp.

Cách khiến cho cấp dưới ít năng lực tự thân vận động (Hiệu ứng Pygmalion)

Có một thử nghiệm rất thú vị được tiến hành bởi một cơ quan giáo dục Mỹ.

Một buổi kiểm tra IQ được diễn ra tại một trường tiểu học nọ. Tuy nhiên đây chỉ là một buổi kiểm tra giả vờ, và các bài thi không được chấm điểm.

Kết quả IQ được cho một cách bất kỳ và được thông báo tới các thầy cô chủ nhiệm với lời nhắn “Những học sinh có tên trong danh sách này là những học sinh có thành tích tiến bộ”.

Theo đó các thầy giáo chủ nhiệm sẽ rất kỳ vọng vào các học sinh có tên trong danh sách, dồn hết tâm sức để dạy dỗ các em và đúng như những gì thầy giáo mong đợi, những học sinh này đã có kết quả học tập tiến bộ hơn.

Hiện tượng này được gọi là “Hiệu ứng Pygmalion”. Đây là một trong những phương pháp rất hay được các vận động viên thể thao chuyên nghiệp sử dụng.

Trong kinh doanh, có tồn tại một kiểu nhân viên “ngồi đợi lệnh từ sếp”. Những người này thực ra không phải thực sự họ muốn đợi lệnh của sếp, chẳng qua họ sợ vì mình không được đặt kỳ vọng, vì thế thà họ chọn cách ngồi và đợi lệnh của sếp để tiến hành công việc.

Nếu bạn có những nhân viên “ngồi đợi lệnh từ sếp” như vậy, thì việc bạn cần làm là hãy nói cho họ biết bạn đang kỳ vọng vào họ.

Tuy nhiên không phải việc gì cũng có thể kỳ vọng được. Bạn cần tìm ra ưu điểm của họ, và hãy kỳ vọng tới mức cao nhất vào những ưu điểm này. Ví dụ:

“Tôi muốn anh tham gia vào project mới này vì tôi thấy anh có khả năng phân tích sự việc sắc sảo. Tôi mong anh có thể phát huy thêm kỹ năng lên kế hoạch nữa.”

Nếu bạn nói như vậy, chắc hẳn nhân viên của bạn sẽ cảm thấy “Sếp tin vào năng lực phân tích của mình đấy...” và tự tin hơn, đồng thời cũng nảy sinh suy nghĩ “Nếu mình có thêm kỹ năng lập kế hoạch thì có lẽ sếp sẽ giao cho mình công việc quan trọng hơn”. Từ đó chủ động trau dồi kỹ năng lập kế hoạch cho mọi việc.

Nếu lúc nào cũng ý thức sử dụng các “câu từ mang tính kỳ vọng” thì ngay cả những nhân viên từ trước tới nay luôn chỉ ngồi đợi lệnh sếp

giao cũng sẽ tự mình suy nghĩ tìm ra việc để làm.

Cách xoa dịu ngay lập tức người đang cáu giận (Tự thân đồng nhất hóa)

Không có gì khó khăn hơn việc phải xử lý với những người đang tức giận. Tuy nhiên có một cách rất đơn giản để làm dập tắt đi cơn giận dữ này.

Có một cuộc thử nghiệm tại Cơ quan Tình báo Mỹ CIA, họ thử nghiệm xem sẽ phải mất bao nhiêu thời gian để làm dịu đi cơn giận dữ của những người tham gia với rất nhiều phương pháp khác nhau.

Có 3 người tham gia vào thử nghiệm. Người thứ nhất, họ để các chuyên viên chỉ dùng lời nói để khuyên bảo dỗ dành. Người thứ hai họ để một cái gương để người tham gia có thể thấy được dung mạo đang giận dữ của mình. Người thứ ba họ dàn dựng cảnh chuyên viên còn nổi giận hơn cả người tham gia.

Kết quả là người mà cứ dùng lời lẽ để khuyên giải thì khá mất thời gian, người dùng gương thì mất vài phút còn người bị chuyên viên cáu thì ngay lập tức hết giận.

Theo như thí nghiệm này, nếu thể hiện sự cáu giận cao hơn mức người đang giận thì người đó ngay lập tức sẽ quên đi việc mình đang giận.

Đây được gọi là trạng thái tâm lý “Tự thân đồng nhất hóa”. Đó là trạng thái tâm lý làm ngộ nhận những thành quả hay năng lực mà đối phương đang có là thành quả và năng lực của bản thân. Ví dụ như mỗi khi xem xong phim “Rocky” ta lại có cảm giác tưởng như mình trở nên mạnh mẽ hơn. Còn ví dụ ở trên là ứng dụng ngược lại của “tự thân đồng nhất hóa”.



Khi nhìn thấy một người nổi cáu hơn cả bản thân, ta sẽ cảm nhận ngược lại rằng “Có lẽ mình cũng sẽ bị mọi người nhìn như thế này khi nổi giận đây” và trở nên lý tính hơn. Người thứ hai dùng gương để làm tan cơn giận cũng có chung hiệu ứng như trên. Khi có ai giận dữ ta chỉ cần cho họ thấy ta đang giận dữ hơn họ. Tuy nhiên nếu không khéo léo, nổi giận một cách nửa chừng thì có khi làm cho sự giận dữ tăng cao hơn, giống như đổ thêm dầu vào lửa vậy.

Cách khiến đối phương từ bỏ đưa ra những yêu cầu quá đáng (Nghiêm túc của trang phục và màu sắc)

“Lần giao hàng tới các anh hãy chiết khấu 5% cho chúng tôi đi.”

“Đến cuối tuần mà các anh không giao toàn bộ hàng thì chúng tôi sẽ không trả toàn bộ số tiền đâu.”

Có những khách hàng đưa ra những yêu cầu rất quá đáng.

Nếu bạn cũng bị khách hàng cư xử như vậy, ắt hẳn bạn đang bị khách hàng “chơi xỏ” đấy.

Khách cho rằng “Nếu lớn tiếng thì ắt hẳn đối phương sẽ lùi bước”. Bạn có thể nghĩ rằng “Không phải vậy đâu. Có lẽ khách hàng là người như vậy thôi”. Tuy nhiên nếu người thương lượng không phải là bạn mà lại là anh cả trong xã hội đen, thì khách hàng của bạn có nói như vậy không?

Nếu khách có những yêu cầu vô lý, điều đó có nghĩa là khách coi bạn thấp hơn mình một bậc. Vậy ta cần làm gì? Có một cách xử lý hết sức đơn giản.

Đó là dùng sự “nghiêm túc của trang phục và màu sắc”.

Bạn hãy thử tưởng tượng xem.

Có hai người bán hàng tiến đến trước mặt bạn.

Một người mặc bộ vest màu nâu, áo sơ mi nhăn nheo, áo khoác thì mất một nút thêm nữa gãy lại bản. Một người thì mặc vest màu

đen, được là phẳng phiu, giày thì bóng loáng. Trong trường hợp này bạn muốn tiến hành giao dịch với người nào hơn?

Câu trả lời hết sức rõ ràng dễ hiểu.

Ai cũng có thể thấy rằng người mặc vest đen chỉnh chu là người có sự nghiêm túc, phong cách lịch sự. Và thực tế cũng cho thấy rằng hầu hết những người có địa vị cao trong xã hội như thủ tướng, giám đốc, thậm chí họ đều dùng màu đen cho quần áo.

Nếu bạn thể hiện cho đối phương thấy rõ bạn là người có phong cách nghiêm túc, chỉnh chu thì khách sẽ tự nhiên không đưa ra những yêu cầu quá đáng nữa. Lý do vì sao ư. Vì họ sợ sẽ mất đi một đối tác làm ăn uy tín hơn là cò kè mặc cả giá mà còn không thành công. Nếu bạn càng là người chỉnh chu nghiêm túc, thì đối phương sẽ càng coi trọng và muốn hợp tác lâu dài, bền vững với bạn.

Ngày xưa, màu đen được kiêng kỵ vì bị coi là màu không tốt và thường chỉ dùng trong những lễ tang. Tuy nhiên bây giờ màu đen lại trở thành một màu thể hiện sự quý phái được ưa chuộng ở thành phố. Bạn hãy học cách để có thể sử dụng được vest đen một cách tốt nhất nhé.

Cách khiến đối phương im lặng (Luôn tỏ ra hống hách)

Trong thời đại nào cũng tồn tại những người hay nói xấu chế nhạo mỉa mai người khác.

Nếu ngày xưa người ta chỉ cần một trận cãi nhau thật lớn là có thể xóa bỏ được mọi việc thì ngày nay, việc dùng bạo lực giải quyết vấn đề như vậy không còn hợp lý nữa, và nếu ở trong một tổ chức nào đó thì việc này ắt hẳn sẽ khiến bản thân bị mất việc.

Thế nhưng nếu cứ để đối phương mỉa mai suốt như vậy cũng sẽ khiến ta bị bức xúc.

Vậy thì ta cần làm thế nào để những người hay mĩa mai ta trở nên người lớn hơn?

Có một thử nghiệm tại đại học Stanford như sau. Có 4 người được chia thành 2 nhóm, trong nhóm thì một người đóng vai ông chủ, một người đóng vai người ứng tuyển, họ thảo luận với nhau về các điều kiện thỏa thuận lao động.

Kết quả rất thú vị. Nhóm có ông chủ dễ tính nhẹ nhàng thì có được kết quả thảo luận về điều kiện hoàn toàn theo nguyện vọng của người ứng tuyển. Còn nhóm có ông chủ với bộ mặt nguy hiểm, ngồi dựa lưng vào ghế hống hách có kết quả thảo luận về các điều kiện giống như những gì người chủ muốn.

Khi bị cư xử với thái độ hống hách, bị uy hiếp, người ta thường có tâm lý “muốn thoát ra ngay khỏi không gian này” và hầu như vô điều kiện tuân theo những gì đối phương muốn.

Con người thường không muốn ở gần những người có thái độ hống hách.

Nếu có ai cứ nói mĩa mai bạn, thì bạn hãy thể hiện thái độ hống hách trước mặt người đó, mọi nơi và mọi lúc.

Nếu có cơ hội nói chuyện, việc bạn cất cao giọng nói cũng sẽ rất hiệu quả.

Vì giọng nói cũng giúp người ta chế ngự được không khí khi giao tiếp.

Điều này được cho rằng bởi vì một phần nó đã được ghi lại trong ký ức thời nhỏ một cách vô thức, khi bị bố mẹ la mắng với giọng quát rất to.

Khi chỉ tự nhiên nhớ tới điều đã bị bố mẹ quát, con người tự nhiên cảm thấy “hú hồn” rồi.

Cách khiến từ chối những lời mời dai dẳng một cách khéo léo

Khi từ chối những lời mời dai dẳng, nhiều khi chỉ cần thêm một vài câu không cần thiết là đã khiến ta khó có thể từ chối được.

“Bây giờ, tôi đang hơi bị thiếu tiền” “Bây giờ tôi đang đã tìm được rồi, khi nào tôi cần tôi lại gọi nhé” “Để tôi suy nghĩ đã nhé”

Có thể ta dùng những câu như trên khi từ chối một lời mời vì không muốn làm tổn thương người mời. Tuy nhiên những lời này lại làm nhen nhóm sự hy vọng cho đối phương.

Câu “Bây giờ, tôi đang hơi bị thiếu tiền” có thể được lý giải rằng “Nếu có tiền thì anh sẽ mua hộ hàng cho tôi. Vậy anh thấy sao nếu ta chia việc thanh toán làm nhiều lần?” hay câu “Khi nào tôi cần thì tôi lại gọi” có nghĩa là “Khi nào anh cần thì tôi sẽ lại tới”, câu “Để tôi suy nghĩ đã nhé” thì lại có thể kiến giải rằng “Hãy cung cấp thêm cho tôi những thông tin cụ thể hơn”.

Kết cục là mối quan hệ vẫn cứ tiếp diễn, nó sẽ không kết thúc cho đến khi nào bạn mua hàng.

Có một điều tra rất thú vị của hiệp hội Direct-selling như sau.

Có phiếu điều tra với người bán hàng, họ cảm thấy bị áp lực ít hơn với những khách hàng “từ chối thẳng thắn” hơn là những khách hàng từ chối kèm những lời nói thêm lý do.

Mới nghe thì có vẻ như thật kỳ lạ, nhưng nếu nghĩ cho kỹ thì có khi đây là một điều cũng hết sức tự nhiên.

Trong kinh doanh hay môi giới, việc bị từ chối là điều hết sức bình thường nhưng khi từ chối kèm thêm những câu khác vô tình làm nhen lên hy vọng cho người bán hàng.

Con người sau khi bị thất vọng, có hy vọng rồi lại bị thất vọng, điều này làm tăng lên sự tổn thương về mặt tinh thần cho chúng ta.

Có thể là hơi ngược, nhưng cách để làm cho đối phương không khó chịu nhất đó chính là từ chối một cách dứt khoát.

Điều này cũng đúng trong công việc kinh doanh.

Khi từ chối trong công việc thì đừng nói vòng vo, hãy nói một cách thẳng thắn.

Nếu nói một cách thành khẩn như “Tôi xin lỗi. Tôi không thể làm được” thì đối phương cũng sẽ suy nghĩ để tìm phương pháp khác để giải quyết, điều này làm cho cả hai bên cùng thoải mái. Không nên dùng bất kỳ một kỹ thuật nào mà hãy thẳng thắn từ chối.

Cách để không bị xem thường trong công ty (Serotonin)

Trong công ty chắc chắn có những người dễ bị coi thường.

Họ thường có chung một đặc điểm.

Đó là rất yếu về mặt tinh thần. Họ dễ bị sếp hay đồng nghiệp coi thường.

Tuy nhiên họ lại không biết cách làm thế nào để có thể cứng cáp hơn, nên luôn bị rơi vào vòng xoáy tiêu cực.

Vì vậy để không bị xem thường trong công ty, ta cần huấn luyện để bản thân có một tinh thần mạnh mẽ.

Một điều quan trọng không được quên rằng, muốn có một tinh thần khỏe mạnh, thì ta cần có một cơ thể cường tráng.

Nhật cũng có câu tục ngữ rằng “Một tinh thần khỏe mạnh được nuôi dưỡng bởi một cơ thể khỏe mạnh” chỉ cho ta thấy không thể tách rời cơ thể và tinh thần được.

Có những người muốn rèn luyện tinh thần mạnh mẽ đã dùng các phương pháp ngồi thiền hay nhắm mắt mặc tưởng. Tất nhiên những việc này bản thân nó không có gì là xấu, nhưng trước khi làm, đầu tiên hãy rèn luyện cho mình một cơ thể cường tráng.

Có một hợp chất trong não rất hữu hiệu cho việc rèn luyện tinh thần mang tên “Serotonin”.

Khi serotonin bị thiếu, sự cân bằng trong tinh thần bị mất, dễ khiến người ta trở nên bị kích thích có những hành động bạo lực, hoặc lại trở nên bị trầm cảm.

Khi đó sắc mặt sẽ xấu đi, cách suy nghĩ cũng trở nên tiêu cực kéo theo nhiều chuyện xấu. Để tránh việc bị thiếu serotonin, ta cần phải có những hoạt động rèn luyện thể chất.

Khi serotonin được sản sinh dồi dào, tâm lý ta sẽ trở nên thoải mái, có ham muốn làm nhiều việc, có khả năng tập trung cao.

Quan trọng hơn là ta có sự tự tin, làm thay đổi những hành động chậm chạp của bản thân từ trước đến nay trong công ty.

Nếu bạn hoài nghi “Có thực sự hoạt động thể chất ảnh hưởng tới tinh thần không?” thì bạn nên biết được rằng ở Nhật, tỷ lệ số người thiếu vận động và số người bị mắc bệnh trầm cảm là bằng nhau.

Chương 2 Cách đổi nói không thành có trong diễn thuyết, kinh doanh, tiếp khách

Kỹ thuật “Force” khiến người nghe muốn làm chỉ nhờ một câu hỏi

C

húng ta hãy cùng làm thử một thí nghiệm thú vị này. Hãy lấy trong ví của mình ra một đồng xu 10 yên hoặc 100 yên.

Tại lúc này, bạn hãy nắm đồng xu đó trong lòng bàn tay của mình. Tôi sẽ đoán xem bạn đang nắm đồng xu này ở tay bên nào. Bạn đã chuẩn bị xong chưa? Bạn đã nắm chắc chưa? Bạn có thể nắm tay bên phải, hoặc tay bên trái, bên nào cũng được. Bạn đã nắm chắc đồng xu trong tay rồi nhỉ. Vậy thì tôi sẽ đoán xem bạn đang nắm đồng xu bên tay nào nhé.

“Có lẽ nào, bạn không nắm đồng xu bên tay phải đúng không?”

Bạn thấy sao? Có lẽ tôi đã đoán đúng phải không?

Dù bạn có nắm đồng xu bên tay nào đi chăng nữa thì chắc hẳn tôi cũng đã đoán đúng.

Nếu bạn nắm bên tay phải, bạn sẽ cảm thấy “Đúng là tôi đang nắm bên tay phải đây”, còn nếu bạn nắm bên tay trái, bạn cũng sẽ cảm thấy “Đúng là tôi đang không nắm bên tay phải”.

Đây là kỹ thuật “Force”, một kỹ thuật mà được các nhà tâm lý học ưa chuộng.

Trong kinh doanh cũng vậy, có phương pháp khiến cho đối phương chọn điều mà bạn muốn đối phương chọn.

Ví dụ, có hai mặt hàng A và B. Bạn muốn bán sản phẩm B nhưng khách của bạn thì đang băn khoăn xem nên lựa chọn loại sản phẩm nào. Khi đó, bạn có thể vừa nói “Sản phẩm nào cũng rất tốt. Sản phẩm A có nhiều chức năng đặc biệt, còn sản phẩm B có thiết kế rất thời trang. Quý khách hãy thử dùng trực quan của mình, sản phẩm nào sẽ là sản phẩm làm quý khách ưa thích?”, và đồng thời di chuyển sản phẩm B lại gần thêm khách hàng hơn sản phẩm A.

Khi đó khách hàng của bạn đang cần trả lời một câu hỏi mang tính chất cảm tính, trực quan rằng mình thích sản phẩm nào sẽ có xu hướng tập trung sự quan sát tới vật đang được di chuyển.

Và theo thống kê, có tới 80% số người sẽ chọn sản phẩm B trong trường hợp này.



Cách tạo ấn tượng tốt khi chia tay “Mind control”

“Ồ, có phải cậu A đấy không? Hôm nay cậu lại đi gặp khách hàng à? Cậu lúc nào cũng vất vả quá.”

“Xin chào Ngài. Lúc nào chúng tôi cũng luôn hân hạnh được phục vụ Ngài. Vâng, hôm nay tôi đi gặp khách hàng. Ngài B đang đi đâu đấy ạ?”

Khi bạn đang đi giao dịch công việc bên ngoài mà chẳng may gặp khách hàng khác của mình, có lẽ các bạn sẽ có những mẫu đối thoại như ở trên phải không? Điều này cũng có nghĩa là bạn chẳng để lại được một chút ấn tượng nào đối với khách.

Việc tạo ấn tượng cho người khác là một việc quan trọng hơn nhiều so với những gì bạn nghĩ.

Nhà tâm lý học R.Shinbaro trường Daemen College đã tiến hành một cuộc thử nghiệm rằng sẽ để lại một câu đố nào đó mỗi khi hai người chia tay.

Với 100 người đầu tiên, họ đơn thuần chỉ chia tay nhau như bình thường. Với 100 người thứ hai, sẽ được đưa ra một câu đố gì đó không kèm câu trả lời và để họ chia tay tạm biệt nhau. Sau một tuần, họ hỏi lại những người đã tham gia vào cuộc thử nghiệm xem họ có nhớ gì về cảnh chia tay đã diễn ra cách đây một tuần không và kết quả là nhóm được đặt ra một câu đố không lời đáp có khả năng nhớ rõ cảnh chia tay hơn nhóm còn lại. Nhóm chỉ chia tay nhau bình thường này thì có đến vài người thậm chí còn không nhớ tới cả việc đã từng gặp nhau một tuần trước đó.

Vậy thì nếu ngẫu nhiên gặp khách hàng ngoài đường thì ta cần làm gì? Vì đối phương là khách hàng, có nghĩa là chắc chắn đang thực hiện một giao dịch gì đó với công ty của bạn. Bạn có thể nắm một số thông tin bất kỳ hữu ích cho khách hàng.

Nếu bạn nói rằng “Sản phẩm mới vừa rồi của chúng tôi là sản phẩm có hạn về số lượng nhưng có vẻ nó rất được ưa chuộng, được khách hàng rất ưa ái. A, tôi xin lỗi. Đây là việc không được phép nói ra ngoài...” thì hẳn nhiên những lời bạn vừa nói sẽ gây chú ý tới khách hàng.

Khách hàng sẽ bắt đầu một loạt các suy nghĩ đại loại như liệu đó là sản phẩm nào? Nếu mà sản phẩm bán chạy như thế, có khi mình cũng thử để bán ở cửa hàng của mình xem sao. Nếu nói một cách hình ảnh, thì đây là phương pháp dùng một miếng mồi ngon vô hình, thả trước mặt đối phương và để đối phương thỏa sức tưởng tượng.

Tới lúc này, nếu có việc gì cần nhờ, chắc hẳn người đầu tiên khách hàng muốn tìm đến sẽ là bạn.

Mẹo để thành công đó là, khi chia tay tạm biệt, bạn sẽ không nói hết toàn bộ số thông tin bạn có. Nhất thiết chỉ được nói đến khi đã khiến đối phương bắt đầu tò mò về thông tin bạn đưa ra. Nếu bạn dùng

sai thời điểm, sẽ khiến sau đó đối phương có những thắc mắc như “Thế anh nói cho tôi nghe cụ thể thêm về những thông tin đó đi” thì nó nhiều khi sẽ khiến bạn gặp rắc rối, không tạo được ấn tượng tốt đẹp nên bạn cần chú ý.

Cách khiến cho khách hàng nói lời đồng ý “Quy tắc đáp trả”

Điều mong đợi nhất của những người kinh doanh, đó chẳng phải là việc khách hàng của mình gật đầu “vâng” đó sao?

Tuy nhiên không phải lúc nào khách hàng cũng dễ dàng gật đầu đồng ý cả.

Những lúc đó, ta có thể dùng “Quy tắc đáp trả” để dẫn dụ một cách tích cực sao cho khách có thể trả lời “vâng”.

Đầu tiên hãy đưa ra một đề nghị mà chắc chắn khách hàng của bạn không đồng ý. Chắc chắn khách hàng sẽ trả lời phủ định không đồng ý. Lúc này bạn lại đưa ra một lời đề nghị khác mang tính khả thi hơn. 70% số khách có lẽ sẽ vẫn có câu trả lời phủ định.

Tới đây, bạn hãy đưa ra lời đề nghị mà bạn thực sự muốn được chấp nhận.

Khách hàng của bạn đã từ chối bạn nhiều lần, nên trong họ sẽ nảy sinh cảm giác cảm có lỗi với bạn, vì thế mà có thể sẽ đồng ý với lời đề nghị sau cùng này của bạn.

Hãy lấy ví dụ trong việc mua bán.

Ví dụ, bạn thực sự muốn bán sản phẩm với trị giá 1 nghìn yên.

Đầu tiên bạn hãy giới thiệu sản phẩm có giá trị 10 nghìn yên. Tất nhiên sản phẩm giá cao nên khách hàng sẽ không mua. Bạn sẽ lại giới thiệu “Vậy thì chúng tôi có sản phẩm này giá 5 nghìn yên, Ngài thấy sao?”. Khách hơi băn khoăn nhưng sẽ vẫn từ chối và thấy hơi có lỗi với người bán hàng. Tới đây, bạn hãy giới thiệu một cách tự nhiên sản phẩm 1 nghìn yên bạn thực sự muốn bán và nói “Vậy thì

Ngài thấy sao về sản phẩm này, sản phẩm 1 nghìn yên. Ngài có thể mua hộ nó giúp tôi được không”. Nếu bạn là vị khách đó, chẳng phải bạn cũng sẽ nghĩ rằng chắc mình có thể mua được sản phẩm này?

Con người thường có “quy tắc đáp trả”. Đó là nguyên tắc khi ai đó làm một điều gì cho bạn, chắc chắn bạn sẽ làm một điều gì đó để đáp trả lại. Trong trường hợp này người bán hàng đã nhượng bộ hai lần, trong khách hàng sẽ hình thành khái niệm “nhượng bộ = không thể không đền đáp lại”. Vì vậy dù có thể không thực sự muốn món đồ đó đi chẳng nữa, nhưng họ có thể nghĩ rằng nếu là 1 nghìn yên thì có thể bỏ ra được. Người ta vẫn nói “Door in the face” nên những người bán hàng thường sử dụng một cách vô thức kỹ thuật này khi muốn nâng cao doanh thu lên.

Với kỹ thuật này, đòi hỏi một việc là khi yêu cầu đầu tiên bị từ chối, ta lập tức phải đưa ra yêu cầu tiếp theo. Bạn cần chú ý rằng nếu càng để thời gian giữa hai lần yêu cầu càng xa, thì hiệu quả của kỹ thuật này càng ít đi.

Cách điều khiển tâm lý mua hàng của khách “Quy tắc choice control”

Bạn có còn nhớ tới kỹ thuật tâm lý mà tôi đã giới thiệu ở phần đầu của cuốn sách không?

Đó là hiện tượng khi bạn cứ nhìn chăm chăm lên trần nhà thì sẽ có một vài người thấy tò mò không biết bạn đang nhìn gì và sẽ cùng nhìn hướng lên trần nhà như bạn.

Điều này cho thấy rằng “quyết định hành động” của con người chúng ta dễ bị ảnh hưởng bởi hành động của người khác hơn ta tưởng.

Đây là “Đồng điệu trong hành động”, chứng minh rằng hành động của con người dễ bị ảnh hưởng bởi tính vật lý của môi trường xung quanh. Những hiện tượng này được gọi là “tâm lý môi trường học” (Environmental psychology), được rất nhiều nhà khoa học nghiên cứu.

Nếu dùng “sự đồng điệu trong hành động” thì bạn sẽ dễ có nhiều thuận lợi trong hành động hơn, đặc biệt trong kinh doanh, trong các cuộc mua bán.

Điều bạn cần làm rất đơn giản.

Bạn hãy chủ ý nhìn vật bạn muốn khách hàng chọn khi đang nói chuyện với họ. Chỉ cần bạn làm như vậy, đối phương sẽ chú ý đến món hàng bạn đang nhìn. Tuy nhiên một điều cần chú ý là, cần phải cầm thêm một vật mang tính chất làm đồ so sánh với đồ bạn muốn khách chọn. Ví dụ đó là máy ảnh, bạn cầm chiếc camera muốn khách chọn lựa bên tay trái, bên tay phải bạn cầm một camera thông thường.



Nếu đối phương thuận tay phải, bạn nên cầm đồ muốn được lựa chọn bên tay trái của bạn. Còn nếu đối phương thuận tay trái, bạn hãy cầm món đồ bên tay phải. Vì các dây thần kinh của con người được tập trung nhiều ở bên tay thuận, nên sẽ để ý nhiều đến bên đó hơn.

Nếu không có vật so sánh, thì kỹ thuật này sẽ không mấy hiệu quả nên bạn cần chú ý điểm này.

Cách khiến làm cho khách hàng trở nên thoải mái một cách tự nhiên “Quy tắc Mirroring”

Mirroring có nghĩa là “Soi gương”.

Hình ảnh trong gương bao giờ cũng có cùng hành động với ta. Phương pháp này có tên gọi như vậy vì ta sẽ bắt chước các hành động của đối phương sao cho giống hệt như đang soi gương.

Có hai kiểu khi đề cập tới Mirroring. Kiểu thứ nhất là bắt chước hành động. Kiểu thứ hai là bắt chước lời nói (ngôn từ).

