

NICULESCU



schimbă opinia oricui



**6 pași
să fii
convingător**

SIMON HORTON



Simon Horton

Schimbă
opinia oricui
6 pași să fii convingător

Traducere: Marilena Dumitrescu



NICULESCU

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

HORTON, SIMON

Schimbă opinia oricui: 6 pași să fii convingător / Simon Horton; trad.: Marilena Dumitrescu. -

București: Editura Niculescu, 2024

ISBN 978-606-38-0990-3

I. Dumitrescu, Marilena (trad.)

159.9

© Pearson Education Limited, 2022 (print and electronic)

This translation of *Change their mind* is published by arrangement with Pearson Education Limited.

Published by special arrangement with Les Éditions de l'Opportun in conjunction with their duly appointed agent 2 Seas Literary Agency and Co-Agent Livia Stoia Literary Agency.

Titlu original: *CHANGE THEIR MIND. Six steps to persuade anyone anytime*,
by Simon Horton

© Editura NICULESCU, 2024

Bd. Regiei 6D, 060204 – București, România

Telefon: 021 312 97 82

E-mail: editura@niculescu.ro

Internet: www.niculescu.ro

Comenzi online: www.niculescu.ro

Comenzi e-mail: vanzari@niculescu.ro

Comenzi telefonice: 0724 505 380, 021 312 97 82

Redactor: Liliana Scarlat

Tehnoredactor: Lucian Curteanu

Design copertă: Carmen Lucaci



ISBN 978-606-38-0990-3

Toate drepturile rezervate. Nicio parte a acestei cărți nu poate fi reprodușă sau transmisă sub nicio formă și prin niciun mijloc, electronic sau mecanic, inclusiv prin fotocopiere, înregistrare sau prin orice sistem de stocare și accesare a datelor, fără permisiunea Editurii NICULESCU.

Orice nerespectare a acestor prevederi conduce în mod automat la răspunderea penală față de legile naționale și internaționale privind proprietatea intelectuală.

Editura NICULESCU este partener și distribuitor oficial OXFORD UNIVERSITY PRESS în România.

E-mail: oxford@niculescu.ro; Internet: www.oxford-niculescu.ro

Cuprins

Introducere	7
1. Țintește sus.....	17
2. Caută indicii.....	47
3. Ascultă, ascultă, ascultă	77
4. Fii puternic.....	125
5. Colaborează pentru a găsi soluția împreună.....	163
6. Exprimă-te adecvat.....	199
Postfață.....	237
Note	243

Introducere

Cum faci pe cineva să-și schimbe opinia

În 2009, electoratul din Maine a respins cu 53 de procente la 47 legea care permitea căsătoriile între persoane de același sex. În noiembrie 2012, același electorat s-a răzgândit și legea a trecut de această dată, cu aceleași procente de 53 la 47. Cum s-a întâmplat așa ceva?

Ei bine, despre acest lucru este vorba în cartea de față – despre a convinge oamenii să-și schimbe opinia. Mai mult, cartea te învață să reușești făcându-ți în același timp prieteni noi, nu pierzându-i pe cei vechi.

Indiferent dacă ești pentru căsătoriile între persoane de același sex sau împotriva lor, vei dori să schimbi gândirea celui așezat de cealaltă parte a mesei. Indiferent că ești republican sau democrat, laburist sau conservator, adept al Brexitului sau al rămânerii în UE, provaccinare sau antivaccinare, dacă susții mișcarea Black Lives Matter sau nu, dacă ești în tabăra #MeToo sau împotriva ei, vei dori să-l faci pe cel aflat în tabăra adversă să-și schimbe opinia.

Desigur, nu numai în politică, ci și la locul de muncă. Dacă vrei mărirea de salariu pe care o meriți, va trebui să-l convingi pe șef (probabil și pe șeful șefului și pe cel de la Resurse Umane și pe director); dacă vrei să convingi clientul să-ți cumpere produsul, va trebui să-l convingi că produsul își merită valoarea; dacă vrei să închei o înțelegere avantajoasă cu furnizorul, intervine persuasiunea; dacă vrei să-ți iei o zi

liberă într-o perioadă aglomerată, tot de persuasiune ai nevoie.

