ERDEM KARAGÖZ

Türk işi ikna



altın bilek
YAYINLARI

ERDEM KARAGÖZ

Türk İşi İkna

Genel Yayın No: 73
Kişisel Gelişim Kitaplığı: 5

Türk İşi İkna

© Erdem Karagöz, 2013
© Altın Bilek Yayınları, 2013

Bu kitabın Türkçe yayın hakları, Altın Bilek Yayınları'na aittir. Her hakkı saklıdır. Tanıtım amaçlı kısa alıntılar dışında yayıncının yazılı izni olmadan hiçbir yolla çoğaltılamaz.

Yayınlar Genel Koordinatörü İlker Balkan
Dizi Editörü Emel Balkan
Kapak Tasarımı Onur Korkmazer
Tasarım ve Uygulama Altın Bilek Yayınları
Baskı Tor Ofset 0212 886 34 74
Yayınevi Sertifika No 23274

Birinci Basım Ağustos 2013, İstanbul (1000 adet)
ISBN 978-605-5831-44-8

ALTIN BİLEK YAYINLARI
Taksim Mah. İstiklal Cad. Zambak Sok. No:12/4 Beyoğlu İstanbul
Tel: 0212 292 18 80 Faks: 0212 292 18 60
web: www.altinbilekyayinlari.com
e-posta: info@altinbilekyayinlari.com

ERDEM KARAGÖZ

TÜRK İŞİ İKNA

- KİŞİSEL GELİŞİM -



altın bilek
YAYINLARI

Kaçarak özgürleşemezsiniz.
Erteleyerek geliştiremezsiniz.
Üzerine gidin.

Enerji kaynağım, yaşam anlamım ve AŞK kelimesine değer katan sana...

EFK

Önsöz

Bu kitabı okumaya başladıysanız ikna konusunda farkındalık sahibisiniz. Türkleri ikna etmek için iletişim stratejileri belirlemek ve yol haritanızı hazırlamak istiyorsanız, okumaya devam edin lütfen. Bu kitapta yazılı olanları kendinize özgü kurgulamanız gerekir.

Her insan ayrı bir dünyadır. Ayrıca her insan her an değişkenlik gösterebilir. Hiçbir kitap size genel bir reçete sunamaz. O nedenle bu kitaptaki teknikleri gözlem yeteneklerinizi, egzersizleriniz ve iletişim tekniğinizle bireyselleştirmelisiniz. Farklı insanlarla satranç oynadığınızı düşünün hepsine aynı hamleleri yaparak her zaman kazanamazsınız.

Başkalarını ikna etmek istiyorsanız önce kendinizi tanımak ve netleşmeniz gerekmektedir. Başkalarını ikna etmenin ilk yolu kendini ikna etmektir. Kendinizi ikna etmek için büyük resmi görmeli ve sadece hedefe odaklanmalısınız. Unutmayın, iknada "heyecan transferi" için heyecan duymalısınız. Türkler duyguları hareket eden toplumdur. İkna %100 duygusal bir kavramdır. İkna için usanmadan hisse

ulaşın. Tam olarak ne istiyor? Bunu nasıl elde edebilir? Bunlara yoğunlaşın.

Tekrarlanabilir binlerce ikna zaferi için yolculuğumuz başlıyor. Kitap içindeki ikna odalarında onlarca soru ile karşılaşacaksınız. Cevaplarını vermenizi rica ederim. Bu soruları sizin yanıtlamanız ikna egzersizleri adına çok güçlü sorgulama olacaktır. Ayrıca saha egzersizleri de bulunmaktadır. Bunları da arkadaşlarınızla ortaklaşa yapabilirsiniz.

Değişime hoş geldiniz.

Birini ikna etmenin ilk yolunun kendini ikna etmek olduğunu cezaevinde öğrendim. 1500 kişiye yaptığım koçluk ve eğitimler sonunda suç işleyenlerin kendilerini suçlu olmadıklarına, bunun yapılması gerektiğine inandıklarını gözlerinden okudum. Bu bir bilinçaltı ikna çalışmasıydı. Depo o kadar haklılık ve sosyal kanıt içeren veri ile dolduruluyor ki, bu da önce kendini sonra başkalarını ikna etmeye yetiyordu.

İkna kötü bir kavram mı? İkna, inançları, tutumları, niyetleri veya davranışları değiştirmeye yönelik iletişim sürecidir. İkna girişimi bilinç ve bilinçaltına yönelik sözel ve sözel olmayan mesajların kullanımıdır. İnanılır olmanın ikna etmenin yolu, sürekli yaptığımız eylemlerin kendi lehimize olmamasıdır. Kazan kazan felsefesi olduğu sürece ikna psikolojisini yönetebilirsiniz. İknada bir hazırlık süreci vardır. Kendinizi fiziksel, zihinsel, ruhsal ve sosyal olarak hazırlamanız gerekir. İknada koçluk bakışı çok işe yarar. Empati özelliğiniz çok gelişmiş olmalıdır. Karşınızdaki kişinin ne istediğini doğru anlamanız gerekir. Onun dilini ve beden uyumunu kullanmanız gerekir. Mental olarak hazırlanmanız

gerekir. Karşınızdaki kişinin o anki durumunu alabilmek için zihinsel hazırlık gerekir.

İnsanlar ne ile ikna olur? Kaybetme korkusu ve kazanma arzusu insanların sıcak düğmeleridir. Tabi ki başka sıcak düğmeleri vardır. Bunları keşfetmeniz gerekir. İkna için kişilik tipini iyi tanımanız gerekir. İkna edeceğiniz konuya ne kadar inanırsanız o kadar etkili heyecan transferi yaparsınız. Tutkularınızı bedeniniz, zihniniz, ruhunuz dışa yansıtırsınız. O nedenle iknanın ön hazırlığını oldukça ciddiye almak gerekir. İşin % 50'lik bölümü hazırlık bölümüdür. İşte Türkler bu hazırlık bölümüne yeterli zaman ve önemi göstermezler. Hemen başlamak isterler. Sonra işler yeterince yolunda gitmeyince suçlu aramaya başlarlar. İkna iletişimi için hazırlık bölümünü beyninizde defalarca oynayın. Size gelecek soru ve hamleleri yüzlerce kez çözmüş olun. Sürpriz kalmasın.

İkna sürecinde öz değerlerimiz ile ret edilme korkusu sürekli çatışır. Bu iki değer ters orantılıdır. İşte bu noktada bilinç ve bilinçaltını açmak gerekir. Bilinç tanımlar, karşılaştırır, karar verir ve analiz eder. Bilinçaltı depolar ve geri verir. Kendinizi nasıl algıladınızsa bilinçaltı öyle depolar ve geri verir. Önce kendi değerimizin farkına varmalı ve %98'lik bir okyanus olan bilinçaltımızın deposuna kaliteli olduğumuz mesajını iletmeliyiz. Doğru mesaj iletirsek bunu öz değerimizin farkına varmada kullanırız. O zaman başkalarını çok daha kolay ikna edecek güce sahip oluruz. Öz değer kendini nasıl hissettiğin öz imaj kendini nasıl düşündüğündür. Biri duygularla diğeri mantıkla ilişkilidir.

İkna sürecinde ret edilme korkusunu yenmenin en iyi yolu; ret edilmeyi kişisel algılamamaktır. Ret edilen siz değilsiniz. O an, o olay. Bu nedenle ret edilmeyi içselleştirmemek gerekiyor. Bugün istediğiniz olmadığında, başka zaman olmayacak anlamı taşımıyor. Ret edilmeyi kalbinize aldığınızda kendinizi kötü hissetmeniz kaçınılmazdır. Size denilen

her hayır kelimesini kalbinize yollamayın, orada taşımanız zor olur. Yükünüzü hafifletin.

İkna sürecinde başkası olmayın, oynamayın, rol yapmayın. Kendiniz olun. Neyseniz o olun. Yoksa yakalanırsınız. İkna ederken sol ve sağ beyne aynı anda çapraz sorular sorun. Duygu ve mantık yoğunluğu yaşatın. His sorularını analitik sorular ile besleyin. İkna % 100 duygusal bir olaydır. Analitik düşünen insanlar kendilerini mutlu etmek, yani duyguda haklı çıkmak için mantığı kullanırlar. O nedenle mantık ve duygu sorularını aynı anda kullanmalısınız. Karşınızdaki kişiyi konuya dâhil edin, kelimeler ile kelimeler altındaki gerçekleri keşfedin. Görünen ihtiyacının arkasındaki ihtiyacı belirleyin. Türkler sorunların çözülmesinden daha çok anlaşılmak isterler. İknadan önceki son duraktır anlamak. Gerçekten anlamak ve anlaşılır olmak ikna yolculuğunun zirvesidir.

Kısacası ikna yaşamın her anında bizimle olan bir iletişim sürecidir. Bunu doğru kullanan kişiler takipçilerini artıran liderlerdir. İşlerini doğru yapabilen kişilerdir. Bunu iyi yönetmek için belirli tekniklerinin yanı sıra iyi bir dinleyici, sırdaş, dil sihirbazı, tutkulu bir partner olmak gereklidir.

İkna bir iletişim süreci ve duygusal bir olaydır. Türkler duygularını dopdolu yaşayan bir toplumdur. Türkler genetik kodları, davranışları, değerleri, inançları, beklentileri ve duyguları diğer kültürdeki insanlarla farklılık gösterir. Türk insanının ikna ve iletişim kanallarındaki farklı bakış açılarını bulacaksınız.

Bu kitabı okurken genelleme tehlikesine düşmek istemem. Her insan ayrı dünyadır, her insan keşfedilmeyi bekleyen bir hazinedir. O nedenle her ikna süreci emek, odaklanma, empati, detay ister. Türkleri gözlemlemek ve öğrenmek gerekir.

Neye heyecanlanır? Nasıl karar verir? Nasıl vazgeçer? Neden etkilenir? Neyi modeller? Sürekli sorular sorup, gözlemler yapmak gerekir. Türkler için atın ehlileştirilmesi ile Facebook'un kullanılma şekli arasında bağlantı kurmak gerekir. Üç kıtada hükümranlık kurmuş atalardan, eve kapanıp kendini sadece Facebook ile ifade eden bir topluma nasıl gelindiğini iyi analiz etmemiz gerekir.

İfade şekilleri, paylaşımlar, yalnızlıklar, dostluklar, hepsini okumalıyız. Türklerin sıcak düğmeleri, hassasiyetleri, anlayışları, kısacası Türk insanı ile ilişki yönetimini birlikte sorgulayacağız. Bunları yapabilmek için önce kendinizle netleşmeye var mısınız?

Sevgili Dost, Kimsin?

Kendinle tanışmaya, yüzleşmeye, sorgulamaya var mısın? Kimsin sorusuna derinleştiğin an başlayacak kendinle tanışman. Haydi, var mısın? Belki bu sorular üzerinde günlerce çalışmalı 500 sayfa not hazırlamanız gerekebilir. TANI KENDİNİ

Kendinizi İkna Edin

Türkleri ikna etmek istiyorsanız hiçbir boşluk bırakmadan kendinizi ikna edin. Türklerin müthiş gelişmiş önsezileri vardır. Size şüphe ile yaklaşırlarsa bunu aldatma olarak algılarlar. Bu size karşı sürekli ön yargı üretmelerini sağlar. Bu süreçte iletişim kanallarını kapatırlar. O nedenle doğal olun, rol yaparsanız kaybederseniz. Kendinizi ikna ettiğinizde büyüleyici ikna yeteneklerinizi herkes hissedecektir. İkna hızınıza ve kalitenize bir süre sonra siz de inanamayacaksınız. Yapmanız gereken ikna etmek istediğiniz konuda kendinizi % 100 ikna etmektir.

İkna sürecinde kendinizi gerçekten ikna ederseniz bu beden dilinize, ses tonunuza, duruşunuza yansıyacaktır. Sizdeki heyecan karşınızdakine geçecektir. Örneğin bir firmada çalışmak ve iş görüşmesinde seçilmek mi istiyorsunuz? Dünyada son firma kalmış ve sizin geleceğiniz buna bağlıymışçasına tutkuyla, aşkla bu işi istediğinizi hissedin. Bu sizi heyecanlandıracak ve büyük baskı mı oluşturacak? Heyecan duyulmayan hiçbir iş başarılamaz. Türkler heyecansız, beklentisi olmayan insanlar yerine heyecanlı insanları tercih

ederler. Şirketler emekliliğini bekleyen insan yığını ile dolu. Her şirket sabah işine aşkla gelecek heyecanlı yetenek avında. Siz de heyecanlanın. Şimdi düşünün, bir şirketin sahibi, insan kaynakları yöneticisisiniz. Bir kişi iş görüşmesine geldi. Bu iş olmazsa yarın başkasına bakarım bakışını hissediyorsunuz. İşe alır mısınız? Böyle olduğunda heyecan seviyesi ikna için yetersiz olacaktır. İkna mesajınız, bu işi gerçekten çok istiyorum olmalı. Bunu oynayarak başaramazsınız. Odaklanın, hissedin, empati yapın. Karşınızdakinin yerine kendinizi koyarak düşünün. Ne istiyor, fayda ne sorularına cevap bulun.

İknada Türk insanının kalbini kazanın. Mantıksal değerlendirmeler, analitik bakışlar sadece duyguları haklı çıkartmak için kullanılır. Mühendis zekâsı ile tüm olaylarda sebep sonuç bağlantısı kuranların aradığı duygu güvende olmaktır. Kendinizi ikna ederken sizi motive eden duyguya ulaşın. Ne düşündüğünüzden daha çok ne hissediyorsunuz, bunu bulmalısınız.

Kendinizi ikna ederken beyninizdeki kareleri görün, sesleri duyun, isteklerinizi dokunur hale getirin. Kendinizi ikna ettiğinizde itirazlar sizi rahatsız etmez. Davranışlarınızı pasif ya da saldırgan tepkiler olarak iletmesiniz. Mazeretlere odaklanmaz, sonuca odaklanırsınız. Kendinizi ikna ettiğinizde çok daha sabırlı olursunuz. En önemlisi kendinizi kazanmış hissederseniz. O nedenle başkalarını ikna etmeden önce kendimizi ikna etmenin önemi üzerine odaklanalım.

İknayı bir satranç oyununa benzetebilirsiniz. Hiç taş kaybetmeden sürekli rakiplerinizi yendiğinizi düşünün. Kim sizinle satranç oynamaktan keyif alır. O zaman ikna iletişiminde küçük kayıpları göze almalısınız. Taş kaybetmekten korkarsanız satranç oynama şansınız olmaz. Evet; oynamazsanız kesinlikle kaybetme riskiniz yoktur. Kazanma şansınız da olmaz. İkna için iletişime geçin. Kazanma arzusu ile

odaklanın kaybetme korkusu ile değil. Türkler ile ikna iletişimindeyseniz kazanmalarına izin verin. Birlikte kazanma yollarını keşfedin. "Kazan, kazan" Türklerde kazandırdıkça oyun devam eder anlamındadır.

Bir hikâyecik paylaşmak isterim. Kuaför zengin müşterisini eğlendirmek için sokakta oynayan saf görünümlü çocuğu içeri çağırır ve müşterisine, "Bak, bu çocuk ne kadar salak, izle," der. Bir elinde 50 TL, diğer elinde 5 TL vardır. Çocuğa sorar hangisi istersin? Çocuk sessizce 5 TL'yi alır ve çıkar. Kuaför müşterisine döner, "Bak gördün mü ne kadar salak, 5 TL'yi aldı," diye kahkahayı basar. Müşteri bu davranış karşısında meraklanır ve çocuğun yanına gider. "Neden büyük parayı almadın?" diye sorar.

Çocuk gülerek cevap verir. Amca biz bu oyunu her zaman oynuyoruz. 50 TL'yi alırsam oyun biterdi der.