Có người hơi ngộ nhận về kiểu bắt chước ngôn từ.

Nếu lấy ví dụ trong hội thoại, đối phương nói “Em gái tôi sắp kết hôn rồi, tôi rất vui vì điều đó” và người ngọ nhận về phương pháp Mirroring (ngôn ngữ) chắc chắn sẽ đáp lại là “Em gái anh sắp kết hôn rồi à? Thật là vui nhỉ”. Vì chỉ nhắc lại nguyên lời nói giống như vệt, nên đối phương nghe được những lời này nhiều khi cảm thấy mình bị đùa giỡn, không thoải mái và mất niềm tin. Áp dụng đúng phương pháp Mirroring (ngôn ngữ) trong ví dụ trên sẽ như sau.

“Ôi chuyện đáng vui mừng quá, xin chúc mừng anh. Em gái đáng yêu của anh lập gia đình mới, chúng ta lại có thêm một gia đình tuyệt vời nữa.”

Không phải là lặp y nguyên lại từng từ một, mà ta chỉ cần nói những điều có cùng nội dung.

Đó chính là dùng phương pháp Mirroring một cách đúng đắn.

Đối phương sẽ không có cảm giác được nghe các lời lặp lại như vệt nói, sẽ cảm thấy bạn đang thực sự nghe điều mà họ muốn tâm sự.

Điều quan trọng chính là không dùng những từ giống với những từ đã được đối phương sử dụng.

Điều này cũng đòi hỏi sự thuần thục, cần sự nhanh trí khéo léo lựa chọn ngôn từ. Tuy nhiên một khi đã quen, ta sẽ làm được mà không cần để ý quá.

Thêm một điểm cần chú ý là, sau khi bạn thực hiện hành động Mirroring, bạn phải lựa chọn ngôn từ làm sao để đối phương cũng có suy nghĩ đồng tình với những gì bạn nói “ừ, như vậy đấy”. Để đối phương đồng tình với bạn, chắc bạn cũng nhận ra rằng mình cần phải dùng các từ mang tính chất tích cực. Cần chú ý tránh dùng các từ ngữ mang tính chất phủ định.

Các kỹ thuật có thể sử dụng trong ngành tiếp khách “Body language”

Trong lĩnh vực ngoại giao, có một số người thường buồn phiền với việc không thể giao tiếp tốt được với khách hàng.

Phải nói chuyện ngay trong những lần gặp đầu tiên, hay lo lắng cần phải làm gì nếu khách không hài lòng, những điều này khiến cho bản thân bị căng thẳng, nhiều khi chính sự căng thẳng này vô tình làm cho khách hàng cảm thấy không thoải mái. Với những người này phương pháp “Mirroring” sẽ mang lại hiệu quả.

Tuy nhiên, giống như tôi đã đề cập trong phần trên, nếu thực hiện phương pháp này nhiều quá, có những trường hợp sẽ mang tới hiệu quả ngược.

Làm thế nào để mọi việc được diễn ra “một cách tự nhiên” đây?

Tôi xin đề án ra một giải pháp, đó chính là đồng điệu (bắt chước giống) với hành động của đối phương nhưng chậm hơn họ 3 giây.

Những lỗi mà ta hay mắc phải là tự cho rằng phải đồng thời bắt chước đối phương ngay lập tức. Tuy nhiên việc bắt chước chậm hơn đối phương 3 giây sẽ khiến đối phương cảm nhận tình huống một cách tự nhiên hơn.

Hành động bắt chước chậm 1 tới 2 giây sẽ giúp tín hiệu được đưa vào phần nhớ có ý thức, làm cho ta cảm thấy sự bất thường không tự nhiên.

Tuy nhiên nếu muộn khoảng 3 giây thì các thông tin sẽ không được đưa vào phần nhớ có ý thức nữa, không làm cho đối phương cảm thấy mình đang bị bắt chước.

Trên thực tế, chúng ta đã được huấn luyện việc thực hiện hành động sau 3 giây từ khi còn bé. Ngày xưa, các cô giáo đã dùng các từ như “Nào, bắt đầu!”. Thực ra từ hiệu lệnh này cũng kéo dài 3 giây. Hay như câu “1...2...3!” cũng thế. Nếu đối phương cầm bút lên thì bạn cũng hãy cầm bút lên sau đó 3 giây. Khi đó đối phương sẽ nghĩ một cách vô thức rằng “Con người này có thể tin tưởng được”.

Một khi đã quen, ta cũng sẽ có thể bắt chước được các hành động của đối phương một cách vô thức.



Cách khiến đối phương chấp nhận lời đề nghị chỉ bằng cách dùng điện thoại với phương thức “Điều khiển nhịp thở”

Trong việc thiết lập sự tin tưởng với đối phương, điện thoại là một công cụ vô cùng hiệu quả.

Có rất nhiều người cho rằng “Gặp mặt trực tiếp chẳng tốt hơn sao?”, tuy nhiên chưa chắc đã là như vậy.

Điều đó được chứng minh bởi có rất nhiều vụ lừa gạt thông qua điện thoại hơn là những thư gửi trực tiếp (direct message) với số tiền thiệt hại rất lớn.

Tại sao điện thoại lại mang lại hiệu quả cao? Nói tóm lại trong một câu, đó là bởi vì ta không thấy được mặt của đối phương.

Nếu nhìn thấy được mặt của đối phương, con người sẽ có thêm các thông tin đọc được qua nét mặt, có khi có những lý giải sai lầm về nét mặt của người đối diện. Nhưng nếu là điện thoại, ta chỉ có nguồn thông tin duy nhất là những lời nói được trao đổi, khó có thể gây ra ngộ nhận. Hơn nữa việc có chung nhịp thở với đối phương qua điện thoại cũng không phải là điều gì khó khăn.

Vậy thì tại sao việc có chung nhịp thở với đối phương lại trở nên quan trọng như vậy?

Việc có chung nhịp thở có nghĩa là ta sẽ cũng có chung cảm xúc và hành động giống đối phương.

Bạn đã có khi nào quan sát các nhạc trưởng chỉ huy dàn nhạc giao hưởng chưa?

Nhạc trưởng thường đứng đưa người rất nhiều và dùng một cái que để chỉ huy nhạc cho các thành viên trong đoàn. Đây không phải chỉ

là để chỉ ra thời điểm diễn tấu nhạc. Thực ra là nhạc trưởng đang điều khiển nhịp thở (hô hấp) của tất cả các thành viên trong đoàn. Khi nhạc trưởng đưa que chỉ huy lên, điều đó cũng có nghĩa là cả dàn nhạc sẽ nín thở, chuẩn bị diễn một phần mới. Và khi que được đưa xuống, tất cả mọi người sẽ có nhịp thở ra, và âm thanh được phát ra hòa quyện với nhau.

Với các ca khúc có giai điệu du dương, nhẹ nhàng, nhạc trưởng có thể có những động tác chỉ huy với những lúc có những nhịp thở sâu, còn với những ca khúc có nhịp điệu nhanh rộn ràng, nhạc trưởng sẽ chỉ huy khiến cho mọi người trong dàn nhạc không được nghỉ ngơi chút nào.

Đối với người chỉ huy nhạc, điểm để tạo nên thành công đó là, có làm cho mọi người trong đoàn có cùng nhịp thở hay không và nhịp thở nào là thích hợp nhất đối với bản nhạc đang được diễn.

Trong các cuộc nói chuyện qua điện thoại, khi đối phương đang nói, ta cần thở ra, khi có chút im lặng, ta cần hít hơi vào, làm như vậy sẽ giúp ta có cùng nhịp thở với đối phương, giúp cho đối phương tăng thêm sự an tâm. Rồi việc nói cùng tốc độ với đối phương sẽ càng giúp ta có cách thở giống đối phương, càng làm tăng sự tin tưởng.

Cách làm tăng cao sự đồng ý của cấp trên khi phát biểu, Hãy “Cụ thể hóa vấn đề”

“Sản phẩm giảm cân này rất tốt đấy”

“Sản phẩm giảm cân này đã được bắt đầu bán cách đây 2 năm, theo như kết quả điều tra của công ty tôi, sản phẩm này mang lại hiệu quả cho 83.4% số người sử dụng. Có một phụ nữ 34 tuổi sống tại căn nhà mới của mình, bắt đầu uống sản phẩm từ tháng 3, tới ngày 23 tháng 5, cô ấy đã giảm được 27 kg!”

Bạn cảm thấy lời nói nào có tính tin cậy cao? Chắc hẳn đó chính là lời nói thứ hai rồi. Dù bài phát biểu có tốt đến đâu nhưng nếu không có những ví dụ minh chứng cụ thể thì cũng không thể nói là tốt,

ngược lại dù chuyện đang được nói có không là sự thật nhưng nếu có nhiều ví dụ cụ thể thì nó sẽ khiến đối phương dễ tin theo ngay.

Có một thí nghiệm tâm lý của trường đại học Washington thế này. Họ điều tra xem tỷ lệ tin tưởng sẽ thay đổi thế nào khi được đưa ra thêm các ví dụ cụ thể. Và kết quả là tỷ lệ tin tưởng đã tăng thêm những 33%.

Điều này có nghĩa là nếu không nói chuyện với những minh chứng cụ thể, bạn sẽ không thể nào làm tăng tính thuyết phục đối với bài phát biểu hay buổi semina của mình.

Đây được gọi là “Cụ thể hóa vấn đề”.

Điều này được các nhà viết quảng cáo (copywriter) hiểu rất rõ. Người ta thường nghĩ những nhà viết quảng cáo là những người có khả năng viết ra câu văn súc tích ngắn gọn, nhưng đó chỉ là nghĩa hẹp đối với những lúc ghi những câu khẩu hiệu bằng rôn thôi. Còn phần cần thiết tạo nên thành công hay không vẫn phải là làm sao để đưa ra được những ví dụ cụ thể dễ hiểu.

Kỹ năng này được rất nhiều các nhà quảng cáo chuyên nghiệp sử dụng, nên tôi rất mong rằng bạn cũng hãy dùng nó để phát triển kinh doanh của mình.

Với cách thiết lập cụ thể hóa ngay cả những câu chuyện không có thật cũng có thể khiến cho đối phương tin theo. Nên dù câu chuyện của bạn có khó tin đến mức nào đi nữa mà bạn có thể cho nó nhiều ví dụ cụ thể thì sẽ khiến cho đối phương cảm thấy “Thực sự có chuyện đó cơ đấy...”.

Với những kẻ lừa gạt có đẳng cấp, họ sẽ nói rất cụ thể, rất tỉ mỉ khiến cho đối phương bị lừa. Tất nhiên dùng kỹ thuật này để làm chuyện xấu như trên là điều không tốt nhưng nó cho thấy được tầm quan trọng của việc “cụ thể hóa vấn đề” to lớn đến mức nào.

Đưa “Tiềm thức” vào trong các câu chuyện kinh doanh “Hiệu ứng tiềm thức” là cách tác động vào đối phương một cách vô thức nhằm

đạt được một mục đích nào đó.

Có một câu chuyện nổi tiếng, trong các rạp chiếu phim, họ thỉnh thoảng chiếu các hình ảnh nước uống coca cola hay bắp rang bơ xen giữa một cảnh chiếu nào đó và những khán giả xem thì cũng không chú ý quá đến điều này. Tuy nhiên hành động này vô hình chung đã làm cho các khán giả tăng cảm giác muốn uống coca cola và ăn bắp rang bơ, làm cho doanh thu của các tiệm bán đồ ăn nhẹ trong rạp phim tăng lên đáng kể.

Tuy nhiên trong câu chuyện này người ta cố tình tạo nên câu chuyện để cho thấy được tác dụng của hiệu ứng tiềm thức. Trên thực tế, điều này chưa được khoa học chứng minh.

“Vậy thì hiệu ứng tiềm thức không có tác dụng gì sao?”, điều này cũng không hẳn là như vậy. Dù nó chưa được chứng minh, nhưng tác dụng mà nó đem lại là sự thật.

Chính vì vậy, ngành truyền hình Nhật Bản đã nghiêm cấm việc này trong các hoạt động quảng cáo trên ti vi. Nếu thực sự nó không có hiệu quả gì thì chắc chắn người ta sẽ không ban hành các điều lệ cấm này.

Chỉ cần bạn biết tác động vào tiềm thức của đối phương trong những lần bàn bạc giao dịch buôn bán, bạn sẽ điều khiển được đối phương làm theo điều bạn muốn một cách vô thức.

Vậy cứ tác động vào tiềm thức của đối phương khi thực hiện các giao dịch buôn bán là được sao. Cần phải thêm một chút “đáng sợ” vào các thông tin đưa ra nữa.

Trong việc mua bán, có người ngộ nhận rằng cứ nói thật nhiều từ “Mua đi, mua đi” đã là tốt. Tuy nhiên trước khi tác động được vào tiềm thức của đối phương thì bạn lại làm cho bộ nhớ có ý thức hoạt động, và cảm thấy nghi ngờ, khiến họ sẽ từ chối làm những việc được yêu cầu.

Tuy nhiên yếu tố đáng sợ này lại là yếu tố mà con người dễ hấp thu một cách bản năng nhất.

“Cái bình xịt này có mùi rất thơm”

“Bình xịt này có mùi thơm như nước hoa, nhưng lại được chế biến có tác dụng đuổi muỗi. Nếu không xịt loại này, thì khả năng bị muỗi đốt sẽ tăng cao 69%”

Bạn cho rằng mình đang bị dẫn dụ để mua loại sản phẩm nào?

Câu trả lời tất nhiên sẽ là sản phẩm thứ 2. Trong lời giới thiệu về sản phẩm thứ 2, ít nhiều ta có cảm giác sợ với thông tin được đưa ra. Hiệu quả của việc tăng tỷ lệ mua hàng khi lời quảng cáo dẫn dắt mua đồ kèm theo một vài thông tin đáng sợ đã được chứng minh bởi thí nghiệm tâm lý tại nước Anh. Tuy nhiên cũng không phải chỉ đưa thêm thật nhiều từ ngữ mang tính sợ hãi vào, mà hãy tập trung và xoáy vào một điểm thôi. Như vậy đối phương sẽ cảm thấy sợ ở điểm đang được nhắc đi nhắc lại một cách vô thức, dẫn đến hành động sẽ mua hàng.

Cách khiến khách hàng dù không có quan tâm đến sản phẩm cũng chắc chắn 100% mua hàng “Phương pháp dụ lặp”.

Có một số người bán hàng muốn bán thật nhanh nhưng tôi có thể khẳng định rằng ta nên bỏ cách thức làm ăn này.

Tuy nhiên ta cũng không thể lúc nào cũng chỉ ngồi đợi sự trả lời từ phía khách hàng và dẫn đến hậu quả không hoàn thành chỉ tiêu được đưa ra.

Những lúc như vậy, ta nên dùng “Phương pháp dụ lặp (repeat)”.

Repeat được mang nghĩa là lặp đi lặp lại.

Có một thí nghiệm được tiến hành ở Đại học Kent nước Mỹ thế này. Sau khi cho người tham gia xem một đoạn phim, truyền đạt cho họ một “thông tin lệch lạc”, họ đã đưa ra thêm những thông tin khác

hắn với phim đã chiếu, ví dụ như trong đoạn phim, nhân vật dùng tay trần, không đeo găng tay nhưng trong thông tin lệch lạc thì nói “người đi găng tay thì...” “để che dấu vân tay của mình, người đó đã dùng găng tay...”. Người mà được truyền đạt thông tin lệch lạc 3 lần sẽ có xác suất bị ký ức sai chi phối cao hơn 6 lần so với người được truyền đạt thông tin lệch lạc một lần.

Nếu bạn dùng “Phương pháp dụ lặp” này trong công việc kinh doanh của mình, bạn sẽ khiến cho xác suất đối phương làm theo ý mình rất cao. Ví dụ, khi bạn nói “Chắc chắn mỹ phẩm này sẽ làm chị đẹp lên rất nhiều” thì có lẽ nó cũng không làm người nghe bạn tâm lắng.

Tuy nhiên, bạn thử nói thế này xem sao.

“Chị hãy nhìn xem này, ta mới chỉ có dùng thử một chút thôi mà da của chị đã thay đổi nhiều rồi.”

Khách hàng của bạn sẽ bán tín bán nghi, bắt đầu nghi ngờ “Thật vậy hả?”. Khi đó bạn sẽ tiếp thêm một câu nữa “Bây giờ em sẽ thử trên tay cho chị dễ thấy nhé... Đấy chị thấy đấy, chị có thể nhận ra da chị hoàn toàn khác chứ!”

Tới đây thì khách hàng đã hoàn toàn tin vào những gì bạn nói. Rồi cuối cùng, bạn nhấn thêm một câu nữa “Chị ơi, chị hãy dùng sản phẩm này và làm da mình đẹp hơn đi chị nhé?”.

Cho tới đây, sau nhiều lần được bạn giới thiệu thì chắc hẳn đối phương sẽ ngoan ngoãn nghe theo những gì bạn nói. Điều này không chỉ mang lại hiệu quả trong kinh doanh, mà nó còn rất hữu nghiệm ngay cả trong tình yêu nữa. Bạn hãy thử sử dụng nó xem.

Cách khiến làm dịu đi ngay những lời phàn nàn chỉ trong chớp mắt “Hiểu và đồng ý”

Trong công việc thì ta không thể tránh khỏi việc gặp các phàn nàn.

Gần đây ta thấy xuất hiện những Monster parents nhưng cao cấp hơn, họ đã chuyển thành Monster Claimer - chuyên gia phàn nàn khiến cho trường học rất vất vả.

Việc khiến cho những người phàn nàn có thể im lặng thường khiến ta liên tưởng tới việc dùng sức, bẻ quặt tay họ ra đằng sau.

Tuy nhiên để tránh ngộ nhận, nếu muốn làm cho người phàn nàn im lặng mà ta lại tỏ thái độ hống hách thì sẽ mất khá thời gian để thực hiện. Nên tôi hoàn toàn không khuyên các bạn phương pháp này.

Vậy ta cần làm thế nào?

Ta cần làm sao để đối phương có thể nói ra câu “Hiểu và đồng ý”.

Ta sẽ thử thực hiện cách khiến cho đối phương phải nói ra “Hiểu rồi và đồng ý” tại đây.

Để làm xoa dịu cơn bức bối của người phàn nàn, ta thường hay luôn mồm xin lỗi các câu như “Chúng tôi thành thật xin lỗi Ngài!” hay “Vâng, đúng như Ngài nói!” nhưng vô hình chung nó lại là lời nói công nhận lỗi sai, làm cho đối phương lại càng được thế, lấn tới hơn.

Tất nhiên việc nghe xem đối phương nói gì là rất quan trọng, nhưng ta cũng cần lựa xem thời điểm để đưa ra các câu hỏi khiến đối phương trả lời như “hiểu rồi” hay “đồng ý”. Bạn có thể dùng những câu như:

“Những gì Ngài đã nói, chúng tôi nghĩ là có thể hiểu theo cách này và Ngài thấy sao?”

“Phần này tôi lý giải thế này và Ngài thấy có được không?”

Hãy nói làm sao để đối phương trả lời với nội dung đã hiểu hay đồng ý như “Đúng rồi đấy” “Không sai đâu”.

Những sự đồng ý đồng tình tuy nhỏ này nhưng lại giúp làm nguội đi cơn thịnh nộ của khách hàng. Đây là một kỹ thuật chắc chắn được Mỹ dùng trong các cuộc trao đổi con tin, một kỹ thuật cơ bản của cơ bản trong thương lượng.

Ngay cả khi bạn không nắm rõ lắm nội dung của câu chuyện thì đây sẽ vẫn là một phương pháp hiệu quả, nên bạn hãy thử dùng nó xem.

Hãy hạ gục “người cần hạ” hơn là người nắm quyền quyết định

Trong một số sách kinh doanh, có sách viết rằng “Hãy tìm ra người nắm quyền quyết định trong các khách hàng của mình”.

Tất nhiên ở đây không có gì là sai hết, nhưng cũng không phải là câu trả lời đúng.

Ta cần tìm ra được “người có quyền quyết định”, tức là người nắm quyền quyết định về kế toán trước khi tìm người nắm quyền quyết định tất cả.

Như những gì các bạn biết, kế toán là công việc được làm phía sau hậu trường, gần như không bao giờ lộ diện.

Tuy nhiên nếu có thể có được sự đồng ý của hậu phương này, thì bạn có thể dễ dàng được chấp thuận và điều này cũng đã được chứng minh qua thí nghiệm.

Có một điều tra tại phố tài chính Anh, cuộc điều tra này đã chứng minh được rằng việc quen với kế toán trưởng hay không sẽ ảnh hưởng đến quyết định của người nắm quyền.

Tại các nước Âu Mỹ, trong công ty người ta thuê các thám tử, “điều tra xem ai là người nắm quyền về kế toán” sau đó cố tình gặp người đó ngoài công ty như một sự ngẫu nhiên.

Nó cho thấy rằng người Âu Mỹ đánh giá vai trò của các kế toán rất cao.

Vậy thì tại sao “kế toán” lại quan trọng đến mức như vậy?

Lý do là người nắm quyền quyết định về kế toán thường có khả năng là những người chủ chốt từ khi thành lập công ty, phát ngôn của họ có tầm quan trọng ngang với giám đốc. Cũng có khả năng cao là họ nắm giữ cổ phiếu của công ty, nên họ sẽ rất dè chừng với các câu chuyện mới.

Tuy nhiên, nếu họ là người quen của bạn, họ sẽ dễ dàng nghĩ “À, tôi biết người này. Chắc mọi thứ sẽ ổn thôi” và có thể dễ dàng đồng ý với bạn.

Đây được gọi là “Cảm giác quan trọng hóa bản thân”, vì đây là tâm lý người mình đã biết, chắc chắn không sai. Ngay cả với bạn, bạn sẽ chọn bên nào, một bên là “đề xuất của người quen biết” và một bên là “đề xuất của người thứ 3, không hề quen biết”.

Nếu cùng một đề xuất với các điều kiện giống nhau, đề xuất của người quen sẽ dễ khiến ta cho rằng “Nếu là do người đó đề ra thì chắc ổn thôi”.

Đây chính là kỹ thuật vận dụng tâm lý của cảm giác quan trọng hóa bản thân.

“Tâm lý sợ hãi” làm gia tăng nhanh xác suất mua hàng

Ở công ty nào cũng có những người bán hàng rất giỏi. Người này luôn luôn có doanh thu rất cao, cống hiến rất nhiều cho kinh doanh của công ty, và cũng rất tốt tính.

Tuy nhiên, nếu tới các tiệm sách, ta sẽ toàn chỉ thấy một loạt các sách mang tựa đề như “Cách để bạn bán hàng tốt hơn”. Rồi ngay cả khi ta làm theo những gì trong sách thì hầu hết số trường hợp đều không mang lại hiệu quả.

Trên thực tế bán hàng (kinh doanh) không phải là một việc gì khó.

Nếu bạn tuân theo các nguyên tắc luật lệ của bán hàng, chắc chắn bạn sẽ có thành quả. Các con số sẽ cứ thế tăng lên. Có rất nhiều nhà kinh doanh họ chỉ làm đúng theo luật lệ và hoàn thành công việc của mình.

Vậy thì con người sẽ chi tiền trong những trường hợp như thế nào?

Đó là lúc họ cảm thấy món đồ vật ấy có giá trị lớn hơn số tiền bỏ ra. Đó là lúc họ nhận thức được rằng họ đang có lợi.

Có khi nào bạn nghĩ thế này chưa? Một đồ vật 1.000 yên mà bỗng dưng được bán với giá 100 yên, ngay cả khi không có nhu cầu lắm thì nhiều khi ta vẫn nảy sinh ra ý “Biết đâu về sau có thể dùng được, hay cứ mua nhỉ”.

Đây chính là tâm lý có thể bị thiệt.

Nếu bạn đưa được yếu tố “Sợ” như nếu bây giờ không mua thì bị thiệt vì món đồ đó có giá trị lớn hơn số tiền bỏ ra thì chắc chắn bạn sẽ bán được món đồ ấy. Dreux Eric Whitman một copywriter tinh thông về tâm lý học đã nói như sau.

“Nếu đưa được yếu tố sợ hãi vào, món đồ chắc chắn sẽ bán tốt. Sự sợ hãi sẽ kích thích và thúc đẩy con người, làm cho họ đưa ra quyết định hành động, sẽ khiến họ tiêu tiền.”

Trên thực tế các nhà tâm lý xã hội học, những chuyên gia nghiên cứu sự tiêu thụ hàng hóa đã nghiên cứu về tác dụng của nó trên 50 năm nay, và cũng chứng minh được hiệu quả của nó.

Nếu bạn thực sự muốn nâng cao thành tích kinh doanh của mình một cách nháy vọt, hãy thêm một vài yếu tố “gây sợ” vào câu chuyện, khi họ bị kích thích thì hãy chuẩn bị để lúc nào cũng có thể đưa ra được món hàng khiến họ có thể mua ngay được. Vì trong hoàn cảnh đó, con người luôn tìm đến việc giải tỏa đi tâm lý sợ hãi của mình, sẽ mua ngay món hàng mà bạn đề xuất.

Hãy chú ý tới những “nụ cười nhân tạo” mà bạn luôn thể hiện hàng ngày

Có lẽ hầu hết mọi người sẽ nói rằng cần chú ý đến “nét mặt nụ cười” khi đứng trước mặt khách hàng.

Tuy nhiên nếu bạn không phải là chuyên gia như những người tiếp viên hàng không, thì nét mặt tươi cười của bạn sẽ trở nên rất không tự nhiên.

Đây sẽ không phải là “nụ cười thực sự” mà là “nụ cười nhân tạo”.

Khi con người mỉm cười, thì nhất định sẽ tạo nên nếp nhăn ở đuôi mắt. Tuy nhiên với những “nụ cười nhân tạo” thì sẽ không có những nếp nhăn này. Ngay cả khi bạn không biết được kiến thức này, thì hầu như tất cả mọi người đều sẽ phán đoán một cách vô thức xem đối phương đang cười thật hay cười giả.

Vậy thì tại sao nụ cười giả lại dễ bị lộ?

Theo như một điều tra của nhà tâm lý học Alicia Grande trường Pennsylvania State University, khi so sánh chuyên gia cười (tiếp viên hàng không hay các thư ký) và những người không chuyên nghiệp trong việc tạo nét mặt tươi cười làm trong các ngành khác (kinh doanh), người ta thấy được tỷ lệ mắc các bệnh về tim, ung thư, cao huyết áp sẽ cao gấp 2 lần ở những người không chuyên nghiệp.

Điều đó có nghĩa là “nụ cười nhân tạo” này ít nhiều là hành động gây nên áp lực cho cơ thể, và nếu cứ tiếp diễn điều này thì sẽ khiến bản thân không thể thư giãn được, gây sự chú ý cho đối phương.

Vì vậy khi gặp khách hàng cần chuẩn bị những chuyện vui để ta nghĩ tới, để có thể tạo nên được nét mặt với nụ cười thực sự, điều này rất cần được rèn luyện.

Hãy đưa nụ cười thực sự vào cuộc sống hàng ngày, nó sẽ giúp bạn có thể tạo cho mình được nụ cười tự nhiên.

Chương 3 Nhìn rõ tâm lý đối phương thông qua dung mạo, phong thái, cử chỉ

Phán đoán dao động của đối phương thông qua quan sát “cử chỉ của tay”

C

ác bạn có biết đến phim truyền hình nước ngoài Lie to Me, phim được viết dựa trên hình mẫu Paul Ekman một trong những nhà nghiên cứu đầu tiên về diện mạo tinh vi của con người.

Đây là một bộ phim với chủ đề làm về sự thật các diện mạo của con người diễn ra chỉ trong 0.2 giây. Xuyên suốt bộ phim là rất nhiều cảnh giải thích về ý nghĩa của “diện mạo con người” và những điều này thực sự bổ ích.