Iar dacă vrei să fie ordine în camera de zi, trebuie să-ți convingi copiii să-și strângă jucăriile; dacă vrei să ieși la o întâlnire cu cineva, trebuie să convingi acea persoană că ești o mare cucerire; dacă la divorț vrei să-l ia partenerul pe Kevin și să-ți lase ție câinele, dar el susține contrariul, tot despre persuasiune este vorba.

Fie că vorbim despre sala de ședințe sau despre budoar, despre persuasiune, influențare sau negociere, problema este să faci omul să-și schimbe opinia. Uneori este nevoie să gândim altfel chiar noi: poate a venit timpul să pun ceva bani deoparte pentru bătrânețe; în cele din urmă, poate ar trebui să-i cer iertare fostului/fostei.

Există o mulțime de minți care ar trebui să gândească altfel.

Persuasiunea nu este o treabă ușoară

Nu este ușor să faci pe cineva să se răzgândească. Dacă ai fost vreodată pe Facebook sau Twitter, știi asta deja. Discuțiile politice, de exemplu; poți parcurge oricâte pagini vrei și nimeni nu a spus niciodată, în toată istoria mediei politice, „Da, ai dreptate. M-am răzgândit.”

Așa ceva nu se întâmplă.

De ce? Pentru că nu știm cum să convingem.

Ne convingem singuri de meritele cazului nostru și pe urmă presupunem că aceleași argumente îl vor convinge și pe celălalt. Considerăm de la sine înțeles că și cealaltă persoană va vedea situația la fel ca noi.

Numai că ea nu o va vedea la fel și argumentul nostru va intra într-o ureche surdă, așa că rămânem cu jucăriile

copiilor împrăștiate prin living, fără mărire de salariu și cu prieteni care votează cu celălalt partid. Lumea pare plină de oameni care ori sunt proști, ori deliberat dificili.

Există și vești bune

În activitatea mea, țin cursuri despre persuasiune și încep adesea afirmând în fața participanților că există vești proaste și vești bune legate de acest subiect. Vestea proastă este că omenirea numără aproape opt miliarde de oameni și fiecare este diferit. Atunci, de unde să știi ce să faci ca să-l convingi tocmai pe individul aflat în fața ta?

Vestea bună este că îți spune acest lucru chiar el.

Sigur că nu îți spune explicit, dar întotdeauna îi scapă informația de care ai tu nevoie – întreabă-i pe jucătorii de poker. Trebuie doar să fii în stare să descifrezi.

Așadar, a da din gură spunând direct ce propui sau ce ceri pur și simplu nu funcționează. În schimb, ai nevoie mai întâi de pregătirea terenului, iar ceea ce ar fi considerat, în mod normal, proces de persuasiune, trebuie să vină la urmă.

Șase pași pentru a convinge pe oricine, în orice situație

În ce constă pregătirea terenului? În această carte vom descrie șase pași simpli, prin care vei reuși să-l faci pe orice om să-și schimbe opinia.

1. Stabilește clar ce vrei și țintește sus

Dacă nu știi exact ce vrei, nu te poți aștepta să obții ceva. Dacă spui „Oameni buni, haideți cu mine” și ei întreabă „Bine,

dar unde?”, iar tu răspunzi „Păi, nu sunt sigur, revin eu la voi”, așa ceva nu merge.

Într-o lume complexă, ființele umane sunt atrase de siguranță, așa încât, cu cât știi mai bine ce rezultat urmărești, cu atât vei putea comunica mai clar și cu atât este mai sigur că vei avea succes. În Capitolul 1 îți vom spune cum să faci acest lucru și te vom încuraja să fii ambițios. Te așteaptă rezultate excepționale!

2. Fă-ți lecțiile

Nu considera că situația de persuasiune este de la sine înțeleasă. Ca pentru orice lucru important, este nevoie să ne pregătim.

Trebuie să știi despre ce este vorba pentru tine, despre ce este vorba pentru celălalt, ce impact are asupra lui ceea ce vrei tu și ce beneficii îi aduce. Trebuie să știi cum gândește el, cum își ia deciziile, cum se va simți.

În Capitolul 2 îți vom arăta ce trebuie să afli înainte de a formula o cerință și cum acest lucru îți va crește substanțial șansele de succes.

3. Devino un ascultător de clasă mondială

Până la urmă, persuasiunea se bazează pe ascultare, ascultare atentă, ascultare dincolo de cuvinte, ascultare printre rânduri, ascultare a ceea ce nu este rostit. Așa adunăm informațiile de care avem nevoie pentru a reuși.