Haklı olduğunuza kendinizi gerçekten ikna ettiğinizde büyüleyici başarılar elde edeceksiniz. Yaptığınızın doğru ve yapılması gerektiğinizi düşündüğünüz an beyniniz hizmetinize girecektir. Vicdanınız olaylara daha farklı bakacaktır.

Kendinizi ikna ettiğiniz an kendinize ve başkalarına güven oluşturacaksınız. O nedenle kendinizi % 100 ikna etmeden yola çıkmayın. Bir satış görüşmesine giderken kota baskısı, ya satış olmazsa müdürün suratı, arkadaşlarının bakışları, boşa geçen zaman ve enerjiyi düşünerek başarılı olamazsınız. Omuzlarınız düşecek, bakışlarınız kaçamak olacak, sesiniz titreyecektir. Beyniniz asla sizi satışa yönlendirmeyecektir. Aksine başarısız olduğunuzda sizi hangi hikâyelerin mutlu edeceğini bulmaya götürecektir. Binlerce mazeret bulacak ve suçluluk hissetmeyeceksiniz. Hatalardan ders alma eğiliminde de olmayacaksınız. Çünkü siz farkında olmadan kaybetmeyi tercih ettiniz. Kaybetme korkusu hücrelerinizi sardı. Elleriniz titriyor, siz asla satış kapama nokta-

sına gelemezsiniz. Nerdeyse müşterinizin hayır demesi için yalvaracaksınız. Şu anda sözleşme imzalama resmini göremezsiniz. Kendi gülen resminize uzaksınız. Yapmanız gereken çok basit. Satış gerçekleşmiş gibi düşünün. Yani finalini bildiğiniz bir filmi tekrar izliyorsunuz. Bu film bir tekrardan ibaret, haydi filminizi bir daha izleyin.

Güçlü ikna yetinizi yaşamın her alanında devrede tutabilirsiniz. Partnerinizi ikna ederken, ailenizi ikna ederken, patronunuzu, müşterinizi, tedarikçinizi, rakiplerinizi ikna ederken yaşayacaksınız.

Kural basit. Türkleri ikna ederken kesinlikle önce kendinizi ikna edin.

İkna % 100 Duygusaldır

Türkleri ikna etmek isterseniz mantık ve analitik kavramlara değil, duyguları önem verin. Türkler mantığı duygularını haklı çıkartmak ve kendilerini iyi hissetmek için kullanırlar.

İkna iletişimi analitik bir sebep sonuç ilişkisi gibi gözlemlense de tamamen bir duygu transferidir. Satın alma departmanında çalışan bir yönetici ile satıcının arasında para ve ekonomik satın alma değerleri konuşulsa da asıl olan kazanma ve kendini değerli hissetme duygusudur.

Aldatılan bir kadın için başlayan her ilişki aldatılma potansiyelidir. Sağlıklı bir ilişkide bunu değiştirmek için şimdiyi ve geleceği yönetmek yetersiz kalacaktır. Geçmişi de yönetmek gerekir. Böyle bir ilişkinin içindeyseniz kadın ya da erkek olarak geçmişin izlerini silmeli ve şimdiden keyif almalısınız. Her saniye geçmiş referanslarında takılı kalmak mezara girip ölümü beklemekten farksızdır. Sürekli dikiz aynasına bakarak yol alamazsınız, yola odaklanmalısınız. Yeni ilişki başlatacak ve bunu sürdürecek duygu her insanın aynı olmadığıdır. Eğer böyle bir aldatılmada kişi kurban

rolü oynuyor ve kendini suçluyorsa duygu değişimine ihtiyacı vardır. Zaman kaybetmeden bir yaşam koçu, terapist ile çalışmalıdır. Hiçbir hayat başkasına bağışlanacak kadar değersiz ve önemsiz değildir. Anı yaşamak için evren milyonlarca fırsat sunmaktadır.

Evet; ikna % 100 duygusallıktır. Öyleyse insanların duygularına olumlu olarak ulaşmamız gerekir. Sürdürülebilir ikna için hangi duygunun tatmin edilmesi gerektiğine ulaşmalıyız. Duyguya ulaştıktan sonra bu duyguyu yerine getirebilecek güveni sağlamalıyız. Bunu hiç kuşkusuz tanıyarak yapabiliriz. Duyguları tanıdığımızda yapmamız gereken bir faktör de hızlı değişim tuzağına düşmemektir. Hızlı değişim eylemlerin uzun soluklu ve sağlıklı gelişmesini engeller. Değişim iyi planlanmalı ve kalıcı olmalıdır. Zaman baskısı iknanın geri tepmesine yol açar.

Düşünebiliyor musunuz, birine gidiyorsunuz seninle 4 gün içinde sevgili olmalı ve 21 günde evlenmeliyiz diyorsunuz. Bu baskıyı tüm ikna yönetimi ile ilişkilendirebilirsiniz. Müşterinizle sözleşme yapıyorsunuz, bu fiyata sadece bugün geçerlidir, yarın farklıdır diyorsunuz. Zaman baskısı kuşku ile karşılanır. İkna iletişiminde seçenekleri sunun, zaman konusunda da ortak payda arayın.

İnsanlara kendi cevaplarını bulacak zaman da tanıyın. Çünkü insanlar süper ego taşır. Kararların içinde yer almak isterler. % 100 sorumluluk almak, sürecin içinde bulunmak insanları mutlu eder. O nedenle, ikna bir dayatma değil iletişim sürecidir. O nedenle ikna sürecinde olduğunuz kişilerin *nasıl karar aldıklarını, nasıl vazgeçtiklerini, karar almadaki* etkenlerini iyi gözlemleyin.

Başkalarının konfor alanına girdiğinizde dirençle karşılaşacaksınız. Bunu normal bir tavır olarak algılamanız gerekmektedir. Çünkü insanlar duygularını başkaları ile kolay paylaşmazlar. Duygularını açığa çıkarttıklarında bunun kul-

lanılacağını düşünürler. O nedenle ikna iletişiminde olduğunuz kişileri eleştirirseniz kendilerini kapatırlar ya da saldırganlaşırlar. İkna duygu yönetimidir. İkna bir iletişim sürecidir. İkna sizin kendinizi aşma ve hedefe ulaşma aracınızdır.

Türklere Tavsiyede Bulunmayın

Türkler 0–5 yaşında aileden, okul çağlarında öğretmenlerinden tavsiye alarak yetiştirildikleri için tavsiye almayı sevmezler. Tavsiyelerden etkilenmemenin çok sebepleri vardır. Öncelikle tavsiye verenlerin bu tavsiyeleri kendileri uygulamadıklarını gözlemedikleri, kuralları takip etmedikleri, esnek ve herkese farklı davrandıklarını öğrenirler. Ayrıca tavsiyeler sürekli değişkenlik gösterir.

Bir Türk'ü ikna etmek istiyorsanız kendi doğrusunu bulmasını sağlayacak güçlü sorular sorun. Lütfen ikna iletişim sürecinde NEDEN soruları sormayın. Türklere soracağınız neden soruları mazeret üretmelerini sağlar. Kendini gerçekleştirmelerini engeller.

Neden geç kaldın?
Neden görevini yapmadın?
Neden böyle davranıyorsun?
Neden benimle ilgilenmiyorsun?
Neden bu kadar işsiz kaldın?
Neden bu ürünü satamadın?

Türk eğitim sistemindeki neden sorularından dolayı Türk gençleri mazeret üretme pratikleri çok gelişmiştir. Mazeret üretme enerjileri yerine sonuç üretmeye odaklanılsa başarıya ulaşılacaktır. Peki, neden sorusu yerine hangi soru sorulmalıdır. Tam olarak sonuç üretecek ve farkındalık sağlayacak soru örneği;

Neden dersine çalışmadın? (Yerine)

İstersen dersine nasıl çalışırsın?

İkinci soru şeklinde, suçlama ve mazeret üretmeye yönlendirme yok. "İstersen" kelimesi ile "bunu yapacak potansiyelin var, bunun farkındayım" mesajı verilir. Ayrıca istemediğin için yapmadığının farkında olduğu da ortaya çıkmaktadır. Neden yerine nasıl sorusu ile mazeret ve kendini mutlu edecek hikâyeler yazmak yerine başarı yolunu anlatması istenmektedir. "Neden dersini yapmadın?" cümlesinde yapmamak olumsuz kelimedir. "Nasıl çalışırsın?" cümlesinde ise çalışmak olumlu bir eylem kelimesidir.

İkna sürecinde olumlu kelimeler kullanarak doğru sorular sormak beynin hedefe odaklanmasını sağlar. Ayrıca doğru sorular ne hissettiğinizi bulmanıza yardımcı olur.

İkna % 100 duygusaldır dedik, seçeneklerin artması duygu karmaşasına yol açar. Seçeneksiz kalmakta seçeneklerin çok artması da karar almayı zorlaştırır. En kötü karar kararsızlıktır anlayışı doğrudur. Doğru karar almak için seçeneklerin ayrıştırılması ve azaltılması gerekmektedir. Seçenek sayısı kaç olmalıdır? Nasıl sunulmalıdır bunu deneyimle belirlemek gerekir.

Türklere tavsiyede bulunmamak gerektiği gibi seçenekleri çok azaltarak hareket alanını yok etmeyiniz. Ya da aşırı seçenek sunup karar almasını zorlaştırmayınız.

İkna Dostluğu

İlgi gösterin:

Size nasıl davranılmasını istersiniz? Karşınızdaki kişi dünyanın en önemli insanı olduğunuzu hissettirse, çok iyi anlaşıldığınızı düşünseniz neler yapardınız? Oysa yapılması gereken belli koşulsuz kabul ve saygı göstermek. Klasik "seni anlıyorum", "kendimi senin yerine koyuyorum" söylemleri Türklerde yetersiz kalır. Bunun nedeni eyleme dönüşmemiş söylemler ve devamı gelmeyen kesintili eylemlerdir. Birini ikna etmek istiyorsunuz bunu çıkar ilişkisi haline getirmeden ilgi göstererek yapın. Size nasıl davranılmasını istiyorsanız öyle davranın. Yargılamak, küçük düşürmek, olumsuz kelimeler ve geçmişi sorgulamak bizim işimiz değil.

Hataları ile eksiklikleri ile kabullenmek. Türk insanının genetik kodlarına işlenmiş bu koşulsuz kabulü Mevlana Celaleddin-i Rumi ne güzel anlatmış.

Gel, gel ne olursan yine de gel
İster kâfir, ister Mecusi ister puta tapan ol
Bizim dergâhımız ümitsizlik dergâhı değildir

Yüz kere tövbeni bozmuş olsan da yine gel

Hata arayan gözlerle baktığımızda, hatayı bulmak ne kadar kolaydır. Mevlana dost gözüyle baktığı için yüz yıllardır aramızda yaşamaktadır. Çok sevdiğiniz birini düşünün. Âşıksanız ne yaparsa yapsın hatalarına gözleriniz kapalı. Çünkü kalp gözüyle bakmaktasınız. Bu enerjiyi işinize, ilişkilerinize yansıttığınızda ikna etmek, insanları peşinizden sürüklemek çok kolay olacaktır.

Özel olduğunu hissettirin. Dinlemeniz, bakışlarınız, susmalarınızla, gözleriniz ve en önemlisi kalbinizle hissettirin. Bunun için egzersiz yapmanız gerekiyorsa egzersiz yapın. Karşınızdaki kişiyi beyninizde en sevdiğiniz, saygı duyduğunuz, sorgulamadığınız kişi ile değiştirin.

Hayalleri ile ilgilenin;

Hayallerinin nefes almasını sağlayın. Türkler hayallerini anlatacak kişilere çok değer verirler. Hayallerini anlattıkları kişilere güven duyarlar. Hayallerini dinleyin, canlı tutun. Hayallerini eyleme geçirecek cesareti onlara verin. Aslında hayallerini sizinle değil tekrar kendileri ile konuşmalarını sağlayın. Türkler hayal kurarlar ama bunları kolay paylaşamadıkları için eyleme geçiremezler. Bir Türkü ikna etmek isterseniz hayallerini harekete geçirin. Güven sağlamanın en iyi yolu yargılamadan hayalleri üzerine sohbet etmektir.

Hayallerini paylaşmak istemezlerse hayallerinizi ortaya koyun. İnanın hiçbir hayali olmayan Türk yoktur. Kimi ülkeyi kurtaracak bir proje, kimi bir balıkçı kasabasında yaşamak, kimi büyük aşkının peşinden gitmek ister. Sokak ortasında aç mısın diye sorup ekmeğini, suyunu paylaşan Türkler kolay hayallerini paylaşmaz. Çoğunlukla hayalleri örselenmiş, ertelenmiş, bastırılmıştır. Hayalleri ile ortak bağ kuranlarla sürekli iletişim içinde kalmaktan keyif alırlar. Hayallerine saygı duyduğunuzu hissettirin. Öneri istenmediği sürece öneri de bulunmayın. En önemlisi kendi hayallerinizi

ön plana çıkartıp kıyaslamayın. Hayal mühendisliği yapıp hayallerini düzeltmeye kalkmayın. Kendi hayallerinizi peşinden koşarken yaşadığınız tutkuyu yaşadığınızı hissettirin. Hayallerinden aldığınız tüm duygu, düşünce, bilgi ve ritme kalıcı dostluğunuzun her aşamasında ihtiyacınız olacaktır. İnsanların sıcak düğmelerinden biri de hayalleridir.

"1453 İstanbul" filmini çekmek isteyen bir marangoza, Kaytsörf yapmak isteyen 70 yaşındaki birine, dünyayı dolaşmak isteyen bir çifte, üniversite kurmak isteyen bir hademeye saygı duymalıyız. Bize göre değer yargıları ile olaya bakmamalıyız. Kendi hayallerinize nasıl saygı duyulmasını istiyorsanız, siz de başkalarının hayallerine saygı duyun. En büyük saygıyı hayaller hak eder.

Gece saat üçte yatağınızdan uyandırsalar, üç hayalinizi anlatabilir misiniz? Hayallerin eyleme dönüşmesi için kendinizi nasıl ikna edersiniz?

Kaygıları ile İlgilenin:

Türkler potansiyellerine ait resimleri netleştiremediklerinde engellere odaklanırlar. Mükemmel özelliklerinin farkına varamadıklarında engeller ve kaygılarını görürler. Dahası kaygıları ile yüzleşmez ruhlarının derinliklerinde büyümeye bırakırlar. O nedenle kaygılarıyla ilgili çok güçlü sorular sorun. Kaygılarından konuşmaya başladıysanız harika bir güven ortamı oluşmuştur.

Bir kişinin görüntüsü ile içinde bulunduğu durum farklı olabilir. Kelimeler ile kelimelerin altında yatan gerçekler birbirinden çok farklı olabilir. O nedenle insanların kaygıları ile ilgilenin. Sevgiliniz, eşiniz "senden nefret ediyorum" dediğinde bu "lütfen bana sarıl, sana çok ihtiyacım var" demek olabilir. O nedenle iyi okumak gerekir. İnsanların kaygıları ile ilgilendiğinizde onu ikna etmeniz çok kolaylaşacaktır.

Kaygılar beden dilinde, sesinde, göz temasında, susmalarında kendini ele verir. Buradan çok iyi okuyabilirsiniz yapmanız gereken dikkatli olmak. İyi görüntü vermek için insanlar rol yapsa da kendilerini ele verirler. Kaygılarını,

korkularını ve sorunlarını biri sizinle paylaştıysa, siz bunu gizlilik ilkesi içinde kendinizde saklayın. Asla başkaları ile paylaşmayın. Bunu yaparsanız bir daha güven ortamı oluşturamazsanız.