Tuy nhiên trong phim, có một số chỗ còn chưa được giải thích.

Đó chính là “Microgesture”, chính là các “Vi diện mạo” (diện mạo thay đổi một cách tinh vi).

Đối với các “vi diện mạo” thay đổi trong một tích tắc, thì cơ thể cũng thể hiện một diễn tả tinh vi trong tích tắc đó, gọi là “vi biểu hiện”. Đối tượng quan sát của microgesture là toàn bộ cơ thể, nhưng có một bộ phận mà khi quan sát nó, ta sẽ có thể dễ dàng nhận ra, đó chính là “tay”.

Có một đôi nam nữ ngồi đối diện với nhau và cùng ăn tối.

Họ nói chuyện với nhau rất nhiều chủ đề, trong đó có lúc họ đã nói đến chủ đề ngoại tình.

Lúc đó, người thanh niên từ từ thể nói chuyện nghiêng người về trước bỗng rút tay lại đưa xuống giấu dưới gầm bàn và hơi ngả người ra phía sau.

Đây được gọi là hành động trốn chạy, khi có chuyện gì không tốt với mình, để tránh khỏi nội dung chuyện, cơ thể cũng sẽ cử động theo hướng né tránh.

Cử động của tay cung cấp cho ta những thông tin rất quan trọng.

Tôi sẽ giới thiệu cách cử động một cách vô thức của tay mà đối phương sử dụng để bạn có thể áp dụng ngay.

Khi cho tay đút vào túi quần.

Nếu ngón tay cái tách ra khỏi các ngón khác, đó là biểu hiện của sự tự tin.

Ngược lại, cho ngón tay cái vào túi còn tất cả các ngón khác để ở ngoài, thì điều này biểu hiện không có sự tự tin vì thân phận địa vị thấp của bản thân. Với những ai có thói quen này, tôi khuyên nên bỏ nó đi.

Nhận ra sự thay đổi của đối phương dựa vào “Microgesture”

Khi con người cảm thấy bị áp lực, thì ta thường tìm cách để làm cho bản thân bình tĩnh lại. Và hành động này không phải chỉ có ở con người, nó có ở tất cả các loài động vật.

Ví dụ như sư tử, hổ chắc chắn cảm thấy không thoải mái khi bị nhốt trong sở thú chật hẹp. Chúng luôn đi đi lại lại trước tường. Chắc chắn bạn cũng đã nhìn thấy cảnh này trong sở thú.

Đây là “Hành vi xoa dịu”, có tác dụng làm giảm căng thẳng.

Con người cũng có “hành vi xoa dịu”, tôi sẽ giải thích hành vi dễ hiểu nhất liên quan đến nét mặt.

“Hành vi xoa dịu” vô thức đầu tiên là “sờ tay vào cổ” khi con người cảm thấy áp lực, bị stress từ bên ngoài.

Còn hành động “chạm/sờ/đề tay lên trán” là hành vi thể hiện sự xấu hổ, hay đang có điều gì lo lắng. Chắc chắn các bạn cũng đã từng có trải nghiệm đề tay/chạm tay lên trán mỗi khi gặp chuyện khó khăn hay xấu hổ.

Hoặc khi gặp chuyện gì hồi hộp, lo lắng, căng thẳng người ta thường hay dùng tay “mát xa cổ”. Hành động mát xa cổ là một hành động được thực hiện một cách vô thức vì có tác dụng làm giảm cường độ của nhịp tim đập. Ngoài ra, để làm dịu lại sự căng thẳng, còn có hành động phình má ra và thở phào nhẹ nhõm. Tôi chắc hẳn bạn có thể để ý thấy mỗi khi mình kết thúc một công việc nào đó, bạn cũng đã làm hành động này.



Khi quan sát các biểu hiện của đối phương, việc vừa dự đoán tâm lý vừa thực hiện cuộc đối thoại sẽ giúp bạn dễ dàng có được kết quả như ý muốn hơn.

Cơ cấu của “vi diện mạo”, điều giúp ta nắm được thế điều khiển trong phát biểu

A: Hôm nay buổi phát biểu rất tốt. Chắc chắn nó sẽ mang lại lợi nhuận kinh doanh.

B: Hình như bài phát biểu hơi dài quá, khó hiểu thật.

Đây là lời nhận xét của người nghe về bài phát biểu có cùng nội dung nhưng do hai người trình bày.

Vậy tại sao lại có sự khác biệt này?

A là do tôi trình bày còn B là tôi nhờ sinh viên trình bày.

Có thể có người cho rằng “Kết quả này có được bởi vì bài phát biểu được trình bày bởi người đã quen với việc phát biểu nên sẽ đem lại

kết quả khác nhau thôi?” nhưng không phải như vậy đâu. Điều quan trọng nằm ở chỗ người phát biểu có quan sát và nắm bắt được các “biểu hiện thay đổi tinh vi trên sắc mặt” của những người nghe hay không.

Biểu hiện thay đổi tinh vi trên sắc mặt là nét mặt thực sự của con người diễn ra trong 0.2 giây.

Con người chắc chắn luôn tạo cho mình một vẻ bề ngoài như thế nào đấy.

Ví dụ câu chuyện không có gì thú vị nhưng bề ngoài vẫn có thể cười nói, hay như thực sự dù trong lòng đang tức giận, nhưng vẻ bề ngoài lại cố tình làm ra như không có chuyện gì xảy ra hết. Tuy nhiên để tạo ra được nét mặt bề ngoài này, người ta phải mất 1 giây, và 0.2 giây đầu tiên bao giờ cũng thể hiện khuôn mặt thật của họ.

Nhà khoa học Paul Ekman là một trong những người tiên phong trong việc nghiên cứu các biểu hiện thay đổi tinh vi trên sắc mặt con người. Ông nghiên cứu hàng nghìn nét mặt, nổi tiếng trong việc đã làm cố vấn cho các quan cấp chính phủ hay các công ty.

Vậy tại sao biểu hiện thay đổi tinh vi trên sắc mặt lại đóng một phần hết sức quan trọng trong các bài diễn thuyết, phát biểu?

Vì việc quan sát này sẽ giúp ta tìm ra được trong buổi diễn thuyết phát biểu ấy, ai là người có hứng thú với bài diễn thuyết nhất, và ngược lại ai là người cảm thấy không mấy quan tâm tới bài diễn thuyết nhất.

Khi thực hiện diễn thuyết, nếu bạn biết được ai là người hứng thú đến bài giảng của mình thì bạn có thể nói chuyện tập trung hướng về người đó. Hoặc khi bạn tìm thấy được người không mấy hứng thú với bài giảng của bạn, ngược lại bạn có thể thay đổi cách diễn đạt của mình sao cho dễ hiểu hơn.

Những phụ nữ biết nắm bắt giỏi về việc ngoại tình của đàn ông là những người rất tinh tế trong việc đọc các thông tin từ sự thay đổi nét mặt của đối phương.

Vì sao lại như vậy, câu trả lời là vì người phụ nữ từ khi sinh ra tới khi lớn lên, họ luôn phải quan sát mọi người xung quanh để quyết định xem cần sống thế nào. Nó cũng là “gen di truyền từ mẹ”, có được ngay từ khi mới sinh ra. Ngược lại nam giới lại không được nhạy bén cho lắm, nên nếu bạn là nam giới thì tôi khuyên bạn nên rèn luyện kỹ năng này.

Khi khách hàng có “nét mặt thế này” thì cần rút lui ngay

“Hôm nay khách hàng có vẻ phấn khởi. Có khi ta có thể dẫn đến kết thúc tốt đẹp”

“Rõ ràng là khách hàng đang nổi cáu. Chắc nên kết thúc chuyện tại đây thôi”

“Làm sao đây? Tiếp tục hay dừng lại?”

Với những người làm kinh doanh hay phải thực hiện các thỏa hiệp, chắc hẳn luôn phải để ý đến vẻ mặt của đối phương.

Tuy nhiên nét mặt con người thì luôn thiên biến vạn hóa. Nhiều khi khách hàng không hề nổi giận nhưng với người bán hàng có tinh thần yếu đuối lại cảm nhận rằng “Chắc chắn khách đang nổi giận...”. Nghệ thuật ở chỗ làm sao hiểu và đọc được thông tin chính xác từ sắc mặt của khách hàng. Đây là một điều vô cùng quan trọng.

Tôi muốn giới thiệu với các bạn một điều rằng chắc chắn có những nét mặt của khách hàng khi bạn thấy thì cần dừng lại hay rút lui ngay.

Vậy đó là những nét mặt như thế nào?

Có thể bạn nghĩ đó là nét mặt “giận dữ”

nhưng câu trả lời là không phải như vậy.

Về mặt mà bạn cần phải cẩn thận nhất chính là “cười giả tạo”.

“Cười giả tạo” rất giống “cười”, tuy nhiên có một điểm khác biệt. Đó là “mắt”. “Cười giả tạo” thì chỉ có miệng mỉm cười thôi chứ mắt không cười. Về mặt được cố tình làm ra.



Về mặt cười giả tạo này thường có khi họ cảm thấy không muốn nghe chuyện của đối phương với ẩn ý “Thôi anh đừng nói nữa”.

Khi bạn nói chuyện với khách hàng mà thấy vẻ mặt của khách hàng như trên thì tôi khuyên bạn hãy mau chóng kết thúc cuộc đàm phán, hoặc để bàn lại công việc trong một dịp khác.

Cách biến những khách hàng khó tính trở thành đồng minh “Foot in the door”

“Sản phẩm của các anh sao thế?! Chúng tôi sẽ không bao giờ mua sản phẩm này nữa”

“Sản phẩm mà chúng tôi được quảng cáo khác hẳn với sản phẩm thật. Các anh hãy trả lại tiền đi!”

Trong thời đại nào cũng tồn tại những khách hàng luôn phàn nàn về các sản phẩm hay dịch vụ mà họ sử dụng.

Đầu tiên ta cần hiểu nguyên do tại sao mà họ lại nổi giận.

Chúng ta có “Cảm giác điều khiển”. Đó là cảm giác có thể điều khiển cho mọi chuyện diễn ra theo ý muốn.

Theo Tâm lý học, họ gọi những người “tự bản thân điều khiển được sự việc” là người theo “Kiểu điều khiển nội hóa”, và ngược lại “sự việc được diễn ra do vận may hay ngoại cảnh quyết định” là “Kiểu điều khiển ngoại hóa”.

Người theo kiểu “điều khiển nội hóa” là những người biết tự điều chế mọi thứ trong cuộc sống, dù có bị động chạm một chút thì cũng không khiến họ phải “tức giận” để giúp họ trở về trạng thái thăng bằng.

Tuy nhiên với người theo kiểu “điều khiển ngoại hóa” thì vì ngay trong cuộc sống hàng ngày, họ không tự làm chủ được mọi việc diễn ra xung quanh, nên khi họ bị động chạm dù chỉ một ít, lập tức họ sẽ trở nên “tức giận” để có thể giúp họ trở về trạng thái cân bằng.

Những người như thế, tôi khuyên bạn hãy sử dụng kỹ thuật khép kín.

Có hai phương pháp trong kỹ thuật khép kín.

Đó là “Door in the face” và “Foot in the door”.

Có thể khá nhiều người biết tới hai phương pháp này vì chúng là những phương pháp khá phổ biến trong ngành Kinh doanh tâm lý học. Chúng ta dùng phương pháp “Foot in the door”, là phương pháp nâng cao các đòi hỏi bắt đầu bằng những đòi hỏi đơn giản nhất.

Vì yêu cầu đầu tiên của đối phương là với mục đích làm sao để bản thân có thể quay về được trạng thái cân bằng, nên nếu bạn lại chèn thêm lời vào đó thì sẽ càng làm cho đối phương mất tự chủ, càng làm cho họ “nổi cáu” nhiều hơn. Cách giải quyết ở đây sẽ là chăm chú lắng nghe những lời phàn nàn kêu ca của khách hàng.

Khi đó họ sẽ cảm thấy một cách tự nhiên rằng bạn cũng đang cố gắng giúp họ giải quyết bức xúc, nên nhiều khi họ lại có ấn tượng về công ty bạn tốt hơn lúc trước.

Xác nhận lại sự tin tưởng từ khách hàng bằng phương pháp “Mirroring”

“Rõ ràng mình đã được khách hàng tin tưởng mà không hiểu sao có chỗ nào chưa ổn thế?”

Có khi ta tưởng rằng mình đã lấy được sự tin tưởng của khách hàng vì đã trở nên gần gũi với họ, cùng đi chơi golf hay cùng đi ăn uống vậy mà tự nhiên lại bị nhận lời từ chối “Xin lỗi anh, nhưng chúng tôi sẽ giao dịch với bên khác”.

Dù bạn có hối hận nhưng điều đó là quá muộn rồi. Những gì bạn cố gắng cuối tuần đã trở thành vô ích.

Chỉ có bạn mới nghĩ mình là người được tin cậy, còn đối phương thì không hề nghĩ như vậy.

Tuy nhiên, ta cũng không thể xác minh được điều này như hỏi trực tiếp “Ngài có tin tưởng tôi không?” và chắc hẳn có rất nhiều người băn khoăn là: vậy thì cần làm thế nào đây?

Trong trường hợp thế này thì ta có thể dùng phương pháp “Nonverbal mirroring” để kiểm tra xem bản thân mình có thực sự giành được sự tin tưởng từ phía đối phương hay không.

“Nonverbal” có nghĩa là “phi ngôn ngữ”, “mirroring” có nghĩa là bắt chước cho giống như soi gương.

Và nghĩa chung sẽ là thực hiện hành động bắt chước giống hành động của đối phương.

Ví dụ, bạn đã bao giờ có trải nghiệm này chưa. Bạn và người yêu đang ở một quán cà phê hay ngồi ở bar, khi bạn cầm cốc đưa lên miệng uống nước và người yêu cũng thực hiện hành động uống nước như bạn.

Đây là hiện tượng xảy ra khi cả hai bên có sự tin tưởng cao với nhau.

Và không chỉ bạn hay người yêu, khi người ta tin tưởng lẫn nhau thì có thể nói một cách không ngoa rằng hiện tượng này chắc chắn sẽ

xảy ra.

Nếu bạn lý giải được điều này, bạn có thể để ý xem vào các thời điểm như khi bạn cầm cốc uống nước hay khi bạn đưa thức ăn lên miệng, đối phương có làm theo các động tác của bạn một cách vô thức hay không, thì bạn có thể xác định được độ tin cậy mà họ dành cho bạn.

Và thời gian để thực hiện nó là trong vòng 3 giây.

Sau khi bạn cầm cốc đưa lên chạm môi, nếu đối phương cũng làm theo mà không trễ quá 3 giây, và điều này nếu được lặp đi lặp lại khoảng 3 lần thì xác suất bạn được tin tưởng sẽ là khá cao.

Suy nghĩ thực sự được thể hiện qua các bộ phận trên cơ thể “Chân”

Có một phương pháp đơn giản cho bạn biết rằng khách hàng có hứng thú với món hàng bạn giới thiệu hay không, đó là phương pháp hãy quan sát các “Cử động của cơ thể”.

Với những người hay tiếp khách ngồi ở quầy thì có lẽ đây là một phương pháp phổ biến nhưng tôi sẽ vẫn giới thiệu lại.

Con người phải đi săn bắn kiếm ăn từ thời kỳ cổ đại.

Điều này chắc chắn được di truyền lại cho chúng ta tới ngày nay. Vậy gen di truyền này được thể hiện ở điểm nào? Đó chính là thể hiện qua “cử động cơ thể”.

Tôi muốn các bạn hãy thử nhớ lại điều này xem. Khi bạn căng thẳng, tay các bạn chắc hẳn có đôi lúc trở nên lạnh đi. Lý do là bởi vì máu lưu thông trong cơ thể được tập trung về hết chân đấy.

Tại sao lại là chân?

Con người khi cảm nhận thấy sợ hãi một cách bản năng, thì lập tức sẽ sinh ra ý nghĩ muốn chạy trốn khỏi tình huống. Khi đi săn mồi, có lẽ con người cũng đã từng bị phản công lại từ các con thú. Vì vậy,

khi cảm thấy nguy hiểm, lập tức chạy trốn sao cho thoát khỏi nguy hiểm bảo toàn tính mạng.

Ta có thể lợi dụng bản năng này để đoán biết được khách hàng đang thực sự suy nghĩ thế nào.

Hãy quan sát “hướng của mũi chân”.



Nếu hướng của mũi chân chĩa thẳng vào bạn, điều đó chứng tỏ họ có quan tâm tới bạn. Còn nếu hướng mũi chân họ không hướng vào bạn, hướng chĩa ra ngoài thì điều đó đồng nghĩa với việc bạn có tiếp tục cuộc nói chuyện đi chăng nữa thì kết quả cũng không mấy tốt đẹp.

Mũi chân hướng ra hai bên, điều này ám chỉ rằng họ mau chóng muốn tránh xa bạn, không có hứng thú với sản phẩm bạn đang giới thiệu. Đây là phương pháp được các thầy bói hay những người tự nhận có năng lực thần giao cách cảm hay dùng. Phương pháp này không cần phải tìm hiểu đối phương trước, nhưng vẫn có thể nói trúng phóc hiện tại và tương lai.

Cách đọc nội tâm của đối phương trong tích tắc với phương pháp “Cold reading”

Bạn có biết kỹ thuật “Cold reading” không? Trong kinh doanh việc tìm hiểu đối phương trước rất quan trọng, có những lúc không đủ thời gian để tìm hiểu kỹ lưỡng.

Những lúc như thế, kỹ thuật “cold reading” sẽ đem lại hiệu quả rất tuyệt vời.

Có người ngộ nhận rằng “Cold reading là phương pháp nói ra những điều mà có thể áp dụng vào bất kỳ ai” nhưng nó không phải là đơn giản như vậy.

Đầu tiên tôi sẽ giới thiệu phương pháp này, ở mức độ đơn giản nhất.

Đó là “Phương pháp nói ngược lại”. Người ta thường nói “90% tính cách con người được thể hiện qua diện mạo”, khi đánh giá một ai đó, người ta thường nhìn chủ yếu vào dung mạo bên ngoài.

Ví dụ, nếu đứng trước mặt bạn là một người nhìn có vẻ dữ tợn thì chắc chắn ta cũng không nói “Trông anh hùng dữ thế, anh mới sinh ra đã vậy rồi à?”. “Phương pháp nói ngược lại” là cách nói truyền đạt đồng thời thông tin về diện mạo kết hợp với mặt ngược lại của nó.

“Có thể mọi người hay nói anh hùng dữ nhưng mà thực ra anh là con người hết sức tốt bụng nhỉ”

Đầu tiên hãy nói giống như những gì bạn quan sát được từ dung mạo của đối phương, sau đó hãy truyền đạt cho họ biết bạn cảm nhận được điều khác trái ngược với dung mạo kia. Điều cần chú ý ở đây là những ngôn từ bạn sử dụng ở ý sau cần là những từ “mang tính chất khen ngợi tạo ấn tượng tốt”.

Hầu như người ta đều có những tính cách trái với vẻ bề ngoài của mình. Khi bị người khác đoán ra nội tâm của mình, ta liền cảm nhận được rằng “Người này rất hiểu mình” và sẽ có ấn tượng tốt với người nói.

Tại sao có những người cứ hay đến chỗ của thầy bói, dù người thầy bói này họ mới chỉ gặp một lần? Nếu thầy bói khiến họ cảm thấy “Ông thầy bói này thì cứ yên tâm không sai đâu” hay “Ông thầy bói này nói chỉ có đúng thôi” thì có thể nói một cách không hề ngoa rằng họ đã đạt được mục đích của mình.

Bạn cũng hãy thử vận dụng “phương pháp nói ngược” để có thể làm thân lấy lòng những người xung quanh xem.

Đoán tính cách đối phương thông qua quan sát những đồ vật họ mang theo “Hot reading”

100 khách hàng thì có 100 tính cách.

Chính vì vậy người nào mà cứ chỉ dùng một cách thức bán hàng thôi thì sẽ khó thành công được.

Ở phần trước tôi giới thiệu về phương pháp “Cold reading” phương pháp không cần tìm hiểu đối phương trước mà vẫn đoán đúng, phương pháp được các thầy bói hay sử dụng.

Ở đây tôi sẽ giới thiệu phương pháp trái ngược lại, đó là “Hot reading”.

Tìm hiểu trước đối phương, các thông tin cơ bản và phát ngôn như là bạn “đoán” ra các thông tin đó. Và tất nhiên đối phương không biết việc bạn đã điều tra trước, sẽ tin tưởng bạn như kiểu “Người này cái gì cũng biết cả”.

Nếu dùng “Hot reading”, không cần thiết lúc nào cũng phải phân tích khách hàng một cách kỹ lưỡng nhưng khách hàng sẽ vẫn tin tưởng bạn.

“Hot reading” có rất nhiều cách, tôi giới thiệu cách đơn giản nhất.

Đầu tiên, khi nói chuyện với khách hàng, hãy quan sát thật kỹ lưỡng tỉ mỉ những gì họ dùng trên người.

Quan sát trang phục, kiểu tóc, đồng hồ, các đồ trang sức, giày, cặp sách.

Những điều này cho bạn biết thông tin về quan điểm sống của họ.

Nếu họ mặc đồ đơn giản, chứng tỏ họ là người giản dị hoặc tiết kiệm. Còn nếu họ mặc đồ sặc sỡ thì họ là người thích nổi bật, tính tự tôn cao, tiêu pha tốn kém. Hay như trang phục thì đơn giản nhưng những phụ kiện lại toàn đồ hiệu thì chứng tỏ họ là những người kỹ tính, nhưng lại không quá quan tâm tới mọi thứ nhiều. Tất cả các thông tin này đều giúp bạn biết thêm về đối phương rõ hơn.

Nếu quan sát kỹ trang phục hay những phụ kiện đối phương mang theo, bạn sẽ biết được phần nào thêm về tính cách đối phương, hãy nói những câu chuyện hợp với họ thì chắc hẳn bạn sẽ chiếm được lòng tin của đối phương.

Nếu muốn kết thân với ai trong buổi gặp mặt đầu tiên, hãy đứng “bên phải”.

Với đất nước không có nền văn hóa tiệc tùng như Nhật Bản, có nhiều người chỉ chuyên đứng tại một góc phòng khi tham gia tiệc, chẳng nói chuyện với bất kỳ ai, cầm một chiếc cốc và quan sát xung quanh. Dù trong thâm tâm luôn tự nhủ cần bắt chuyện với một ai đó, nhưng không tìm được cơ hội và buổi tiệc đi vào hồi kết.

Hiện tượng này không phải chỉ có ở Nhật, mà người ta cũng thấy nó cả ở Mỹ nữa.

Điều quan trọng trong các buổi tiệc là xây dựng được các mối quan hệ, nên nếu không bắt chuyện với một ai đó thì sẽ không thể bắt đầu được. Tôi xin giới thiệu cách giúp bạn tham gia nói chuyện được trong một nhóm người tham dự.

Điều đầu tiên tôi muốn giải thích đó là lý do tại sao lại khó khiến người khác bắt chuyện. Đó là vì bạn ý thức rằng “Có lẽ đối phương đang đề phòng ta”. Cách nghĩ này đã làm khóa suy nghĩ của bạn, khiến bạn không thể thực hiện được bước tiếp theo và cứ thế bạn đi vào một cái vòng luẩn quẩn.

Chìa khóa ở đây là làm sao để đối phương không đề phòng bạn nữa.

Tâm lý của con người luôn gắn liền mật thiết cùng với các cử chỉ trên thân thể.

Con người luôn luôn có xu hướng bảo vệ trái tim của mình một cách vô thức. Sẽ cảm thấy bị đe dọa nếu như có ai đứng phía bên trái. Nên nếu muốn làm mất đi sự cảnh giác của đối phương, hãy “tiến lại gần từ bên phải”. Và hầu hết mọi người đều thuận tay phải nên

điều này cũng có tác dụng làm giảm bớt sự cảnh giác của đối phương.

Khi bạn tìm thấy được người mà bạn muốn bắt chuyện trong bữa tiệc, hãy tiến gần lại họ từ bên phải và hãy bắt đầu nói chuyện một cách tự nhiên.

Như vậy đối phương vừa không dè chừng mà có thể nói chuyện với bạn một cách thoải mái.

Tuy nhiên bạn cần chú ý vì phương pháp này không mấy hiệu quả với những người thuận tay trái. Một câu hỏi lại được đặt ra là vậy làm sao để biết họ thuận tay nào? Nếu quan sát xem họ dùng tay nào để gấp thức ăn đưa lên miệng thì bạn có thể biết được ngay.

Cách làm quen nhanh với môi trường làm việc mới “Modeling”

Khi bạn chuyển việc, bạn sẽ phải bắt đầu lại mọi thứ.

Bạn sẽ luôn phải để ý tới mọi thứ xung quanh, không biết cần phải hỏi chuyện ai. Nếu bạn là tuýp người ít tiếp xúc với người lạ thì chắc hẳn sẽ cảm thấy bị stress.

Có một việc bạn nên làm ngay.

Đó là hãy ngay lập tức quan sát những người xung quanh. Rồi tìm ra trong đó ai là người cởi mở hòa đồng với mọi người nhất.

Vì mọi người sẽ tự nhiên tập trung xung quanh những người hòa đồng này. Bạn hãy bắt chuyện với họ, nhờ vả họ “Mong anh/chị giúp đỡ và chỉ bảo cho em!” thì chắc chắn họ sẽ vui vẻ mà chỉ bảo bạn. Rồi hãy làm theo những gì họ làm, bạn sẽ quen được mọi người một cách nhanh chóng.

Hơn nữa, nếu bạn là người ít tiếp xúc vụng về trong giao tiếp, hãy bắt chước những những người cư xử khéo léo. Hãy bắt chước từ cách ăn nói tới các cử chỉ hành động.

Nếu làm được điều này, bạn cũng sẽ trở thành một người khéo léo trong cư xử thôi.

Đây chính là phương pháp hay được những người mong muốn thành công áp dụng.

Khi “Modeling” người khác, bạn sẽ xóa đi được những suy nghĩ tiêu cực trong bản thân, dần dần tự nuôi dưỡng được trong mình những cách suy nghĩ cần thiết của con người khôn ngoan, khéo léo.

Nếu bạn muốn trở thành người thân thiện, hãy bắt chước một cách triệt để người có thể thân thiện được với tất cả mọi người. Vì đây chính là con đường gần nhất để dẫn đến thành công.

Cách nắm bắt được tâm tư của nhân viên thông qua việc thể hiện điểm yếu của bản thân

Khi chức vụ trong công ty được tăng, có những người lại có những mối băn khoăn về quan hệ con người.

Nếu là người quản lý, bạn sẽ bị kẹp ở giữa, một bên là sếp lớn, một bên là nhân viên, nên có lẽ sẽ ít nhiều cảm thấy stress.

Nếu là nhân viên của bạn, thì chắc chắn bạn muốn anh ta làm việc một cách chăm chỉ có hiệu quả. Tuy nhiên có một điều nguy hiểm là không hiểu được tâm tư nguyện vọng của nhân viên. Có gì tuyệt vời hơn việc bạn chẳng cần làm gì mà nhân viên vẫn bộc lộ tâm tư cho bạn biết nhưng mà chuyện này thường rất ít xảy ra.

Với những trường hợp này, ta hãy dùng kỹ thuật “Tự mở lòng ra”.

Tự mở lòng ra có nghĩa là giống như những gì được viết, đó chính là tự bộc lộ bản thân trước.

Con người là một loài sinh vật rất khó để thổ lộ bộc bạch bản thân. Khi đối phương làm điều này trước, thì sẽ khiến bản thân ta dễ cởi mở hơn. Kỹ thuật này đã vận dụng bản tính này.

Tuy nhiên cũng cần chú ý địa điểm diễn ra câu chuyện.

