



# Книга Как заставить людей поверить вам за 90 секунд

Николас Бутмен  
Workman Publishing, 2002  
Также есть на следующих языках: Английский

## Рецензия BooksInShort

Есть люди, которым удастся быть в центре внимания в любой обстановке и которые умеют найти подход к каждому. А других предстоящий разговор с незнакомым человеком и необходимость произвести на него хорошее впечатление не на шутку пугают. Однако от тревоги и неловкости можно избавиться. Автор книги Николас Бутмен утверждает, что любая встреча и любое знакомство открывают интересные возможности. Уметь извлекать из них максимальную выгоду нужно как в бизнесе, так и в частной жизни. Книга научит вас навыкам, необходимым для установления контакта с новыми людьми, — от привычки смотреть в глаза собеседнику до умения дружелюбно улыбаться и крепко жать руку. Кроме того, она рассказывает о значении внешнего вида, правилах ведения беседы и о том, как реагировать на слова собеседника. Хотя многое из того, о чем пишет автор, общеизвестно, *BooksInShort* рекомендует эту занимательную, написанную простым доступным языком книгу всем, кто хочет научиться производить благоприятное впечатление.

## Основные идеи

- Производить благоприятное впечатление можно научиться.
- Первое впечатление имеет большее значение для успеха, чем социальная принадлежность, образование и рекомендации.
- Будет ли это впечатление положительным, зависит от вашей внешности, мимики, жестов, позы и голоса.
- Первым делом люди обращают внимание на ваш настрой — радость, гнев, дружеское расположение или холодность.
- Большинство людей получают информацию не только при помощи слов, но и при помощи зрения, слуха или осязания.
- Общаться с партнерами и сотрудниками вам поможет следующее правило: сформулируйте, что вы хотите получить — выясните, что вы получаете в действительности — изменяйте свои действия, пока не получите то, чего хотите.
- Важна любая реакция — и положительная, и отрицательная.
- Четыре типа личности — “мечтатели”, “аналитики”, “агитаторы” и “контролеры” — по-разному проявляют себя в общении.
- Создайте воображаемый “рекламный ролик” о себе и своей “миссии”.
- Общение, установление деловых контактов и светская беседа — навыки, которые можно освоить.

## Краткое содержание

### Заповеди Малдуна

Свою карьеру автор начал с работы персональным ассистентом Фрэнсиса Малдуна, возглавлявшего отдел рекламы в британском журнале Woman. Фрэнсис славился изобретательностью и умением добиваться своего. Неписанные “заповеди Малдуна” — это набор принципов, помогающих выстраивать отношения с людьми. Один из них состоит в том, что “первое впечатление определяет успех в большей степени, чем социальная принадлежность, рекомендации, образование и та сумма, которую вы заплатили за бизнес-ланч”. Основных правил общения, согласно Фрэнсису Малдуну, три:

1. “Смотрите людям в глаза и улыбайтесь”. Нельзя недооценивать, насколько важно удерживать зрительный контакт с собеседником. Взгляд успевает сообщить очень многое еще до того, как вы произнесли первое слово. В зависимости от выражения ваших глаз собеседник делает самые разнообразные выводы — о том, доверяете ли вы ему или настроены враждебно, уверены ли вы в себе и своем успехе, и о многом

- другом. Помните, что улыбка откроет перед вами тысячи дверей, показав окружающим, что вы не представляете для них угрозы и готовы к общению.
2. **“Приспосабливайтесь – будьте хамелеоном”**. Нас обычно привлекают те, кто ведет себя так же, как мы, и имеет сходный образ мыслей. Это создает ощущение комфорта. Люди инстинктивно копируют поведение друг друга. “Быть хамелеоном” – значит привести свое поведение и эмоциональное состояние в соответствие с поведением собеседника и таким образом установить с ним контакт.
  3. **“Завладейте воображением, и вы завоюете сердца”**. Не говорите другим, что им следует думать или чувствовать. Лучше обратитесь к их воображению при помощи образов и слов, передающих ощущения, – тем самым вы вызовете нужную эмоциональную реакцию.