Biri sizinle kaygılarını paylaştığında geçmiş referanslarınız arasında bağlantı kurmayın. Böyle davranan başka tanıdıklarınızın geçmişte yaşadıklarını bu olayla ilişkilendirmeyin. Kaygılara saygı gösterin. Birden değiştirmeye ve olayın içinde yer almaya, tavsiyelerde bulunmaya başlamayın. Güven bankasında krediniz olmadan hamle yapmayın. Sizden net olarak yardım istenmeden konfor alanlarına hızlı girmeyin.

Zaman Ayırın

Fiziksel, zihinsel ve sosyal olarak "kaliteli zaman" ayırın. Bazen binlerce kilometre uzakta iken telefonda ayırdığınız kaliteli zaman, yanında iken geçirdiğiniz zamandan daha ikna edici olabilir. Teknolojik gelişim, çok hızlı bilgi akışı kaliteli zaman kavramına zarar vermektedir. Düşünün, aynı evin içinde dört kişi ve biri bilgisayarın başında, diğeri elinde tablet, iki kişi cep telefonlarında birbirine mesaj atarak iletişim halinde. Göz teması, önemli olma mesajını ileten en özel faktörlerdendir. O nedenle ikna etmek istediğiniz kişi ya da kişilere mutlaka özel olduklarını hissettirecek zaman ayırın. Onunla bulunduğunuz sürede % 100 o kişiye odaklanın. Bir telefon görüşmesi, ilgisiz bölünmeler kaliteyi düşürebilir. Böyle durumlarda yapacağınızın en iyisi o kişiyi modelleyin, size nasıl davranıyorsa ona göre tavır sergileyin. Burada ast-üst ilişkisi, sosyal bağlantı ve ilişki durumu önemlidir.

Sıkmadan, karşılıklı keyif alarak, yüzünüzü fazla eskitmeden zaman ayırın. Türklerde bir atasözü vardır. Sık muhabbet tez ayrılık getirir. Sürekli iletişim halinde olmak gi-

zemi kaybettirir. Siz zaman ayırırken bu ayırdığınız saatlerde eleştiri ve sorun yüklüyorsanız ikna iletişimi riske girmektedir.

Zaman ayırdığınız kişiye geçen zaman için teşekkür edin. Bundan keyif aldığınızı hissettirin. Sizinle geçen zamandan keyif ve fayda elde etmelidir. Deneyim, değişim kazanmalıdır. Sizi boşa geçen zaman olarak algılamamalıdır. Türkler kendini tekrarlayan işlerden çabuk sıkılırlar. Rutin olmayın. Sürpriz ilkesinden yararlanın. Zaman geçirdiğiniz kişi ve kişilere beklentilerine doğru oranda sürpriz yapın. Neden hoşlandığını öğrenin ve bu anlamda sürprizler yapın.

Size nasıl kaliteli zaman ayrılmasını istersiniz? Siz başkalarına nasıl kaliteli zaman ayırıyorsunuz?

Kişiye Saygı Duyun

Yaşamın her anı kişisel çıkar ilişkileri ile bağlantılıdır. Evet; bencilce olduğunun farkındayım. Bu gerçekle her zaman yüzleşmek istemeyiz. Size bir soru sorayım. Çok eski bir okul fotoğrafı gördüğünüzde ilk baktığınız kimdir? Kendiniz, değil mi?

Karnı acıkan, altı kirlenen bebek, ilgi bekleyen kucağa alınmak istenen bebek, gazının alınmasını isteyen bebek gelecekte saygı duyulmak isteyen bebektir. Anneler her ağlamadaki farklılıklarla çocuğun ne istediğini kısa sürede öğrenir. Ağlama şekline göre neyi istediğini bilir.

İşte bu yüzden ağlamayan bebeğe emzik vermezler diye bir atasözümüz vardır. İşte bu atasözü ve anlayıştan dolayı Türkler isteklerini elde etmek için olumsuz konuşabilir ve tavır alabilirler. O nedenle değerlerine, beklentilerine, duygularına ve inançlarına saygı gösterilmesi gerekir. Hatta bunlar değişkenlik gösterse de insanlar sürekli saygı beklerler.

Siz bunlara saygı gösterdiğinizde insanlarda yapılan iyiliğin altında kalmamak için size saygı gösterecektir. Beklentileri sizin yargılarınıza göre doğru olmayabilir yine de unu-

tulmaması gereken, sizin algılarınız kadar karşınızdaki kişilerinde filtreleri olduğudur. İletişimin devamlılığı için kültürel farklar, statü, aile, çevre gibi birçok faktörün olacağını bilmelisiniz. Bilinçaltına yerleşmiş davranışları birden değiştirmeye kalkıştığınızda ilişkiler bocalar. Türkiye'de çevre, gelenekler, aile bu anlamda önemlidir. İzmirli bir çift evlenmeden birlikte yaşarken ailesi tarafından hoşgörü ile karşılanabilir, Güney Doğu Anadolu kökenli bir aile için bu töre cinayeti anlamına gelir. İki durumu da birden değiştiremezsiniz. O nedenle kişiye saygı duyabilmek için tanıma mesafesinde olmak gerekir.

Cezaevlerinde koçluk ve eğitmenlik yaptığım dönemlerde hırsızlık yapanların kendilerini Robin Hood gibi zenginden alıp fakire veren halk kahramanı gibi gördüklerine defalarca şahit oldum. Ya da eşit şartlarda olmadıkları için çalınan malın kendi hakları olduğunu, hırsızlık işinin yetenek, cesaret, zekâ gerektiren bir uzmanlık olduğunu düşünen çok kişi tanıyorum. Onlar için sigortacılık sektörünü geliştiren bir meslektir, hırsızlık. Şimdi bu anlayışı tümden ret etmiş olabilirsiniz. Kesinlikle saygı göstermeyebilirsiniz. İşte o zaman ikna etme iletişim kanallarını kopartırsınız. O nedenle koşulsuz saygı kavramını anlamak ve anlaşılmak için devrede tutmalısınız.

Bakın bir gün ne oldu... 10 yıl kadar önce arabamın teybi çalındı. (Eskiden bu tür hırsızlıklar çoktu, şimdi azaldı). Polis karakoluna gidip ifademi verdim, tutanak imzalandı, polis bulursak sizi ararız dedi. (Biz size döneriz tarzı) Ben de arabadan parmak izi almayacak mısınız diye sorduğumda polisin cevabı çok keyifliydi. "Siz çok Amerikan filmi izliyorsunuz!"

Sonra eğitim için cezaevine gittiğimde konuyu sektördeki arkadaşlara ilettim. Bana bir telefon numarası verdiler ve aradığım kişiye selam iletip konuyu anlatmamı söylediler.

Arkadaşı aradım, yarın öğleden önce 11'de buluşup arabaya bakalım, dedi. Tam söz verdiği saatte geldi, arabaya baktı ve iş temiz, bizim çocuklar yapmış, dedi. Tekrar 17.00'de buluşmak üzere sözleştik. Üç tane araba teybi ile geldi, hangisi sizin hocam, arkadaşlar taksın, dedi. Giderken de aracın plakasını çocuklara veririm, siz rahat olun hocam, diyerek kasko sistemine beni de dâhil etti.

Şimdi cezaevinde koçluk ve eğitim yaptığım dönemde suçlu damgası vurup kişiliklerine saygı göstermeseydim beklentilerim karşılanır mıydı? Güven ortamı sağlamak için kişiye saygı ve bunu hissettirmek önemli.

Türklerin inançlarına saygı duymalısınız. İslam anlayışı ile yaşayan Türk toplumunda yüzyıllarca üç din, dört mezhep ve onlarca etnik grup hoşgörü ile birlikte yaşamaktır. Ne zaman saygı azaldı ise o zaman etnik çatışmalar artmıştır. Alevi-Sünni, Türk-Kürt çatışmalarının altında yatan yeterince tanımamak ve saygıya değer vermemek yatmaktadır. Saygı ve anlama çabası sizin ikna iletişiminizde çok değerlidir. Anahtar kelimenin "koşulsuz kabul" olduğunu unutmayalım. Sevgi-nefret ikileminde Türklerde inançlara saygı çok önemli bir belirleyicidir. Saygı duyduğunuzu hissettirdiğinizde sevgi iletişimi ve Türkiye'nin her yerinde kabul görmeniz kolaylaşır.

İnançlara saygı konusunda yaşadığım bir anekdotu paylaşmak isterim. Sevgili Jeet Kune Do Türkiye temsilcisi arkadaşım Ediz Barış bir gün trekking grubu ile dağa çıkıyor. Kolundaki ağrı nedeni ile sargı var. Yürüyüş öncesi toplanma alanında sargıyı çıkartıp bir ağaca bırakıyor. Amacı akşama o sargı oradaysa tekrar kullanacak. Akşam geri döndüklerinde aynı ağaçta kırkın üzerinde bez, çaput buluyor. Bizim sargı ağacı, dilek ağacı haline getirmiş. İnsanların ağaçlardan türbelerden beklentilere girmesini doğru bulmayabilirsiniz, ama bu saygı göstermemizi engeller mi?

İknada dini inançlardaki kavramlar dışında ırk kökenli davranışlar da dikkate alınmalıdır. İnsanlar ait olmak ister. Kendilerini nasıl tanımladılarsa ona ait olduklarını düşünürler. O nedenle ait oldukları kavram, duygu ve detaya saygı göstermek gerekir. Etnik kültür ve yapılarına yaşama haklarına saygı gösterdiğimizde ikna iletişimimiz artacaktır.

Türklerin tüm inanç ve değerlerini öğrenmek entelektüel sermaye gerektirir. Bunları öğrenip kültürel ve bölgesel farklara göre uyumlama yaptığınızda ikna yolunda hızla ilerleyeceksiniz.

Değerlere Saygı

Türkleri ikna etmek istiyorsanız değerlerine saygı göstermelisiniz. Kendinize bir değerler listesi çıkartın ve değerlere göre davranışlar üzerine odaklanın. Ülkenin değerleri, coğrafi değerler ve bireysel değerlere saygı ikna iletişiminizde önemlidir.

Türk toplumunda birçok değer vardır. Örneğin Osmanlı'da konakların kapılarında üç tokmak bulunurdu. En altta çocukların yetişeceği yerde ince ses çıkartan bir tokmak, ortada kadın geldiğinde çalınan farklı ses çıkartan bir tokmak ve üstte erkek geldiğinde çalınan kalın ses çıkartan bir tokmak. Kapı çalındığında gelenin cinsiyetini anlayabileceğiniz bir sistem. Bu mahremiyet hassasiyeti şimdi de kullanılıyor. Kardeş kardeşinin evine gitmek için telefonla bilgi veriyor.

Avrupa'da birisi yolda kalsa ve aç olduğunu söylese ev sahibinin yapacağı iş polis çağırtmaktır. Türkiye'de bu durum olduğunda Tanrı misafiri kabul edilir ve yiyecek ikram edilir. Bunlar gibi binlerce faktör birleştiğinde Türk insanının özellikleri oluşmaktadır. İkili ilişkilerinizde, profesyonel ilişkilerinizde farklı insan olamazsınız. İnsan bütünseldir. Profesyonel dünyada bir sosyal projenin içinde yer alıp fok

balıklarını kurtarmak için para harcar, anneniz ve babanızı ilgisiz bırakırsanız yaşam dengenizi yitirirsiniz. O nedenle değerlerinizi bütünsel yaşamalısınız. İknada önemli kural kendine dürüst olmak, kendine rol yapıp kendini aldatan biri elbette başkalarını da aldatma eğiliminde olacaktır.

Misafirperverlik bir Türk geleneğidir. Türk toplumunda bir öğretidir. Siz iş yerinize gelen misafirinize ikram ile önemli ve değerli olduğunu hissettirirsiniz. Orada içilen çay kahve mesajı "değerli ve özel bir konuğumsun"dur. Bu da ikna iletişimi için değer üretir.

Bir iş görüşmesine gittiğinizde insan kaynakları yöneticisine kendisini özel hissettirecek bir armağan verebilirsiniz. Bu görüşmeyi farklı boyuta ulaştıracaktır. İsterseniz bir ikna kitabı hediye edebilirsiniz! Sevgilinize, eşinize, sevdiklerinize yılın herhangi bir günü sürpriz yapabilirsiniz. "Özel olan gün değil, sensin" mesajı verebilirsiniz. Bunun için 14 Şubat Sevgililer Gününü beklemenize gerek yok. Ya da Anneler Gününü bekleyip annenize ütü olarak (senin asli görevin ütü, çamaşır, bulaşık) mesajı iletmenize gerek yok. Yılın herhangi bir günü alacağınız bir çiçek, bir yemek çok daha büyük etki bırakacaktır. İkna iletişimi için sevdiklerinizin enerjisine her zaman ihtiyacınız vardır. Lütfen birine sevgi sözcükleri söyleyeceksiniz ertelemeyin. Bir telefon açıp iki kelime, "seni seviyorum" diyerek telefonu kapattığınızda o kişinin gününe inanılmaz enerji kattığınızı bilmelisiniz. Sevgiyi ertelemeyin, eğer olumsuz cümle kurmayı düşünüyorsanız 24 saat bekleyin.

Sevgi sözcükleriniz evrende sürekli dolaşacak ve her zaman sizi bulacaktır. Sizi seviyorum...

Sevgi gücü ile ikna arasındaki bağlantıyı nasıl anlatabilirsiniz?

Duygulara Saygı:

Türk insanı duygularını yoğun yaşar. Ancak bunları kolay ifade etmezler. Bu da zamanla baskı oluşturur. Türk erkeği ağlamaz!

—Ağlıyor musun?

—Hayır, gözüme bir şey kaçtı.

Türk filmlerindeki repliklerdendir. Bu öğretilerden dolayı sokakta hıçkırarak ağlayan erkek göremezseniz. Belki erkek arkadaşınız, sevgiliniz, eşiniz göğsünüze yaslanıp ağlamak istiyordur. Güven ortamı oluştuğunda, duygulara saygı sağlandığında paylaşım kalitesi artacaktır. Tepkilere, sevinçlere, üzüntülere saygı duymak Türk işi iknada sizin kredinizi artıracaktır. Olumsuzluklar karşısında balık hafızalı olmak, sırları mezarlığa götürmek, olumlu durumları sık konuşmak sizi ikna ustası yapacaktır.

İkna sürecinde duyguları sizin bakış açınız ile değerlendirmeyin. Karşınızdaki kişinin algısını sorun ve öğrenin. Duygu yönetiminde yeterince güven ortamı oluşturmadan doğru ya da yanlış tavsiyelerde bulunmayın. Öğretmen rolü ikna iletişiminde güven kazanılmadan kullanılmamalıdır.

Evliliğinizin 10.yılında olsanız da eşinize tavsiyelerde bulunmak, onu değiştirmeye kalkmak itici bulunabilir. Güven ortamının ilişkisi zamanla ilgili değildir. Yaptığınız yatırım ve emekle ilgilidir.

Size göre doğru olmayan bir durum karşınızdakine göre çok doğru olabilir. Bu karşınızdaki kişiyi yargılama hakkı vermez. Örneğin kadınlar günde ortalama 24.000, erkekler 12000 kelime konuşurlar. Bir bayanın çalışmadığını düşünün. Evde iki çocuğunu okula gönderirken 24.000 kelimeden 3000 kadarını kullandı 21000 kelime ile eşini bekliyor. Bunları tüketmesi gerekiyor. Erkek 12000 kelime ile konuşuyor, iş yerinde inanılmaz detaylara odaklanıyor ve 18000 kelime kullanıyor. Yorgun, eve koşup susmak ve kumandaya ulaşmak istiyor. Kadın + 21000 ile evde gardını almış bekliyor erkek – 6000'de. Sahne bu ve her gün tekrarlanıyor. Kadın konuşmazsa, erkek susmazsa patlayacak. Eve gelen erkeğin derdi karnını doyurmak ve kutsal üçlemeye ulaşmak. TV kumandası, kanepe ve çay isteği, telefonda bile konuşmak istemiyor. Kadın kocasının hayalini kurmuş ve sadece günün nasıl geçti sorusuna 3 farklı şekilde 5000 kelime ile cevap vermeye hazır.