Toți ascultăm și toți putem asculta mult mai bine. Pur și simplu, cine ascultă cel mai bine este cel mai convingător. Capitolul 3 îți va spune ce să faci și exact ce ar trebui să ascuți.

4. Fii puternic, astfel îl vei face pe celălalt să colaboreze mai mult

În Capitolul 4 vom pune accentul pe putere. De ce? Prin putere îți impui punctul de vedere? Nu, nicidecum. Vom susține o abordare întemeiată pe colaborare etică. Vom susține că forța nu are niciun rol.

Din nefericire însă, dat fiind stadiul real al evoluției speciei noastre în acest moment, forța trebuie totuși luată în seamă.

Mai simplu spus, este uluitor cât de dispus să colaboreze devine omul, dacă armata ta este mai mare decât a lui. De aceea, vom arăta cum să-ți crești puterea, nu ca să o folosești, ci ca să nu fii nevoit să o folosești.

5. Găsește soluția împreună cu celălalt

Soluția nu există pentru o singură persoană, ea există pentru voi doi împreună.

Tu ai o cerință, iar celălalt o respinge. Sau tu ai o cerință, dar celălalt preferă altceva. Sau informația ta îți indică drumul înainte, dar celălalt are altă informație și aceea îi sugerează altceva.

Există un răspuns care va satisface ambele persoane, dar trebuie să colaborați ca să-l găsiți. Capitolul 5 va arăta cum să găsiți soluția pe care o va adopta toată lumea.

6. Găsește cea mai bună modalitate de a-ți transmite mesajul

În fine, Capitolul 6 explică cea mai bună modalitate de a-ți comunica mesajul – ceea ce funcționează pentru o persoană, nu va funcționa pentru alta.

Iar faptul că am lăsat acest lucru la urmă trebuie scos în evidență – foarte puțini oameni își bat capul să parcurgă mai întâi celelalte etape și fix din această cauză nu reușesc. Pentru a găsi cele mai bune cuvinte în Capitolul 6, trebuie să faci mai întâi pregătirile din Capitolele 1-5. Dacă vei face acest efort, vei fi surprins cât de ușor îți va fi.

Negocieri pentru miliarde de dolari vor deveni o conversație de plăcere; companiile îți vor restitui banii pentru zborurile anulate; soții se vor oferi să spele vasele. Vorbesc serios!

Funcționează metoda aceasta cu adevărat?

Să ne întoarcem în Maine, în 2009. Comunitatea LGBT știa foarte bine ce vrea: voia ceea ce comunitatea heterosexuală avea deja – asta voia, tot ce avea aceea și nimic mai mult. Egalitate, la o primă privire nicio exagerare.

Totuși lucrurile nu au funcționat, așa că membrii comunității au fost nevoiți să caute o altă abordare. Știau că multă lume nu putea fi convinsă, dar și că mulți erau deja de partea lor, prin urmare treaba lor era să afle cine erau votanții care puteau fi convinși și ce anume putea să le schimbe opțiunea.

Este exact ceea ce au făcut. Folosind focus-grupuri și alte metode de cercetare a pieței, au stat de vorbă cu 250.000 de persoane care votaseră împotriva lor, dar care erau susceptibile de a-și schimba opțiunea. Comunitatea a ascultat ce aveau aceste persoane de spus și a început să înțeleagă mai bine punctul lor de vedere.

Și în felul acesta a învățat de ce nu a reușit cu abordarea inițială și ce trebuia să facă în schimb.

Campania din 2009 a constatat în solicitarea unor drepturi egale, iar cererea a fost formulată de multe ori agresiv. Când

însă i-a ascultat pe potențialii votanți, comunitatea LGBT a constatat că pentru mulți oameni căsătoria nu avea deloc legătură cu drepturile și egalitatea, ci cu iubirea, angajamentul și familia.

Așa că modus operandi a fost schimbat și a fost lansat un website nou, înglobând această idee: www.whymarriage.com. Cine vizita pagina era întâmpinat de cuvintele „Iubire. Angajament. Familie”, așezate lângă o fotografie înfățișând o inimă și un cămin. Apoi, cu litere mari, întrebarea „De ce căsătorie?”, urmată de răspunsul „Deoarece căsătoria spune «Suntem o familie» mai bine decât oricare alte cuvinte.”

Comunitatea ascultase oamenii și acum le spunea că i-a înțeles și că era de acord.