## Убеждение и общение

По словам Малдуна, “принуждение – это когда вы заставляете людей сделать то, что вам нужно, а убеждение – это когда в результате ваших усилий они сами захотят сделать то, что вам нужно”. Чтобы кого-то в чем-то убедить, необходимо сначала установить доверительные отношения, затем представить логические доводы, а потом воздействовать на чувства собеседника. В продажах этот прием состоит в том, что продавец устанавливает связь между потребностями, мечтами и желаниями покупателя и своим товаром.

“В первые минуты знакомства вы устанавливаете контакт на уровне инстинктов – уровне безусловных реакций”.

Как узнать, удастся ли вам донести свою мысль до людей? Сначала проанализируйте, соответствует ли их реакция той, которую вы ожидали. Например, если вы попросили своих сотрудников выполнить работу к определенному сроку, а они не успели ничего сделать, то нужно признать, что эффективной коммуникации не состоялось. Однако не стоит отчаиваться, получив результат, далекий от идеала. Лучше отнеситесь к такой ситуации, как к возможности оценить свои коммуникативные навыки. “Любое поведение информативно”, поэтому, если вас постигла неудача, обдумайте свою стратегию общения, измените ее и попробуйте снова. Помните о трех основных этапах эффективного общения:

1. Сформулируйте, что вы хотите получить в результате.
2. Выясните, что вы получаете в действительности.
3. Изменяйте свои действия, пока не получите то, что нужно.

“Научиться успешно общаться, устанавливать контакты и поддерживать светскую беседу можно подобно тому, как вы учите роль в пьесе”. “Научиться успешно общаться, устанавливать контакты и поддерживать светскую беседу можно подобно тому, как вы учите роль в пьесе”.

Благодаря этим правилам можно даже выработать свой собственный, уникальный стиль общения. Начните с ответа на вопрос: “Что я хочу сказать своей манерой одеваться?” Идеальный деловой стиль создает впечатление влияния и одновременно открытости для общения. Поэкспериментируйте с разными образами, пока не найдете тот, который подходит для ваших целей лучше всего. Возможно, имеет смысл обратиться за помощью к консультанту по выбору и покупке одежды или к личному стилисту.

## Суждение за секунды

Мы составляем мнение о новых знакомых за долю секунды. Решение о том, стоит ли доверять незнакомцу, мы принимаем быстрее, чем щелкаем пальцами. Можно с пользой применять знание о том, что люди мгновенно оценивают собеседника, полагаясь на внешние факторы. Научившись умело контролировать невербальные составляющие коммуникации, вы сможете произвести на собеседника хорошее впечатление и положить начало прочным отношениям, которые лежат в основе делового успеха.

“Адаптируясь к ситуации, мы можем добиться успеха”.

Ваши выражение лица, жесты, поза, манера общения и тембр голоса должны излучать здоровье, оптимизм и энергию. Прежде чем подойти к кому-то, чтобы познакомиться, скажите себе мысленно что-нибудь жизнеутверждающее, – это сделает вашу улыбку искренней. Например, несколько раз повторите слово “Отлично!” В самом начале беседы поставьте себе задачу выяснить, какого цвета глаза у вашего собеседника, – так вы сможете встретиться с ним взглядом. Чтобы заслужить доверие собеседника и сделать общение с вами приятным и комфортным для него, встаньте так, чтобы та часть вашего тела, где расположено сердце, оказалась напротив сердца собеседника, но не вторгайтесь в его личное пространство. Научитесь копировать эмоциональный настрой, позу и интонации собеседника.

## Проявите эмоции

Первое, что люди замечают, – это ваш настрой, будь то радость, раздражение, дружеское расположение или холодное высокомерие. Для того, чтобы передать определенные эмоции, можно пользоваться невербальными сигналами. Проведите следующий эксперимент: выключите звук у телепередачи, которую ведет известный комик, и продолжайте смотреть на экран. Скорее всего, вы будете улыбаться, даже не слыша, что он говорит. Это происходит потому, что жесты, позы и мимика ведущего вызывают смех.