Erkek bu tuzak soruyu sormuyor. Şimdi kadının anlaşılma duygusu, önemli olma duygusu, paylaşma duygusu, değer hisleri ile 21.000 kelimeyi kullanması arasında yüksek bağlantı var. Erkek için de anlaşılma, yorgun eşe destek, sakin kalıp günü planlama ve mutlu bir gece geçirme ile sessizlik, yalnızlık arasında müthiş bir performans var. Şimdi ikna yeteneklerine ihtiyaç var. Olay basit, sevgili Türk erkeği eşinle uzun vadeli bir gelecek beklentin varsa yapman gereken o 21.000 kelimeyi gün içinde ya da senin yanında tüketmesini sağlamak. Biriktirdiği zaman kesinlikle ertesi güne devredecektir. Bazen çok sıkıştığında ritmi daha yüksek ve daha hızlı olarak tarafınıza iade edilir.

Kavga, tartışma denilen refleksin altında kullanılmayan kelimelerin sıkışması vardır. Ne yapabilirsiniz? Kadın çalışmıyorsa sosyal projelerin içinde yer alabilir, bireysel hobiler geliştirebilir. Türkiye'de dedikodu mekanizması bu nedenle psikoterapi olarak kullanılır. Birilerini çekiştirirken toplamda 24.000 kelime hakkından kullanılır. Bazen hayvan beslemek, hayvanlarla, bitkilerle konuşmakta iyi gelir. Erkekler, siz yine de eşlerinizle sohbet edin. Bir kadın aralıksız dakikada 130 kelime konuşsa 24000 kelimeyi tüketmesi için nefes almadan 184 dakika konuşması gerekir. Üç saatini konuşarak geçirmesi gerekiyor. Erkeğin uyku dışında evde bulunduğu toplam süreyi konuşarak geçirmesi gerekiyor. Sistem böyle çalışıyor. Ancak o zaman kendini iyi hissediyor. O nedenle kadınlar erkekleri düşünüp günler düzenliyorlar. 15 kişinin aynı anda konuştuğu, herkesin çaprazındakine, yanındakine, karşısındakine hatta diğer odadakine laf yetiştirdiği bir sistem sadece bize özgü. Peki, olumsuz ve yanlış bir davranış mı? Kesinlikle hayır. Tarih konuşmaktan yorulmuş bir kadına rastlamamıştır. Konuşmanın kadınlarda doğal bir duygu olduğunu unutmayın. En önemlisi bu duyguyu sevdikleri ile gerçekleştirmek istediklerini bilin. Eşleri, sevgilileri, en özel insanlarla yani sizinle yaşamak istiyorlar. Sizin için önemli ve değerli iseler o zaman bazı tekniklere ihtiyaç duyacaksınız. Bunu erkek ve kadın olarak bilmekte yarar var.

Şimdi sahne aynı, kurban rolündeki yorgun erkek sessizce kapının önünde bekliyor nefes alarak kapıyı çalıyor. Kadın sohbet aşkıyla koşarak kapıyı açıyor. Unutmayın, erkek konuşmazsa kadın kendini değersiz hissedecek, kadın konuşursa erkek "beni kimse anlamıyor" diyerek değersiz hissedecek.

Beyefendi sizin yorulma sebebiniz eşinize daha iyi bir gelecek sunmak için değil mi? Öyleyse gelecek için çalışırken

şimdiyi nasıl ıskalarsınız? Eşinizin biricik isteği sohbet, lütfen siz de biraz işten kelime artırın. Orada iyi dinleyici olun, bu kariyeriniz için çok yararlı olur. Evdeki sohbet sadece aile içindeki yaşam kalitenize değil, iş ve sosyal yaşamınıza da etki edecek. Kaçmayın, konuşmayı deneyin. İnanın bir süre sonra alışkanlığınız olacak. Gerçekten fiziksel ve ruhsal olarak çok yorgunsanız akşam yemeğinde ucu açık ve cevabı uzun sürecek sorular sorun. İlgilendiğinizi göstermek için her sorunun altına birkaç soru daha geliştirin. Bakın size istatistiki bilgi verdim. 184 dakika susmadan konuşmaya ihtiyacı olan biri ile berabersiniz şu an. Her an birbirine ulaşabilmek, evli olmak, sevgili olmak aşkın sihri değil. Aşkın büyüsü sohbette saklı, Mevlana Celaleddin-i Rumi ile Şemsi Tebrizi arasında 15 gün süren sohbetleri düşünün. Uzun, sağlıklı ve iz bırakan bir ilişki için sorular geliştirin ve kendini tekrarlamayan sohbetler için biraz odaklanın. Konuşma ritmine, duruşa, kelimelere, ses tonuna, nefese, alınan keyfe odaklanın.

Unutmayın kadınlar sohbet arttıkça erkeği ödüllendirirler.

Eşinizin, sevgilinizin 24 saatini nasıl geçirdiğini 5 sayfa yazın ve bunu tam olarak anlamış olup olmadığınızı partnerinize sorun. İkna oyununu karşılıklı olarak oynayabilirsiniz.

Bakış Açılarına Saygı Duyun

İnsanlar bir fotokopi makinesinden seri olarak üretilmemiştir. Çevre, eğitim, kültür, aile, deneyim gibi birçok faktör etkilediği için insanların aynı olaya bakış açısı farklılıklar gösterir. İkna etmek istediğiniz kişinin olay karşısında bu şekilde düşünme nedenine ulaşmalısınız. İknada kritik gediğinizi bu şekilde geliştirirsiniz.

Örneğin pazarlık yapmayı seven biri üretim maliyetinizin çok altında bir teklifle size gelebilir. Bu fiyat size komik, tartışılamaz gelebilir. Ancak ikna iletişimin süresi için bu fiyatı vermesinin altında yatan nedene ulaşmanız gerekir. Geçmişte gerçek değeri 500 TL eden bir ürün ya da hizmete 3000 TL fiyat almış ve bunun fiyatını 750 TL'ye düşürüp kendini zafer kazanmış hissedebilir. Müşteriniz geçmiş bir pazarlıkta 2250 TL kârda olduğunu sandığında elbette sizinle bu pazarlığı yapabilir. İyi anlatabilmek için iyi anlamalısınız. Türk toplumu pazarlık yapma kültürü ile yetiştirilmiştir. Pazarlık anlayışı ile ilgili bir anekdot paylaşmak isterim. Bir tanıdığım sürekli aracını tamir ettirdiği yere gider ve basit bir işlem yapılır. Araç sahibi borcunu sorar servis yetkilisi sürekli müşterisi olduğu için istemez. Pazarlık refleksi

gelişmiş arkadaşım hemen tepki verir, daha ucuza olmaz mı diye sorar.

Çünkü beynini pazarlığa göre kodlamıştır. Mutlaka indirim yapılmalıdır.

İkna sürecinde sabırlı ve anlamaya odaklanmalısınız. Ne hissediyor, böyle davranmasının altında yatan referansları neler, bunlara ulaşmalısınız. Birçok anlamda bakış açısı gelişecektir. Bunların tamamına saygı duymak gerekir.

Hatalarına Saygı Duyun

İnsanların hata yapma hakları olduğuna saygı duymalıyız. Geçmişteki hataları, kusurları ve daha önemlisi yaptığımız iyilikleri unutmalıyız. Türklerle ikna iletişimi kurduğunuzda geçmişe takılı kalmayın. Geçmişte böyle davranmıştı, bunu gelecekte de yapabilir anlamında düşünmeyin. Bu kendi içsel barışınız için de önemli. Başkalarının ya da kendi hatalarınızın ağırlığı altında ezilmeyin. Tekrarlanmadığı sürece ders alınan hatalar yaşamın öğretmenleridir. Sırtınızda 50 kiloluk patates çuvalı ile ömür boyu yol alamazsınız. İnsanları kataloglara yerleştirip her olayda geçmişteki olumsuz referanslar ile yaşamak acı verir. Bunu hissettiğinizde sözlerinizle karşınızdakine anlatmasanız da bedeniniz parmak izi bırakacaktır. Unutmayın beyinler ve ruhlar sessizce konuşurlar.

Türkler yargıladığınızı gözlerinizden hisseder. Yargıladığınızda ya da yargılandığınızda ikna iletişimini sağlıklı yönetemezsiniz. Bugün gidin gerçekten yargıladığınızı düşündüğünüz bir kişiden özür dileyin. Samimi bir şekilde özrünüzü iletin. Saygı duyduğunuzu gösterin ve o günden sonra davranış değişikliğini gözlemleyin.

Hatalara çıkar ilişkileri ile değil kayıtsız şartsız saygı göstermeliyiz. Düşünün, tüm gözler sizi yargılıyor, nasıl yaşardınız?

İkna ve Profesyonellik

Türklerle iş yaptığınızda profesyonelliğinizi ve uzmanlığınızı hissettirin. İster iş yaşamınızdaki uzmanlık alanınız, isterseniz sosyal çevrenizdeki imajınız iknada sizin duruşunuzu belirleyecektir. Birilerini ikna etmek isterseniz uzmanlığınızı ve profesyonelliğinizi başkaları satmalıdır. Siz özgüveninizi mütevazılığın içinde saklayın. Kusursuzluk taslamayın, "ben" kelimesini kullanmadan en az 5 dakika konuşmayı öğrenin.

İnsanlar sizin yeteneklerinizi sosyal medyadan, başka uzmanlardan, başka insanlardan öğrensin. Çapraz satışa ihtiyacınız olacaktır. Bunun içinde doğal olarak işbirliğine ihtiyacınız vardır. Türklere uzmanlığınızı siz pazarlarsanız değeriniz yeterince algılanmaz. O nedenle sizi pazarlayacak, çapraz satışınızı yapacak dostlar edinin. Siz de onları lanse edin.

Şimdi düşünün, dünyanın sayılı bir beyin cerrahi yakınınızın ameliyatını yapacak. Beyin ameliyatları konusunda bilginiz yok. Operasyonu yapacak beyin cerrahı alanının saygın bir ismi. Bu kişinin söylediklerini tartışır mısınız? Yoksa kabullenir misiniz? Elbette kabullenir insan. Şimdi

birini ikna etmek için nasıl algılandığınızı görmeniz gerekir. Öncelikle nasıl algılanmak istiyorsunuz? Nasıl algılanıyorsunuz? Vermek istediğiniz mesaj ile alınan mesajı görmeniz gerekir.

Profesyonelliğiniz sorgulandığında ikna iletişimin kaliteniz düşecektir. İş, kariyer anlamında profesyonelliğiniz iknada ön planda olursa ilişki ve sosyal çevre iknasında öz imajınız değer kazanmaktadır. Öz imaj iknası olarak şunun algılanması gerekiyor, kendinize ne kadar değer veriyorsunuz? Kural basit, kendinize verdiğiniz değer kadar değerlisiniz. Özgüveninizi nasıl kullanıyorsunuz? Bunu karşı taraf nasıl algılıyor? Türkler kendilerine güvenmeyen insanlara inanmazlar. Aşırı güvenen kişileri ukala olarak algılar ve iş yapmak istemezler. Denge kurmak gerekir.

İyi profesyoneller ikna sürecinde haklı çıkmak, mutlu olmak amacıyla tartışmazlar. Nerede alttan alacaklarını, nerede kural koyucu olacaklarını iyi bilirler. Ne kadar çok kuralınız varsa o kadar çok kumdan kaleniz var demektir. Her gel git olduğunda kaleleriniz yıkılır demektir. Hiçbir kuralınız, kırmızıçizginiz yoksa kolay adam olursunuz. Sürekli sorgulayın, ilk tanıştığınız insanlar sizinle nasıl ilgileniyor, ne kadar süre ayırıyor, iletişim nasıl gelişiyor? Oradan ne elde ediyorsunuz? Sizinle iletişim devam ediyor mu? Daha sonra iletişim sürüyor mu? Bunlara bakmalısınız.

Profesyonelliğinizi nasıl hissettirebilirsiniz? İnsanların sizden farklı düşünmeleri için ilham vermelisiniz. Dinleme, empatik iletişim ve beden diliniz ile model olmalısınız. Anlattıklarınız uygulamak için heyecan duymalılar.

Profesyonellerin destek istemeleri, işbirliği için yardım almaları insanları etkiler. O nedenle şu soruları sormalısınız;

Tam olarak sizce ne yapmalı?

Bana yardımcı olur musunuz?

Sizce yapmak istediğim doğru mu?

Siz olsaydınız nasıl davranırdınız?

Profesyoneller birden sözlerine hayır diyerek başlamazlar. Çünkü ikna iletişiminde olduğunuz bir kişiye hayır dediğinizde bu hayır kelimesi içselleştirilebilir. Yani içinde bulunduğunuz olay yerine kendisine hayır denildiği, ret edildiği düşünülür. O nedenle profesyoneller ikna iletişiminde "hayır" kelimesini kullanırken karşısındakini sorular sorar ve üst düzey empatik iletişim kurarlar.

Örnek;

—Bugün benimle sinemaya gelir misin?

—Hayır, gelemem.

(Beni gerçekten sevseydi değer verseydi hayır demezdi. Ben onun için önemli değilim)

Hayır yerine;

Seninle sinemaya gelmek gerçekten çok keyifli, bunu çok isterim. Zor bir sınavın olsaydın sen ne yapardın?

Burada empatik iletişim önemlidir. Çünkü ikna kişinin düşüncesini giderek davranışını değiştirmektir. Başka bir deyimle hem fikir olmasını sağlamaktır.

Zihninizdeki profesyonel imajı yazılı hale getirir misiniz? Profesyonellik ve siz haydi kendinizi anlatın.

İknanın Dili

Şimdi düşünün lütfen. Sizi ikna edenlerin kullandığı dil, ses tonu, kelimeler ve içerik nasıl olmalı? Lütfen dil olarak sizi ikna edecek beş özelliği yazın.

1.....
.....

2.....
.....

3.....
.....

4.....
.....

5.....
.....

İkna dili "ben dili" olmamalıdır. İkna iletişiminde dilinize, kullandığınız kelimelere ve beden dilinize çok dikkat ederler.

Ben olsaydım

Benim zamanımda

Bana göre

Benim fikrim

Ben merkezli mesajlarla karşınızdaki kişileri yeterince anlamadığınız fark edilecektir. Evreni kendimizden ibaret olduğunu düşünmeyelim. Evren bizim çevremizde dönmüyor. Yaşadığımız sürece işbirliğine ihtiyacımız vardır. İster eşinizle konuşun, ister genç bir yönetici olun, isterseniz siyasetin zirvesinde olun. Ben dilini sadece sorumluluk almak için kullanın.

Hata bende

Özür dilerim ben öyle yapmamalıydım.

Benim sorumluluğumda size nasıl yardımcı olabilirim?

İnsanlar sizinle iletişim halindeyken özellikle bir ikna süreci yönetiminde olaylara kendi inanç, değer, beklenti ve duyguları ile bakar. Sizin bakış açınız çok güven kazanmadan önemli olmaz. Ben dili ile iletişim kurduğunuzda ikna hızınız düşer, ret edilirsiniz. O nedenle ben dili yerine biz dilini kullanmalıyız. Bunun için egzersiz yapmalısınız. Alın karşınıza birkaç kişi ben kelimesini kullanmadan önce 5 dakika sonra 10-20-30 dakika konuşun. Unutmayın diliniz sizi ele verir!

İkna dilinde kesinlik ve netlik çok önemlidir. Birini ikna etmek için sizin o konu hakkında netleşmiş olmanız gerekmektedir. O nedenle netlik içermeyen kelimeleri beyninizden atın.