Nó sẽ không có hiệu quả đối với những môi trường làm việc chỉ dựa trên quan hệ ngoại giao hời hợt. Nó sẽ thích hợp hơn với những nơi mang một chút riêng tư, ví dụ như lúc ăn cơm. Điều bạn cần làm là hãy kể ra những việc thất bại trong quá khứ của bản thân.

Người ta đã tiến hành một thí nghiệm liên quan tới “tự mở lòng ra” tại một sân bay của Mỹ. Người ta yêu cầu những người ngồi trong sảnh chờ sẽ viết một vài câu để giới thiệu bản thân mình. Trên giấy có ghi mẫu giới thiệu bản thân là “Tôi nghiên cứu tâm lý học” hoặc là có ghi “Thực ra tôi gặp rắc rối với vấn đề giới tính”. Họ đã phát 50 tờ phiếu ghi mỗi loại. Và kết quả là ở các tấm phiếu có ghi mẫu câu “Thực ra tôi gặp rắc rối với vấn đề giới tính” được thu lại với một số nội dung giới thiệu bản thân còn mang tính chất riêng tư hơn.

Con người sẽ kể những điều riêng tư của mình sau khi được đối phương kể cho nghe về điều riêng tư của họ.

Sử dụng kỹ thuật này giúp ta có thể tìm hiểu được nội tâm của đối phương, giúp bạn có thể trở nên thân thiết hơn với nhân viên của mình.

Cách dẫn dắt làm cho đối phương phải đồng ý “Yes” bằng phương pháp “Tâm lý đồng ý”

Trong kinh doanh có rất nhiều kiểu đàm phán. Làm thế nào để thỏa thuận có được kết quả tốt đẹp?

Cần phải tìm ra “người có thể đồng tình với chủ trương của ta”. Vậy người thế nào dễ đồng tình với chủ trương của ta? Đó là người dễ bị dụ dỗ bằng lời nói.

Hãy suy nghĩ tới những câu mà khiến bạn không cần suy nghĩ cũng có thể trả lời “Ừ, đúng rồi!”.

Nếu bạn bày tỏ quan điểm của mình rằng “Tôi nghĩ rằng bản kế hoạch này dễ được thông qua” thì nhiều khi đối phương sẽ có thể phủ định ý kiến này. Hoặc bạn nói “Tôi nghĩ rằng bản kế hoạch này dễ được thông qua, anh nghĩ sao?”. Với câu nói này, nếu thực sự

đối phương không có hứng thú với nó, thì nhiều khi nó cũng sẽ bị trả lời một cách đại khái và không được chú ý đến.

Còn nếu bạn nói “Kế hoạch này sẽ thông qua chứ?”

Với câu hỏi này, nếu đối phương không có gì để phản đối thì có lẽ tạm thời nó sẽ được thông qua.

Cách nói chuyện quả quyết như trên được gọi là hiệu ứng “Tâm lý đồng ý”, hay được các nhà kinh doanh sử dụng nhiều một cách hiệu quả. Quả quyết sẽ khiến cho người nghe có cảm giác “Không muốn bị người khác coi là mình ngốc nghếch”, nên sẽ thường đưa ra câu trả lời đồng tình.

Ví dụ bạn đang đứng ở khu mỹ phẩm và dùng thử sản phẩm mới.

“Chị thấy sản phẩm này đem lại làn da rất mịn đấy, thích lắm”

Nếu bạn không phải là người quá rành đồ hoặc có một điều gì khiến bạn thực sự không thích thì tôi tin rằng trong 10 người thì 9 người sẽ đồng tình “Ừ đúng thế”.

Điều này có nghĩa là khi bạn muốn người khác đồng tình với ý kiến của mình, hãy tìm những người sẽ đồng tình với những lời bạn đưa ra.

Khi họ trả lời đồng tình một lần thì có lẽ họ sẽ khó có thể đưa ra câu từ chối. Vì vậy trước khi bạn nghĩ cách làm sao để điều bạn đề cập được dễ dàng chấp nhận thì bạn nên tìm cách làm sao để phát hiện ra người nào dễ đưa ra lời đồng tình với bạn.

Chương 4 Cách chế ngự các mối quan hệ trong công việc

Cách trở thành người có lập trường kiên định nhờ “Kỹ thuật thống nhất sự việc”

Ở

công ty, người dễ bị mắc bệnh trầm cảm nhất đó là những người quản lý cấp trung.

Vì thực ra họ vừa phải để ý tới nét mặt của cấp trên, vừa phải quan tâm chăm sóc tới nhân viên cấp dưới. Lúc nào cũng ở trong tình trạng bị kẹp giữa.

Những lúc như vậy, hãy sử dụng “Kỹ thuật thống nhất sự việc” để vượt qua trở ngại này.

Người không đáng tin cậy nhất là người có cách suy nghĩ không nhất quán, hay thay đổi ý kiến. Ngược lại người có ý kiến kiên định thì có khả năng cao sẽ bị người khác cho rằng “Nếu anh ta đã nói như thế thì có lẽ anh ta sẽ không nghe đâu...”

Có một bộ phim mang tên “12 người Nhật dễ tính” của tác giả Mitani Kouki.

Đây là bộ phim được dựng lại theo phong cách Nhật, phỏng theo phim “12 người đàn ông giận dữ” được khởi chiếu tại Mỹ năm 1957. Trong phim có một vị bồi thẩm có ý kiến khác với các vị còn lại. Vị bồi thẩm này đã kiên định bảo vệ ý kiến bị cáo “vô tội” từ đầu cho tới cuối và những vị bồi thẩm khác trước đó cho rằng bị cáo là “có tội” cũng đã phải nghe theo vì họ cuối cùng bị thua trong chứng cứ, đồng ý với tuyên cáo bị cáo là “vô tội”.

Tất nhiên đây chỉ là trong phim thôi nhưng trong cuộc sống thường ngày cũng thế, có một số ít người kiên định bảo vệ ý kiến của mình và có thể làm thay đổi đi ý kiến của một số đông những người phản đối.

Đây chính là hiện tượng được gọi là “Minority Influence”, được chứng minh bởi các nghiên cứu tâm lý học.

Có một thử nghiệm tâm lý như thế này đã được diễn ra trên ti vi.

Thử nghiệm này có 5 người tham gia. Trong đó có một người do chương trình cài vào. Họ chuẩn bị hai thanh gậy có độ dài khác nhau và hỏi những người tham gia xem thanh nào dài hơn.

Tất nhiên những người tham gia bình thường trả lời theo khả năng họ quan sát và chỉ thanh dài hơn là thanh dài. Còn người được chương trình cài vào với vẻ đầy tự tin chỉ vào thanh gậy ngắn rằng đây là thanh gậy dài. Qua vài lần tranh luận, dần dần những người tham gia bình thường bị thuyết phục bởi người được cài và cuối cùng cũng chỉ vào thanh gậy ngắn và nói đó là thanh gậy dài với suy nghĩ “có khi mình lại nhầm cũng nên”. Khi kết thúc chương trình, hầu hết số người tham gia đều lựa chọn thanh gậy ngắn, và cho đó là thanh gậy dài hơn.

Việc sử dụng “Minority Influence” sẽ giúp cho sếp hay nhân viên cảm nhận bạn “là người nhất quán”, họ sẽ trở nên tôn trọng những ý kiến mà bạn đưa ra.

Cách tạo ấn tượng tốt đối với các nữ nhân viên dùng “Hiệu ứng Windsor”

Khi làm việc tại một tổ chức nào đó thì việc xây dựng quan hệ với mọi người là hết sức quan trọng, vì nếu có chuyện gì xảy ra thì sẽ rất phiền phức. Đặc biệt với những nữ nhân viên khó tính thì việc biến họ trở thành đồng minh là một việc quan trọng mà những người đi làm trong công ty ai cũng biết.

Nếu bị các bà chị khó tính này ghét thì thật phiền phức.

Có khả năng bạn sẽ bị họ đưa truyền những thông tin lệch lạc, hay bị nói sau lưng với sếp như “Anh nên cẩn thận với cô/chú đó đấy”.

Thế nhưng nếu bạn gần gũi và thân thiện với họ quá thì nhiều khi lại bị mọi người xung quanh cho rằng “Anh/chị ta đang lấy lòng của bà/chị kia đấy”

Những lúc như thế này hãy dùng “Hiệu ứng Windsor”.

Có thể bạn đã từng có những trải nghiệm như thế này. Thời sinh viên, có lúc nào bạn cảm thấy rất thích thú vì được một người bạn hé lộ chuyện như “Mấy hôm trước, bé A nói thích cậu đấy” không?

“Hiệu ứng Windsor” là sử dụng sự truyền đạt một cách gián tiếp, có thể giúp đem lại ấn tượng tốt tới đối phương.

Trong kinh doanh, nếu ai đó tự nhận mình “tôi rất có uy tín đấy” thì ngược lại nhiều khi lại làm ta không tin tưởng được họ. Tuy nhiên nếu được một người khác nói “Người kia có thể tin được đấy” thì sẽ làm tăng sự uy tín của người được nói. Và trong tình yêu công việc cũng vậy, chỉ cần đó là các mối quan hệ giữa con người với con người, thì hầu hết hiệu ứng này đều mang lại hiệu quả cao.

Nếu bạn muốn biến các bà các chị khó tính trở thành đồng minh của mình, thì bạn không cần nói trực tiếp với họ mà hãy khen họ với người khác. Ví dụ như:

“Chị A (bà/chị khó tính) là người rất tử tế đấy...”

“Chị A (bà/chị khó tính) là người đáng tin lắm, dù trong hoàn cảnh nào đi nữa...”

Vẫn có câu tục ngữ “Tường không ngăn được lời đồn đại”, nên chắc chắn những gì bạn nói sẽ được truyền tới tai các bà chị khó tính này, giúp đem lại ấn tượng tốt của bạn tới họ và cả những đồng nghiệp nữa.

Cách hạ gục địch thù bằng cách “phót lò”

Khi làm việc thì chắc chắn sẽ luôn tồn tại những người cùng đẳng cấp như bạn.

Khi đó ta sẽ không thể nào không ý thức và cảnh giác tới họ trong công việc cũng như thăng tiến vì ta với họ cùng trình độ, cùng làm những công việc như nhau. Hay so sánh với đối phương, có khi cảm thấy thất vọng như “Ồi mình thua mất rồi sao...” và trở nên có những suy nghĩ tiêu cực,

Nếu thực sự bạn nghĩ đối phương giỏi hơn mình thì thật là một cảm giác không dễ chịu chút nào. Hãy dùng phương pháp “Phớt lờ”.

Người ta thường hay hỏi những người dưới cơ những câu hỏi vô thưởng vô phạt.

Những câu hỏi này ngay từ đầu đã không hề đòi hỏi câu trả lời mà đơn giản chỉ để thử lòng nhau mà thôi. Ví dụ đối phương hỏi bạn:

“Cho tôi hỏi chút. Tôi nghe người ta nói anh đang làm một dự án tốt lắm phải không?”

Nếu bạn trả lời thành thật quá hóa khờ khạo thì bạn đã bị họ nắm thóp rồi. Hãy trả lời rằng

“Xin lỗi nhé, câu này khó quá tôi chưa trả lời bây giờ được”

Nếu trả lời được như vậy thì bạn sẽ gửi cho đối phương một thông điệp là “Tôi biết thông tin đây, nhưng tôi không nói được” và ngay cả khi bạn không che giấu gì cả, bạn vẫn có thể khiến cho đối phương nghĩ rằng như thể bạn đang nắm tất cả thông tin. Hơn thế bạn còn có thể đem lại ấn tượng “Người này kín tiếng quá” và cũng khiến đối phương nhận thức được về bạn như “Không dễ mà biết được các thông tin từ người này”.

Con người là loại động vật có thể làm tăng sự thấu hiểu lẫn nhau thông qua hoạt động giao tiếp. Nếu không giao tiếp được một cách suôn sẻ, thì tự bản thân sẽ đánh giá về đối phương theo cảm nhận của riêng của mình.

Khi nghĩ tới đối phương, nhưng trên thực tế lại đặt ra tình huống “Nếu là mình, thì mình sẽ thế nào nhỉ”. Nếu đối phương tự cho mình là rắn, thì khi suy nghĩ về bạn, anh ta cũng sẽ coi bạn là rắn, hay nếu anh ta coi mình là lửng chó (Tanuki) thì anh ta cũng sẽ nghĩ bạn là lửng chó.

Cách khiến người khác nghĩ bạn là “Anh ta làm rất tốt!” nhờ “Sức mạnh của những con số”

Nhà tâm lý học Jacob Sukurt thuộc trường Đại học Hebrew Israel đã tiến hành một buổi phỏng vấn giả với 52 sinh viên. Người tham gia đóng vai là người phỏng vấn và đánh giá các sinh viên.

Họ chia thành nhóm có 1 tấm thư giới thiệu tiến cử và nhóm có được 2 tấm thư giới thiệu tiến cử. Và kết quả là nhóm có 2 tấm thư giới thiệu được đánh giá cao, về tất cả các mặt như “Sự thích hợp” “Sự trung thực” “Khả năng làm việc nhóm”.

Đây chính là “Sức mạnh của những con số”. Một thứ/con số dù có yếu đến mức nào nhưng khi con số lớn hơn, thì ngay như voi cũng bị muỗi đánh đổ.

Và trong kinh doanh, nguyên tắc này cũng mang lại hiệu quả cao. Nếu bạn muốn cấp trên của bạn nghĩ về bạn như “Người này làm việc tốt đấy” thì dù thành tích của bạn hiện tại như thế nào chẳng nữa, bạn cũng nên cải thiện các con số này.

Ví dụ khi được sắp giao việc “Sau một tuần nữa chúng ta sẽ có họp, nên anh hãy viết 1 trang đề án đi” thì bạn hãy viết hơn 2 trang.

Hay khi được nói “Hãy làm cho tôi 10 trang tư liệu” thì bạn hãy chuẩn bị 20 trang nhé.

Tất nhiên cũng có những lúc các con số bị giới hạn chặt chẽ. Nếu như vậy bạn hãy đổi chiến thuật, biến những con số này thành “tốc độ”.

Nếu cần nộp bản đề án sau một tuần thì bạn hãy nộp ngay sau 3 ngày.

Hay nếu cần phải tóm tắt gì đó trong 10 trang, thì bạn hãy cố gắng tóm tắt thử trong 5 trang.

Nếu bạn làm gia tăng được các con số hay tốc độ làm việc, thì bạn sẽ khiến cho đối phương cảm thấy bạn là người có năng lực, có thể sẽ tin tưởng và giao phó cho bạn những công việc quan trọng hơn.

Hãy đánh thức “Cảm giác về sự tồn tại” để nhờ làm điều cần làm

“Con người khi sự tự tôn được đánh thức sẽ rất khó từ chối. Hơn nữa nếu khi nhờ vả kèm theo những lời nói như “Bởi vì là anh/chị nên...” sẽ khiến người bị nhờ dễ nhận lời hơn”.

Đây là lời bình luận của nhà nghiên cứu Kinh tế tâm lý học Fukuoka Shinji trên một phóng sự.

Con người luôn ý thức về “Sự tồn tại của bản thân”, luôn suy nghĩ xem sự tồn tại của mình có thực sự cần thiết cho ai đó không. Ngược lại nếu biết sự tồn tại của mình không cần thiết cho bất kỳ ai thì sẽ dẫn đến tình trạng làm mất đi ý nghĩa cuộc sống, có những trường hợp dẫn đến lựa chọn cái chết.

Nếu lý giải được đặc tính này, ta sẽ biết cách làm sao để nhờ vả được những việc ngay cả phức tạp. Hãy thêm những câu từ ám chỉ ẩn ý “Tôi đã nhìn được khả năng anh làm được!” ví dụ như các câu:

“Tôi chỉ có thể nhờ được vào mỗi anh A”

“Chỉ có anh A tôi mới yên tâm mà nhờ được”

Lợi dụng “Cảm giác về sự tồn tại bản thân”, nếu đó là phần mà đối phương am hiểu, hãy thử nói câu “Việc này ngay cả anh mà cũng phải đầu hàng hay sao” thì nó sẽ kích thích lòng sĩ diện của đối phương, có thể làm cho đối phương nổi hứng lên mà giúp ta.

Tuy nhiên cũng không được quên sử dụng những câu thể hiện sự quan tâm.

Nếu không có những câu như “Tôi biết anh rất bận rộn nhưng...” “Tôi xin lỗi nhé, tôi sẽ bù cho anh lần tới...” thì chỉ từ lần sau khi bạn đến gần, họ sẽ có cảm giác “Lại sắp bị nhờ vả” và có thái độ muốn tránh né bạn. Hãy chú ý điều này nhé.

Tuy nhiên cũng nên tránh những câu như “Nếu anh làm việc này thì anh cũng sẽ có thêm kinh nghiệm, phát triển tốt hơn” dù những câu này nhiều khi xuất phát từ việc bạn suy nghĩ cho đối phương. Vì làm việc này có lợi hay không cho đối phương, thì người đánh giá sẽ là chính bản thân họ. Nên nếu bạn nói như vậy, họ sẽ không cảm nhận được thiện chí của bạn mà còn nghĩ đó chỉ là cái cớ để bạn nhờ việc họ. Vì thế bạn cần để ý nhé.



Điều khiển nhân viên ít năng suất bằng cách dùng công hiệu của “Sự sợ hãi”

Có thể nói hơi quá nhưng trong tổ chức nào thì cũng tồn tại những nhân viên không được việc lắm.

Có những người không hứng thú làm việc, không có chí tiến thủ, chỉ cần nhận lương hàng tháng. Cũng càng ngày càng có nhiều người chỉ cần ở lại sau giờ làm việc là tự cho mình cái quyền có thể xin trả lương làm sau giờ hành chính.

Ai mà có những nhân viên như vậy thì thật là vất vả. Nhiều khi là sếp mà phải làm nốt những việc mà đáng lẽ ra nhân viên phải làm. Vậy thì ta cần phải đào tạo những nhân viên này như thế nào. Có nhiều người quản lý cấp trung không hiểu về điều này.

Có một thực nghiệm thế này được diễn ra tại Đại học Stanford Mỹ.

Có 4 thanh niên chia làm hai nhóm. Trong mỗi nhóm, một người đóng vai ông chủ, một người đóng vai người đi xin việc, họ bàn luận

về mức lương trả cho người xin việc.

Nhóm đầu tiên thì ông chủ là người có tính cách nhẹ nhàng, hòa nhã còn nhóm còn lại, ông chủ là người độc đoán, kiêu căng, hống hách.

Họ nói chuyện bàn bạc, và kết quả là với nhóm có ông chủ hòa nhã, mức lương được trả cho người xin việc đúng theo nguyện vọng của người xin việc, còn với nhóm ông chủ hống hách thì hầu như những gì được thảo luận giống với những gì ông chủ muốn. Với người mà phải chịu đựng thái độ hống hách kiêu căng của đối phương sẽ dễ nảy sinh tâm lý muốn “thoát ngay ra khỏi tình trạng này”, và ngay cả với cả những điều kiện quá đáng cũng sẽ được chấp nhận.

Khi muốn có thái độ kiêu căng độc đoán thì theo tự nhiên, giọng người ta sẽ nhỏ đi, sẽ nói chậm lại. Vì vậy chỉ cần bạn áp dụng nguyên điều này với các nhân viên của mình.

Và một điều cũng sẽ đem lại hiệu quả cao, đó là nhăn trán nhúm mày, nghiêng người và tỏ ra có thái độ trịnh thượng một chút. Tuy nhiên nếu ngày nào cũng sử dụng cách này thì nhân viên của bạn sẽ bị nhờn nên hãy chỉ dùng nó vào những lúc “chủ chốt”.

Đây chính là phương pháp dùng sự “sợ hãi” để chế ngự con người.

Như nhìn vào lịch sử thế giới, những kẻ độc tài cũng đã dùng sự sợ hãi để chế ngự người dân đen. Có một số người sẽ liên tưởng tới Bắc Triều Tiên, ngoài ra xét về mặt chính trị thì Trung Quốc có thể cũng được coi là một điển hình của điều này nhìn trên một phương diện nào đó.

Tuy nhiên khi nhìn kết cục của các kẻ độc tài, ta đều thấy họ thường không có một cái chết yên ổn.

Vì vậy nếu bạn có ý định dùng kỹ thuật này cũng nên chú ý đừng lạm dụng nó quá.

Sử dụng phân tích “Egogram” để gây sự chú ý từ cấp trên

Nếu không được thăng tiến thì có lẽ ta vừa không có được lương cao, cũng như sẽ không có các nhân viên phụ việc.

Để làm được việc đó, có lẽ con đường ngắn nhất là làm sao để cấp trên cất nhắc ta lên, tuy nhiên ta cũng lại không thể lúc nào cũng xum xoe nịnh sếp vì nó dễ khiến làm mất lòng tin của sếp.

Với những trường hợp như thế này, ta dùng **“Phương pháp Focus Reading”**.

Con người có một điểm rất thú vị, đó là tự ngộ nhận rằng những người nào giống bản thân mình thì cũng cho rằng “con người này chắc là có triển vọng đây”.

Vậy ta cần làm thế nào bây giờ? Ta sẽ dùng phương pháp “Egogram”.

Egogram là một bài kiểm tra tâm lý mà hay được các nhà tuyển dụng hay dùng. Bài test này sẽ phân tích sự cân bằng của 5 yếu tố. Dù sự ít nhiều có thể khác nhau nhưng chắc chắn ai cũng sẽ có 5 đặc tính này. Giải thích một cách đơn giản, đó là “vai trò của người bố = sự nghiêm khắc”, “thái độ của người mẹ = sự dịu dàng”, “thái độ của người lớn = lý tính”, “tâm lý tự do = sự tự do”, “tâm lý đứa con ngoan = sự hợp tác”.

Hãy phân tích tính cách thể hiện ra bên ngoài và nội dung ẩn chứa bên trong qua các đối thoại hàng ngày của sếp. Ví dụ, sếp khi trên văn phòng rất nghiêm khắc nhưng đối với mỗi buổi đi uống với nhân viên lại trở nên rất vui vẻ, thường xuyên làm trò, thì người này có “tính cách bên ngoài = vai trò của người bố”, “nội tâm = tâm lý tự do”.

Hay với người rất tử tế trên văn phòng, với ai trong văn phòng cũng nhiệt tình giúp đỡ, nhưng lại lên giọng với những nhân viên phục vụ quán ăn, thì người này thường có “tính cách bên ngoài = thái độ của người mẹ” và “nội tâm = thái độ của người bố”. Phân tích tính cách của sếp, và diễn sao cho giống tính của sếp trong mỗi hoàn cảnh thì sếp sẽ dễ bị ngộ nhận, như có cảm giác đang nhìn thấy người giống

như bản thân và sẽ chú ý đến bạn hơn. Điều này sẽ thấm dần sâu vào trong suy nghĩ của sếp bạn một cách vô thức, là một phương pháp hết sức hiệu quả.



Gọi “tên” giúp tăng sự thân mật

Khi bạn đã nằm trong một tổ chức nào đó thì việc có được thăng chức hay không là một điều khá quan trọng.

Để làm được điều này, việc có được sếp để ý hay không sẽ trở nên cần được bàn tới. Tuy nhiên điều này không đơn giản là cứ nịnh nọt khen ngợi sếp là được. Vì khi làm như vậy bạn rất dễ bị những người xung quanh khinh thường mà xa lánh. Vậy thì nên làm thế nào đây?

Ta thường thấy với hai người khi bắt đầu yêu nhau họ ban đầu sẽ gọi nhau bằng “tên họ” nhưng khi mối quan hệ đã tiến xa hơn một bước, họ sẽ cảm thấy muốn dùng tên hay đặt nick name cho nhau để gọi cho thân mật và không gọi nhau bằng tên họ nữa. Nếu luôn chỉ xưng hô bằng tên họ thì điều này chứng tỏ mối quan hệ không có gì là khăng khít, chỉ là xã giao.

Việc xưng hô qua tên họ hay tên thật cho thấy mức độ thân thiết trong mối quan hệ giữa hai người.

Tôi vừa lấy ví dụ về hai người yêu nhau nhưng có thể nói ở nơi công sở, việc đồng nghiệp xưng hô với nhau bằng tên thật chính là bằng chứng thể hiện sự thân mật của hai người.

Theo tâm lý học, nó được gọi là “Sự gia tăng của quan tâm cái tôi”.

Tất nhiên khi mới gọi có thể bạn cảm thấy ngại ngùng nhưng bạn sẽ có thể quen ngay. Cũng có người cho rằng “Tôi không thể tự nhiên mà xưng hô với sếp bằng tên thật được”, với trường hợp này bạn chỉ cần thêm chút lý do vào là ổn thôi. Ví dụ:

“Có người cùng có tên giống với tên của thủ trưởng, nên để đỡ nhầm em xin phép gọi thủ trưởng bằng tên thật nhé”

“Em thấy gọi bằng tên họ có cảm giác xa cách quá, nên thủ trưởng cho em gọi bằng tên thân mật của thủ trưởng nhé”

Chỉ trừ khi mối quan hệ của hai người rất không tốt thì cấp trên của bạn sẽ không cảm thấy việc gọi bằng tên là có gì khó chịu cả. Nếu bạn cứ gọi tên sếp càng nhiều, thì chắc chắn đến một lúc nào đó sự thân thiết của hai người sẽ được tăng lên, hai người sẽ trở nên gần gũi nhau hơn.

Và ngược lại, nếu bạn không thích một ai đó, thì hãy luôn gọi họ bằng tên họ. Như vậy, họ cũng sẽ luôn cảm nhận được khoảng cách với bạn, không thể trở nên thân thiết hơn được. Ở phần trên tôi đã lấy ví dụ về hai người đang yêu nhau hay ví dụ giữa cấp dưới và cấp trên nhưng thực ra điều này có thể áp dụng trên mọi hoàn cảnh trong các mối quan hệ con người, nên bạn hãy thử vận dụng nó vào cuộc sống thử xem nhé.

Cách làm tăng sự tin cậy chỉ bằng viết thư (Trans writing)

Thời buổi hiện đại ngày nay, có nhiều giao dịch được thực hiện hoàn toàn chỉ thông qua thư từ.

Khi dùng thư, ta cần phải lựa chọn câu từ sao cho phù hợp với đối phương, nhiều khi lại băn khoăn “liệu viết thế này có được không?” và không biết viết gì nữa.

Nếu gặp trường hợp như vậy, hãy dùng phương pháp “Trans writing” để giải quyết ngay thôi.

Không có kỹ thuật gì khó khăn ở đây hết. Chỉ cần làm duy nhất một điều. Đó chính là bắt chước cách viết của đối phương. Nếu đối phương là người có cách viết văn xã giao thì bạn cũng cần có giọng văn giống như vậy.

Nếu đối phương bạn dùng những câu như:

“Tôi rất cảm ơn Ngài vì đã để ý quan tâm giúp đỡ mọi mặt trong buổi công tác vừa rồi của tôi. Tôi xin viết thư này để thể hiện sự biết ơn tới điều này” thì tất nhiên bạn không thể viết đáp lại rằng “Ồi, không có gì đâu. Chúng tôi cũng đã rất vui vẻ. Mong có ngày gặp lại” mà bạn cần đáp rằng “Trong buổi làm việc vừa rồi, chúng tôi cũng không tránh khỏi những thiếu sót trong tiếp đón...”

Có thể bạn nghĩ đây là một điều đương nhiên nhưng trên thực tế có rất nhiều người không làm được điều này đâu. Ta thường hay viết theo phong cách của riêng mình khiến cho đối phương cảm thấy có khoảng cách với bạn. Vì thực ra con người sẽ bị ngộ nhận rằng “một người có thể tin tưởng được” nếu người đó viết ra những lời thư giống với mình.