“В деловом мире эффективность общения оценивается по его результатам”.

Общение происходит не только с помощью слов, но и с помощью позы. “Открытая” поза показывает, что вы готовы к общению, а “закрытая” – что вы настроены не очень дружелюбно. Постарайтесь добиться согласованности между тремя “В”: визуальным, вокальным и вербальным компонентами коммуникации. Пусть ваши жесты и поза говорят то же, что и слова, которые вы произносите. Если эти три “В” будут противоречить друг другу, вы сойдете с собеседника с толку.

“Мы можем вполне осознанно выбрать свой настрой”.

Важный элемент общения – ответная реакция, которая дает собеседнику понять, что вы его слушаете и обдумываете его слова. Наклонитесь вперед, кивайте головой, улыбайтесь, смейтесь, жестикулируйте. Такая ответная реакция делает беседу более содержательной и эмоциональной.

## На языке мозга

Основа языка человеческого мозга – это “зрительные образы, звуки и ощущения”. Обозначающие эти явления слова появляются уже потом. Мозг не способен обрабатывать информацию со знаком “минус”. Сможете ли вы вообразить себя *не делающим* чего-то, например, “не дергающим за хвост собаку”? Вам удастся в лучшем случае представить, как вы делаете что-то другое, скажем, гладите собаку или просто стоите с ней рядом. Это происходит потому, что наш мозг способен обрабатывать только положительные утверждения. Зная это, не используйте отрицательные конструкции в разговоре.

“Суть мгновенного установления доверительных отношений сводится к тому, чтобы найти общие интересы”.

Большинство людей в своих суждениях о мире опираются на информацию, полученную преимущественно при помощи органов чувств – зрения, слуха или осязания. “Визуалы” в первую очередь хотят знать, как предметы выглядят. Обычно они хорошо одеваются, сохраняют во время разговора прямую осанку и ненавидят беспорядок. “Аудиалы” любят звучание слов и голоса. Они чувствительны к шуму, их речь ритмична. Иногда, слушая кого-то, они наклоняют голову набок. “Кинестетики” познают мир через прикосновения. Они предпочитают удобную одежду из тканей с выраженной текстурой.

## Разберитесь в типах личности

Существует четыре типа личности:

1. **“Мечтатели”**. Мечтатели генерируют новые идеи: это творческие люди, которые умеют придумывать нестандартные решения. Эффективнее всего они работают, когда у них есть необходимое пространство и свобода для изобретений и новаторства.
2. **“Аналитики”**. Такие люди склонны проверять, хорошо ли работает новая идея. Они обращают внимание на детали и отличаются методичностью.
3. **“Агитаторы”**. Агитаторы умеют общаться и разъяснять, чем именно хороша новая идея.
4. **“Контролеры”**. Такие люди прорабатывают новую идею до самого конца. Они ценят результаты и серьезно относятся к работе.

“Вопросы, в особенности открытые, помогают поддерживать беседу”.

У каждого из этих типов личности есть свои сильные и слабые стороны. Например, “мечтатель”, у которого нет четкого плана, бывает нерешительным и может казаться рассеянным и отстраненным. “Аналитики” имеют склонность к чрезмерной критике. “Агитаторы” часто отличаются излишней напористостью и не дают собеседнику сказать ни слова. “Контролеры” иногда создают культ из своей точки зрения и не принимают во внимание слова и действия других людей.

## Рекламный ролик о самом себе

Описание миссии у многих компаний чересчур расплывчато, трудно для запоминания и никого не воодушевляет. Однако руководитель, который понимает, насколько важна четкая формулировка миссии, инициирует создание более короткого варианта – слогана, который раскрывает суть деятельности компании и сообщает, к чему она стремится. Такой слоган делает цели компании более яркими и значительными, выражает в нескольких словах сущность компании и вдохновляет ее сотрудников на работу. Вот примеры удачного слогана компании: “Мы даем простым людям шанс купить то же, что покупают богатые” розничной сети Wal-Mart; “Мы делаем мир бодрее” компании Coca-Cola.