Keşke

Evet ama

Belki

Galiba
Bakarız
Olursa

Gibi netlik içermeyen kelimeler ve belirsiz tanımlamalarla kimseyi ikna edemeyiz. Kelimeler ölçülebilir ve net olmalı. İkna dilinde önemli bir kavramda anlattıklarınızın tarihleri olmalı. İkna ederken tarih vermeli ve almalısınız.

Ayrıca uzun cümleler kurmayın. 11–13 kelimelik cümleler idealdir. Uzun cümlelerin anlaşılması zordur. Birini ikna ederken sadeliğin gücünden yararlanın. Bunu sağlamak için çok okumalı, karşınızdaki kişinin dilini bilmelisiniz. Tabi ki bilinçaltına yollayacağınız kelimeler için hipnotik dil kalıpları kullanmalısınız.

Espriler kullanabilirsiniz ancak bunun dozunu iyi ayarlayın. Karşınızdakinin anlayacağı düzeyde tutun. Sürekli zayıf gördüğünüz birisi, özellikle bir zaafı ile dalga geçerseniz insanlar sizin özgüven sorunları yaşadığınızı düşünürler. Kendisi ile alay eden insanlar neşeli, keyifli ve enerjik olarak düşünülür.

İkna iletişiminde argo kelimeler kullanmayın. Argo ve küfür özgürlük değildir. Karşınızdakinin diline yakın olun. Argo ve küfür kullanıyorsa siz bunu tercih etmeyin.

Ayrıca karşınızdakinin anlamayacağı mesleki terimler kullanmayın. Cümlenin içindeki kelimeyi anlamadıkları zaman söz kesmemek ya da bilmediği düşünülmesin diye sormazlar. O kelimede takılıp bütünü kaçırırlar. Bu da hem iletişime hem de ikna ilişkisine zarar verir.

Anlamadıkları yerlerde kırıcı olmamak gerekir.

"Anlayabildiniz mi?" yerine "yeterince anlatabildim mi?".

İknada iletişimi kesintiye uğratan en önemli detay empati kalitesizliğidir. Herkes anlar, önemli olan içinde bulunduğu durumu doğru anlamak ve anlatmaktır.

Türkler biri bir olay anlattığında desteklemek ya da sohbete dâhil olmak için aynı konuda kendilerine ait örnek ve anekdotları anlatmayı severler.

Ailenin tek çocuğu Güney Doğu'ya askere gidecektir. Yakın çevresi, komşuları uğurlamaya gelir. Sohbet oradan buraya gider biri çıkar;

Bizim halaoğlu da orada askerlik yaptı. Çatışmada bir arkadaşı yanında şehit oldu. Kendisi iki ay sonra mayına basıp gazi olarak döndü.

Ne yaptı, sohbet etti. Kendi çocuğu olmadığı için empati yapamadı. Sadece konuştu. Hiç gelmeseydi kesinlikle daha yararlı olacaktı.

Babam kanser hastasıydı ve hastaneye sürekli ziyaretçilerimiz geliyordu. Hepsi çok iyi niyetlilerdi. Derdimizi paylaşmak için geliyorlardı. Acımızı hafifletmek ve yanımızda olmak istiyorlardı. Empati yapamayanlar geçmişteki kanserli yakın tanıdıkları konusunu açıyor, ne kadar yaşadıklarını hatta nasıl öldüklerini anlatıyorlardı. Babamın 36 günlük zorlu hastane günlerini sadece yaşayanlar anlayabilir. Şimdi bir hasta gördüğümde yapabildiğim en iyi maskeleri takıp gülen adamı oynamak. Sadece birkaç dakika mutlu etmek ve sessizce oradan ayrılırken tekrar geleceğimize söz vermek oluyor. Geldiğimde görememek ya da gelememek ihtimali olsa da...

Empati yapabilmek için her olayı ayrı yaşamış olmamız gerekmiyor. Anlamaya çalışmak ve insanların değişimini okumak gerekiyor. Koşulsuz kabul ve saygı işte burada işimize yarıyor. Anlamak, kabul etmek, saygı duymak, yanında yol almak. Sadece eşlik etmek gerekiyor. Bu özellikler geliştiğinde profesyonel iş yaşamında, özel yaşamda ve sosyal alanda ikna gücünüz artacaktır. Çünkü insan bir bütündür. Profesyonel yaşamda çok iyi dinleyiciyim, evde değ-

lim, evde iletişim sihirbazıyım, iş yerinde çekingenim denilmez. Hayat bütün olarak yaşanır.

Empati yeteneğinizi mükemmel kullanmak için ne yapabilirsiniz?

Konuşurken Türkleri Takdir Edin

Başkalarında gördüğünüz fiziksel, zihinsel, ruhsal ve sosyal 20 olumlu özelliği yazar mısın?

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

6.....

7.....

8.....

9.....

10.....

11.....

12.....

13.....

14.....

15.....

16.....

17.....

18.....

19.....

20.....

İnsanların takdir ettiğinizde iletişimin sürmesini sağlarsınız. Size ilgi duyması ve iletişim halinde kalması demektir. Dünyanın her ülkesinde her insan takdir edilmekten hoşlanır. Türkler ise çok daha fazla hoşlanırlar. Çünkü yetiştirilme tarzı ile ilgili olarak Türk insanı çok takdir edilerek büyütülmemiştir. Bir Türk çocuğu 18 yaşına gelinceye kadar ortalama bir milyon kez sen yapamazsın, dur, sus, bekle mesajı alır. Sadece elli bin kez desteklenir. Bu mesaj anne, baba ile başlar, öğretmen, çevre, TV ile devam eder. Ortalaması böyle olan bir toplumun şefkat ve onaylanmaya her zaman ihtiyacı olmaktadır. Bu anlayışla yetiştirilmiş anne ve babaların büyük çoğunluğu da çocukları aynı olmasın diye hiç hak etmedikleri övgü, takdir duygularını çocuklara yüklemektedir. O zaman da çocuklar bocalamaktadır. Siz ikna iletişiminde doğru gözlemler yaparak doğru takdir duyguları yükleyin.

1.60 boyunda 130 kilo bir kadını takdir etmek isterseniz ne yaparsınız?

Öncelikle bu kadına şişman olduğunu söylerseniz kaç dakika iletişimde kalabilirsiniz? Gerçekten böyle kadınların yüzleri güzel oluyor. Bunu söyleyebilirsiniz. Eğer şişmanlıktan konu açılmadıysa sizin açmanıza gerek yoktur. İnanın şişman esprilerinin tamamını duymuşlardır, hatırlatmanıza gerek olmaz. Duymak istediği enerjisi, ritmi, neşesidir. Hatta şişmanları daha sağlıklı olduklarına dair akademik açıklamalar hoşlarına gider. Unutmayın yaşam sadece fiziksel görüntüden ibaret değildir.

FİZİKSEL YAŞAM
RUHSAL YAŞAM
SOSYAL YAŞAM
ZİHİNSEL YAŞAM

Biz bu dört boyutta yaşıyoruz. Hepsindeki güzellikleri keşfetmek gerekiyor. İkna iletişiminde olumluluk odaklı olmalıyız. Suçlayıcı dil kullanmamalıyız. İnsanlar ilişkilerinde yanlışlıkları anlatmak için işaret parmağı ile karşısındakileri gösterirken diğer üç parmağın kendilerini gösterdiğini unuturlar.

Beni anlamıyorsun!

Beni yanlış anlıyorsun, beni anlamıyorsun ifadeleri yerine kendimi doğru ifade etmek isterim, kendimi anlatabiliyor muyum, diyebilmeliyiz. Başkalarını suçladığımızda karşımızdaki insanlar mesajın içeriğinden çok bizim tavrımızla ilgilenirler ve bizi beyinlerinde bir yerde konumlandırırlar.

Kavgacı
Sorunlu
Agresif
İtici
gibi algılanmak da bizim elimizde ya da;
Sorun çözen
Neşeli
İkna ustası

Baskı altında da ikna eden biri olup olmadığınızı görmelisiniz. İkna kaliteniz için duygu yoğunluğunda nasıl davrandığınızı iyi bilin. Nasıl algılanmak ve tanınmak istiyorsunuz buna karar verin.

Bir sorun, itiraz ya da istenmedik bir anda aslında insanlar karşılarındaki ile tartışmaz, kendileri ile tartışırlar. Geçmiş referanslar, olaylar ve filtreler devrededir. O nedenle sorunla karşılaştığınızda sandviç tekniğini kullanın.

Olumsuz bir mesaj aktarmak istediğinizde sıkıntı, sorun ve rahatsız eden konuyla başlangıç yapmayın. Dile getirmek

istediğiniz mesaj öncesinde sandviçin üst dilimi olarak takdir edin, beğeninizi gösterin. Bunu samimi yapın. Bunun için iletişim halinde olduğunuz herkese ait takdir edilecek konuları arayıp bulmalısınız. Sonra sorunu aktarın. Bunu yaparken "ve" bağlacı, "fakat", "ama", "buna rağmen" gibi kelimeleri kullanmayın. Eğer bunları kullanarak devam ediyorsanız, inanın ilk önce söylediklerinizi tamamen yalandır. Siz bile inanmıyorsunuz demektir. Bu kelimeler iki cümle arasında kullanıyorsa bilinçaltına "hazır ol, tehlike geliyor" mesajı iletilmektedir. Örnek olarak biri size "seni çok seviyorum ama bu yaptıkların doğru değil" derse bu sevgiyi nasıl algılarsınız? Ya da "tüm yaptıklarına rağmen seni affediyorum" derse ne hissedersiniz?

İkna sürecinde kelimeler sihirlidir. O nedenle kelimeler ile kelimelerin altında yatan gerçekleri iyi okumak gerekir. Bağlaçların kullanılma yeri bunu ifade etmede bilinçaltı mesajlarınızı iletir. Sandviçin arasına vermek istediğiniz mesajı aktarın sonra da sandviçin ikinci dilimini bir takdir, onaylama mesajı ile kapatabiliriz. Olumlu bir şekilde fikrinizi arada aktarmalısınız. Bunu yaptığınız da karşınızdaki kişinin sindirimi kolay olacaktır. Sizi sadece suçlayıcı olarak görmeyecek, çözüm odaklı olduğunuzu anlayacaktır.

Anne-baba, anne-baba-çocuk, öğretmen-öğrenci, ast-üst, arkadaşlar arası iletişimde sandviç tekniği kullanılmalıdır. Birkaç örnek ile tekniği paylaşalım.

Çocuğunuz ders çalışmıyor ve siz çocuğunuzun üzerine gidiyorsunuz. Neden dersini çalışmıyorsun, arkadaşların hepsi seni geçti, beni rezil ediyorsun, diyerek bir giriş yaptınız. Sizce ne olacak, çocuğunuz koşarak, aşkla derse oturup öğrenim hayatı boyunca başarılardan başarılara mı koşacak? Elbette hayır, değersiz, önemsiz olduğunu annesinin mutlu olmasının nota bağlı olduğunu düşünecek. Başarısız olduğunda yanında kimse olmayacağını içselleştirecek.

Şimdi sandviç tekniği ile olaya tekrar bakalım.

Hayatım seninle konuşmak istiyorum ne zaman uygun olursun? (Sana zaman ayırıyorum, üstelik bu zamanı özgürce sen belirleyeceksin mesajı ile birlikte ne üzerine konuşulacak merakı var. Algılaması için süre de tanınıyor)

Zaman kararlaştırıldı, konuşmaya başlıyorsunuz. "Hayatım, birinci dönem matematik dersinden 96 almıştın, nasıl mutlu olduğumu paylaşmak istiyorum. Bizim evimizde bir matematik dâhisi olduğunu düşünüyorum. Biliyor musun, matematik zekâsı iyi olanlar yaşamlarında daha başarılı oluyorlar. Bundan baban da ben de çok mutluyuz. Bunu yaşattığın için teşekkürler. Bunu bize her zaman yaşatacağını biliyoruz. Tatlım, bu arada derslerinde düşüşler olduğunu gözlemliyoruz. Bu konuda yapmamızı istediğin bir konu var mı? İstersen eski başarılarını tekrarlayacağına inanıyorum. Derslerine odaklanman için senden ricamız programını gözden geçirmen. Bunu tekrar başaracağına eminim. Kendi başarılarına yenisi katacaksın. Derse odaklandığında neler yapacağını sen de biliyorsun. Seni seviyor ve güveniyoruz."

Diğer örneğimiz;

Satış görüşmesindesiniz, müşteriniz fiyatı beğenmiyor. Siz de ürünü o fiyattan satmak istiyorsunuz. Siz "bu fiyata satıyoruz, bizim yapacağımız bu kadar," diyerek görüşmeyi sonlandırabilir ya da sandviç tekniğini kullanabilirsiniz. İkna iletişiminde bu teknik önemlidir.

"Sizinle uzun dönemdir çalışıyoruz, sayenizde şirketimiz önemli satışlar gerçekleştirdi. Şirketim ve kendi adıma teşekkürler. Üstelik ödeme ve diğer detaylarda da kurum olarak iyi bir duruş sergilediniz. Şimdi şunu söylemek isterim, verdiğimiz fiyat bizim sınırlarımızı zorlayan bir fiyat. Bu konuda size bundan fazlasını yapmak çok isterdim. Elimizdeki tüm olanaklar bunlar. Sizinle uzun soluklu projelerde çalışmaktan her zaman keyif alıyoruz. Çünkü siz satış tara-

fını da çok iyi anlayan bir yöneticisiniz. Anlayışınız için teşekkürler."

Türkleri ikna ederken temsil yeteneklerini çok iyi bilmek gerekir. Türk insanı dokunsal, görsel ağırlıklıdır. İkna dilini temsil yetenekleri ile bütünleştirmelisiniz. Dokunsal, görsel, işitsel hangi temsil sistemi ağırlıktaysa buna göre iletişim kurmalısınız. Temsil sistemlerini kitabın ilerleyen bölümlerinde detaylı olarak sizlerle paylaşıyoruz.

Olumlu konuşmanın ikna dili için önemli olduğunu bu kitapta yüzlerce kez okuyacaksınız. Olumlama evrene bir mesaj iletmektir. Bazen rüyaların olumlu yorumlanması bile evrene bir mesajdır. O nedenle Türkler rüya anlatırken hayır olsun derler. Hayra yormaktır bu.

Padişah bir gün rüyasında tüm dişlerinin döküldüğünü yemek yiyemez hale geldiği görür. Sıkıntı içinde uyanır. Vezirini çağırtıp sarayın rüya tabircisinin huzura getirilmesini buyurur. Uyku sersemi rüya tabircisi hemen huzura alınır. Padişah rüyasını anlatır.

Tabirci başı utana sıkıla "şerdir padişahım". Yazık ki yakında tüm yakınlarınız gözlerinizin önünde birer birer ölüp yapayalnız kalacaksınız der.

Bir anda sessizlik olur ve ardından Padişah patlar; tez atın şunu zindana, felaket habercisi olmak neymiş görsün, der.

Tabirci başı zindana atılır. Padişahın canı sıkkındır. Hemen başka tabirci aranır ve bulunup huzura getirilir. Padişah rüyasını anlatır, hayır mıdır, şer midir, diye sorar.

Tabirci biraz düşünür ve gülümser, hayırdır padişahım, der.

Uzun yaşayacağınıza ve ülkemizi uzun yıllar yöneteceğinize delalet eder, der.

Padişah mutludur, rahat nefes alır ve tabirciye iki kese altın verilmesini ve sarayda tabirci başı olarak hazırlanmasını

ister. Aslında ikisi de aynı anlamı söylediler. İkisi de doğruyu söylemişti, biri zindana gitti, diğeri saraya geldi. Olumlu kelimeler iknada bu anlamda önemlidir.