Dar mai era ceva. La începutul paginii se găsea un video în care patru cupluri spuneau ce credeau ele despre căsătorie. Era un cuplu „normal” de negri, căsătorit de 31 de ani, un cuplu „normal” de albi, unul de lesbiene și doi bărbați care luna următoare sărbătoreau 57 de ani de conviețuire.

Dar părerile? Cum nu se poate mai clar: „Eu zic că iubirea este iubire și este pentru toată lumea” și așa mai departe. Alt video arăta o familie care s-a adresat preotului când fiica lor le-a spus că este gay, iar răspunsul preotului a fost: „Este aceeași persoană pe care ieri o iubeați.”

Înțelegi ce zic. Website-ul a stat la baza noii campanii care s-a referit la valorile votanților și nu la cerințele comunității LGBT. Prezentarea mesajului în acest fel i-a permis acesteia să-ți atingă scopul. La trei ani după primul vot, s-a desfășurat al doilea și de această dată comunitatea a câștigat.

Campania a continuat în același fel și în alte părți, până ce de partea comunității s-au adunat suficienți votanți, state și judecători federali, primari, senatori și chiar președinți, astfel

că, în cele din urmă, pe 26 iunie 2015, Curtea Supremă a decis că în toată țara căsătoria este un drept fundamental al cuplurilor de același sex.

Se dovedește astfel că poți face oamenii să-și schimbe opinia.

Iar în această carte ne vom uita, de fapt, la profesioniștii care lucrează în cele mai grele situații. Nu numai convingându-i pe votanții care s-au împotrivit drepturilor comunității LGBT să voteze *pentru* ele, ceea ce este dificil în sine, dar ne vom uita și la negociatorii din cazurile de răpiri de persoane, la cei ce iau interogatorii și la criminaliști, la consilierii care lucrează cu drogați și recidiviști. Acestea sunt situații extreme.

Și, ceea ce este interesant, vom vedea că fiecare dintre aceste domenii, lucrând independent, au pus la punct metode extraordinar de asemănătoare, care s-au dovedit de succes chiar și în circumstanțe extreme precum cele de mai sus.

Nu manipulăm, în acest fel?

Nu face rău.

A influența este ceva ce facem tot timpul: când îți cer să-mi dai sarea, îți influențez comportamentul. Deci, ca în orice situație, fă cât poți tu de bine, fă în așa fel încât să funcționeze. Eu cred în folosirea metodelor de persuasiune în scopuri etice: dacă convingi pe cineva să facă ceea ce este corect, un lucru bun, atunci influențează-l cât poți de mult.

Însă, într-adevăr persuasiunea este un instrument și, ca atare, este inerent neutră, dar poate fi folosită în scopuri pozitive sau negative. Poți fi sigur că oamenii răi o vor folosi la cel mai înalt nivel; de ce să nu facă la fel și oamenii buni?

Totuși, cum putem fi siguri că nu manipulăm? Ce este diferit față de:

- O reclamă la țigări, care îți creează o nevoie pe care înainte nu a aveai, o nevoie întemeiată pe minciuna stilului frumos de viață pe care îl arată?
- Un partid politic care își creează un avantaj anunțând măsuri de sprijin pentru săraci?
- Un website care te atrage spre o achiziție de care nu ai nevoie?

Dicționarele definesc de obicei manipularea ca influențare în avantajul tău (fără referire la avantajul celeilalte persoane) și adesea fără ca cealaltă persoană să știe, adesea fără onestitate.

Așadar, intenția este un bun punct de plecare. Dacă intenția ta este pentru binele celeilalte persoane, te afli pe un drum corect. Cine judecă însă? Poate că în mintea lui, Hitler considera că avea intenții bune. Nu este destul, așa ne putem păcăli singuri foarte ușor. Trebuie să ne verificăm mai temeinic metodele.

7 MODALITĂȚI DE A ASIGURA O ETICĂ SUPERIOARĂ

1. Fii sincer în privința intenției tale.
2. Ai grijă de beneficiul celeilalte persoane, așa cum ai de al tău.
3. Nu păcăli, nu minți, nu denatura și nu ascunde niciun motiv secundar.
4. Colaborați pentru a găsi o soluție de care este mulțumită toată lumea.
5. Lasă-i celuilalt libertatea să spună nu.
6. Păstrează în permanență o comunicare bazată pe respect și o perspectivă necondiționat pozitivă.
7. Folosește exclusiv metode pe care ai vrea să le folosească și alții cu tine.