Có những người lo lắng rằng “sẽ phải viết thư cho cấp trên thế nào? Nếu sử dụng giọng văn mềm mại để viết thì có khi dễ bị sếp nổi cáu” nhưng thực ra ta không cần lo lắng. Hãy bắt chước theo giọng văn của họ. Không những bạn không bị mắng mà nhiều khi bạn sẽ còn được sếp đánh giá “người này có khi được đấy”.

Và một điều cuối cùng tôi cần lưu ý, đó là không dùng dấu chấm than “!”.

Người ta hay dùng dấu chấm than để biểu cảm, tăng sự chú ý của đối phương, tuy nhiên ngay cả khi đối phương hay dùng dấu chấm than thì tuyệt đối bạn cũng không được sử dụng theo. Bởi vì theo kết quả của một thí nghiệm tâm lý học, văn bản có dấu chấm than sẽ khiến người đọc cảm thấy người viết có uy quyền hơn người đọc.

Cách để được đánh giá tốt hơn cả năng lực hiện có thông qua các “buổi tiệc chia tay và đón chào đồng nghiệp”

Cách để gây ấn tượng ngoài những lúc làm việc trên công ty, đó là các buổi tiệc chia tay hay các buổi tiệc đón các thành viên mới.

Làm sao để gây chú ý nhiều nhất tới cấp trên ở các buổi tiệc này đóng vai trò rất quan trọng với bạn. Bởi vì nếu bạn lọt vào mắt xanh

của giám đốc hay những người giữ vị trí quan trọng trong công ty, có thể gây ấn tượng cho họ như “Người kia có vẻ thú vị đấy. Trông cũng biết quản lý và xử lý các tình huống một cách hợp lý đấy” thì việc này có thể trở thành tiền đề cho việc bạn được chuyển sang một vị trí mới.

Tuy nhiên việc này không thể thực hiện được nếu như bạn chỉ suốt ngày cầu nguyện sao cho lọt vào mắt xanh của các nhân vật này.

Bạn không nên xung phong làm chủ trì.

Bởi vì bạn không phải là chuyên gia, nên chắc chắn sẽ có chỗ nào đó thất bại. Sự thất bại này sẽ được truyền nguyên đến các sếp và đem lại bất lợi cho bạn.

Vậy thì bạn nên đảm nhiệm vị trí nào đây. Câu trả lời là vị trí dẫn chương trình. Hãy làm sao để có thể đảm nhận vị trí MC.

Thực ra vị trí MC trong các buổi tiệc tương ứng với vị trí người thuyết trình trong các buổi thương thảo trong kinh doanh.

Nếu bạn có thể dẫn chương trình một cách suôn sẻ thì điều này sẽ để lại ấn tượng tốt với các sếp, khi công ty có những buổi thuyết trình cho các mảng kinh doanh mới, có thể những ấn tượng mà bạn để lại là một phần thông tin tham khảo để giúp bạn có khả năng được lựa chọn vào vị trí mới.

Theo kinh doanh tâm lý học, người mà có tính thủ lĩnh là người có khả năng thuyết trình rất tốt. Điều này có nghĩa là ta có thể giúp gây ấn tượng rằng người nào có khả năng thuyết trình tốt = người làm được việc, có tính dẫn đầu.

Nếu có các buổi tiệc đưa đón đồng nghiệp, có nhiều lúc ta thường thuê dịch vụ nhưng bạn hãy giơ tay xung phong “Để tôi làm MC cho!”.

Nếu sự kiện này thành công, thì chắc chắn bạn sẽ gây được ấn tượng tốt với các sếp hay những người giữ vị trí chủ chốt trong

công ty, họ sẽ không chỉ nhớ tới gương mặt, tên tuổi mà còn nhớ tới bạn như là một người mang tính dẫn đầu trong công việc.

Cách để lại ấn tượng đầu tiên đậm nét thông qua tư thế khi điều khiển vị trí của “cằm” và “ngực”

“Ấn tượng đầu tiên rất quan trọng”

Đây là một điều mà nhà kinh doanh nào cũng biết rất rõ.

Người ta thường để ý đến trang phục hay kiểu tóc, hay để ý xem bản thân có mùi gì không và nhiều điều khác nữa.

Tuy nhiên điều mà tôi muốn đề cập tới về ấn tượng đầu tiên là một điều hoàn toàn khác. Nó sẽ quyết định bạn được coi là hạng “thượng lưu” hay “nhị lưu”.

Giả sử bạn có cơ hội nghỉ tại một khách sạn thượng lưu tại châu Âu hay Mỹ, người ta có thể đánh giá bạn là người thuộc tầng lớp thượng lưu hay không thông qua cách bạn cư xử với người giúp việc của khách sạn.

Nếu ở Nhật người ta coi trọng chức vụ được viết ở danh thiếp, chỉ cần đưa danh thiếp của bạn ra là người khác sẽ phải thay đổi cách cư xử với bạn nhưng nếu ở nước ngoài thì không phải như vậy. Khách sạn ở nước ngoài không coi trọng chức danh được viết trên danh thiếp mà họ nhìn vào cách đi đứng sinh hoạt của bạn mà phán đoán. Dựa vào đó, cách họ cư xử với bạn cũng sẽ bị thay đổi theo.

Nếu bạn có thể kiểm soát được về ấn tượng của mình đối với đối phương trong lần gặp đầu tiên thì có thể nói rằng việc kinh doanh của bạn gần như đã đạt được thành công.

Vậy thì điều gì khiến bạn được đánh giá là hạng thượng lưu.

Tất nhiên có rất nhiều điểm, tuy nhiên tôi xin giới thiệu những điểm mà bạn có thể áp dụng được ngay.

Đó chính là “Tư thế”.

Phải nói một sự thật rằng rất ít người để ý đến việc luôn tạo cho mình tư thế như mong muốn.

Khi nói đến “tư thế” thì có người sẽ nghĩ ngay tới việc ngồi thật thẳng lưng. Tuy nhiên không phải vậy. Không những ngồi một cách ngay ngắn, thẳng lưng mà bạn còn cần căng cả ngực lên nữa.

Căng ngực lên khiến một số người nghĩ rằng nó là thể hiện sự kiêu ngạo nhưng không hề có chuyện đó đâu. Vì khi căng ngực lên thì thường kéo theo đầu cũng sẽ nâng cao lên, cằm chếch lên sẽ khiến người ta cảm thấy có thái độ kiêu ngạo. Chính vì vậy chỉ cần bạn căng ngực nhưng hơi kéo vị trí cằm xuống là sẽ không gây ấn tượng kiêu ngạo nữa.

Khi bạn có được tư thế như thế này, bạn có cảm thấy mình có thêm tự tin không?

Nếu như khi gặp mặt lần đầu mà bạn có tư thế như thế này sẽ rất có thể khiến đối phương có ấn tượng rằng “người này có lẽ làm được việc đây”.

Đeo kính để làm tăng 30% uy quyền

Bạn đã rất cố gắng trong công việc, trong cả việc lấy lòng cấp trên, tưởng chừng như đã có được sự tin tưởng, được đánh giá “Đã đến lúc phải lên chức cho cậu/cô rồi” Hay chính bản thân bạn cũng nghĩ rằng “Sự nỗ lực của mình cuối cùng cũng đã đến lúc đơm hoa kết trái. Mình có lẽ sẽ được lên cao hơn”

Tuy nhiên có khi nào bạn vừa suy nghĩ như vậy thì cấp trên của bạn phải chuyển công tác, và thay vào đó là một sếp nhìn khá khó tính.

Nếu thực sự như vậy, có lẽ bạn phải bắt đầu lại từ đầu, khiến tinh thần bạn bị trùng xuống.

Trong trường hợp này, bước đầu tiên sẽ trở nên quan trọng nhất.

Và tất nhiên ấn tượng đầu tiên là điều không thể không đề cập tới.

Vậy ta cần làm thế nào?

Thực ra không có gì khó khăn cả.

Bạn chỉ cần đeo kính là được. Và sẽ tốt hơn nếu kính đó là kính vuông, để gây ấn tượng bạn là người tri thức.

Đeo kính theo ngày xưa thường khiến người ta liên tưởng tới một sách hay những người quá nghiêm túc. Tuy nhiên ngày nay, ấn tượng mà kính đem lại đó là tri thức, thời trang. Gọng kính có rất nhiều kiểu thiết kế, người ta còn thay đổi kính cho phù hợp với cả trang phục nữa nên nó được coi là một món đồ thể hiện phong cách của mình đối với mọi tầng lớp, mọi lứa tuổi từ trẻ tới già.

Giả sử thị lực của bạn có tốt đi chăng nữa, nhưng bạn vẫn nên đeo một cái kính khi gặp sếp mới của mình. Dù sếp mới có được nghe bất kỳ nhận xét nào từ sếp cũ nhưng nếu bạn đeo một cái kính vuông thì nó sẽ tác động tới sếp một cách vô tình rằng bạn là một người có tri thức.

Nếu những đánh giá được nghe từ sếp cũ là không tốt, thì sếp mới khi gặp bạn sẽ lại nghĩ rằng “Nhìn anh ta đâu có giống như là không làm được việc đâu nhĩ”, còn nếu những nhận xét được nghe là tốt thì lại có thể có suy nghĩ “Ồ, đúng như lời nhận xét, anh ta có vẻ được việc đây”. Dù sếp cũ có nói gì thì việc cái kính vuông đem lại cho bạn về ấn tượng đầu tiên sẽ tốt đẹp. Tuy nhiên đây chỉ là ấn tượng cho lần gặp đầu tiên mà thôi và bạn không được quên một điều quan trọng là những gì mà bạn thực sự thể hiện sau đó sẽ được sếp đánh giá.

Dùng hiệu ứng “low ball” để làm tăng 10% thành tích đánh giá cá nhân

“Làm thế nào để được tăng tiền thưởng?”

Đây là điều không ít người nghĩ tới khi tới thời kỳ đánh giá hiệu quả công việc và xét thưởng.

Và cũng có cả những người thể hiện sự bất mãn “Tôi không thỏa mãn với những đánh giá của bộ phận nhân sự” “Tôi đã rất cố gắng mà sao không được đánh giá cao, tại sao lại thế?”

Có nhiều người thực sự nghĩ một cách nghiêm túc như “Tôi muốn được công ty đánh giá cao hơn” hay “Tôi muốn được có nhiều tiền thưởng hơn” nhưng có một cách đơn giản để ghi điểm cao.

Đó là bạn hãy thực hiện hai công việc dưới đây.

“Hãy kiểm tra các chế độ đánh giá cá nhân, và thực hiện theo giống những gì được quy định”

“Có chỗ nào không hiểu trong chế độ đánh giá cá nhân thì đem phần không hiểu hỏi cấp trên và thực hiện đúng theo như vậy”

Hai điều trên hết sức đơn giản, nhiều khi lại khiến nhiều người thất vọng.

Tuy nhiên có một điều thú vị và sự thật là hầu hết mọi người không thực hiện được những điều đơn giản này.

Điều này được gọi là hiệu ứng “low ball”, bạn thực hiện một cách chính xác các hành động nhỏ khiến cho đối phương ngộ nhận rằng bạn cũng có thể làm được cả việc lớn khi được giao.

Ở Nhật người ta thường nói “người mà không hoàn thành được việc nhỏ thì ắt hẳn việc lớn cũng sẽ không làm được”, nó cũng giống như người ta nghĩ rằng người nào mà chắc chắn bắt được những quả bóng thấp thì sẽ chắc chắn bắt được quả bóng cao.

Trong đánh giá cá nhân, nếu bạn thực hiện được những quy định dù nhỏ nhất một cách tốt và chắc chắn thì sẽ dễ gây ra được ấn tượng “người này làm rất tốt những công việc một cách tuần tự.

Có lẽ làm được việc đấy” và sẽ tự cho bạn đánh giá cao.

Có thể bạn nghĩ rằng những việc đơn giản nên chắc chắn sẽ hoàn thành được tốt nhưng trên thực tế có rất nhiều người không làm

được. Vì vậy nếu bạn nỗ lực thực hiện tốt những điều này thì tôi tin rằng chắc chắn đánh giá về bạn sẽ cao hơn.

Dùng “Nguyên lý quyền lực” để tự do điều khiển ấn tượng của bản thân

Con người rất yếu trước quyền lực.

Khi quan sát những người làm việc trong các bộ phận có uy quyền, tự nhiên ta thấy họ rất chần chừ.

Có thí nghiệm mang tên “Milgramexperiment” được nhà tâm lý học Stanley Milgram thuộc trường Đại học Yale Mỹ tiến hành.

Thí nghiệm được diễn ra theo cách thức sau. Người tham gia vào thí nghiệm sẽ được cầm vào một thiết bị mà khi chạm vào nó họ sẽ bị điện giật, họ sẽ bị một luồng điện tăng thêm 25 volt chạy qua khi trả lời sai câu hỏi được đưa ra. Có nghĩa là người tham gia sẽ bị điện giật với một luồng điện tăng dần khi trả lời sai.

Tuy nhiên trên thực tế, luồng điện không hề được tăng lên, tất cả các lần điện giật chỉ giữ ở mức ban đầu. Tuy nhiên khi sai 5 câu, người tham gia thí nghiệm mặc nhiên nghĩ là mình bị một dòng điện 125 volt chạy qua và hét la như mình vừa bị tra tấn vậy.

Kết quả của thí nghiệm cho thấy rằng dù đối với việc nhỏ nhưng khi đã duy tâm thì sẽ có khuynh hướng cảm nhận nó là một cái gì rất lớn.

“Tính quyền lực” cũng có thể nói có cùng khuynh hướng. Ví dụ như thẩm phán hay cảnh sát khi họ mặc đồng phục ta mới cảm nhận được sự oai nghiêm của họ, nếu họ không mặc đồng phục thì ta cũng sẽ không cảm thấy sự uy nghiêm đó.



Ta cảm thấy sự oai nghiêm là chính bởi vì họ mặc đồng phục. Nên khi bạn muốn lấy lòng tin của người khác, hãy sử dụng kỹ thuật này.

Một phương pháp đơn giản, đó là dù cho ngành nghề của bạn là gì, bạn hãy mặc những bộ vest một cách thành thạo. Chỉ cần bạn thực hiện điều này là người ta chú ý đến bạn. Và bạn cũng đừng quên luôn đi một đôi giày sáng loáng. Như vậy, lập tức đối phương sẽ vô thức cảm thấy ngưỡng mộ phong cách đẳng hoàng của bạn, mà tin tưởng vào bạn.

Dùng “sức hút của mắt” để trở nên là người cuốn hút

Giả sử bạn hay đi tập thể dục tại một trung tâm thể dục thể thao.

Có một người lúc nào cũng được mọi người xung quanh tin tưởng.

Với người này, họ hay được người khác tham khảo ý kiến, hay rủ đi ăn cùng và không biết từ lúc nào họ đã trở thành người dẫn đầu trong các hoạt động chung.

Bản thân họ không phải là người lúc nào cũng chen vào chuyện của người khác nhưng tại sao lại có chuyện như vậy?

Chắc hẳn có lúc bạn cũng bật nói ra rằng:

“Ôi anh/chị ta có sức hút lớn thế”

Đúng thế, ta có thể cảm nhận được sự giỏi giang của người khác không phải bằng lời nói, mà bằng “sức hút” của người đó. Khi đi ngoài đường, khi cảm thấy một người “có vẻ gì khác khác” thì nhiều khi đó lại là nghệ sĩ cũng nên.

Thực ra cái vẻ “khác khác” này có thể được thể hiện qua một số nghệ thuật trong tâm lý học.

Rất đơn giản để thực hiện. Hãy thể hiện sự uy nghiêm của mình ra bên ngoài.

Có vẻ hơi bị khó hiểu ở đây.

Ví dụ, trong các môn võ đánh nhau, bạn nghĩ khi muốn gây áp lực cho đối phương thì người ta cần mạnh ở điểm nào?

Đúng vậy, đó chính là “ánh mắt”.

“Sức hút” của một người và “ánh mắt” mà người ta tạo ra khá là giống nhau. Vì vậy khi muốn tạo ra sức hút đặc biệt, hãy tạo ra ánh mắt ấn tượng.

Ở đây có một điều không được hiểu sai, đó là tạo ra ánh mắt ấn tượng không phải là trợn trừng mắt và nhăn trán lên “lườm” nhau, mà hãy dồn sức vào mắt.

Khi đó đối phương sẽ cảm nhận được sự uy nghiêm của bạn, và khi lặp đi lặp lại điều này, đối phương sẽ thấy “người này có sức hút lớn quá”.

Nếu như vậy, chắc chắn đối phương sẽ không bao giờ coi nhẹ bạn nữa.

Bắt chước “Cách nói chuyện của đối phương” để điều khiển cuộc họp

Có những trường hợp ta cần nắm cán cân quyết định không chỉ trong kinh doanh buôn bán mà cũng như trong cả cuộc sống hàng ngày. Có phương pháp rất đơn giản để ta có thể thực hiện được điều này.

Dù bạn ở vị trí nào, bạn chỉ cần bắt chước giọng nói cao thấp, cách nói chuyện của đối phương rồi làm đúng y hệt như vậy.

Bạn chỉ cần làm như vậy là bạn đã có thể nắm cán cân của buổi họp.

Vậy thì điều gì là quan trọng tạo được điều tuyệt vời này?

Con người chúng ta thường hay đồng cảm với những người có cách nói chuyện giống mình, và tưởng nhầm rằng người này có thể hiểu được mình. Nghĩa là nghĩ rằng “Có khi người này có thể hiểu được mọi chuyện của mình” một cách vô điều kiện.

Có một nhà dẫn chương trình tên Larry King nổi tiếng người Mỹ luôn sử dụng kỹ thuật này để điều khiển các chương trình của mình.

Larry áp dụng cách nói giống như người khách nếu họ có vị trí cao hơn ông. Và do đó người khách mời luôn bị Larry điều khiển, nói chuyện một cách cởi mở với chương trình.

Có một điều đáng chú ý là Larry không bao giờ thay đổi cách nói chuyện của mình nếu khách mời có vị trí thấp hơn ông. Khi nói chuyện với người có vị trí thấp hơn, Larry lại trở thành người “chẳng sợ gì cả” như chính ông hàng ngày, điều này lại làm cho khách mời cảm nhận được vẻ oai nghiêm của ông, và vì vậy chương trình lại được diễn ra một cách suôn sẻ.

Vì vậy bạn hãy thử bắt chước cách nói của đối phương.

Tới một lúc nào đó bạn sẽ thấy mình trở thành người chi phối toàn bộ không khí ở bối cảnh ấy.

Chương 5 Cách điều khiển người mình yêu theo ý muốn

Kiên trì làm một việc nhiều lần giúp đối phương mất cảnh giác

C

Ó lẽ nhiều người không kể trai hay gái đều không tự tin vào bản thân mình.

Ngay cả khi rất tự tin vào thành tích học tập hay công việc nhưng khi bước vào chuyện yêu đương thì lại trở nên rất rụt rè.

Vì vậy tôi sẽ giải thích ở đây, đầu tiên “Ta nên làm gì trước khi tỏ tình”.

Trước hết tôi phải giới thiệu với các bạn rằng, con người ta có xu hướng thích người thích mình. Trong tâm lý học, nó được gọi là “Tình yêu song phương”.

Tuy nhiên nếu bạn quyết tâm định bước thêm một bước mà mạnh dạn tỏ tình với đối phương ngay thì nhiều khi lại không nhận được câu trả lời rõ ràng.

Có nhiều người khi không được nhận lời ngay thì nghĩ như vậy cuộc tình của mình đã chấm hết rồi. Điều này là một ngộ nhận.

Dù có bị từ chối một lần nhưng việc bạn sẽ làm gì tiếp theo sẽ quyết định bạn có được kết quả như thế nào.

Ví dụ, bạn vừa được người khác phái ngồi cạnh tỏ tình.

Liệu bạn có tin được lời nói của đối phương không? Chắc hẳn đầu tiên bạn sẽ bị bất ngờ và cảm thấy hoài nghi. Liệu đối phương có

đang trêu bạn không, hay họ chỉ thử tỏ tình với bạn thôi. Sự nghi ngờ này thường được cảm nhận rõ hơn ở phái nữ.

Đối với tỏ tình, lần đầu tiên thường làm người ta ngạc nhiên, lần thứ hai giúp người ta hiểu được nội dung đối phương muốn truyền đạt, và tới lần thứ ba mới làm cho người được tỏ tình chuẩn bị tư tưởng và suy nghĩ xem có chấp nhận mối quan hệ hay không. Người ta vẫn nói trong tình yêu, điều quan trọng là “sự kiên trì”.

Bạn hãy đừng quên rằng lặp đi lặp lại một việc nào đó sẽ làm tăng tính tin cậy lên.

Tôi cũng muốn giải thích thêm những gì là có lợi khi tỏ tình.

Đó chính là “Con người dễ bị thu phục khi có một lượng cafein nhất định được đưa vào trong cơ thể”.

Người ta nói rằng việc tỏ tình sau khi đã hấp thụ một lượng cafein ví dụ từ cafe hay trà sẽ làm tăng xác suất thành công. Tuy nhiên cần phải mất

40 phút để chất cafein được hấp thụ vào cơ thể. Vì vậy bạn có thể gọi đối phương ra uống nước, uống trà, nói chuyện linh tinh độ 40 phút và sau đó còn chần chừ gì mà không tỏ tình nữa.

Và một điều quan trọng là trước khi bạn tỏ tình với ai đó, hãy chắc chắn bạn đang ở trong một “bối cảnh hoàn toàn cá nhân”. Vì mỗi người luôn luôn tự thiết lập cho mình một hàng rào vây quanh. Và hàng rào này sẽ chỉ mở cho những ai thực sự thân thiết. Nếu như hai người cùng ngồi cạnh nhau tại một quầy bàn ở quán bar, chắc hẳn khoảng cách giữa hai người sẽ còn rất ít. Nếu tỏ tình, chắc hẳn thành ý của bạn sẽ dễ được truyền tới đối phương hơn.

Dùng hiệu ứng buổi tiệc cocktail khiến đối phương chủ động liên lạc với bạn

Khi viết thư mà bạn ghi thêm tên hay nick name vào thì nó sẽ tạo nên sự thân thiết.

Điều này rất giống với việc người ta dễ thích những người gọi mình bằng tên hay bằng tên thân mật.

Có một sự thật là âm thanh mà gây dễ chịu nhất cho con người chính là tên của chính mình.

Trong tâm lý học, người ta gọi đó là “Hiệu ứng buổi tiệc cocktail” và đã được chứng minh. Vậy thì “Hiệu ứng buổi tiệc cocktail” là gì vậy?

Chúng ta đang sinh hoạt trong một môi trường đầy rẫy các loại âm thanh, đó là tiếng phát ra từ đường ray tàu điện, là tiếng buôn bán họp chợ trên phố, là những tiếng ồn ào của đô thị. Thế nhưng trong những âm thanh hỗn tạp ấy, nếu có ai đó gọi tên ta, ta sẽ nghe rõ hơn là những âm thanh khác. Dù âm thanh này có nhỏ hơn những tạp âm xung quanh nhưng nhờ sự chú ý ta vẫn có thể nghe thấy rõ. Con người rất nhạy cảm với tên của mình.

Tuy nhiên, trong mail mà dùng quá nhiều lần tên đối phương sẽ gây nên sự không tự nhiên, không thoải mái. Đối với một lá thư, ta chỉ nên gọi tên đối phương một lần thôi.

Khi đối phương cũng đáp lại và xưng hô với ta bằng tên riêng hay tên thân mật, đây chính là dấu hiệu chứng tỏ thiện chí của đối phương với ta, và chỉ cần cố gắng thêm một chút nữa là có thể tiến tới sự thân mật gần gũi hơn.

Ngoài ra việc gửi một lá thư làm sao để đối phương có thể trả lời nó một cách dễ dàng cũng là một điều quan trọng.

Một bức thư khó trả lời là bức thư có nội dung nhiều về người gửi, hay lại là một bức thư chẳng có nội dung gì khiến người trả lời khó xử. Vì vậy sẽ hợp lý hơn nếu bức thư vừa cho đối phương biết một số thông tin của người gửi, tuy nhiên nó cũng chứa thêm cả một số câu hỏi dành cho đối phương một cách tự nhiên. Ví dụ:

“Tôi thích phim nước ngoài lắm, em thích phim gì”

“Hôm nay lạnh nhỉ. em đã dùng lò sưởi chưa?”

Việc viết những bức thư sao cho người nhận thư không cần suy nghĩ nhiều mà có thể ngay lập tức trả lời được thư là một điều quan trọng. Một câu cần tránh không nên viết trong thư đó là “Anh/Em phải trả lời thư nhé” để yêu cầu người nhận thư trả lời.

Vì trong trường hợp người nhận thư chưa thể trả lời ngay được, sẽ khiến người nhận thư có cảm giác tội lỗi vì chưa trả lời, kéo theo đó là sẽ không có hứng thú trong việc liên lạc bằng thư nữa, không cảm thấy tự do và thực sự muốn tránh khỏi mối quan hệ này. Chỉ cần chú ý một số nguyên tắc này, chắc chắn đối phương sẽ trả lời thư cho chúng ta.

“Viện lý do” nào đó để hỏi số điện thoại đối phương

Trong những buổi hẹn hò tập thể, dù có để ý một ai đó nhưng nếu mà ta rụt rè thì sẽ chẳng thể hỏi xin được số điện thoại đối phương được. Tuy nhiên ta lại vẫn muốn độc chiếm lấy cô bạn/ anh bạn đó.

Trong những lúc này, hãy sử dụng **“Phương pháp YES”**

Điều đầu tiên cần tránh đó là hỏi ngay số điện thoại liên lạc. Vì điều này sẽ khiến các bạn gái trở nên cảnh giác.

Bởi vì với các bạn gái, khi chưa biết đối phương là người như thế nào trong lần đầu gặp, thì luôn có cảm giác cảnh giác sợ sệt với phái nam. Đầu tiên hãy bắt đầu bằng những hội thoại đơn giản, để khi hai bên đều cảm thấy thoải mái thì ta mới nên hỏi thăm về địa chỉ liên lạc của nhau.

Khi hỏi địa chỉ liên lạc, điểm quan trọng cần chú ý đó là hãy luôn kèm thêm “lý do”.

Bởi khi thêm lý do xin địa chỉ liên lạc, nó sẽ không gây nên sự hụt hẫng hay thất vọng, mà tạo nên một cảm giác hợp lý tự nhiên. Và khi đưa ra lý do như vậy, thì điểm lợi thế là ta sẽ có thể có những bước tiến tiếp sau đó.

Khi đã có được lòng tin của đối phương, ta có thể gợi ý

“Đợt tới chúng ta rủ thêm bạn bè, cùng đi chơi ăn cơm nhé”

“Vâng ạ”

“Thế thì anh/em sẽ liên lạc sau nên em/anh cho em số địa chỉ liên lạc nhé”

Với cách này ta sẽ tạo được sự tự nhiên trong buổi nói chuyện. Ở đây “phương pháp YES” đã được dùng và bạn có để ý tới điều này không?

Bởi vì theo tâm lý của con người, khi đã một lần trả lời “vâng” thì sẽ rất khó từ chối lần thứ hai. Trong đối thoại, chỉ cần khiến đối phương trả lời “vâng” một lần, khi hai bên đã có sự tin tưởng lẫn nhau thì những đề nghị bạn đưa ra sẽ rất khó bị từ chối. Nếu bạn thực hiện theo phương pháp này, chắc chắn bạn sẽ thành công 100% khi xin địa chỉ liên lạc nên bạn hãy nhớ lấy nó, chắc chắn không có hại mà chỉ có lợi mà thôi.



Vận dụng “Nguyên lý tính hiếm hoi” để khiến sự tồn tại của bản thân trở nên quan trọng hơn

Thế mình cùng trao đổi địa chỉ liên lạc đi!

Chúng ta sẽ cùng rủ bạn đi cùng ăn uống lần tới nhé!