Ne söylediğiniz kadar nasıl söylediğiniz de önemlidir.

Peki, ikna dilinin bilinçaltına hitap etmesi, hipnotik olması, çok güçlü sorularla değişim sağlaması için neler yapmalıyız? Öncelikle dilinizi geliştirin. Günlük hayatında 300 kelime ile konuşan biri 10000 kelime ile konuşan birini ikna etmesi kolay değildir. O nedenle diliniz zenginleşmeli. Görsel, dokunsal ve işitsel insanların konuşmaları farklıdır bunları bilmek ve onlara göre durum almak gerekir.

Kelime hazinesi dışında konuşma hızı da önemlidir. Bir Türk dakikada ortalama 125–175 kelime arası konuşur. Şimdi karşınızdaki kişinin konuşma hızına göre yavaş konuşursanız sıkarsınız, hızlı konuşursanız anlama güçlüğü çeker. Bakın, karşınızdaki kişi görselse anlattıklarınızı fotoğraf haline getirecek kelimeler ve ritim yakalamalısınız. İşitselse kelimelerin tonlaması, ses perdesi, hızı ve tutkusunu takip edecektir. Dokunsal ise konuştuklarınıza dokunmak somutlaştırmak isteyecektir. Sizde buna göre davranmalısınız.

O nedenle hazırlıklı olmalısınız. Tüm olasılıkları kurgulamalısınız. Giriş, gelişme, sonuç ve konuşma içinde ritim yükselmesi ve takip edilmesini sağlamak gerekir. Doğaçlama bir profesyonellik yeteneği olsa da siz dersinize çalışın.

5 N
Ne
Nerede
Ne zaman
Nasıl
Neden
1 K
Kim

Sorularına yanıtlarınız hazır olmalıdır. Bu sorulardan alt sorular çıkartıp bunları da yanıtlamalısınız. İkna iletişiminde

doğru duyguyu yakalamalı ve doğru duygu transfer edilmelidir.

Bir gazeteci ve işadamı rehin alındı. Kafasında silah dayalı, şimdi saldırganı sizin ikna etmeniz gerekir. Haydi, ne yapabilirsiniz?

İkna Dilinde Tonlama:

Ses tonunuz iknanın sihridir. Bir anne çocuğuna öyle bir ses tonu ile adını söyler ki, çocuk her şeyi anlar. Ses tonu sizin parmak iziniz gibidir.

Sosyal sınıfınızı
Nereli olduğunuzu
O anki duygularınızı
Fiziksel durumunuzu

Diğer insanlara karşı tavrınızı aktarır. İkna iletişimi için ses, diksiyon, tonlama üzerine eğitimler almalı ve egzersizler yapmalısınız. Ses tonunuz sürekli yumuşak ise karşınızdakilerce güven eksikliği olarak algılanır. Sürekli sert bir ses tonu iletişime zarar verir. Ses tonunuzun kalitesi için bir ses koçundan eğitim alabilirsiniz. Size koçunuz ses tonu, ses düzeyi, frekansı ve ritmi konusunda yardımcı olacaktır. Konuşurken derin nefes alırsanız ses gücünüzü artırabilirsiniz. Bir nefes koçu ile yapacağınız çalışmalar sizin konuşma ve tonlamanıza da çok yardımcı olacaktır. Bu yatırımları ne kadar erken yaparsanız öğrendikleriniz o kadar erken alışkanlıklara dönüşür. Bu alışkanlıklar sizin ikna donanımınız olacak-

tır. Örneğin ses tonunuz alışkanlık gereği sadece cümle sonunda yükseliyorsa bu soru gibi algılanacaktır. Neyi anlatmak istediğinizi bilin ve ses tonunuzu ona göre kullanın. "Seni çok seviyorum" cümlesinde hangi kelimeye vurgu yapmanız gerekiyor? Eğer karşınızdakini ikna etmek istiyorsanız, "seni" kelimesi üzerinde durmak gerekiyor. Burada özel olan "sen" kelimesidir. Genelde çok kelimesi üzerinde tonlama artırılır. Oysa önce sen sonra sevmek kelimesi önemlidir. Tonlama sizin iç sesinizin ve içgüdünüzün yansımasıdır. Türk insanının önsezileri inanılmaz güçlüdür. Sizin tonlamanızdan sözlerinizin samimiyetini anlarlar. O nedenle içsesinizi dinleyin. Kaydedin, sonra üzerinde notlar alın. Kaydettiklerinizi 15-20 gün sonra tekrar dinleyin, mesajlarınızı takip edin. Geliştirmeniz gerekenler üzerinde çalışın. Unutmayın heyecan transferi için en önemli aracınız ses tonunuz ve beden diliniz.

Heyecan Transferi

İkna bir kimyasal reaksiyondur. İknada işimiz önce heyecan duymak sonra bu heyecanı karşımızdaki kişilere aktarmaktır. Yaptığınız işte heyecanınızı önce kalbinizle hissedin. Bedeniniz bundan etkilensin. Heyecan duyulmayan iş başarılamaz. Heyecan duyarak yapılan işlerde Türk insanı her zaman başarıyı yakalamıştır. Çanakkale savaşları bu ülkenin heyecan transferidir. 250 bin kişi vatan, din, namus ve onur için duydukları heyecanla canlarını vermiştir.

Bu coğrafya heyecanın ne demek olduğunu iyi bilir. Seyit Onbaşı 276 kilo topu sırtında bu heyecanla taşıyıp savaşın kaderini değiştirmiştir. Heyecandır sizi gece yatakta uyutmadan döndüren. Heyecandır sizi sabah yataktan fırlatan.

Birilerine heyecan transfer etmek isterseniz ona faydayı çok iyi anlatmalısınız. İnsanlar " bana faydası ne?" sorusuna cevap ararlar. Heyecanlandırmak istiyorsanız şimdi ile gelecek arasındaki boşlukları doldurmanız gereklidir. İnsanlar gelecek kaygısı duyarlar bu saygı ve stres bu günü yönetmelerine engel olur. İnsanlar geçmiş kaygılarını referans alarak bugün ve gelecek için heyecanlarını yitirirler. İşte kendi so-

runlarını kendi bakış açıları ile değiştiremeyen, aynı davranışları sergileyen insanlara heyecan transfer edilmelidir. Rutine düşen, kendini tekrarlayan insanların kalıcı içsel motivasyona ulaşmalarını sağlayın. Dışsal motivasyonun etkisi 72 saattir. Kendi kaynaklarını bulmasını sağlayın. Bunu güçlü gözlem, güçlü analiz, güçlü rica ve güçlü sorularla yapabilirsiniz. Bu koçluk tekniğidir. Heyecan transferinde koçluk yeteneklere odaklanmalısınız. Türkleri ikna etmek istiyorsanız koçluk eğitimi almalı ve egzersiz yapmalısınız.

İnsanlarda mutluluk, heyecan ve zindelik veren madde serotonindir. Eksikliğinde depresyon, yorgunluk, sıkılgan bir ruh hali görülür. Beyinde serotonin salındığında kan damarları kasılarak daralır, serotonin düzeyi düştükçe genişler. İnsanlar beyninin mutluluk, zindelik ve heyecan duymasını kelimelerinizle sağlayabilirsiniz. Söyleyeceğiniz birkaç kelime, atacağınız bir mesaj, yollayacağınız bir hediye, geleceğe yönelik bir hedef bunları yapabilir.

Endorfin mutluluk hormonu olarak biliriz. Doğal ağrı kesici, doğal uyuşturucu olarak bilinir. Bir darbe, yaralanma sonucu hissedilen acıyı ileten sinyallerin nötralize etmesi sonucu acıyı en aza indirger. Uykusuzluk, depresyon, stres, aşırı heyecan hallerinde salgılanan bir hormondur. Âşık olunduğunda bol miktarda salgılanan bir hormondur. Seks ve orgazm sırasında salınımı artar. Morfinden 20 kat daha güçlüdür. Şimdi bu kadar güçlü bir hormona ulaşma konusunda insanları ikna edecek yeteneklerinizin farkına varmalısınız?

Bunu sizin ikna gücünüzde yapabilir. Sözler ve davranışlarınızla bu hormonların etkisini sağlarsınız. Sizin heyecan düzeyiniz arttığında bu hormon dengesindeki olumlu değişimi karşı tarafta hisseder. Böylece harekete geçmeleri sağlanır. Fiziksel ve zihinsel yorgunluklar karşısında daha dayanıklı olurlar.

Sizce çocuklar kuralları olmayan her şeye evet diyen insanları nasıl keşfeder?

Hayır diyebilme konusunda kendinizi nasıl ikna edebilirsiniz?

Eşitlik, Eşitlik midir?

Sizce eşitlik nedir? Eşitlik bütün insanlara aynı davranmak mıdır?

Bu olanaksız ve kimsenin yapamayacağı bir kavramdır. Herkes eşit olsaydı tek tip insan olması gerekirdi. Herkes eşit olmadığına göre herkese eşit davranmakta eşitsizlik demektir. Her toplantı ve söylemde adalet, eşitlik anlatılır ve bu konuda sözler verilir.

Şimdi şirkette çalışan iki kişiye izin verirken bile eşit davranamayız. Geçmişteki davranışları, bu gün yaptıkları, şirkete ne kadar ait olduğu, performansı, ikili ilişkileri, izin isteme tarzı, ikna yetenekleri gibi birçok kavram gözden geçirilir. Eşitlik verilen bir hak değil aksine elde edilen bir haktır. O nedenle ikna iletişimine girdiğinizde, yeni insanları tanıdığınızda size de eşit davranılmasını beklemeyin. Küçük farklarla bile eşitlik ayrımlarını kazanır ya da kaybedersiniz. İnsanlar sizi hiç tanımadıkları anda bile eşit davranmazlar. İsminizden, doğduğunuz şehirden, yaşadığınız şehirden, bindiğiniz araç, oturduğunuz semt, çalıştığınız şirket, tanıdıklarınızdan, yaşınız, cinsiyetinizden, üye olduğunuz derneklere, yaptıklarınıza kadar yüzlerce veri ile sizi yargılarlar.

Farkında olmadan beyinlerinde adınıza dosya açarlar. Bu dosyalara göre değerlendirme yaparlar. Ardından tanışmalarındaki ilk 7 saniyede dosyaları netleştirirler ve bunu kolay değiştiremezsiniz. O nedenle kitabımız içinde ilk 7 saniyeyi işledik. İkna iletişiminde karşınızdaki kişinin gözünde daha iyi yer edinmek için ilk algı çok önemli ve duygu yönetimi ile bunu geliştirebilirsiniz.

Aslında bizler de eşit davranmayız. Eşit davranmak bize bir ahlaki değer olarak öğretilmiştir. Bilinçaltımızda sorgulanmadan yaşamaktadır. Eşitlik ve adalet kavramları yan yana kullanılmıştır. Herkese eşit davranmak eşitsizliktir. Hoşunuza gitmeyebilir, yine de sistemi anlatayım. Bankada 5 milyon TL'si olan kişi ile 50 TL'si olan kişiye tüm bankalar eşit hizmet verdiğini söyler. Burada "herkes eşittir" sadece slogan olarak kullanılır. 50 TL'si olan 20.000 TL kredi kullanmak istediğinde ipotek, kefil, maaş, bordro gibi birçok teminat istenir. 5 milyon TL'si olan bunu bir telefonda halleder. Bu çok normaldir. Çünkü bankaların sistemini biz de yapıyoruz. Güven bankasındaki kredisine göre değer ve yargı filtrelerinden geçiriyoruz.

Bunu bilinçaltımıza iyi anlattığımızda elde edeceğimiz kavramlar olacaktır. Bunların başında insanlar kendi değer yargılarına göre senin hakkında karar verebilirler. Bu olumsuz ya da olumlu ön yargı olabilir. Bunun dışında sizden aldıkları sinyallerle size not verirler. Bu notları da kolay güncellemezler. Aldıkları kararların arkasında durma, kendilerini haklı çıkarma eğilimleri vardır. O nedenle öz imajınızı iyi tasarlayıp alacağınızı notu artırmak elinizdedir. Buna giyim, iletişim tarzı, ikna yetenekleriniz, geçmişte yaptıklarınız, söylemleriniz, hedefleriniz gibi birçok kavram notlarınızı değiştirecektir. Kendimizi geliştirdiğimizde, kendimize yatırım yaptığımızda insanların bize davranışları pozitif değişim gösterecektir.

Herkese eşit davrandığınız bir gün kendinizi nasıl hissedersiniz?

Fatih Terim'in İkna Gücü

Fatih Terim Türk Milli Takımı ve Galatasaray ile büyük başarılara imza atan bir teknik adam. İtalya'da takım çalıştırmış bir Türk. Bu kitaba Fatih Terim'i bir ikna örneği olarak almamın sebepleri var. Öncelikle sıcak Adana bölgesinin tüm özelliklerini taşıyor. İnsanlardan korkarak iletişime geçmiyor. Samimiyet ve yakınlığımı kullanılır mı diye yaklaşım göstermiyor. Doğal ve samimi davranıyor.

Kesinlikle tutarlılık en önemli özelliği, kendi kurallarını kendi bozmuyor. Yöneticilere, futbolculara karşı tutarlı. Davranışlarında sürpriz yok. Başarıya tek başına sahiplenmiyor, başarıyı paylaşıyor. Başarıda "biz" dilini kullanıyor. Başarısızlık karşısında "ben" dilini kullanıyor. Fatura adresi olarak kendini gösteriyor. Teknik adamlık yaşamında bugüne kadar "basit savunma hataları yüzünden maçı kaybettik" basitliği yapmadı. Oyuncularına zor günlerde sahipleniyor. İkna yetenekleri çok gelişmiş. Oyuncular Galatasaray kadar Fatih Terim'i tercih ediyor. Oyuncu Terim ile para konuşmuyor. Fatih Terim bu ikna yetenekleri sayesinde Galatasaray'a 20 milyon dolar parayı transfer sürecinde kazandırdı.

Avrupalı ya da Türk, yüzlerce oyuncu Galatasaray ve Fatih Terim'in hedeflerini bildiği için para ikinci planda kaldı.

Terim entelektüel sermayesine sürekli yatırım yapıyor. 40 yaşından sonra İngilizce, 50 yaşında İtalyanca öğrendi. Sürekli araştırıyor ve kendini yeniliyor. Sağladığı otorite ile oyuncu seçimi, taktik anlayışı Türkiye'de en az sorgulanan teknik adam. Futbolda bunu başarmak ve yıllarca sürdürmek için çok özel ikna yeteneği gerekir. Çünkü Türkler en iyi futbolu bildiklerini düşünür ve konuşurlar.

Fatih Terim'in iknada en önemli özelliği netliktir. Eylemleri ile söylemleri aynıdır. Kimseye sinsi davranmaz. Bu rol model duruşu ile Türk futbolunda yerini almıştır.

Bir şirkette CEO olsaydınız Fatih Terim'in hangi özelliklerini kullanmak isterdiniz?

Galatasaray teknik direktörü olsaydınız oyuncularınızı nasıl ikna ederdiniz?

AKUT Nasıl İkna Ediyor?

İnsan hayatına saygı duyma ve değer vermek. İşte AKUT'un sloganı...

Cumartesiyi pazara bağlayan gece sıcacık yatağınızda yatıyorsunuz. Sabah güzel bir kahvaltı yapacaksınız, sevdiklerinizle birlikte. Gazeteleri alıp tüm yazarları keyifle okuma planınız var. Kahvaltı sonrası Türk kahvesi eşliğinde pazar tembelliği ile planladınız. Buraya kadarı hepimiz yapabiliriz. Eğer AKUT üyesi iseniz telefonunuz 24 saat kapatmayacaksınız. Bu planla uyuduğunuz gece saat 03.00'de tanımadığınız insanların yaşadığı bir şehirde deprem olur.