Cu cât bifăm mai multe dintre aceste modalități, cu atât vom fi mai siguri că metodele noastre sunt corecte și că nu manipulăm. Iar dacă situația devine complicată, nu te abate de la următorul lucru:

Nu face rău!

Vestea cu adevărat bună

Mama este irlandeză catolică, iar tatăl meu a fost englez protestant. Am crescut în anii 1970 și ori de câte ori exploda o bombă în Irlanda de Nord (de altfel, chiar și în restul Marii Britanii) războiul civil se desfășura și la masa noastră.

Deși aveam numai 10 ani, m-am gândit că trebuie să existe o cale mai bună.

Scriu această carte pentru că această cale există într-adevăr. O cale mai bună de a rezolva disputele politice, nu aceea de a arunca bombe și a ucide oameni, o cale de a rezolva diferențele de opinie în familie, mai bună decât aceea de a țipa și a împrășca cu invective.

Aceasta este vestea cu adevărat bună. Abordarea descrisă în această carte îți va aduce rezultate mult mai bune în viață și îți va construi relații mult mai trainice. Și, mai mult decât atât, cu fiecare conversație pe care o purtăm, lumea va deveni un loc mai bun.

De aceea, să trecem la treabă!

1 Țintește sus

1.1. Țintește sus

OK, lasă cartea jos și du-te să aduci o agrafă de birou. Agrafa de birou este cheia bogăției tale viitoare.

Super! Ai găsit? Acum trebuie să dai agrafa la schimb pentru o casă. Crezi că vei fi în stare?

Kyle MacDonald din Vancouver a reușit. A fost nevoit să facă 14 schimburi pe parcursul unui an, dar a obținut ce a vrut. Și a scris o carte în acest răstimp, *One Red Paperclip*.¹

A schimbat:

- 1** Agrafa de birou cu un stilou în formă de pește.
- 2** Stiloul în formă de pește cu o clanță.
- 3** Clanța cu o sobă.
- 4** Soba cu un generator.
- 5** Generatorul cu o petrecere instantanee.
- 6** Petrecerea instantanee cu un snowmobil.
- 7** Snowmobilul cu o călătorie la Yahk, în Columbia Britanică.

- 8** Călătoria la Yahk cu o camionetă.
- 9** Camioneta cu un contract pentru o înregistrare.
- 10** Contractul pentru înregistrare cu o cazare în Phoenix pe timp de un an.
- 11** Cazarea pe un an în Phoenix cu o după-amiază în compania lui Alice Cooper.
- 12** După-amiaza în compania lui Alice Cooper cu un glob electric cu zăpadă, marca Kiss.
- 13** Globul cu zăpadă cu un rol într-un film.
- 14** Rolul în film cu o casă.

Omul acesta a țintit sus și bravo lui că a făcut așa!

1.2. Stabilește clar ce vrei, ce vrei cu adevărat

Dacă vrei să faci pe cineva să-și schimbe opinia, este important să știi cum vrei să și-o schimbe.

- Dacă îi ceri fiului tău adolescent să facă ordine în camera de zi, să nu fii surprins dacă va face ceea ce crede *el* că înseamnă ordine, ceva eventual foarte diferit de ceea ce crezi tu. Trebuie să-i spui foarte clar ce înseamnă pentru tine ordine.
- Dacă ceri o mărire de salariu, să nu te mire dacă ți se dă mult mai puțin decât te-ai gândit tu. Trebuie să spui foarte clar cât vrei.
- Dacă plătești un prieten să-ți facă o statuie în hol, nu fi surprins dacă ideea lui despre frumusețe diferă de a ta și, fără să vrei, scoți un strigăt când o dezvelești.

Prin urmare, primul pas în acest proces este să stabilești foarte clar ce rezultat urmărești. Cu cât te vei lămuri mai bine în această privință, cu atât mai clar vei putea comunica acest lucru și cu atât este mai probabil să-l obții.

De ce vrem ceea ce vrem?

Este important și de ce vrem ceea ce vrem. Așa cum ne-a spus Mick Jagger la un moment dat, nu obținem întotdeauna

cea ce vrem – ascultă, asta-i lumea în care trăim –, dar dacă știm de ce vrem ceva anume, s-ar putea să găsim o altă cale de a obține acel ceva.