Hôm nay thật là vui.

“Nguyên lý tính hiếm hoi” chính là tâm lý

“cái gì càng ít thì khi có được nó mới càng quý”.

Ví dụ ta thường hay thấy quảng cáo “Chỉ bán một ngày 30 phần” hay “Giảm giá chỉ trong 3 ngày”.

Nếu các lời quảng cáo hay thêm các từ như “chỉ giới hạn” thì ta thường có cảm giác nếu không mua thì sẽ bị thiệt.

Vì việc giới hạn cơ hội mua sẽ làm cho giá trị của món đồ hay dịch vụ bị đẩy tăng theo ý đồ của người bán, dẫn đến kích thích nhu cầu mua của người tiêu dùng.

Có rất nhiều trang bán qua mạng thường hay sử dụng phương pháp đếm ngược như “Sale chỉ còn diễn ra trong X tiếng nữa” hay sử dụng cách nói “ưu tiên X khách hàng đầu tiên”, đây chính là một cách lợi dụng “nguyên lý tính hiếm hoi” rất khéo léo trong kinh doanh.

Có hai điểm quan trọng.

Điều đầu tiên là “Giới hạn ngày có thể gặp và ngày có thể liên lạc được”.

Nếu “lúc nào cũng có thể gặp được” thì nó không còn gì gọi là quý cả. “Nếu anh gọi, thì em có thể đến bất kỳ chỗ nào”, nếu nói như vậy thì không được. Nhiều khi sẽ bị coi là một “cô gái dễ dãi”. Khi đó bạn nên giới hạn rằng “Tháng này em chỉ rảnh vào ngày 15 thôi”. Nó cũng chính là đã có hàm ý nhắc đối phương về giá trị của bản thân “Nếu anh muốn gặp em thì chỉ có ngày 15 thôi đấy!”.

Khi đó đối phương sẽ tự hiểu rằng “Dù bận nhưng cô ấy vẫn cố gắng dành thời gian cho mình” và cảm thấy vui vẻ hạnh phúc. Đối với điện thoại và mail cũng vậy, cũng nên thông báo không phải ngày nào cũng liên lạc được, mà tốt hơn hãy nên giới hạn rằng “Em chỉ có thể trả lời vào cuối tuần thôi”.

Điều thứ hai là hãy nói bóng gió rằng “Có người cũng đang để ý em”.

Hãy bóng gió truyền đạt với đối phương về sự tồn tại của việc bạn cũng đang được một đối phương khác đang để ý như nói “Hôm trước có người hẹn hò với em” “Gần đây có người cứ hay gửi mail cho em”. Nếu ví dụ trong bán hàng, thì nó có nghĩa giống như là “Số lượng chỉ còn rất ít! Mọi người hãy nhanh tay mua hàng” hay “Chúng tôi xin lỗi nếu chúng tôi đã bán hết món đồ bạn muốn”. Điều này có tác dụng làm tác động vào tâm lý đối phương, ngay cả khi

đối phương từ trước tới nay không để ý mấy tới bạn cũng sẽ nảy sinh cảm giác “Nếu mình không chủ động tiến thì có lẽ ai đó sẽ chiếm cô ấy trước”. Nếu thực sự người đó có cảm tình với bạn thì chắc chắn anh ta sẽ có hành động nào đó vì sợ mất bạn.

Vì mục đích của việc này là làm cho người bạn thích cũng để ý đến bạn, nên bạn không nên tự hào khi nói chuyện rằng có người khác cũng đang tán công bạn, mà hãy nói với sự luyến tiếc như kiểu “Có người khác thì thích em, trong khi người em thích (là anh) thì lại chẳng để ý gì đến em”.

Vận dụng “Lý luận cầu treo” để khiến ngay cả người không có cảm tình với bạn trở nên để ý đến bạn

Khi nói đến hẹn hò, thì đi xem phim luôn là một ý kiến được nhiều bạn ưa thích.

Đây là một cơ hội thật tốt, tuy nhiên sẽ thật lãng phí nếu hai bạn chỉ đơn thuần xem phim thôi. Có thể nói một cách không ngoa rằng cách cư xử trong rạp chiếu phim sẽ ảnh hưởng quyết định tới mối quan hệ của hai bạn.

Vì trong rạp chiếu phim, hai bạn cùng ở trong một khoảng không gian, một không gian hết sức thân mật của “hai người đang yêu”, chắc hẳn sẽ không có cơ hội nào tốt hơn điều này nữa. Hơn nữa các bạn cũng đang cùng chia sẻ một bộ phim, nên hai bạn sẽ có cùng một cảm nhận chung.

Tôi khuyên các bạn nên xem chung một bộ phim hành động rùng rợn. Vì khi đó có lẽ hiệu ứng “Lý luận cầu treo” sẽ phát huy tác dụng.

“Lý luận cầu treo” là một học thuyết được chứng minh bởi “thí nghiệm cầu treo của thuyết nhận thức, sinh lý” do nhà tâm lý học Dutton và Aron người Canada đưa ra, nó cũng còn được gọi là “Lý luận cầu treo trong tình yêu”.

Thuyết nói rằng “Con người sẽ có cảm giác như mình đang yêu khi bị hưng phấn”.

Thí nghiệm được tiến hành như sau. Người ta tập trung nam thanh niên độc thân trong khoảng tuổi 18 tới 35, tiến hành thí nghiệm ở hai địa điểm, hai loại cầu bắc ngang qua một cái vực sâu, một loại cầu treo dung đưa, và một loại không dung đưa. Người ta yêu cầu các thanh niên băng qua cây cầu, ở giữa cầu có một cô gái trẻ và cô gái ấy sẽ thực hiện một số câu hỏi với mỗi thanh niên. Sau khi cô gái tiến hành hỏi các thanh niên này, cô sẽ nói với họ rằng “Nếu các anh có quan tâm tới kết quả của những câu hỏi đã được hỏi trên cầu, thì hãy gọi điện thoại cho em vài ngày sau nhé” và cô trao cho các chàng trai số điện thoại của mình. Kết quả của cuộc thí nghiệm này là, hầu hết các chàng trai phải băng qua chiếc cầu treo rung rinh đều gọi điện thoại cho cô, trong khi chỉ có 10% các chàng trai băng qua cầu không rung liên lạc lại với cô.

Từ thí nghiệm này người ta có thể thấy rằng, khi băng qua cầu treo, sự dung đưa gây cảm giác hồi hộp hưng phấn được chia sẻ bởi cả hai người sẽ dễ dẫn đến phát triển tình cảm yêu thương.

Để hiện tượng này có thể lặp lại trong rạp chiếu phim, ta nên chọn các phim hành động hay các phim ma rùng rợn khiến người ta dễ hồi hộp, hưng phấn. Và cũng không được quên việc nắm tay đối phương một cách tự nhiên.

Dù kết thúc phim rồi, ta vẫn không hề ngại ngùng trong việc cầm tay nhau, khiến cho mối quan hệ sẽ dễ trở nên khăng khít hơn.

Cách gây thiện cảm với đối phương trong buổi tiệc

Người ta luôn đến các buổi tiệc như là một nơi để tìm kiếm các mối quan hệ mới.

Tuy nhiên nhiều khi mặc dù ta có đi đến các buổi tiệc đi nữa nhưng vẫn không thể đạt được mục đích của mình.

Việc gây thiện cảm với đối phương trong các bữa tiệc không có gì là khó khăn hết. Nếu bạn thực hiện theo đúng những lời tôi sắp thuyết trình sau đây thì tôi chắc hẳn bạn sẽ có thể thành công trong việc để lại ấn tượng tốt với người mình để ý.

1. Hãy tiến gần lại người bạn để ý một cách tự nhiên

Không phải cứ một mạch mà tiến lại phía người ấy, mà hãy tiến lại từ từ làm sao cho khi cuộc nói chuyện đến lúc sôi nổi hay khi mọi người bật cười về một điều gì đó thì đã có bạn đang ở trong cuộc nói chuyện đó rồi, hãy ở một khoảng cách như chỉ vừa bằng khoảng người ấy chỉ cần giơ tay là có thể chạm tới bạn.

2. Hãy sử dụng tính ở hiền gặp lành

Đây là một quy tắc tâm lý khi bạn ở hiền, bạn sẽ gặp lành. Trong các buổi tiệc tìm người yêu, nếu bạn thấy “người này có vẻ được” thì hãy thể hiện một cách thẳng thắn với họ như “ấn tượng đầu tiên của em/anh rất tuyệt”.

Người ấy của bạn chắc hẳn sẽ không thể có ác cảm với bạn, người đang có thiện cảm với họ.

Nhiều khi họ còn tự cảm nhận về bạn rằng “Ôi, người này dễ chịu quá”.

3. Bạn hãy bộc lộ bản thân bằng cách bắt đầu bằng cụm từ “Thực ra thì”

Bởi vì khi bạn “bộc lộ bản thân”, nó đồng thời cũng sẽ có tác dụng làm cho mối quan hệ của hai bạn trở nên thân thiết hơn. Nếu bắt đầu bằng cụm từ “Thực ra thì” sẽ khiến người ta vô hình chung liên tưởng tới đây là một câu chuyện chỉ có 2 người biết thôi.

Ví dụ như người con trai nói với người con gái rằng “Thực ra anh đã rất nhiều lần tham gia vào những buổi tiệc thế này, và nó thường kết thúc mà không có chút ấn tượng gì đọng lại. Tuy nhiên không hiểu sao khi bước vào hội trường của buổi tiệc ngày hôm nay, anh có

linh cảm như sẽ gặp được một cô gái tuyệt vời, điều này làm anh rất hồi hộp” thì chắc hẳn người con gái dù không nói gì nhưng sẽ vui lắm.

4. Sử dụng nguyên lý giống nhau

Nếu sở thích của đối phương là “câu cá” thì bạn hãy nói chuyện “Sở thích của em/anh là câu cá. Cá mình câu mà nấu món lên, rồi uống với rượu vang thì thật sự không có gì tuyệt bằng” vì như vậy các chủ đề câu chuyện bạn nói không chỉ dừng ở câu cá nữa, mà nó sẽ được triển khai mở rộng sang cả “nấu ăn” “rượu vang” và sẽ có khả năng làm tăng xác suất có thêm những “điểm tương đồng” với đối phương.

Lôi cuốn đối phương với những câu hỏi như “Anh/em thích lựa chọn nào”

“Leading” có nghĩa là dẫn dắt. Nên những câu “leading question” là việc vừa đưa ra câu hỏi nhưng đồng thời cũng vừa gợi ý dẫn dắt đối phương.

Trong tâm lý học, nó được gọi là “trình bày tiền đề”, là phương pháp đưa ra các lựa chọn không cần các lý do đi theo kèm.

Nếu được hỏi rằng “Ngày mai, bạn thích ăn đồ Ý hay đồ Trung Quốc?” thì bạn sẽ trả lời thế nào?

Chỉ trừ khi bạn là một người siêu cá tính, nếu không bạn sẽ chọn một trong hai câu trả lời rồi.

Điều đó có nghĩa là khi tôi đưa ra câu hỏi, bạn hiểu rằng sự lựa chọn của bạn chỉ còn hai mà thôi. Tất nhiên có rất nhiều đồ ăn khác nhau như đồ ăn Ấn Độ hay đồ Pháp. Tuy nhiên khi tôi đưa ra câu hỏi như vậy, thì bạn chắc chắn chỉ băn khoăn một trong hai lựa chọn được đưa ra. Chúng ta hãy áp dụng phương pháp này.

Trong buổi tiệc, khi có cơ hội để bạn và người bạn đang để ý nói chuyện riêng với nhau, hãy thử hỏi đối phương một cách tự nhiên ví

dụ như:

“Mấy hôm trước anh tìm được tiệm ăn Ý và Mexico rất ngon. Đồ ăn Ý và Mexico thì em thích đồ ăn nào?”

“Ừm... Có lẽ em thích đồ Ý hơn.”

“Ôi thế à, thế để dịp tới mình cùng đi ăn nhé. À, sau buổi tiệc hôm nay, bọn anh có đi hát Karaoke, em đi cùng nhé? Hay hai anh em mình tách riêng nhỉ?”

Nếu như bạn tạo đủ sự tin tưởng cho đối phương từ trước đó, thì khả năng hai bạn đi riêng sẽ là rất cao, chỉ trừ khi có việc gì đó quan trọng lắm.

Hoặc ngay cả trong trường hợp câu trả lời là người ấy chọn đi hát Karaoke thì cũng không sao. Vì trước đó người ấy đã nói thích đồ ăn Ý nên bạn có thể hỏi xin số điện thoại mà không khiến họ phải cảnh giác.

Dù gì đi nữa thì cơ hội mà bạn có thể đi riêng với người ấy sẽ có thể thiết kế được sau.

Quan niệm “Cứ mail thường xuyên là gây được sự để ý của đối phương” chưa chắc đã là đúng?

Trong các kỹ thuật khi viết thư yêu đương, người ta thường nghĩ ngay đến nội dung viết nhưng thực ra có những yếu tố khác cũng rất quan trọng.

Ngay cả trong viết mail thì việc hỏi trước thời gian không gây phiền hà, ngày hay giờ hợp lý cũng là điều quan trọng. Nhờ thế mà ta có thể gửi mail tới lúc mà người ấy không cảm thấy khó chịu. Thời điểm gửi mail rất quan trọng.

Và ta nên gửi mail trả lời với khoảng thời gian giống như đối phương đã thực hiện với ta. Đặc biệt khi ta điều chỉnh theo người

con gái, nó cũng sẽ làm cho phía người nhận thấy thoải mái về mặt tâm lý.

Nếu người con gái ấy trả lời thư của bạn sau 30 phút, thì bạn cũng hãy đợi 30 phút rồi hãy trả lời lại nhé.

Còn nếu người ấy sau 2 tới 3 tiếng mới trả lời lại thư bạn, thì bạn cũng nên trả lời thư sau 2 tới 3 tiếng sau khi nhận thư.

Trong trường hợp trả lời thư sớm quá, dẫn đến việc khiến đối phương cảm thấy bạn hơi bị chủ động quá mà lảng tránh bạn hay có khi tưởng bạn là người vô công rồi nghề, khiến đánh giá về bạn bị giảm mất một bậc.

Trừ trường hợp có nội dung khẩn cấp, bạn nên bỏ cách trả lời thư một cách nhanh quá mức.

Người ta thường hay nói “Người đàn ông viết thư nhiều dễ được chị em yêu quý”, nhưng thực ra điều này không hoàn toàn là đúng. Theo tâm lý của phụ nữ, nếu người phụ nữ nhận được “thư gửi thường xuyên” từ người đàn ông mình thích thì là điều rất hạnh phúc nhưng nếu từ một người chưa mấy thân thiết, thì đây không phải là một hành động khiến họ thích.

Việc bắt chước đối phương theo tâm lý học được gọi là “mirroring”, họ sẽ nghĩ rằng người có hành động giống mình thường có suy nghĩ và quan điểm giống mình.

Khi đối phương bắt đầu thường xuyên gửi thư cho bạn hơn, thì bạn đừng mail theo chủ ý nữa.

Và chắc chắn sau 5 ngày không thấy hồi âm của bạn, đối phương sẽ mail tới bạn hỏi “Anh/Em vẫn ổn chứ?”

Chắc hẳn trong 5 ngày không có hồi âm của bạn, đối phương sẽ luôn nghĩ về bạn.

Có khả năng họ còn ngộ nhận rằng “Không hiểu sao mình lại nghĩ đến người kia? Chẳng lẽ mình lại thích họ sao...”.

Kỹ thuật gây hưng phấn cho đối phương trong nhà hàng

Khi tìm hiểu nhau, chắc chắn sẽ có cơ hội hai bạn đi ăn với nhau tại nhà hàng.

Người ta nói rằng, lúc ăn uống là lúc con người không đề phòng nhất, nên trong yêu đương cũng như trong kinh doanh công việc, sẽ không thể thiếu những lần cùng “đi ăn” với nhau.

Và thật là đáng tiếc nếu khi cùng nhau có bữa cơm chung, các bạn lại chỉ thực hiện hành động ăn uống đơn thường.

Nhà tâm lý học người Mỹ mang tên Johnny đã tiến hành một thí nghiệm tâm lý mang tên “Feeling Good”. Họ chia các sinh viên ra làm hai nhóm, với mỗi nhóm họ yêu cầu đọc các bài luận văn thuộc bốn mảng chuyên môn. Các bài luận văn được cho rằng khá khó thuộc các lĩnh vực “Chữa trị ung thư” “Quy mô quân đội Mỹ” “Du lịch mặt trăng” “Phim lập thể”. Ngay cả những người đã quen với việc đọc sách vở thì đây cũng không phải là một việc dễ dàng.

Với hai nhóm này, một nhóm vừa ăn lạc uống coca cola và đọc tài liệu còn nhóm còn lại thì không được cung cấp gì và chỉ đọc tài liệu mà thôi. Nhóm vừa đọc tài liệu vừa uống ăn lạc và uống coca cola thấy hứng thú với các tài liệu hơn so với nhóm còn lại. Điều này chứng tỏ rằng con người vừa ăn vừa làm một cái gì đó thì dễ có cảm giác thoải mái hơn.

Và trong trường hợp hai bạn hẹn hò đi ăn chung, điều này cũng đồng nghĩa các bạn đã chuẩn bị cho nhau được phần nền cơ bản khiến hai người dễ nảy sinh cảm xúc.

Và tôi sẽ hướng dẫn các bạn thêm kỹ thuật cần làm.

Khi hai bạn đang ăn, bạn hãy “dùng lưỡi để liếm môi” xem. Điều này sẽ vô tình ghi vào tiềm thức kích thích sinh lý giới của đối phương.

Nhưng cần chú ý để hành động này tự nhiên không lộ liễu vì nó dễ gây phản cảm tránh để đối phương hiểu nhầm bạn là người có vấn đề không bình thường.

Cách hỏi để biết ngay đối phương là người có mối quan hệ với bạn “chỉ là chơi bời hay không”

Có những trường hợp người ta lại thích cả những người đã có gia đình.

Ta hãy thử đặt vấn đề nó có vượt qua giới hạn đạo đức hay không sang một bên, tôi xin giới thiệu với bạn một kỹ thuật để bạn có thể biết người kia với bạn đơn thuần chỉ là chơi bời hay không.

Trong các mối quan hệ cặp bồ, người ta thường hay nghe những câu nói như “Anh/Em sắp ly hôn rồi. Sau đó chúng mình sẽ ở bên nhau nhé”. Tuy nhiên rất ít khi điều này xảy ra.

Dù vẫn biết đối phương có khi chỉ là chơi hoa qua đường nhưng ở một điểm nào đó con người thực sự không muốn biết rằng đây có thật là chơi bời hay không, và không muốn kết thúc mối quan hệ tại đây nên nhiều khi những người trong cuộc sẽ bị rơi vào tình cảnh tiến thoái lưỡng nan.

Nếu không bị rơi vào hoàn cảnh như thế, có lẽ người ta sẽ không trở về hiện thực đối diện với vấn đề đang xảy ra.

Bạn có thể nói với người ấy rằng:

“Em mới đi xem bộ váy cưới sẽ mặc trong đám cưới của mình ngày hôm qua anh ạ”

Bạn hãy quan sát phản ứng của đối phương. Nếu như đối phương bị bất ngờ không có phản ứng gì, hơn 2 giây sau đó mới nói chuyện tiếp thì điều này chứng tỏ anh ta “không hề có ý định đi xa với bạn” ngay từ đầu.



Ngược lại, anh ta phản ứng ngay chỉ trong chưa đầy 1 giây và hỏi hỏi bạn không chút ngập ngừng như “Em đã thử váy kiểu gì thế?” thì điều này có nghĩa là anh ta cũng rất muốn được ở bên bạn và đang nỗ lực về chuyện này.

Người ta thường phân tích về thời gian phản ứng một điều gì đó trong tâm lý học, và cũng có rất nhiều luận văn đề cập tới vấn đề này. Người ta chứng minh được rằng khi bị hỏi những câu hỏi không lường, những câu hỏi gây bất lợi với người trả lời thì thời gian để câu trả lời được đưa ra sẽ chậm hơn.

Kỹ thuật làm thay đổi tình cảm của đối phương bằng cách tặng quà

Có một thí nghiệm thế này. Người ta đưa cho người chơi đồng xu có thể đổi ra tiền và yêu cầu chơi game. Tới giữa chừng trò chơi, đồng xu được phát thêm kèm thêm một tờ giấy có ghi lời nhắn. Có 3 loại lời nhắn như sau:

- Hãy trả lại cả vốn lẫn lãi sau khi chơi (điều kiện nghĩa vụ cao)
- Hãy trả lại giống như khi vay (điều kiện giống nhau)
- Không cần trả lại (điều kiện nghĩa vụ thấp)

Trong các điều kiện này, người chơi cảm thấy thoải mái nhất đối với lời nhắn thứ 2 - điều kiện giống nhau. Còn với lời nhắn thứ 3 được nhận miễn phí, thay vì cảm thấy mình thật “may mắn” nhiều khi người ta lại cảm thấy “Liệu có cái bẫy cài đặt nào ở đây không nhỉ” và trở nên cảnh giác hơn.

Điều này cũng được viết tới trong cuốn “99 điều mà con người muốn kể cho người khác nghe” của nhà tâm lý học Shibuya Shyozou, nói rằng món quà càng đắt tiền thì nhiều khi lại không được việc.

Nếu muốn tặng quà ai đó thì hãy chọn món quà gì hợp với người được tặng, và ngoài ra còn một món quà mà dễ được chấp nhận

nữa.

Đó chính là “Vòng đeo tay”.

Vì thực ra “vòng đeo tay” luôn mật thiết với cơ thể, nhiều hơn cả vòng cổ hay nhẫn, và người đeo cũng hay để ý đến vòng đeo tay hơn các món đồ khác.

Khi tặng vòng đeo tay, mỗi khi nhìn đến vòng đeo tay, họ lại nghĩ đến bạn và như vậy, vô tình bạn luôn được người ấy nghĩ tới. Điều này có hiệu quả rất cao nên hạn hãy thử sử dụng kỹ thuật này nhé.

Người ta luôn thể hiện con người thật qua bài trí “trong xe ô tô”

Khi mới quen nhau, người ta thường muốn được đối phương nghĩ tốt về mình nên thường hay giả vờ như cừu non mà không thể hiện hết bản chất của bản thân.

Tuy nhiên phụ nữ có thể tìm hiểu được bản chất người bạn của mình bằng cách quan sát xe ô tô của đối phương.

Đầu tiên họ quan sát “Cách lái xe” của anh ấy.

Khi lái xe người ta phải tập trung để xử lý các tình huống có thể xảy ra bất cứ lúc nào trên đường, nên việc che giấu bản tính của mình là rất khó.

Ví dụ khi bị một ô tô khác chen ngang, nếu người đó tặc lưỡi thì cô ấy có thể phán đoán rằng người này dễ bị làm cho khó chịu. Hoặc nếu xe ô tô phía trước chạy chậm, mà người ấy cảm thấy khó chịu, cứ bấm còi liên tục trên mức bình thường, cứ lăm bấm còi nhàu một mình thì có lẽ người này không có tính nhẫn nại, dễ nổi cáu.

Bởi vì thực ra rất có thể xe chạy chậm kia đang chở người già hay em nhỏ, mà anh ấy không hề nghĩ tới để có thể độ lượng cư xử, mà có lẽ chỉ nghĩ tới mỗi lợi ích của mình thôi.

Nếu như quan sát cách mà đối phương lái xe, thì có thể suy luận ra được phần nào tính cách của người đó.

Điều tiếp theo là “Quan sát cách bài trí trong xe”.

Nếu trong xe bừa bộn, các vật dụng bị vứt linh tinh, thì ta có thể dễ dàng phán đoán người đó có thể là không cẩn chu, không biết cách thu xếp đồ. Tuy nhiên ngược lại nếu trong xe quá sạch như cấm đi dép vào, hay cấm ăn uống thì ta có thể suy đoán rằng người này là người yêu thích sự sạch sẽ ngăn nắp một cách hơi thái quá, hơi kỹ tính.

Hoặc nếu người đó bình thường cũng không phải là người luôn sạch sẽ cẩn chu nhưng riêng đối với xe ô tô thì đặc biệt sạch sẽ thì có thể có khả năng người đó bắt cá hai tay, hay là có ngoại tình hoặc phải có lý do gì để khiến người đó giữ xe ô tô luôn sạch.

Đây là những điều mà phái mạnh thường bị phái nữ quan sát khi đi chung xe.

Nhưng ngược lại nếu phái mạnh chú ý đến những điều này thì chắc chắn nó sẽ làm các bạn gái thêm phần yên tâm hơn với bạn trai của mình.

“Hẹn hò buổi tối” là phương pháp hữu hiệu dành cho những ai có mối quan hệ nhiều hơn bạn nhưng lại ít hơn là người yêu

Có những mối quan hệ giống như “nhiều hơn là bạn nhưng lại chưa đủ là người yêu”. Khi hai bạn có thể thoải mái tâm sự với nhau, thỉnh thoảng có thể đi chơi riêng nhưng luôn có một đường ngăn cách.

Ngày nay với sự gia tăng của những thanh niên không tích cực, càng ngày càng có nhiều những mối quan hệ không rõ ràng. Nếu như thực sự bạn muốn mối quan hệ phát triển hơn nữa, bạn hãy thực hiện ba điều mà tôi sẽ nêu lên ở đây.

Nếu hai bạn thực sự chưa phải là người yêu, thì các cuộc gặp gỡ thường được diễn ra trong bối cảnh hết sức trong sáng. Đó có thể là những cuộc nói chuyện trong một quán cà phê sang trọng, hay cùng nhau chơi thể thao. Tuy nhiên nếu thực sự muốn tiến xa hơn thì việc có những buổi hẹn hò ban tối là điều kiện cần thiết.

Có một thí nghiệm của nhà tâm lý học người Mỹ tên Gergen đã được diễn ra, họ để một đôi nam nữ chưa hề quen nhau trong một căn phòng trong 1 giờ, một căn phòng sáng và một căn phòng tối. Họ thấy rằng với căn phòng sáng, hai người ngồi cách xa nhau và nói những câu chuyện vô thưởng vô phạt, còn đối với căn phòng tối, thì hai người nam nữ có khi cầm tay hay cả ôm nhau nữa.

Vì vậy thời gian thích hợp để hẹn hò là buổi tối hơn là buổi sáng.

Còn địa điểm thì ta cũng nên chọn những nơi có đèn mờ như một quán bar hay một nhà hàng yên tĩnh. Với chỗ ngồi thì không phải là bàn ngồi đối diện, mà việc ngồi cùng một phía với nhau sẽ có hiệu quả cao hơn.

Vì nếu ngồi cùng bàn thì ta sẽ hay ngồi đối diện mà theo tâm lý học thì ngồi đối diện thường thể hiện “mối quan hệ thù địch” giống như “nguyên lý Sutinza”.

Có hẹn hò buổi tối nhưng nếu như đối phương vẫn không nhận ra tình tứ của bạn, thì bạn hãy chạm nhẹ vào để khiến họ cảm thấy hồi hộp.

Hay trong trường hợp không tiếp xúc được với đối phương, thì bạn hãy dùng hai tay của mình khoanh lại như đang ôm chính bản thân. Nhà nghiên cứu hành động của động vật người Anh mang tên Desmond Morris đã cho rằng “Nếu một người muốn người khác làm gì cho mình, người ta sẽ thể hiện điều đó bằng cách làm như vậy đối với bản thân mình”. Điều này có nghĩa là nếu bản thân ta ôm chính mình, nó sẽ truyền đạt một dấu hiệu là “muốn được đối phương ôm”. Việc thể hiện những “hành động tương tự” để đối phương biết sẽ giống như việc truyền ám hiệu giúp đối phương biết phải làm gì.