Telefonunuz çalar ve toplanma merkezine çağrılırsınız. Her saniye yaşam ile ölüm arasında git geldir. Siz evinizdeki kahvaltıyı günlerce unutursunuz. Deprem bölgesinde "sesimi duyan var mı?" diye bağırırsınız. Öyle hassas çalışırsınız ki bir elması işler gibi işlersiniz göçük bölgesini. Kurtarma işi profesyonel işidir. Sessizlik, sabır, direnç ister. Zaman en büyük rakibinizdir. Bir süre sonra gözyaşlarına, bağırışlara alışırsınız. Ölümün dayanılmaz kokusu siner üzerinize, onlarca amatör, kriz çıkaran kriz masaları ile uğraşırsınız. Medya sizi kahraman yapmanın peşindedir, siz bir canlıya

ulaşmanın. Sormazsınız kendinize burada ne işim var diye. Bilirsiniz, hayata saygı duymak ve değer vermek kutsaldır.

Operasyonda değilseniz, lojistik destek verirsiniz, elinizden ne gelirse yanında olursunuz AKUT ailesinin. Bir yaşam şekline dönüşür eylemleriniz. Yaptıklarınızın karşılığı sadece duygulardadır. Peki, AKUT sizce insanları nasıl ikna ediyor?

1. Nasuh Mahruki gibi başarılı bir rol modelin olması
2. Şeffaflık
3. Başarma duygusunu tatmin edecek alan
4. Ülkenin en önemli Arama Kurtarma Derneği olması
5. Geçmişteki başarı ve referansları
6. Gelecek vizyonu
7. Takımdaşlık
8. Disiplin
9. Kaliteli iletişim kanalları
10. Ülke insanının duyduğu saygı.

Nasuh Mahruki siz olsaydınız Akut üyesi olmak için insanları daha farklı nasıl ikna ederdiniz?

İnsan bedeninde her hareket anlam yüklüdür. Eller, ayaklar, yüz, jest, mimikler, gözler, göz bebekleri iyi okunmalıdır. Kendimize gösterdiğimiz özen, özensizlik hepsi mesaj taşır. Duygular bedene yansır. Beden bu mesajları dışarı aktarır.

Beden dili bilgi akışı başladığında sinyaller yollar. Bu bilgi akışı başkaları ile olduğu gibi kendimizle de sağlanabilir. Olumsuz ya da olumlu bir durum aklımıza geldiğinde akış başlamıştır. Birinden aldığınız bir sms veya mail beden dilinize yansır. Türkler coşkularını ve üzüntülerini hızlı tepkilerle ifade ederler. Birini ikna etmek için en iyi ipucunu beden dilinden alırız. Yapmamız gereken mesajları yargılamadan anlamaya çalışmak. Doğru anlayıp anlamadığımızı çekinmeden sorun.

İnsanlar beyninde onları ikna eden kişiler için algılar belirlemiştir. Giyimi, duruşu, nefes alışı, kokusu, ses tonu, gülüşü, kelimeleri, göz teması gibi onlarca durumu kayıt ederiz. Bunlara göre güvenilir olup olmadığı hakkında kararlar veririz. Türkler bu kararları alırken sadece o anı ve kişiyi sorgulamaz. Geçmişteki bütün resimlerle eşleştirme yapar.

Çok sevdiği birinin özelliklerine benzeyen davranışı beğenir. Kendi değerlerine uygun mesajlardan daha kolay ikna olur. Beden dili iletişiminde herkes aynı işaretler ile ikna olmazlar. Kimi tutkulu ve heyecanlı iletişimden etkilenir, kimi de sakin ve seçici davranışlardan. O nedenle ikna iletişiminde karşımızdaki kişinin nasıl hareket ettiğini bilmemiz gerekir. Bunun için karşımızdaki kişiyi iyi modellememiz yararlı olacaktır. Geçmişte hangi insanlardan nasıl etkilendi? Kendisi nasıl etkilemeye çalışıyor? Nasıl davranıyor?

Beden dilini okurken sizin anlattıklarınızla ne kadar ve nasıl ilgilendiğini de okumak gerekir. İkna iletişiminde klasik beden dili kitaplarında yazılı olanlar dışında da detaylara ihtiyaç vardır. Örneğin ellerini bağlamış biri kitaplarda sıkılan iletişime kapalı olarak anlatılsa da çok yakından dinleyen bir kişi de olabilir. Kitaplardaki genellemeler ile bireyin tavırları arasında farklar vardır. O nedenle okuduğunuz "Türk İşi İkna" dâhil tüm kitapların genellemeleri ile bireylerin davranışlarını ayırmanızı rica ederim. Örneğin avuç içleri yukarı bakarak ellerini size açmış birisi size güveniyorum, önemlisiniz mesajı iletmeye çalışmaktadır. Oysa bu beden dilini Türk insanı geçmişte birçok siyasetçiden görmüş ve aynı oranda güven desteği alamamış olabilir. Ellerini açarak iletilen mesaj çocukların ilk yürüme dönemlerinde anne, baba ve yakınlarının ellerini açıp onlara yürürken düşmeden buluşmalarını sağlamıştır. Siyaset dünyamız bu mesajı çocukların en çok güvene ihtiyaçları olduğu o döneme ait olduğunu iyi bilirler. Bilinçaltımıza işlemiş bu beden dili iletişimi her zaman onlara yararlı olacağını düşünürler.

İkna sürecinde beden dilleri ile ilgili detay yakalamalısınız. Dünyada şu davranış şunu anlatır diye net bir reçeteye ulaşma şansımız yok. Öyle bir genelleme olsaydı adrese teslim bir ikna iletişimi ortaya çıkardı. İkna emek ve gözlem işidir. Bazen binlerce kelime ile anlatamayacağımız bir du-

rumu bir tokalaşma ile anlatabiliriz. Anne şefkatindeki bir göz teması, simgesel baba otoritesindeki üstünlük taslamayan uzlaşıcı bir tokalaşma ile sihirli bir ikna iletişimi başlatabilirsiniz. Özel alanına saygı gösteren, karşısındakini önemli hissettiren, kendinize ait özgüveni aktarabilen bir tokalaşma belleklerde yıllarca kalacaktır. Tanışma faslındaki samimi bir gülümsemenin verdiği mesajı beyin ilk yedi saniye etkisi ile kaydedecektir. Yorgun, bakımsız bir yüz, uykusuz, yılgın bir beden, ilgisiz ve güvensiz bir bakışta bellekte olumsuz, negatif insan katalogunda yer alacaktır. Beden diliniz ilk tanışmalarda burada olmaktan çok mutluyum mesajı vermelidir. Gözlerinizdeki gülümsemeyi hissedenler bundan kesinlikle etkilenecektir.

Kendi beden dilinizi iyi kullanmanız gerektiği gibi karşınızdakinin beden dilini okumayı da bilmeniz gerekir. Değişimleri fark etmek karşınızdakine önemli olduğunu ifade etmenin en önemli kuralıdır. Eşiniz, sevgiliniz size sürpriz yapmak için saçlarını kestirip boya yaptırdığında bunu algılayıp güzel olduğunu söylemeniz için yedi saniyeniz vardır. Bu değişimi yedi saniye içinde iletmezseniz eşiniz ya da sevgiliniz sizin onu aldattığınızı düşünür. Bu değişimi sadece size özel olarak yapan birinin ilgiye hakkı vardır. İkna ve işbirliği için beden dili okumayı yaşam egzersizlerinizin içine alın lütfen.

Türkler gözleri ile konuşmayı severler. Gözlerinizdeki birkaç saniyelik etkili bakış ikna için birkaç kitaplık konuşmak kadar önemlidir. İkna ve iletişim kalitesi için bir sporcunun antrenmanı gibi gözlerinizle çalışın. Gerekirse bunun için drama ve tiyatro eğitimi alın. Gözlerinizle vereceğiniz mesaj için aldığınız eğitimler yeterli olmayabilir. Beyninizi de eğitin, gerçekten insanları sevin. Bunu sadece işbirliği ve kendi menfaatleriniz için yapmayın. Eğitimlerle profesyonelleşin, bunun yanında ruhunuz doğal ve içten davransın. Göz

iletişimi için olumsuz detaylardan, geçmiş referanslardan arının.

Albert Mehrabian iletişimde beden dilinin %55 ses tonunun %38 kelimelerin %7 önemli olduğunu bir araştırma saplamış ve yıllardır sorgulanmadan tüm kaynaklarda bu bilgi kullanılmaktır. Bu bilgi o kadar çok yaygın kullanıldığı için bilinçaltımız kabullenmiş durumdadır. Oysa gözleri görmeyen birisi ile iletişime geçtiğimizde %55'lik kayıpla başlamış oluyoruz. Kulakları iyi işitmeyen biri için %38'lik ses tonu kaybımız var demektir. Yani iletişim anında değerleri yazılı kurallara göre belirlemek bu kadar kolay değildir. İletişim, özellikle ikna iletişimi bir duygu transferidir. O nedenle beden diline ait iyi eğitimler almalı, gözlemler yapmalı, kitaplar ve seminerler takip etmeliyiz. En önemlisi bu yatırımları bilinç düzeyimiz ile sorgulamalı ve kendimize özgün sonuçlar üretmeliyiz.

Beden dilinde kaslarımız bazı sözcüklere, davranışlara refleks tepkiler verir. Şaşırma, kızgınlık, aşk göz bebeklerinin büyümesine, küçülmesine neden olur. Nefes ritmindeki değişim süreçle ilgili ipuçları verir. Şöyle düşünelim, bir tekne ile açıldınız beden dili sizin yol haritanızdır. Harita okumayı bilmiyorsanız kaybolursunuz. Türklerle ikna iletişiminde iseniz kelimelerden çok beden dilini okumalısınız. Düşünme hızımız konuşma hızımızın çok üzerinde olduğu için cümleleri takip ederken sıkılırız. Bir film izliyorsunuz, film çok sıkıcı, konuşmalar sizi sıkıyor, ne yaparsınız? Detaylarla ilgilenirseniz sahne, sinema, oturduğunuz koltuk eğer bunlarda düşünme hızınızı yakalamadıysa filmden kopar ve dış dünyanızla ilgilenmeye başlarsınız.

Eğer işiniz ikna etmekse o andan kopmamanız gerekir. O anın detaylarına odaklanmak için en iyi yapacağınız beden dilini keyifle okumaktır. Burada dikkat etmeniz gereken yargılayıcı ve rahatsız edici davranış göstermemeniz. Ger-

çekten içinde bulunduğunuz durumdan keyif almalı ve asla rol yapmamalısınız. Türk insanı taklit ve oyunculuk yeteneklerini çabuk keşfeder. İçinde samimiyet barındırmayan profesyonellik iticidir.

Bir ikna ustası sözcükler kadar sessizliğin gücünden de yararlanır. Susmanın etkisini bazen milyonlarca kelime sağlamlayamaz İknada susmak karşısındakini konuşmaya zorlamaktır. Genellikle pazarlıklarda kapanış sonrası ilk konuşan kaybeder. Teklifinizi sundunuz ve sustunuz. Karşınızdakinin konuşmasını bekliyorsunuz, bu arada ilk konuşan siz olursanız siz kaybedersiniz. İlk konuşanın bir öneri sunmalısı gerekir. O nedenle iknada sessizliğin gücünü keşfetmelisiniz. Eğer susmanın gücünden tam olarak yararlanmak istiyorsanız susmadan önce karşınızdakine bir sorusu olup olmadığını, başka bilgi isteyip istemediğini sorun. Son aşamada teklifinizi yapıp susun. Böylelikle susma sırasında size soru ile de gelemeyecektir. Kararla gelmesi gerekir.

İkna için beden dillerini okuyun. Metroda yolculuk sırasında kulaklıklarını takmış, dünya ile ilişkisini kesmiş genç ile "bana yer ver, yoruldum" diye yalvaran yaşlı arasındaki bakışları okuyun. Gencin yüzünde pişmanlık ile umursamazlık arasındaki detaylara odaklanın. Yaşlının ne hissettiğini gözlemleyin. Bu jest ve mimikler ikna iletişiminde karşınıza çıkacaktır. Bir hamile veya Kore gazisi gelse yer vermeyecek genç hiç yaşlanmayı düşünmüyor mu? Yoksa yer bulmak için yalvaran gözlere sahip yaşlı adam, bu gençlerin yetiştirilmesinde hiç sorumluluk sahibi değil mi? Hey yazar, sana sesleniyorum yargılamak yok. Sadece öğrenmek ve ikna iletişimi için insanları okumaya devam et lütfen.

Yaşamın her anında insanları okumalıyız. Evet; yargılamadan öğrenmek için insanları okumalıyız. Dostlarınızı, rakiplerinizi, profesyonel yaşamınızdakileri iyi okuyun. Yol

haritanızda sürekli bu okuduklarınız size kılavuzluk yapacaktır.

Beden dilinde aşırılık ve yapmacıklıklardan kaçının. Size sinmeyen sahte imajlardan kaçının. Yaptıklarınız doğallığınızı etkilemesin. Çünkü insanlar bir kez aldatıldığını düşünürse bir daha size inanmazlar. Beynimizi düşündüklerimizi doğrulayacak şekilde programlarız. Önce bir bakış açısı oluşturur sonra ona göre değerler yükleriz. Şimdi düşünün yaşlı, sakin bir beyefendi ile tanıştınız. Size göre iyi bir aile babası, iş odaklı bir insan. Etik değerlere son derece saygılı bir rol model beyninizde yer verdiniz. Konuşmaları, duruşu, iletişimi son derece güven verdi. Sadece işini ve ailesini düşünen bir beyefendi! Aradan 20 gün geçti, bu kişiyi Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ziyaretinizde Girne'de bir kumarhanede gördünüz. İki güzel Rus eşlik ediyor. Canlı rulet masasında elinde viski kadehi ile sizi selamladı. Şimdi beyninizin konumlandırdığı yerle görüntü arasında farklılık varsa siz beyninizin haklı olması için kendinizi kodlarsınız. Aldanmış olmak istemezsiniz o nedenle kurgu yaparsınız. Benzetmiş olabilirim dersiniz hatta özel bir görevle gelmiş diye düşünebilirsiniz. Aldandığınızı düşünmek istemezsiniz.

İkna böyle bir yetenektir. Başkalarının duygu, düşünce ve eylemlerini bakış açılarını değiştirmektir. Şimdi ikna odasında yeni bir oyuna var mısınız?

Kredi kartlarınızı, tüm paranızı, unvan ve statünüzü bırakıyorsunuz. Sizi kimsenin tanımadığı bir yerde 24 saat hayatınızı hiçbir ödeme yapmadan geçiriyorsunuz. Fiziksel tüm ihtiyaçlarınızı gideriyorsunuz üç öğün yemek, gece konaklama ve 50 TL para kazanıp bunu bir derneğe bağışlıyorsunuz.

18 yaşından küçükler lütfen denemeyiniz!

İknada İlk 7 Saniye

7 saniye süreniz var, neler yapabilirsiniz? Bir tanışmada yıldırım aşk yaşayabilir misiniz? İşe girmeyi garanti edebilir misiniz? Birini şirketinize ortak yapabilir misiniz? Müşteri adayınızı müşteriniz haline getirebilir misiniz? Bir hastaya moral verebilir misiniz?

Yedi saniye insanları etkilemek için yeterli bir süre mi? 20–30 yıl önce iki insanın birbirini algılama ve etkileme süresi 30 saniyeydi. Şimdi bu süre hızlı iletişim kanalları, medya, internet sayesinde yedi saniyeye indi. Şu an inanılmaz iletişim kaynaklarına sahibiz. 100 yıl önce bir insanın bir yılda ulaştığı bilgi şu anda bir internet sitesinde bir saatte ulaşabiliyoruz.