Mama mea are 90 de ani și trăiește într-un cămin de bătrâni. În timpul pandemiei de coronavirus am încercat să o vizitez, dar personalul nu mi-a dat voie să intru. De ce? Pentru că voiau să evite riscul de a le aduce virusul în cămin, provocând un val devastator de îmbolnăviri. Eu de ce voiam să o văd pe mama? Ei bine, pentru că este *mama mea*! Voiam să văd dacă era bine. Voiam să verific dacă avea nevoie de ceva. Voiam să-i arăt că nu o uitasem. Voiam să o strâng în brațe, bineînțeles, dar știam că nu era posibil.

Și soluția? Au adus-o ei la recepție, au așezat-o la geam și am putut vorbi cu ea de afară. Niciun risc să transmit virusul prin geam și am reușit să stau de vorbă cu mama.

Întrebarea „De ce?” te ajută să ocolești obstacolele.

De ce? De ce? De ce? De ce? De ce?

Strategia recomandă să întrebi „De ce?” de cinci ori, pentru că în felul acesta te conectezi la ceea ce este cu adevărat important pentru tine.

Kyle MacDonald a vrut stiloul în formă de pește pentru că știa că îl va ajuta să obțină altceva, care îl va ajuta să obțină altceva... care îl va ajuta să obțină o casă.

Să luăm alt exemplu. Încerci să te convingi singur să te duci la sala de sport, dar ai avut o zi grea la serviciu și canapeaua este ademenitoare. De ce vrei să te duci la sală? Evident, ca să ai o formă fizică mai bună. Și de ce vrei să ai o formă fizică mai bună? Ei bine, îți spui tu, ca să capeți mai multă energie în viață. Dar de ce ai nevoie de mai multă energie? Ca să te

poți juca mai mult cu copiii. De ce vrei să te joci mai mult cu copiii? Pentru că tocmai asta îți place cel mai mult să faci, copiii *sunt* viața ta.

Splendid, acum te-ai reconectat la motivația ta cea mai puternică și îți va fi cu atât mai ușor dacă îi spui canapelei „sayonara”^{*} și fugi la sala de sport.

„De ce” este acolo unde trebuie să fii tu

Când te gândești la ce vrei și apoi te întrebi de ce vrei acel lucru, te pui în legătură cu un scop mult mai important decât primul răspuns, iar acest fel de a gândi îți aduce un succes mai mare. Oamenii care rămân blocați la scopul primului nivel nu au întotdeauna succes, oamenii care se concentrează asupra motivației din spatele scopului au.

Acest lucru se întâmplă pentru că întrebarea „de ce” îți permite mult mai multă flexibilitate. Adesea există motive te-meinice pentru care solicitarea ta nu poate fi satisfăcută, de aceea a te concentra asupra acelei motivații și a motivației din spatele solicitării tale, va lăsa mult mai mult spațiu pentru o soluție.

Dacă vezi într-un magazin o haină foarte frumoasă și constăți că ea costă 200 de lire sterline, iar tu nu ai decât 100, probabil că nu o vei putea cumpăra și oricât ai negocia, oricât te-ai ruga sau ai izbucni în lacrimi, nimic nu va schimba acest lucru. Dacă te blochezi la haina cu prețul acela, vei rămâne dezamăgit.

Dar de ce vrei atât de mult haina aceea? Ei bine, îți trebuie ceva care să-ți țină cald pentru că vine iarna, are o croială

* „Adio!, La revedere!” (*n. red.*)

frumoasă, ți-ar sta foarte bine cu ea, iar magazinul este cu adevărat *funky*. În regulă, dacă asta cauți într-adevăr, probabil că vei găsi în același magazin un pulover frumos, pe care să-l porți cu haina pe care o ai deja – puloverul corespunde criteriilor tale și se încadrează în buget. Am obținut rezultatul dorit.

SUPER PONT

Ori de câte ori trebuie să alegi între opțiunea ușoară și cea „corectă” (de exemplu, canapeaua sau sala de sport), adu-ți aminte că opțiunea corectă este cea bună. Pune întrebarea „de ce” de câte ori ai nevoie pentru a alege bine.