Tuy nhiên kỹ thuật này chỉ hiệu quả với trường hợp người phụ nữ ra ám hiệu cho người đàn ông.

Vì vậy các anh em tuyệt đối không được tự ôm bản thân mình trước mặt chị em đâu nhé.

Với yêu phương xa, hãy ngừng bỏ cách giao tiếp “khép kín bản thân”

Yêu xa rất khó vì người ta thường nói khoảng cách về cơ thể chính là khoảng cách của trái tim. Tuy vậy người ta vẫn muốn níu kéo đối phương.

Điều đáng chú ý ở đây, trong yêu xa có duy nhất một điều mà hai người vẫn luôn tiếp xúc với nhau, đó chính là giao tiếp bằng giọng nói.

Vì không có sự tiếp xúc về cơ thể nên sự giao tiếp bằng lời nói qua điện thoại trở nên hết sức quan trọng. Nên chỉ duy nhất điều có thể níu kéo đối phương trong các mối quan hệ yêu xa đó chính là giọng nói của bạn.

Và nghệ thuật ở đây là bạn không được tóm tắt lại những gì đối phương vừa nói. Và điều tiếp theo là không đặt những nghi vấn cho đối phương như kiểu:

“... Điều đó có nghĩa là như thế này nhỉ”

“Anh/em có đang nghe em/anh nói không thế?”

Theo tâm lý học, người ta gọi việc tóm tắt những nội dung mà đối phương nói lại là “Self- summarizing syndrome”, nó thường có ở những người có kiểu giao tiếp khép kín bản thân.

Với những người hay tóm tắt lại nội dung nói chuyện của người khác, hoặc hay đưa ra các câu hỏi nghi vấn với đối phương thì thường không hợp với kiểu yêu xa.

Với những người phải nghe những người theo kiểu “giao tiếp khép kín bản thân” thì sẽ có cảm giác khó chịu, không thích tiếp tục nói chuyện nữa.

Và như vậy không chỉ sự xa cách cơ thể mà cả sự xa cách về tâm hồn cũng sẽ xảy ra, thì việc yêu xa sẽ là một điều gì đó không thể thực hiện được.

Nếu hiện tại bạn đang là người yêu xa, thì hãy tự kiểm tra xem mình có đang thực hiện những giao tiếp “khép kín bản thân” hay không nhé.

Làm hòa sau khi cãi cọ với phương pháp “Unmatching”

Khi mối quan hệ càng tiến tới sâu, tất nhiên sẽ dẫn đến không tránh khỏi những cãi cọ xung đột.

Và có những cặp cãi nhau chẳng vì lý do gì to tát cả, nhưng mà lại rất khó giảng hòa. Dù người ta có nói “Yêu nhau lắm, cắn nhau đau” tuy nhiên nếu cãi cọ cứ xảy ra thường xuyên hay mức độ của nó lên đến nghiêm trọng, thì cũng không phải là điều gì hay.

Bởi vì khi cãi nhau, người ta sẽ lưu lại sự tức giận trong ký ức.

Khi đó người ta cũng không còn đủ minh mẫn để nghe sự phán đoán của lý trí nữa, chỉ hành động như bản năng mà thôi. Mà nếu như còn có chuyện gì để bực, có lẽ nó cũng được phun ra như núi lửa mà thôi.

Có phương pháp khiến người ta trở nên hiểu và gần gũi thân thiết hơn sau mỗi lần cãi nhau, bạn hãy thử áp dụng nó nhé.

Phương pháp “Matching”. Bắt chước những cử chỉ, hành động giống đối phương, với mục đích làm hài hòa bầu không khí chính là phương pháp này. Còn ở đây tôi xin giới thiệu phương pháp ngược lại “Unmatching”.

Bạn có thấy nhiều khi bắt chước giống những gì đối phương hành động càng làm tăng mức độ cãi cọ không?

Ví dụ đối phương đóng sầm cửa lại, thì bạn cũng dùng cái gì đó đập vào tường thật mạnh hay nếu đối phương ném ly tách thì bạn cũng ném bát đĩa.

Đây chính là minh chứng cho “matching” trong cãi nhau một cách vô thức.

Còn “Unmatching” là ngược lại.

Nếu đối phương đóng sầm cửa lại, thì bạn hãy bình tĩnh đóng nhẹ cửa lại. Hay nếu đối phương ném ly tách, thì bạn hãy nhẹ nhàng nhặt hoặc thu dọn chỗ ly tách đó lên.

Bạn làm những hành động không giống những gì đối phương làm.

Nếu bạn làm thế, đối phương của bạn sẽ tự nhận ra hành động của họ có vẻ không ổn, và trở nên bình tĩnh lại.

Và rồi họ sẽ cảm thấy có lỗi với bạn, người đã bình tĩnh đón nhận sự việc dù việc đó không hề hay ho gì.

Tuy nhiên nếu nguyên nhân của cuộc cãi cọ lại nằm ở bạn, thì bạn nên chú ý rằng đối phương sẽ không “cảm thấy có lỗi” với bạn đâu. Đây là phương pháp hiệu quả có thể áp dụng được với những vụ cãi cọ mà nguyên nhân chẳng ra đâu với đâu đấy nhé.

Dùng câu nói “Làm ơn...” để khiến bản năng của người mẹ trỗi dậy

Việc chinh phục những cô gái làm việc ở câu lạc bộ đêm vừa tốn công sức, vừa tốn tiền bạc.

Để gây dựng lòng tin với họ, bạn vừa phải thường xuyên lui tới quán, mà cũng phải chi tốn khá nhiều. Và hơn nữa, mặc dù bạn đã đầu tư một khoản tiền kha khá thì vẫn không chắc cô gái ấy đã thuộc về bạn hay chưa. Vì những cô gái ấy cũng là những người

tiếp khách chuyên nghiệp, họ sẽ luôn giữ với bạn một khoảng cách rất không rõ ràng. Vậy thì bạn nên làm gì đây?

Có một cách làm hết sức nhanh chóng. Đó là hãy khơi dậy ở họ “bản năng người mẹ”.

“Làm ơn để anh được tặng em một món quà nhé”

“Làm ơn đi ăn với anh lần tới nhé”

“Làm ơn đi xem phim với anh lần tới nhé”

“Làm ơn đi chơi với anh vào ngày nghỉ tới nhé”

“Làm ơn cho anh hôn một cái”

Có thể bạn nghĩ nó hơi bị thái quá, nhưng hãy bắt đầu từ những lời nhờ vả nhẹ nhàng và dần dần tăng cấp độ lên.

Nếu cô ấy tin tưởng ở bạn, thì có lẽ cô ấy sẽ nhìn những “lời nhờ vả” của bạn như là từ một đứa trẻ vậy. Ta cần kích thích bản năng làm mẹ của phụ nữ.

Tất nhiên cần phải từng bước từng bước một để sao nhận được câu trả lời đồng ý và hãy tích lũy nó.

Nếu bạn tặng cô ấy một món quà được, thì đợt tới có thể sẽ mời cô ấy đi ăn cùng được. Mà nếu có bị từ chối thì cũng hãy kiên trì cho tới khi cô ấy đồng ý. Rồi khi cô ấy đồng ý rồi, hãy rủ cô ấy cùng đi xem phim. Bạn hãy từ từ đi sâu vào trái tim cô ấy.

Nếu bạn kiên trì với phương pháp này, thì việc bạn đi được đến đích chỉ còn là vấn đề thời gian. Hãy thử nó đi nhé.

Kích thích bản năng để có thể có được nụ hôn của đối phương

Nụ hôn là một điều hết sức quan trọng trong tình yêu trai gái và cũng là một điều thử thách khó khăn đầu tiên cần vượt qua.

Tất nhiên bạn sẽ đạt được nó nếu bạn bỏ thời gian xây dựng mối quan hệ gắn bó tin tưởng với đối phương. Tôi xin giới thiệu một phương pháp có căn bản từ khoa học não, đó là kỹ thuật gửi tín hiệu kích thích trực tiếp não bộ đối với người con gái.

Kỹ thuật để khiến người con gái bị dụ dỗ vào nục hôn là ý thức thực hiện một số động tác vô thức trước khi hôn.

Tôi sẽ giải thích nó một cách cụ thể hơn.

- Hãy dùng mắt phải của bạn nhìn vào mắt phải của cô ấy trong vòng 1.5 giây
- Hãy dùng mắt phải của bạn nhìn vào mắt trái của cô ấy trong vòng 1.5 giây
- Hãy dùng mắt phải của bạn nhìn vào bờ môi của cô ấy trong vòng 1.5 giây

Bạn hãy làm điều trên cứ cách nhau 30 phút một lần khi hẹn hò với bạn gái.

Có nghĩa là bạn dùng mắt phải của mình nhìn vào bạn gái theo một hình tam giác là mắt phải của người con gái - mắt trái - môi.

Khi hôn nhau, người ta thường thực hiện động tác nhìn theo hình tam giác này một cách vô thức.



Một điều cần chú ý đó là, bạn dùng mắt phải của bạn để chiếu vào “mắt phải” của người con gái. Mắt phải trực tiếp được liên hệ với não phải. Con người có não trái và não phải, não trái là vùng não của tư duy và lý luận, nó nhận thức chữ viết cũng như lời nói. Còn não phải thì là vùng não của bản năng con người, nó điều khiển ngũ giác, nhận biết tranh và ảnh, được biết tới như là não phụ trách bản năng phần động vật.

Điều đó có nghĩa là việc tác động trực tiếp vào vùng não điều khiển ngũ giác cũng như bản năng động vật trong con người sẽ dẫn người con gái tới nụ hôn mà không cần có câu trả lời.

“Phương pháp giao tiếp Trans” khiến người khác phụ thuộc vào mình

Trans là một hiện tượng hay xảy ra hàng ngày, là hiện tượng tập trung cao độ vào một điều gì đó.

Ví dụ bạn tập trung xem phim, điều đó là bạn đang ở trạng thái trans đối với phim, hay nếu bạn tập trung đọc sách, thì có nghĩa là bạn cũng đang ở trạng thái trans đối với sách.

“Phương pháp giao tiếp Trans” là phương pháp Ericksonian-approaches nổi tiếng, do Milton H Erickson đề xuất. Nó được sử dụng nhiều trong NLP và có lẽ cũng rất nhiều người biết tới.

Có một cách rất dễ để đưa phương pháp này vào trong hội thoại hàng ngày. Ta đưa các thông tin của đối phương vào trong tất cả các câu nói mà ta dùng.

“Hôm qua em đang trên đường về nhà thì có một cái xe thể thao tạt ngang sang...”

☐ “Hôm qua em đang trên đường về nhà thì có một cái xe thể thao rất hợp với dáng anh tạt ngang sang...”

“Ngôi nhà to quá”

☐ “Tương lai có lẽ anh/em sẽ sống trong một ngôi nhà to thế này nhỉ”

Nếu trong mọi câu hội thoại ta đều đưa thông tin của đối phương vào, thì tự nhiên đối phương sẽ tự hình dung bản thân một cách vô thức, và rồi sau đó sẽ bắt đầu hành động giống như những gì bạn nói trong hội thoại.

Kỹ thuật này rất hiệu quả không chỉ trong riêng hội thoại mà còn trong cả thư hay mail nên bạn hãy thử vận dụng nó xem nhé.

Và hơn nữa, nếu bạn tiếp tục sử dụng nó, đối phương dần dần sẽ phụ thuộc vào bạn trên một phương diện nào đó. Những lời bạn nói sẽ có uy lực và nhiều khi đối phương sẽ khó có thể rời xa bạn được.

Câu hỏi để phát hiện đối phương ngoại tình

Ngoại tình là sự phản bội lớn nhất, tuy nhiên nếu trái đất này vẫn còn đàn ông và đàn bà, thì có lẽ ngoại tình sẽ không thể hết được.

Tuy nhiên nếu ngoại tình, thì việc không để cho đối phương biết được sẽ được coi là lẽ nghĩa. Thế nhưng phía bên bị ngoại tình sẽ luôn để ý đến sự khác biệt trong cư xử hay nếp sinh hoạt hàng ngày của bên ngoại tình.

Người ta nói “Không biết mới gọi là Phật” tuy nhiên việc biết được sự thật nhiều khi cũng giúp một số người có dũng khí tìm đến chân trời mới trong cuộc sống của mình.

Vậy tôi xin giới thiệu cách để biết được đối phương có ngoại tình hay không.

Nếu bạn nghi ngờ đối phương đang ngoại tình, thì hãy đột nhiên hỏi đối phương câu như sau.

“Hôm qua anh/em làm gì từ sáng vậy?”

Hỏi xem một cách kỹ lưỡng đối phương đã ăn món gì vào buổi sáng, buổi sáng đã đi đâu, đi bằng phương tiện nào, rồi buổi chiều thì ăn gì, đi đâu nữa, đã gặp những ai và buổi tối thì đi đâu, làm gì.

Khi đối phương nói dứt lời thì hãy bảo đối phương nói ngược lại.

Nếu như đối phương ngập ngừng hay không nói được hết thì có nghĩa là họ đang nói dối bạn.

Đây cũng là một phương pháp hay được FBI sử dụng khi tra khảo nghi phạm. Nếu con người nói dối, họ sẽ cố gắng hết sức mình để bao biện cho điều đó, tuy nhiên càng cụ thể thì người ta lại càng trở nên bối rối và không biết mình đang nói gì.

Vì thế nếu bạn đang nghi ngờ đối phương ngoại tình, hãy dùng phương pháp này để thử nghiệm xem nhé.

Cách khiến đối phương từ bỏ ngoại tình bằng cách sử dụng hiệu ứng **“cảm giác mất mát”**

Một trong những cách để khiến đối phương từ bỏ ngoại tình hay cặp bồ là “không dần vật” đối phương.

Việc không đổ lỗi này sẽ khiến cho đối phương trở nên bình tĩnh lại, làm cho đối phương cảm thấy sợ rằng nếu còn tiếp tục ngoại tình nữa thì sẽ khó có thể quay lại với bạn được, trong trường hợp bạn không phải là chỉ chơi bời qua đường mà là người họ quyết định giữ mối quan hệ lâu dài.

Bạn không cần phải dùng lời nói gì hết. Đối phương sẽ tự cảm thấy điều này.

Thực ra thì người đi ngoại tình thường luôn có cảm giác tội lỗi.

Khi người ta trách vấn thì hầu như số người ngoại tình đều sẽ nghĩ mình là người có lỗi.

Nếu họ cảm thấy ăn năn hối lỗi thì không có vấn đề gì, tuy nhiên nếu để họ cảm thấy mình mang tội lỗi quá lớn, thì ngược lại có khi họ còn cău lại bạn. Khi họ trực tiếp đối đầu với tội lỗi là mình đi ngoại tình thì họ cũng sẽ cảm thấy phần trách nhiệm to như lỗi làm họ đã gây ra và cảm thấy không chịu đựng nổi. Rồi họ sẽ muốn đổ lỗi cho người khác. Bởi vì nếu họ đổ lỗi cho người khác được thì họ sẽ không còn phải dần vật bản thân mình nữa.

Khi dần vật trách vấn người ngoại tình, thì hầu hết những người ngoại tình cũng sẽ phản biện lại rằng “Lỗi chính là tại cô/anh đấy”.

Và như vậy sẽ dẫn đến kết cục là họ sẽ xa rời bạn. Bởi vì khi tạo ra khoảng cách vật lý, họ sẽ không còn cảm thấy tội lỗi của bản thân mình.

Nếu bạn muốn đối phương thôi không ngoại tình và quay lại với mình, thì hãy kìm nén những khó khăn mình đang phải trải qua, dù nguyên nhân của việc ngoại tình này là gì đi nữa thì việc không dằn vặt trách móc đối phương là điều quan trọng.

Ngoài ra còn có một điều nên làm nữa.

Đó là “bù đắp những thiếu thốn tình cảm” cho đối phương.

Khi muốn đối phương chia tay bạn tình và quay trở về với mái ấm gia đình, phương pháp này rất hữu hiệu.

Rồi bạn bày tỏ sự biết ơn với đối phương như những gì từ trước tới nay vẫn làm. Hãy tiếp xúc với đối phương với vai trò như là một người vợ, chứ không phải là một người mẹ của các con bạn. Còn nếu vợ bạn là người ngoại tình, hãy cư xử với cô ấy với tư cách là một người đàn ông, chứ không phải chỉ là người cha của các con bạn. Hãy cùng nhau có những buổi hẹn hò của hai vợ chồng, hay cùng đi du lịch. Hãy cùng trân trọng cảm xúc của đối phương.

Bạn hãy bù đắp cho đối phương những gì bạn cho rằng họ đang bị hụt hẫng trống vắng. Rồi đối phương sẽ nhận ra được nếu mất bạn thì đó sẽ là một sự tổn thất to tát đến nhường nào, sẽ quay lại bên bạn. Đây sẽ là phương pháp hiệu quả nhất nên các bạn đừng quên nó nhé.

Cách làm lay động trái tim của người không để ý đến bạn

Ngay cả khi bạn không có một chút hiểu biết gì về lĩnh vực đó, thì bạn có thể nhờ họ chỉ cho như nói “Em/Anh không biết gì về điều này, nhưng vì anh/em thích nó nên em/anh cũng rất muốn tìm hiểu về nó. Hãy chỉ cho em/anh biết nhé”.

Ngày nay đang gia tăng nhiều các nam thanh nữ tú không cần người yêu.

Tuy nhiên nếu bạn chẳng may lại thích họ, thì bạn sẽ nên tấn công họ thế nào đây. Nếu bạn định dùng chiến thuật tâm lý thì tôi e rằng nó sẽ không mấy hiệu quả.

Nếu bạn không có mối quan hệ gì với họ thì các kỹ thuật về tâm lý sẽ chẳng thể mang lại tác dụng gì.

Chỉ có một cách nếu bạn đã lỡ trót mang lòng để ý đến người ta, đó là bạn hãy thâm nhập vào cuộc sống của họ.

Đầu tiên, để bạn có thể xâm nhập vào cuộc sống của họ, bạn cần thể hiện rằng mình cũng có cùng sở thích với họ.

Vì đây là lĩnh vực họ am hiểu nên chắc chắn họ sẽ vui vẻ mà chỉ cho bạn biết. Cứ như vậy, các mối quan tâm chung của hai người sẽ tăng lên. Theo một lẽ tự nhiên, thời gian mà hai bạn ở bên nhau sẽ dài hơn. Bạn sẽ có thêm lợi thế để tiếp cận đối phương.

Sau khi bạn đã tiếp cận tới họ, bạn cần “dành nhiều thời gian” cho mối quan hệ này.

Dù hai bạn đã có thể trở nên hợp chuyện nhau trong những chủ đề chung, nhưng bạn không được vội vàng.

Vì đối với họ, bạn chưa được đưa vào tầm ngắm coi là đối tượng để yêu đương, họ chỉ coi bạn là “bạn khác giới thân thiết, có thể nói chuyện về sở thích” mà thôi.

Nếu ở giai đoạn này mà bạn cố tình sắp xếp để có cơ hội chỉ có hai người thôi thì nhiều khi lại làm đối phương bất ngờ và cảnh giác.

Nếu đối phương nói “Mình đói rồi” “Mình muốn đi tới chỗ X” thì có thể bạn nên rủ họ hẹn hò riêng, nếu không thì bạn cũng không nên quá tích cực trong việc thiết kế hẹn hò.

Bạn cần kiên trì, có trường hợp mất cả vài năm để khiến họ nhận ra rằng bạn là khác phái, là đối tượng yêu đương và khi họ đã nhận ra được điều này thì coi như bạn đã là người thắng cuộc.

Trong tình yêu cũng như hôn nhân, người ta hay nói là do duyên số, nhưng thực ra thời điểm cũng rất quan trọng. Khi bạn tạo ra được tình huống mà đối phương cảm thấy “khi nhận ra luôn có anh/em bên cạnh” thì nhiều khi nó cũng làm thay đổi cách nhìn của đối phương với bạn. Vì vậy hãy đừng bỏ cuộc mà chiến đấu tới cùng nhé.

Chương 6 Dừng ám thị để đánh thức sức mạnh của tiềm thức

Cách khắc phục “ý chí kém” một cách đơn giản

M

ình sẽ bắt đầu giảm cân từ hôm nay, mình sẽ giảm hẳn 10kg”.

Có người dù vừa hạ quyết tâm giảm cân nhưng chỉ thực hiện được 3 ngày là lại bắt đầu tự thỏa thuận với bản thân khi muốn ăn sô-cô-la như “ăn một tý thì chắc không sao đâu nhỉ”.

Nói chung ý chí của con người là một cái gì đó rất yếu đuối, dù đã ra quyết tâm nhưng để thực hiện đến cùng là vô cùng khó khăn. Đối với những người có ý chí yếu đuối, tôi khuyên hãy thử dùng phương pháp “dừng tư duy”.

Thực tế không có người nào là ý chí yếu đuối hết. Không phải là ý chí yếu đuối mà thực ra ý chí đó bị chính bản thân bạn dập tắt. Ví dụ như vừa hạ quyết tâm giảm 10kg, nhưng sau khi thực hiện một tuần, bạn đứng lên cân và thấy “mới chỉ giảm có 1kg thôi sao” và bắt đầu phủ định những cố gắng của bản thân.

Cách suy nghĩ tiêu cực này là một thứ có đặc tính rất kỳ cục, vì thực ra khi bạn đã suy nghĩ tiêu cực một lần thì nó sẽ khiến bạn có những suy nghĩ tiêu cực sau đó, và cứ thế phủ nhận sự nỗ lực của bạn trong việc giảm cân.

Điều gì sẽ diễn ra tiếp đó. Khi đó từ não sẽ phát ra lệnh để làm sao ngăn chặn lại những suy nghĩ tiêu cực này, bằng cách dừng lại các hoạt động giảm cân. Có như vậy thì bạn chẳng cần phải viện lý do là tại sao bạn không giảm cân được, và cũng không cần phải phủ định bản thân nữa.

Vấn đề ở đây là luôn có những khoảng cách giữa lý tưởng và hiện thực, do đó luôn xuất hiện những suy nghĩ tiêu cực. Vì vậy muốn thực hiện được điều gì ta cần không tư duy để gây ra những suy nghĩ phủ định.

Phương pháp “dừng tư duy” nếu lấy ví dụ trong giảm cân, thì đó là việc không kiểm tra cân nặng của mình giữa chừng. Bạn hãy tập trung vào vận động, chú ý chế độ ăn uống trong 3 tháng liền.

Và chỉ tập trung vào điều này thôi.

Có lẽ cũng có người cho rằng kiểm tra cân nặng giữa chừng, thấy sự giảm cân chính là động lực để phấn đấu tiếp nhưng thực ra đây là một quan điểm sai lầm. Bởi vì khi bạn đo trọng lượng của mình là bạn không những khó khích lệ bản thân mà còn làm mình mất tập trung phân tâm. Có nói gì đi chăng nữa, hãy chỉ chú đến giảm cân thôi, hãy tập trung vào việc bạn đang làm.

Tiếp theo, với mục tiêu dậy sớm, ta nên làm thế nào đây?

Đó là hãy ngủ sớm. Một câu trả lời rất đơn giản phải không. Bạn hãy chú đến đi ngủ sớm, chứ không phải dậy sớm. Khi đó bạn sẽ có thể dậy sớm được một cách tự nhiên.

Người nào càng nghĩ mình “may mắn” thì chắc chắn sẽ gặp nhiều may mắn

Có kiểu người cái gì cũng làm được và còn làm tốt nữa.

Kiểu người này là người có mối quan hệ với mọi người rất tốt, khi gặp khó khăn gì thì ở đâu đó sẽ có người ra giúp đỡ. Khi gặp khó khăn về tiền bạc, thì sẽ có ai đó giúp đỡ về mặt tiền bạc, hay khi gặp khó khăn trong công việc, thì lập tức đâu đó xuất hiện người hợp tác giúp giải quyết rắc rối. Sẽ luôn có ai đó xuất hiện và giúp họ giải quyết khó khăn.

Khi nhìn những người này, nhiều người thường hay nói “người kia đúng là may mắn” “làm gì cũng có quý nhân phù trợ, thật là ngưỡng

mộ quá”.

Đều là con người mà sao lại có sự khác biệt vậy?

Thực ra, người may mắn là người luôn nghĩ mình là người may mắn.

Chỉ cần suy nghĩ mình là người may mắn thôi thì liệu có thực sự gặp may mắn không, đây chẳng phải là một điều khó hiểu sao?

Tuy nhiên đây không hề là một điều kỳ lạ hay khó hiểu gì hết mà nó được giải thích dựa trên tâm lý học.

Khi nghĩ rằng mình luôn gặp may mắn, tức là trong bản thân mỗi người luôn diễn ra quá trình “Tự thuyết phục bản thân ở chiều sâu trong tư duy”.

“Tự thuyết phục bản thân ở chiều sâu trong tư duy” khác với cách suy nghĩ tích cực hay được đề cập tới, nó có một đặc điểm là luôn lặp đi lặp lại quá trình thuyết phục bản thân, dù trong bất kỳ trường hợp nào cũng luôn tự nhủ “Không sao, đâu sẽ có đó. Chỉ cần mình làm là chắc chắn mọi thứ sẽ ổn thôi.”

Những người thuộc loại này sẽ tự nhiên có vẻ mặt, cách nói tích cực hơn và cũng sẽ làm ảnh hưởng tốt tới những người xung quanh.

Và như vậy, vô hình chung bạn đã gây được ấn tượng tốt tới người xung quanh, họ luôn cảm thấy bạn tốt đẹp và theo đó là có một hiện tượng tâm lý sẽ xảy ra. Đó là những người xung quanh bạn sẽ luôn muốn giữ được trạng thái tốt đẹp như hiện tại. Hiện tượng này được gọi là “Hiệu ứng thermostat”, không muốn bạn buồn hay gặp điều gì không tốt nên khi bạn gặp vấn đề gì khó khăn, họ sẽ tự nhiên đưa tay ra giúp bạn.

Và ngược lại, nếu bạn thường xuyên luôn tự khép kín, tiêu cực, hay nói các câu nói theo chiều hướng không hay thì tất nhiên những

người xung quanh sẽ rời xa bạn, họ sợ rằng họ sẽ bị liên lụy hay bị rơi vào trạng thái giống như bạn.

Chính vì vậy những người lúc nào cũng trông có vẻ tiêu cực thì sẽ ít được mọi người xung quanh giúp đỡ chỉ trừ khi bạn là bác sĩ tâm lý mà họ cần đến khám hay bạn là họ hàng thân thích.

Dùng “lời nói” để tác động vào tiềm thức

Thỉnh thoảng có một số người coi nhẹ sức mạnh của “ngôn ngữ/lời nói”. Ở Nhật từ xưa tới nay có từ “lời nguyên” vì họ cho rằng trong mỗi lời nói ra đều có một linh hồn theo trong đó. Còn tôi cảm thấy người hiện đại đương thời chúng ta như có vẻ đang quên đi bớt tầm quan trọng của “lời nói”.

Khi nói đến đây, có người cho rằng “duy tâm quá, mê tín dị đoan thế”. Tuy nhiên đây không phải là gì bịp bợm mà nó được giải thích dựa trên tâm lý học.

Chúng ta hàng ngày đều dùng lời nói để giao tiếp với nhau. Chúng ta nói chuyện với gia đình, bạn bè, đồng nghiệp, khách hàng, đối tác. Chúng ta nói chuyện với rất nhiều người, tuy nhiên bạn cần nhớ rằng người nghe những lời nói của bạn nhiều nhất không ai khác là chính bản thân bạn. Bạn luôn nghe những lời mình nói một cách vô thức.

Bạn hãy chú ý vì tôi dùng tới từ “vô thức”. Bởi thực ra những người bạn nói chuyện mà họ nghe, thì họ luôn nghe câu chuyện một cách có ý thức còn bản thân bạn thì luôn nghe mọi lời mình nói một cách vô thức, dù đó là điều bạn muốn nghe hay không.

