

SANDLER®

ZAŠTO ČINJENICE NE UVERAVAJU?

Dragan Vojvodić



KAKO IZAĆI IZ ZABLUDE DA ČINJENICE UVERAVAJU LJUDE, KAD JE ODGOVOR SUPROTAN?

Ako imate bilo kakvog iskustva sa ljudima, videćete da uopšte nismo racionalna bića i da odluka obično donosimo na osnovu emocija a ne na osnovu razuma. Dakle, ljudski mozak je napravljen da bi nam pomogao da preživimo a ne da se takmičimo u preciznosti znanja. Kako ću preživeti ako mi daješ znanje koje ne poznajem i nije mi jasno – odbaciću ga. Mnogo bolje se uklapamo ili snalazimo u socijalnoj dinamici nego u prihvatanju i obradi preciznog znanja.

Problem nastaje što je ljudski mozak konstantno izložen napadu novih ideja i informacija i automatski ulazi u Safe Mode – štiti se. Zašto nam je potrebno znanje? Da bi ga pokazivali? Ne, već da bi preživeli! I automatski u određenom delu mozga se pali lampica koja aktivira: *stiže opasnost!* Zato ljudi često reaguju agresivno kada shvate da nisu u pravu! Ako pogledate takve su i političke emisije u kojima učestvuju predstavnici određenih pol partija. I zato ljudi reaguju suprotno u odnosu na činjenice koje su ispravne – vide ih kao pretnju i opasnost. Šta Sandler već 40 godina radi? Bavimo se bihejvioralnim pitanjem: *Zašto se ljudi ponašaju na način koji i njima ne odgovara a ipak se tako ponašaju?* I što ih više ubeđujete, njihov sistem se više brani. Dakle, koliko puta ste pročitali knjige „velikih gurua prodaje“ Moć ubeđivanja ili uveravanja? Ljudi kao dinamička bića ne vole da se ubeđuju ili uveravaju. Tačka. Ljudi vole da shvate. Pomognite im da shvate a ne da ih ubeđujete. Tradicionalni treninzi prodaje se uglavnom svode na negativno-manipulativne tehnike ubeđivanja, guranja i uveravanja u prednosti proizvoda. Ali ljudski mozak to odbacuje kao pretnju.

Dakle, ako želite i verujete da vaša ideja, znanje ili činjenica jeste dobra i pozitivna za drugu osobu, prvu stvar moramo uraditi a to je da neutrališemo njegovo gledište da nas doživljava kao pretnju! Mi u Sandleru puno pažnje poklanjamo ovoj veštini. Kažemo veština jer verujemo da se uči, jer ljudi vole da su u društvu sebi sličnima, onda teže da jedan drugom veruju a što predstavlja preduslov da rade posao zajedno. Dakle, prvo treba da postanemo svesni da će nas ljudi prihvatiti samo kada postanemo deo nečeg njihovog ili ako oni postanu **svesnom voljom** deo nečeg našeg. Drugo, ljudima moramo dati mogućnost slobode izbora kakav god da je. Samo kada ljudi znaju da imaju slobodu izbora, osećaju se pored nas sigurno i tek onda su spremni da čuju poruku. Treće, ljudi veruju i brane svoje podatke i činjenice a ne vaše. Čak i da im govorite nešto što je u njihovom dobru, neće prihvatiti jer činjenice nisu njihove već vaše. Samo ono što oni kažu za njih je istina.

Zato u Sandleru verujemo u dva stanja uma sa kojima treba da idemo na sastanke:

- idem da dokažem sebi da mu nisam potreban
- idem da on uveri mene da mu trebam!

Razmislite o ovome!

Dragan Vojvodić, Sandler Srbija

SANDLER®

© 2024 Sandler Systems, LLC. Sva prava zadržana.

SANDLER (stilizovano) je registrovani zaštitni znak kompanije Sandler Systems, LLC.

www.go.sandler.com/serbia