“Самый экономичный и эффективный способ установить контакт – взглянуть в глаза собеседнику”.

Придумайте свой собственный слоган, который хорошо опишет то, что вы делаете на работе. Вы ведь не просто зарабатываете на жизнь – зачем в действительности вы каждый день чем-то занимаетесь? Когда вы осознаете, в чем состоит ваша основная цель, сочините десятисекундный “рекламный ролик”, в котором объясните воображаемой аудитории, в чем заключается ваша деятельность. Следует упомянуть три вещи: что вы делаете, для кого вы это делаете и как это позволяет сделать жизнь этих людей лучше.

## Общение ведет к успеху

Общение и установление деловых контактов – навыки, которым можно научиться. Если от самой мысли о том, чтобы войти в комнату, полную незнакомых людей, у вас пересыхает во рту и сердце начинает биться быстрее, – не беда. Дружеское и теплое общение – это простой процесс из пяти составляющих:

1. **Открытость**. Ведите себя дружелюбно и открыто.
2. **Глаза**. Смотрите в глаза человеку, с которым знакомитесь.
3. **Улыбка**. Улыбайтесь – покажите, что вы уверены в себе и честны.
4. **Речь**. Представьтесь и запомните имя собеседника.
5. **Синхронизация**. Копируйте невербальное поведение собеседника.

“Когда вы пожимаете кому-то руку, этот человек сразу же составляет представление о вашем характере и о том, насколько вы уверены в себе”.

Не стоит забывать о важности рукопожатия. Рукопожатие многое говорит о вашем характере, поэтому оно должно быть “крепким, быстрым и уважительным”. Не надо ждать, пока кто-то вас представит: возьмите инициативу на себя и представьтесь сами, а после этого представьте остальных. В деловом мире принято называть первым имя человека, занимающего более низкий пост.

“Одевайтесь так, чтобы чувствовать себя удачливым и преуспевающим, способным покорить весь мир”.

Знакомясь с новыми людьми, дайте им возможность говорить больше, чем вы говорите сами. Это поможет вам установить более доверительные отношения. Задавайте открытые вопросы: “Что вы думаете о... ?” или “Не расскажете ли вы мне о... ?” Найдите общие интересы и научитесь вести беседу на более дружеском, личном уровне. Пусть собеседник будет в центре вашего внимания, а ваши поза, жесты и мимика говорят об этом так же ясно, как и ваши слова. Проявите свое природное любопытство.

“Ведите себя так, как будто каждое новое знакомство – это самое важное знакомство в вашей жизни”.

Научитесь “привязывать” свое эмоциональное состояние к чувствам собеседника. Если человек равнодушен к вашим идеям, а вы хотите, чтобы он отнесся к ним с восторгом, постарайтесь возбудить его любопытство. Заинтересовавшись, ваш собеседник будет более открыт для ваших идей, и тогда вы сможете заразить его своим энтузиазмом.

## Презентации – передний край обороны

Мысль о том, что нужно выступить перед аудиторией, пугает многих. Чтобы установить личный контакт с большой группой людей, демонстрируйте желание общаться, смотрите слушателям в глаза, дружелюбно улыбайтесь и продуманно используйте жесты и интонации. У вас есть всего 90 секунд, чтобы увлечь аудиторию, поэтому начало вашей презентации должно быть эффектным. Не скрывайте своих эмоций и энтузиазма. И, наконец, используйте прием, отработанный величайшими ораторами на протяжении столетий, – задействуйте воображение слушателей историями, легендами, интересными сравнениями и образами.

## Об авторе

**Николас Бутмен** – основатель консалтинговой компании Corporate Images и автор книги “Как себя продать за 90 секунд” и других. Кроме того, Бутмен выступает с лекциями, посвященными установлению контактов и построению отношений.

---

---