Điều đó có nghĩa là những gì bạn nói, bạn nghe nó một cách vô thức nhưng nó sẽ có tác dụng giống như “Thôi miên” vậy.

Nhà thôi miên học Forbes Blair đã dùng phương pháp thôi miên này để chữa việc muốn cai thuốc lá cho một bệnh nhân, nhưng kết quả của nó là không chỉ bệnh nhân mà ngay cả chính bản thân bác sĩ cũng đã trở nên không hút thuốc từ lúc nào không biết.

Nguyên nhân của điều này là trong quá trình chữa cho bệnh nhân thì chính bác sỹ lại là người vô thức nghe những lời mà mình dùng thuật thôi miên nói với bệnh nhân nhất. Từ đó bác sỹ Blair đã tự nghiên cứu ra phương pháp thuật thôi miên bản thân, lúc nào tự mình cũng có thể thôi miên chính bản thân được.

Bạn có thể thấy dễ hiểu hơn nếu lấy ví dụ là một đứa trẻ, khi bố mẹ của chúng dùng những lời nói tục suồng sã hàng ngày, thì đương nhiên chúng cũng sẽ dùng những câu từ tục tĩu như bố mẹ chúng. Và ngược lại, nếu bố mẹ dùng những câu từ chau chuốt có đầu có cuối thì con họ cũng sẽ như vậy. Đây chẳng là một minh chứng rất rõ ràng sao.

Chính vì vậy chúng ta luôn cần ý thức sử dụng những ngôn từ rõ ràng, trong sáng.

Cần dùng những từ mang tính tích cực, khiến người ta trở nên phấn khởi khỏe khoắn, có tính khích lệ tinh thần bản thân và những người xung quanh.

Và tất nhiên chúng ta tuyệt đối không nên dùng những từ ngữ nào mang tính tiêu cực, khiến tâm trạng buồn bã.

Hãy viết ra và cất đi những kỷ niệm buồn

Đã là con người thì sẽ không thể tránh khỏi gặp những điều mình không thích trong suốt quãng đời.

Có những sự kiện mình không hề muốn xảy ra, hay bị phản bội, phải chia tay người mình yêu quý, phải vĩnh biệt người thân, rất nhiều chuyện khiến người ta tưởng chừng bị gục ngã.

Tất nhiên thời gian sẽ là liều thuốc để chữa đi những vết thương này, tuy nhiên có những người cảm thấy những điều này luôn đeo đuổi họ ngay cả khi thời gian trôi đi.

Về mặt lý thuyết, trừ khi bị mất trí nhớ, chứ ta không thể xóa bỏ đi được ký ức của mình. Tuy nhiên ký ức có thể được viết đè lên bởi

một ký ức khác.

Nói như vậy thôi nhưng việc ghi lại ký ức thành một ký ức mới là một điều cũng đi kèm với nguy hiểm, và ở đây tôi sẽ giới thiệu kỹ thuật trong tâm lý, để ghi lại các “kỷ niệm”.

Khi nói về sự khác nhau giữa “ký ức” và “kỷ niệm”, ký ức là hình ảnh thực tế đã xảy ra được não ghi lại một cách chân thật, không chất chứa tình cảm con người. Nó có thể được ví là như các file ảnh vậy.

Còn “kỷ niệm” thì chất chứa cả tình cảm nữa, là tích cực hay tiêu cực thì khi nhớ lại, các tình cảm này cũng sẽ được tái hiện lại.

Vì vậy nếu muốn ghi lại các kỷ niệm thành một kỷ niệm khác cần phải hiểu rõ điều này.

Nói một cách khác, nếu muốn ghi lại một kỷ niệm không vui thì ta chỉ cần ghi lại “tình cảm” đi kèm kỷ niệm ấy.

Vì con người không thể thay đổi những ký ức hình ảnh đã được lưu giữ trong đầu, nhưng tình cảm thì có thể thay đổi một cách dễ dàng hơn. Đầu tiên bạn hãy nhớ lại kỷ niệm không vui đó ra.

Như vậy chắc chắn những tình cảm không vui của bạn cũng sẽ được gọi lại cùng. Khi tình cảm này tràn về thì bạn hãy ngay lập tức nhớ đến một chuyện nào đó khác thật vui, khiến tâm trạng bạn trở nên vui vẻ, tích cực hơn.

Bạn cứ làm như vậy khoảng mười lần thì những tình cảm tiêu cực đi cùng với kỷ niệm không vui sẽ dần bị nhạt phai. Khi những tình cảm tiêu cực bị mờ dần, thì dù bạn có nhớ ra những ký ức ấy đi nữa thì bạn cũng sẽ không còn cảm thấy khó chịu nữa và thậm chí lâu dần cũng sẽ chẳng còn nghĩ về những kỷ niệm không vui ấy.

Tất nhiên tùy vào từng trường hợp, có trường hợp có làm phương pháp trên cả 10 lần cũng không hết nên để thực sự hiệu quả, bạn cần kiên trì lặp đi lặp lại. Bạn hãy thử xem nhé.

Cai thuốc lá bằng ý chí

Đây là một phần khá quan trọng dành cho người muốn từ bỏ một thói quen gì nhưng lại không thể thành công được. Tôi lấy ví dụ là muốn cai thuốc lá để giải thích cho dễ hiểu.

Gần đây việc đi khám bác sỹ để cai thuốc lá cũng không phải hiếm lắm. Người ta dùng thuốc tây để cai thuốc lá.

Tôi muốn nói trước với các bạn rằng, đột nhiên nói “cai thuốc đi” thì việc cai thuốc không phải là việc làm được ngay một sớm một chiều. Nếu càng chịu nhịn hút thuốc thì chất nicotine sẽ bị thiếu, sẽ khiến người ta trở nên không tự kiểm chế bản thân mà trở nên dễ cáu gắt khó chịu.

Vậy thì cần làm thế nào mà không cần dùng thuốc hay một ý chí thép để có thể cai được thuốc lá.

Kỹ thuật “Affirmation” sẽ là điều mang lại hiệu quả nhất.

Không có gì khó cả. Affirmation là việc tự kỷ với bản thân mình. Đầu tiên là đọc lời này mỗi khi có thời gian vào buổi sáng và tối.

Còn bạn muốn hút thuốc lúc nào cũng được, và không cần thiết phải ngừng lại việc hút thuốc lá ngay.

Còn nội dung thì bạn hãy tự nghĩ và viết ra. “Tôi là một kẻ ngu xuẩn. Ngu xuẩn vì đã cho rằng hút thuốc có thể làm người ta thoát khỏi sự hồi hộp căng thẳng. Tôi ngu xuẩn vì đã viện cho mình một lý do chính đáng để hút thuốc, thứ còn có tính nghiện cao hơn cả thuốc phiện. Tôi ngu xuẩn vì đã giả vờ như không biết sự độc hại của thuốc cũng như việc mình đã bỏ tiền ra mua thuốc, hút thuốc cũng như là đã đưa chất độc vào cơ thể mặc dù tôi hiểu rất rõ về điều này. Kẻ ngốc nghếch hút thuốc như tôi thật đáng thương. Tôi cũng giả vờ như không biết rằng người khác đang nhìn mình và thầm nghĩ “bị nghiện hả, đáng thương quá” mặc dù tự bản thân hiểu rất rõ về điều này. Và nếu cứ như thế này thì có lẽ tôi sẽ không thể làm

người lớn được. Vì nếu là người lớn đã thực sự trưởng thành thì họ sẽ không hút thuốc lá. Tôi thực sự là một kẻ ngu xuẩn.”

Bạn hãy đọc những lời này mỗi khi mình hút thuốc hay lặp đi lặp lại vào mỗi sáng tối hàng ngày. Chắc chắn đến một ngày nào đó bạn sẽ nhận ra mình thực sự ngu xuẩn và ngừng lại việc hút thuốc.

Đây thực ra là một phần của phép thôi miên, cũng giống như người muốn cai thuốc tự thực hiện thôi miên bản thân mình vậy. Người nào mà dễ bị ám thị thì phương pháp này dễ có hiệu quả cao.

Những điều cần chú ý để tăng sự tự tin cho bản thân

“Giá mà mình có thêm chút tự tin nữa nhỉ” thỉnh thoảng có người vừa buông thõng vai vừa lẩm bẩm những lời than như vậy. Nhưng nếu tất cả mọi người ai cũng đầy tự tin thì như vậy nhiều khi lại nảy sinh ra vấn đề xã hội khác. Tuy nhiên dù gì đi nữa, tự tin là thứ nếu ta có thì vẫn tốt hơn là không có.

Vậy thì người mà tràn đầy tự tin là người như thế nào?

Ta có thể dễ hiểu hơn nếu lấy ví dụ trong thể thao, trong đám bốc một người là quán quân thế giới và một người mới chỉ bắt đầu vào nghề 3 tháng thì ai sẽ là người có tự tin hơn?

Có lẽ không cần giải thích thì ai cũng hiểu.

Điều đó có nghĩa là tự tin sẽ tỷ lệ thuận với sự từng trải. Nếu bạn càng từng trải trong lĩnh vực nào, thì bạn sẽ càng tự tin trong lĩnh vực đó.

Và người ta có thể thấy được ngay là “Thế thì để có được tự tin, người ta sẽ phải có một khoảng thời gian dài để tích lũy...”. Tuy nhiên có một nguyên tắc mà khi người ta chú ý đến, có thể giúp ta mau chóng có được sự tự tin.

Việc chúng ta cảm thấy tiu nghỉu khi làm không được điều gì đó với việc ta tự nhủ “cố lên” khi bắt đầu mỗi công việc, có một sự khác

nhau rất lớn. Đó chính là sự khác nhau trong tư thế cơ thể.

Khi con người cảm thấy tui nghỉu buồn chán, vai họ thường buông thõng xuống, lưng thì thường cong lại, đầu thì cúi xuống, cơ thể như thu nhỏ lại. Còn ngược lại, khi vui vẻ bắt đầu làm gì, ta thường mở rộng hai tay và ngực, mặt ngẩng lên, giọng cũng phát ra mạnh mẽ một cách tự nhiên. Cứ như vậy, tư thế của cơ thể thay đổi theo cảm xúc. Khi bạn đang buồn rầu thì bạn có thể giữ cho tư thế được ngay ngắn thẳng thắn được không? Chắc hẳn không rồi. Còn nếu luôn giữ cho tư thế ngay ngắn thì ta sẽ có cảm xúc thế nào nhỉ? Có vẻ có cái gì đó bắt đầu vui vẻ đây. Nếu như ta muốn mình có cảm xúc thế nào thì hãy tạo cho mình tư thế trước, thì tự nhiên cảm xúc cũng sẽ được điều khiển theo một cách tự nhiên.

Điều này có nghĩa là, nếu bạn muốn trở nên tự tin, thì hãy điều khiển các bộ phận cơ thể để sao cho nó có tư thế của một người tự tin. Tư thế của người tự tin chính là căng ngực lên, vai thả lỏng, đứng thẳng, mặt nhìn về phía trước, hành động từ từ, giọng rõ ràng rành mạch. Nếu bạn giữ được thói quen lúc nào cũng có tư thế như trên thì những người xung quanh cũng sẽ nghĩ rằng “người kia có vẻ đầy tự tin”, và đến lúc nào đó bạn sẽ thực sự có tự tin. Điều quan trọng là cần tập giữ tư thế trên như một thói quen và luôn thực hiện nó. Tôi chắc hẳn bạn sẽ bị bất ngờ trước hiệu quả của nó.

Không xem ti vi nếu bạn muốn trở thành người luôn suy nghĩ tích cực

“Thế giới này sắp kết thúc rồi, chiến tranh bắt đầu. Sẽ có điều không lường được xảy ra...”

“Gần đây hay có động đất xảy ra. Không biết lúc nào nó đến nữa nên buổi tối không ngủ được ngon giấc...”

Có những người luôn luôn mang những lo lắng hàng ngày mà sống qua ngày. Tất nhiên bản năng của con người là dự đoán những nguy hiểm, cầu an bình, tuy nhiên có những người lại hơi thái quá trong chuyện này.

Điều này được gọi là “cái vòng bất an luẩn quẩn”, giống như tâm lý của người nhìn các tin qua các kênh truyền thông và vui buồn theo đó.

Nếu gần đây tin tức về các vụ rơi máy bay hơi nhiều một chút, là họ tránh việc đi máy bay hơn mức bình thường, hay nếu thấy bản tin hay đưa về các vụ sát hại vô tội vạ, thì khi đi đường lại luôn có cảm giác ai cũng có thể trở thành hung thủ. Lúc nào họ cũng cảm thấy bất an.

Nếu bạn là người như vậy thì cần thay đổi trước khi để nó trở nên quá muộn. Vì nếu cứ để tự nhiên không chữa trị, thì suy nghĩ của bạn sẽ dần trở nên tiêu cực, sẽ ảnh hưởng rất lớn đến cuộc sống của bạn.

Vậy cần chú ý điều gì?

Đó là không xem những kênh tin tức không cần thiết. Vì con người thường chú ý đến những tin xấu hơn là những tin vui, giống như người ta vẫn nói “điều bất hạnh của người khác sẽ có hương vị ngon như mật ong”. Tất nhiên các kênh thông tin khi người khán giả không xem thì họ sẽ không thể thu được phí quảng cáo, nên họ sẽ đưa ra các tin khiến người ta muốn xem. Chính vì vậy, ngày nào cũng như ngày nào, các tin tai nạn bất hạnh đều được đưa lên.

Đây là một điều kín trong con người, thực ra khi nhìn thấy sự bất hạnh của người khác, người ta sẽ cảm thấy yên tâm về hiện tại của bản thân. Đây là một đặc tính của con người, nếu không có chuyện gì trọng đại xảy ra có lẽ đặc tính này sẽ không thay đổi.

Điều này cũng có nghĩa là nếu gần đây ta cảm thấy nhiều có vụ tai nạn, đây cũng chỉ là ảo tưởng mà thôi. Vì mọi chuyện vẫn cứ xảy ra hàng ngày theo quy luật tự nhiên. Nhưng có điều nó có được truyền tải hết lên các trang tin tức hay không. Việc không xem tin tức sẽ làm cho người ta giảm sự lo lắng, không rơi vào cái vòng bất an luẩn quẩn nữa. Thực tế tôi cũng đã thử không xem tin tức, thì ngày nào cũng vậy, trừ khi xảy ra chiến tranh, còn không nó vẫn luôn trôi đi trong hòa bình.

Nếu bạn luôn cảm thấy bất an, chỉ cần bạn không đưa vào mình những tin tức dư thừa, thì chắc chắn vòng tư duy luẩn quẩn tiêu cực sẽ dừng lại. Bạn hãy thử áp dụng xem nhé.

Dùng hiệu ứng “Placebo” để làm xóa tan sự căng thẳng hồi hộp

Có rất nhiều lúc ta phải đứng trước đông người như phải phát biểu, bán hàng... Nếu những lúc như thế này mà căng thẳng hồi hộp quá, có thể dẫn đến thất bại. Vậy thì nguồn gốc của sự căng thẳng và hồi hộp là ở đâu?

Những lúc ta cảm thấy căng thẳng là những lúc ta đang phải diễn một vị trí mà nó vượt trên bản thân ta.

Nếu hình dung thế này thì dễ hiểu hơn, cùng là phát biểu nhưng nếu là phát biểu trước gia đình hay bạn bè người thân thì không run, nhưng nếu đứng trước đối tác thì chắc hẳn sẽ lo lắng phải không? Dù nội dung có như nhau nhưng chắc chắn có sự khác nhau.

Những người dẫn chương trình trên truyền hình, dù đó có là truyền hình trực tiếp thì họ cũng không hề run hay căng thẳng gì. Họ có thể hướng thẳng về phía camera mà truyền tải các nội dung được viết trong tài liệu tới khán giả. Trong những tình huống này họ có thể căng thẳng nhưng mà ta lại không hề cảm nhận thấy điều này. Bí quyết của điều này là gì vậy?

Thực ra không có người nào là không lo lắng, căng thẳng cả.

Những người dẫn chương trình thực ra họ cũng có căng thẳng, nhưng họ không để người khác thấy thôi. Vì họ là chuyên gia rồi, đây là điều khác biệt với những người không chuyên.

Vậy thì nếu chúng ta không là chuyên gia, thì ta sẽ không có cách nào để làm mất đi sự căng thẳng sao?

Có kỹ thuật tâm lý làm xóa bỏ đi sự lo lắng căng thẳng. Hết sức đơn giản.

Nếu bạn cảm thấy căng thẳng, hãy hít thở thật sâu, cho ngón tay cái vào lòng bàn tay và dùng 4 ngón tay còn lại nắm thật chặt, và thở ra thật nhẹ nhàng. Bạn hãy làm điều này vài lần là sẽ hết thấy căng thẳng hồi hộp. Bạn hãy thử một lần là sẽ thấy được hiệu quả ngay. Hãy thử sử dụng nó nhé.

Có lẽ có người muốn biết tại sao làm như vậy lại khiến sự căng thẳng hồi hộp tan biến. Thực ra việc dùng 4 ngón tay nắm chặt lấy ngón tay cái hay việc thở ra nhẹ nhàng không hề liên quan gì tới việc ta bị căng thẳng hết. Tuy nhiên việc thực hiện nó sẽ khiến hiệu ứng “Placebo” phát huy công dụng, làm tan biến căng thẳng. Còn làm đi làm lại vài lần thì có ý nghĩa của nó, nó giúp cho hiệu ứng placebo có thể phát huy, như là một tín hiệu của sự chỉ huy các bộ phận của cơ thể. Tuyển thủ Ichiro luôn có một dáng người khi đứng vào vị trí đánh bóng cũng là vì lý do với dáng đứng như vậy sẽ giúp anh ta có thể làm bớt đi sự căng thẳng trước khi chơi bóng.

Placebo có nghĩa là tự kỷ ám thị. Ngay cả khi bạn cho rằng đây là hiệu quả do mình tự tưởng tượng ra thì nó vẫn có hiệu quả. Vì vậy đừng có chế nhạo “Chỉ đơn thuần là tự kỷ ám thị thôi mà!” mà hãy cứ luyện tập thật nhiều lần, chắc chắn đến một lúc nào đó bạn sẽ ngạc nhiên trước tác dụng của nó.

Cách nhìn holistic của “những người cái gì cũng làm được”

“Cách nhìn holistic” có nghĩa là bao quát, tổng thể. Khi có được cách nhìn như vậy, ta sẽ luôn có thêm được những phát hiện mới trong mọi việc.

Cách nhìn khách quan là cách nhìn sự vật sự việc một cách đã có hạn chế, còn cách nhìn toàn diện thì hoàn toàn không có bất cứ một sự giới hạn nào.

Vì không có giới hạn nên nó giúp đưa ta đến một thế giới hoàn toàn mới.

Các nhà phát minh nổi tiếng thế giới đều là những người hầu hết có cách nhìn này, và nếu bạn cũng muốn mở rộng cách nhìn nhận đánh giá sự việc sự vật của mình, thì bạn cũng cần có cách nhìn toàn diện.

Vậy cách nhìn toàn diện là như thế nào?

Giả sử người bạn yêu quý bị ngã trước mắt bạn. Bạn chạy đến và nhìn thấy trong lòng bàn tay của họ toàn là máu chảy ra. Khi nhìn thấy vậy bạn cũng cảm giác như mình bị đau (tất nhiên không phải là vết thương về thể xác mà là về tinh thần), và cũng có nghĩa là không có biên giới giữa bạn và người kia, hai bạn cùng chia sẻ về vết thương này, đây chính là bạn đang có một cách nhìn holistic rồi.

Điều này không chỉ giới hạn riêng giữa người và người. Ví dụ, lúc chiếc đĩa yêu quý của bạn bị ai đó lỡ đánh rơi. Dù chỉ là đồ vật thôi nhưng có lẽ bạn sẽ vớt bỏ tất cả để lăn xả vào chụp lấy cái đĩa sao cho nó không bị rơi xuống. Lúc này giữa bạn và cái đĩa không còn biên giới nào nữa.

Việc có được cách nhìn như vậy sẽ giúp ta có thể điều khiển được suy nghĩ của mình.

Ví dụ chúng ta đề ra mục tiêu và đang trên đường hướng tới mục tiêu của mình.

Những rủi ro luôn luôn tồn tại và chắc chắn nó sẽ ập tới. Nếu ta có cách nhìn holistic, ta sẽ có thể dự đoán ra được những gì xảy ra sau khi gặp rắc rối, hình dung được điều gì sẽ đến sau khi ta giải quyết vấn đề.

Như vậy bạn sẽ có thể luôn giữ được phong độ cho mình, giải quyết các vấn đề xảy ra, sẽ được mọi người xung quanh đánh giá là “người cái gì cũng làm được”, xử lý mọi việc một cách cẩn thận.

Hãy thay đổi quan điểm, hãy tháo bỏ các hàng rào mà mình tự dựng lên.

Chỉ cần chú ý đến điểm này, chắc hẳn các bạn sẽ có một cuộc sống hoàn toàn khác.

Cách điều khiển đối phương chỉ bằng “hình thức bên ngoài”

Giả sử bạn không biết những kỹ thuật có thể đọc được tư duy của người khác, nhưng nếu chỉ cần bạn thay đổi một chút hình thức bên ngoài thì bạn lại có thể điều khiển được đối phương theo như ý muốn của mình.

Không cần bất cứ một kỹ thuật hay điều gì cao siêu nhưng bạn có thể thực hiện được ngay một cách đơn giản.

Bạn có thể điều chỉnh được màu của những đồ vật bạn dùng kèm với trang phục.

Nếu là đàn ông, thì đó là chiếc cà vạt, còn nếu là đàn bà thì có thể đó là chiếc khăn quàng cổ.

Điều chú ý là không phải biến màu quần áo mặc là màu được chú ý mà nó đơn thuần chỉ là “một điểm nhấn” mà thôi. Điểm nhấn này có thể được chú ý một cách vô thức nên ta hãy lợi dụng điều này. Vậy thì ta nên chọn màu gì cho điểm nhấn này đây.

Đầu tiên, nếu là trong kinh doanh, hãy dùng màu đỏ để khiến đối phương có thể dễ dàng bị bạn thuyết phục.

Với những buổi diễn thuyết của tổng thống Mỹ hay vận động tranh cử, ta thường thấy cà vạt màu đỏ luôn được sử dụng, đây là một minh chứng rất rõ ràng.

Nếu bạn muốn để lại ấn tượng đầu tiên tốt, hãy dùng màu xanh vì nó thể hiện sự hòa hợp và an lành.

Trong các diễn thuyết, sẽ thất bại nếu sử dụng màu xanh da trời.

Bởi vì màu xanh da trời là biểu tượng của sự trầm tĩnh và ức chế, không có tác dụng vận động người nghe.

Ở trên là ví dụ trong kinh doanh, và trong yêu đương cũng như vậy.

Ví dụ nếu bạn muốn cầu hôn, hãy sử dụng màu đỏ.

Muốn làm lành sau khi cãi nhau hãy dùng màu xanh da trời.

Muốn đi chơi vui vẻ hãy sử dụng màu xanh lá cây.

Hãy thay đổi màu cho phù hợp với từng trường hợp nhé.

Lời kết

N

ếu bạn thấy đối phương giống như một con rắn, thì thực ra bạn chính là rắn

Tôi xin chân thành cảm ơn các độc giả đã đọc tới tận cuối sách.

Với những kỹ thuật tâm lý, đặc biệt là Mind reading (cách đọc được suy nghĩ, hành động của người khác) khiến nhiều người khi nghe thấy thôi đã trở nên cảnh giác rồi.

Bạn nghĩ tại sao lại thế?

Lý do rất đơn giản. Bởi vì họ không biết được nguồn gốc hay bản chất của các kỹ thuật đó mà thôi. Họ chỉ nghĩ đó là những cách “rửa não” “mind control” chứ không hề nhận ra được đó còn là một phương pháp giao tiếp rất hữu hiệu. Và chúng ta thường cảm thấy sợ đối với những gì mình không biết rõ. Đây là tâm lý chung của con người mà có lẽ sẽ không thay đổi từ đông tây kim cổ. Tuy nhiên nếu biết được bản chất của các kỹ thuật là gì, biết được cách điều khiển người khác là như thế nào thì sẽ không coi đó là một cái gì không tốt mờ ám, mà sẽ nhận ra đây chính là điều thực sự đem lại “hòa bình” trong giao tiếp giữa người với người.

Chính cách giao tiếp hiệu quả này giúp chúng ta có thể làm cho đối phương thoải mái mở rộng cánh cửa trái tim, và cùng nhau tiến bước.

Tuy nhiên khi biết điều khiển người khác là một cái gì không khó, và những kẻ lừa đảo thì nắm được những điều này, nên những kỹ thuật này dễ bị lạm dụng vào mục đích xấu.

Nó cũng giống như một con dao hai lưỡi, tùy vào cách sử dụng, mà nó có thể khiến người ta hướng tới những điều tốt đẹp hơn, nhưng

cũng có thể lừa bịp người ta.

Tôi có thích một truyện tranh mang tên “Kaiji”.

Một người có rất nhiều kinh nghiệm trong các cuộc chiến tâm lý như tôi nhưng vẫn phải cảm thấy ngạc nhiên lẫn thích thú trước rất nhiều tình huống được đưa ra, ngay cả có những tình huống nghĩ rằng không bao giờ có thật. Trong tác phẩm ấy, có cảnh nhân vật chính tên Kaiji đã nói với địch rằng “Nếu người nhìn thấy ta như một con rắn, thì bởi vì người chính là rắn đấy”.

Với những kỹ thuật được đề cập trong cuốn sách này, nếu bạn có những ý nghĩ như “Có thể dùng để lừa tên kia” “Có thể dùng để dụ người con gái kia” như là những cách nghĩ xấu thì điều này có nghĩa rằng có khả năng bạn sẽ lợi dụng nó theo chiều xấu. Ngược lại nếu nghĩ “Có thể dùng để khiến người kia trở nên thế này” “Có thể dùng để khiến người kia vui” thì chắc chắn bạn có thể dùng những kỹ thuật này để làm cho nhiều người trở nên vui vẻ hạnh phúc. Kết cục là do “bụng dạ” của người sử dụng các kỹ thuật này mà thôi.

Tôi mong rằng các bạn có thể dùng những kỹ thuật này để giúp đưa nhiều người đến những điều tốt đẹp hơn. Bởi vì tôi chắc chắn rằng đây chính là phương pháp mind control đích thực.

Và cuối cùng, để xuất bản được cuốn sách này, tôi đã nhận được rất nhiều sự giúp đỡ hỗ trợ của rất nhiều người. Nếu không gặp được nhà xuất bản Iwaya Yosuke thì có lẽ cũng không có lý do gì để tôi viết nên cuốn sách này. Tôi xin cảm ơn sự hợp tác hỗ trợ của ngài Shirato Shirou, ngài Kishi Seiryuu, Ủy viên quản trị Hiệp hội Japan Mindreading Association, ảo thuật gia Live. Xin cảm ơn các giáo viên của hiệp hội như bà Furuta Tomoko, Kawamura Yuri, Ookubo Masashi, Toozuka Shingo, Shimogaki Naoya, Ooshima Ippei đã góp ý về các kỹ thuật Mindreading. Xin cảm ơn ban biên tập SB Creative với người phụ trách Yoshio Taichi, Sakaguchi Souichi. Và cuối cùng tôi xin chân thành cảm ơn vợ tôi - Mina, đã giúp tôi chăm sóc gia đình và con cái để tôi có thể dồn tâm sức vào việc hoàn thành cuốn sách này.

Sẽ không có gì tuyệt vời hơn với tôi nếu như cuốn sách này có thể là một lý do gì đấy để bạn thay đổi một phần nào bản thân, mang lại một cuộc sống tươi đẹp hơn.

ROMEO RODRIGUEZ Jr