Coordonează-ți obiectivele

Ființele umane au dezvoltat mult neurologia stabilind scopuri – fie că a fost vorba despre asigurarea hranei și adăpostului, fie despre achiziționarea celui mai modern Porsche. Strămoșii noștri care s-au priceput cel mai bine să supraviețuiască au avut și cele mai mari șanse de reușită. Definirea scopurilor în acest mod dezvoltă acel fir conducător care ne ajută să reușim – remarcarea ocaziilor favorabile, rezolvarea problemelor, identificarea căilor, însumarea energiilor etc.

Este foarte util să-ți coordonezi rezultatele, astfel încât obținerea unuia să te apropie de obținerea următorului, mai important.

Răspunsul lui Kyle MacDonald la cinci întrebări „de ce” a fost că voia o casă. Dacă ar fi intrat într-o agenție imobiliară și ar fi încercat să cumpere una cu agrafa de birou, ar fi fost

ridiculizat și dat afară imediat. Dar el a reușit să fie flexibil și fiecare schimb l-a adus mai aproape de casă.

John D. Rockefeller a fost cel mai bogat om la începutul secolului douăzeci și unul dintre cei mai bogați din toate timpurile, dacă ajustăm cifrele cu inflația. Nimic surprinzător dat fiind că firma lui, Standard Oil, a monopolizat aproape complet domeniul petrolier.

Numai că el nu a construit direct monopolul, a știut că dacă va merge pe drumul direct va întâmpina prea multă rezistență. Așa că a adoptat o altă abordare. A cumpărat în secret toate companiile de transport de petrol și acest lucru i-a oferit controlul absolut asupra industriei. A fost o strategie mult mai bună.

Acum, când mă gândesc, îmi pare rău că MacDonald s-a oprit la casă. Ar fi trebuit să pună ochii pe piața petrolului.

SUPER PONT

la-o înapoi, pornind de la scopul pe termen lung. Să spunem că scopul tău este să domini lumea peste cinci ani și întreabă-te unde va trebui să fii peste patru ani ca să realizezi acest lucru. Prin urmare, unde va trebui să fii peste trei ani și așa mai departe, până ajungi în prezent.

Care este semnul tău din naștere preferat?

Anne Nusselder, Opfrisdamen – Animatoare! Opfrisdamen prezintă spectacole de teatru improvizat la festivaluri, la festivități corporatiste și cămine pentru vârstnici. Anne predă povestire (vizuală) și prezentare la Universitatea de Arte din Utrecht.

„Mă ocup de ceea ce eu numesc actorie intimă, actorie de la om la om. Nu, nu este ceea ce credeți. Sunt plătită să interacționez cu oamenii la un eveniment și să le împrăspătez mintea. Fac acest lucru în principal acordându-le atenție. Pun multe întrebări, ne apropiem, îi impresionez sau îi surprind, dar categoric oamenii se animă.

Este adevărat că îmi place să mă distrez puțin cu această ocazie și acum câțiva ani am apelat la jocul copiilor cu hârtia – acela în care dai din degete și despătorești hârtia, iar undeva pe ea este scrisă o întrebare. M-am apropiat de o doamnă care avea vreo 60 ani și părea mai retrasă, dar ea s-a prins în joc, iar întrebarea era: «Care este semnul tău din naștere preferat?»

Interesantă întrebare și la fel de interesant a fost răspunsul pe care l-am primit: «Cel de pe partea dreaptă a fundului unui bărbat!» Cine s-ar fi așteptat la așa ceva din partea acestei doamne modeste?

Am insistat: Era vorba de un dos pe care îl cunoștea sau de unul pe care îl căuta? Unul pe care îl căuta. Uau, căuta ceva special! Am strâns-o cu ușa: Ai întrebat vreodată pe cineva dacă are un asemenea semn? Nu, sigur că nu, a spus ea torturată de idee.

Numai că eram la un eveniment cu lume multă; m-am uitat în jur și am văzut o mulțime de bărbați și o mare oportunitate. M-am urcat pe un scaun și am întrebat cu glas tare dacă se află prin preajmă vreun tip cu un semn din naștere pe fesa dreaptă.

Să vezi și să nu crezi, cineva a ieșit în față, era chiar un bărbat chipș, întâmplător cam de aceeași vârstă cu doamna. Am făcut singurul lucru pe care îl puteam face, l-am prezentat pe unul celuiilalt și i-am lăsat să se descurce.

Care a fost sfârșitul fericit? Câteva luni mai târziu am primit un e-mail de la doamna respectivă, în care îmi spunea că a găsit semnul din naștere pe care îl căuta și că cei doi deveniseră un cuplu.”