İnsanları etkilemek için 7 saniye süreniz var. Görsel temas, ilk kelimeler, tokalaşma, göz takibi, gülümseme, giyim, isimleri ve isminizi tekrarlamanız, öz imaj, öz değer yeni tanıştığınız kişilerin konfor alanındaki davranışlarınızı bu sürede aktarabilirsiniz. Bunların yanında siz de karşınızdaki kişileri kendi değer, inanç, beklenti ve duygularınızla takip edersiniz.

7 saniye değer, inanç, beklenti, duygu ve beden dili eşleşmeleri için önemli bir zaman birimidir. 7 saniyede kişi hakkında karar alırız ve buna gelecekle ilişkilendiririz. Bu anlamda kiminle hangi 7 saniyede karşılaşacağımız belli olmadığından öz imajımız sürekli üst düzeyde olmalıdır. Öz imaj kendini değerli hissetmektir.

Egzersiz yapmanız için Türkleri ilk yedi saniyede etkilemek için neler yapabileceğinizi yazmanızı rica ederim. Size göre ilk yedi saniyede ikna yolları;

1.....
2.....
3.....
4.....
5.....
6.....
7.....
8.....
9.....
10.....

Sabah uyandınız, aynaya yedi saniye baktınız, kendinize enerji, tempo verecek içsel motivasyona nasıl ulaşırsınız?

İkna ve Konfor Alanı

Bireysel konfor alanınızı sorguladınız mı? Kendinizi nerede ve nasıl daha mutlu, güvende ve huzurlu hissediyorsunuz? Yarattığınız konfor alanında ilerleme kaydediyor musunuz?

Özgüven, değerli olma duygusu sadece belirli alanda mı gerçekleşiyor? Konfor alanınızı daraltan ret edilme duygusunu nasıl aşıyorsunuz? Konfor alanınız genişlediğinizde ne kazanıyorsunuz?

Biliyorum, çok soruyla başladım. Sıkılmak yok. Konfor alanı üzerinde konuşuyoruz. Bu alanı genişletmenin en iyi yolu öz değerden geçiyor. Öz değer içinde tutku ve cesaret gibi iki altın kavrama sarılmak gerekiyor. Belirlenmiş tutkularınız varsa ve üzerine cesaretle gidiyorsanız konfor alanınız genişliyor.

Beynimizi bir balon gibi düşünürsek iç basınç öz değer, dış basınç ret edilme korkusu oluyor. Öz değer arttıkça balon şişiyor. Vazgeçme, erteleme duygusundan arınıyoruz. Öncelikle reddedilme kavramının derinliklerine yolculuk yapalım.

Sizi her şeyden alıkoyan, denemekten vazgeçiren bu korkuyu farklı bir noktadan düşünelim. Reddetme bir seçenektir. Beynin alışılmışın dışındaki davranışlara ilk tepkisidir. Düşünün şimdi size birisi elinde bir külçe altınla gelse bunu al dese tepkiniz ne olur? Hiçbir şey sormadan alıp gider misiniz? Çekinir misiniz? Bir davranış değişikliği anında insanların konfor alanına girdiğinizde bunu doğal tepki olarak algılarsak değişime başlayabiliriz. Bu davranış olaya, ana, bir işe karşıdır. Bizimle içselleşmez. Bu bize yapılan bir ret değildir. Asla bütünsel değildir. Reddedilen biz değiliz.

En zor anlarda öz güven değerinizi gözden geçirirken Dünyada sizden bir tane olduğunu çok iyi bilin. Sizin DNA yapınıza sahip kimse yok, sizin parmak izinizi taşıyan kimse yok. Sizinle aynı düşüncelerde birinin olma şansı yok. Özelsiniz. Öz değerinizi sizi denemeye, hızlandırmaya ulaştıracaktır. Konfor alanınızı genişletmek için beyninizde çok canlı resim haline gelmiş tutku ve bunu harekete geçiren cesaretinizden yararlanacaksınız. Onları ortaya çıkarmanın yollarını bulacaksınız. Başka birinin yaptığını siz de yapabilirsiniz. Daha önceki başarılarınız referansınız olacaktır. Hedefleriniz netleştikçe engelleriniz flu olacaktır. Eylem planınız varsa eyleme dâhil edeceğiniz insanların konfor alanı ile kesişmeniz kolay olacaktır. Kendi konfor alanımızı genişletmenin yolu kendimize verdiğimiz değerle ilgilidir.

Biliyoruz ki biz izin vermediğimiz sürece bize kimse zarar veremez. Öz değerde duruşumuz da önemlidir. Fiziksel, zihinsel ve ruhsal duruşumuz. İletişim kalitemiz, baskı altındaki tavrımız ve seçişlerimiz. Biz özel ve değerliyiz.

Asansör psikolojisini nasıl açıklarsınız? Sizce insanlar asansörde bakışlarını neden kaçırır, sosyal mesafelerinde insan olmasının altında yatan rahatsızlıklar nelerdir? Göz teması azalır, herkes farklı yönlere bakar ve kapı açıldığında birden terk etmek istenir. Bu konfor alanına istemediğimiz

kişilerin zorunlu girmesidir. Alışkanlıklarımıza birden müdahale edilmesi bizi rahatsız eder. İkna iletişiminde konfor alanı konusunda farkındalıklarımız olmalıdır. Kendi konfor alanınızda mutlu olabilirsiniz ancak gelişmek için konfor alanından çıkmalı ve başkalarının belirsiz ret edilme olasılığı bulunan konfor alanlarına girmemiz gerekir.

Fiziksel, zihinsel, sosyal ve ruhsal yaşamın içinde konfor alanları oluşmaktadır. Her tür değişimi zor kılan alışkanlıklarımızdır. Bir taraftan yüksek beklentiler diğer taraftan rutine takılı kalma ile savaşırız. Değişim için başkalarının konfor alanına girmeli ve belirsizlikler karşısında öz imajımızı, öz değerimizi ortaya koymalıyız. Kaçarak özgürleşemeyiz. Her satış görüşmesi bir konfor alanı değişimidir. Biriyle çıkma teklifinde bulunmak bir konfor alanı değişimidir. Derste öğretmene soru sormak, şirkette zam, terfi istemek, tatile çıkmak, ev değiştirmek, boşanmak, evlenmek, sınava girmek, iş görüşmesine girmek, yeni insanlar tanımak, yeni bir yazar okumak, yeni kitaplar, sunum yapmak, topluluk önünde konuşmak bir konfor alanı değişimidir.

Konfor alanı değişimi konusunda kendinize şu mesajı vermelisiniz, ertelemek mi daha zor yoksa üzerine gidip sonuçlandırmak mı? Size birisi hayır dediğinde öz imajınızın zarar gördüğünü düşünürseniz buna izin verirseniz izin vermiş olursunuz. Kimse siz istemediğiniz ve rıza göstermediğiniz sürece size zarar veremez. Hayır diyebilir, ret edilir. Olayın kesinlikle önemi yoktur. Önemli olan burada sizin alacağınız tavırdır.

Başkalarının konfor alana girecek cesaret, özgüven ve eylem gücüne sahip olmak sizi mutlu etmelidir. Bunu başarmış olmak önemlidir. Bunu başardığınızda daha çok iş görüşmesi yapabilir, daha çok müşteri ziyareti yapabilir, daha iyi ilişki tekliflerinde bulunabilirsiniz. İşbirliğiniz başkalarının konfor alanına nasıl ve hangi kalitede girebildiğinize bağlı-

dır. Türk toplumunda özellikle eğitim sisteminde konfor alanına girme, birlikte iş yapma üzerine özel bir sistem bulunmamakta ve bu yüzden Türk insanı konfor alanını genişletme konusunda alt yapıya sahip değildir. Ailelerde bu alanda gelişim için % 100 sorumluluk vererek çocuk yetiştirmemektedir. Avrupa'da bir çocuk 7 yaş gününü tamamen kendisi organize edebilir. Kimi davet edeceğine karar verir, ne kadar sürecek nasıl süsleme yapılacak. Kapıda karşılamadan uğurlamaya kadar tüm detayları kendisi düzenler. Bir Türk çocuğu 40. yaş doğum gününü kutlamak için annesine, eşine ihtiyaç duyar.

Bir tatile gittiğinizde çocuğunuz kendi başına hangi deneyimleri yaşabilir? Oğlum/kızım, çok açılma boğulursun, denir. Açık büfe yemekleri anneler tabldot olarak masaya getiriyorsa bilin ki Türkiye'desiniz. Seçimleri başkaları tarafından yapılan bir çocuk kendi konfor alanını keşfetmeyi 25 yaşlarında öğrenirken biz bu kişilerden başkaların konfor alanına girmesini ve onları kendi konfor alanlarına çekmesini isteriz. Bunu yapamadıklarında beceriksiz olmakla suçlarız.

10000 kişi üzerinde insan çalıştıran tüm şirketler kendi kurum kültürüne göre insan yetiştirmek isterse çalışanları kadar çalışanların çocuklarını da eğitmelidir. Kâr marjı düşük kreşler, ilköğretim okulları ve üniversiteler açıp yetenek avına beş yaşında başlamaları yerindedir. Ailesini, tanıdıkları ikinci üçüncü kuşaklarla çalışmak çok yararlı olur. Kurum kültürü de geleneksel olarak gerçekleşir. Yoksa ortak kurum kültürü sadece üst yönetimin dayatması olarak web sitelerinin vizyon misyon bölümünde kalır. Ezberletebilirsiniz, size papağan gibi tekrar edebilirler. Önemli olan kurumsal kültürün oluşmasında gerçekten uygulanabilir ortak kararlar almak ve birlikte uygulamaktır. Bir şirketin geleceği birlikte hazırlanmış herkesin sindirdiği ve konfor alanına aldığı or-

tak kurum vizyonu ile bağlantılıdır. Herkes kendi oluşturduğu sistemin içinde olmak ister.

Türk insanını konfor alanı genişletme ve işbirliği için cesaretlendirmeli ve elde ettiği başarıları göstermelisiniz. Kendi konfor alanını genişletmek başkalarının enerji deneyim ve başarılarına ortak olmaktır. Bunu gerçekleştirmek insanlarda pozitif duyguları geliştirir. İkna iletişiminde olduğunuz insanlarla konfor alanınızı paylaşırsanız başarma duygusunu sizinle yaşadıkları için iletişim kaliteniz uzun soluklu olacaktır.

İkna sürecinde olduğunuz insanlar konfor alanınıza yöneldiklerinde siz de onların konfor alanına yaklaşın. Buluşma noktanız ortak konfor alanınız olacaktır. Bu işbirliği için önemli bir kaynaktır.

Yeni bir işe başlamak konfor alanı değişimidir. Yeni insanlar, yeni yönetim anlayışı, yeni kültür, yeni müşteriler, yeni tedarikçiler, yeni sistem, yeni bir iletişim alanı. Yenilik zekâ için yararlıdır. İşletme körlüğü diye bir kavram vardır. İşler rutine döndüğünde gelişim durur. Öyleyse değişim ve gelişime ihtiyacımız vardır. Yeni konfor alanları için değişim ve gelişim adına kendimizi ikna etmeliyiz.

Yaşamın birçok alanında konfor alanlarımızı değiştirmemiz gerekiyor. Bu kitabı okuyorsanız değişime, işbirliğine ve insanları ikna etmeye kısacası başarı ve mutluluğa inanıyorsunuz demektir.

Hayatınızda son bir aydır en büyük konfor alanı değişimi nedir? Bugünden itibaren en önemli konfor alanı değişiminiz ne olacaktır?

Nasıl İkna Oluruz?

İknada önemli faktörlerden biri de uzmanlıktır. Alanında otorite olmak iknada sizi başrol oyuncusu yapar. Uzmanlığınız sorgulanmıyorsa Türkleri daha kolay ikna edersiniz.

Mehmet Öz Amerika'dan her yıl yeni kitap ve önerilerle gelir milyonlarca takipçisi peşine takılır. Kimse bu yazdıklarınız geçen yıl yazdıklarınız ve söylediklerinize benzemiyor demez. Bu konuda medyanın özellikle sosyal medyanın inanılmaz etkisi vardır. İnternet üzerinde sorgulandığınızda yazılan, makaleler, bloglar ve bilgiler insanların algısını etkiler. Bir yakınınız kalp sorunu yaşadığında ne yaparsınız? Kalp cerrahınızı seçerken ilk yaptığımız şey internet üzerinden araştırmak olur. Sonra bu tür ameliyat yaşamış tanıdıklarla görüşülür. O uzmanı tanıyanlar ile görüşülür. Referanslara, güçlü bağlantılara ihtiyaç duyarız.

İkna; inançları, tutumları, niyetleri veya davranışları değiştirmeye yönelik bir iletişim sürecidir. İkna girişimi, bilince veya bilinçaltına yönelik olabilir. Sözel veya sözel olmayan mesajların kullanılma biçimidir ikna. Bir annenin çocuğuna gözleri ile bakıp tek kelime konuşmadan anlattıkları da

iknadır. Bir şirkette yeni fikre uyum sağlamak için 6 saat toplantı yapmak da iknadır. İknada bilinç düzeyini artırmak tanımlamak, analiz etmek, karşılaştırmak ve karar vermek her ne kadar analitik olay görülseler de kendini mutlu, güvende ve iyi hissetmek için yapılan davranışlardır. İkna için sadece bilinç düzeyi hedeflenmez. Bilinçaltına da çapalar atılır. Bilinçaltı sorgulamaz, depolar ve istenildiğinde geri verir. Televizyon reklamları, sloganlar, sosyal mesajlar birçok imaj çalışmasının hedefi bilinçaltında yer kazanmaktır. Türkleri ikna etmek için kazanma arzularını ya da kaybetme korkularını harekete geçirmeniz gerekir. Motive etmek, kalıcı başarılar elde etmek için kazanmış gibi davranın. Kendini kazanan olarak görmüş insanlarla ikna iletişimi daha kolay olacaktır. Bununla birlikte kaybetme korkusu da ikna da önemli bir iletişim aracıdır. Ellerinde bir değer olduğunun farkında olanlar bunu korumak için çalışırlar. Bu da bir ikna aracı olarak kullanılmaktadır.

İkna etmek için İnanç İlkesi;

Yaptığınız işten ne kadar eminseniz o kadar heyecan transfer edebilirsiniz. O nedenle ikna etmek istediğiniz konuya inanmalı ve odaklanmalısınız.

Karşılık İlkesi;

Bu evrensel bir ilke olmakla birlikte Türkler için daha önemlidir. Türk toplumu yapılan iyiliğin altında kalmaz. Eve bir tabak yiyecek getirildiğinde o tabak boş yollanmaz mutlaka içine bir yiyecek konulur. Birini ikna etmek istiyorseniz iyilik yapın. Mutlaka o iyiliği ödemek için size yardımcı olmaya çalışacaktır. Türklere iyilik yapın, kendini borçlu gibi hissedecek ve ödemek için fırsat kollayacaklardır.

Bağlılık ve Tutarlılık İlkesi;

Davranışlarımızı tutarlı hale getirmek ve başladığımız gibi devam etmek isteriz. O nedenle insanlar değişime her zaman açık değillerdir. Tutarlı olmak için alışkanlıklardan kolay vazgeçemezler. O nedenle bayanlar kuaförlerini değiştirmek istemezler. Olumsuz sürprizleri sevmeyiz. Tutarlılık ve bağlılık iknanın önemli bir ilkesidir. Birilerini ikna etmek için bağlılık oluşturmalı ve tutarlı olmalısınız.

Sosyal Kanıt;

İnsanlar iknada sosyal kanıta önem verirler. Başkaları tercih ediyorsa, yapıyorsa ben de yaparım anlayışı Türklerde çok geçerli kuraldır. İknada etkisini göstermesi için kulaktan kulağa bilginin ulaşması tercih edilir. Bir ürün satmayı planlıyorsanız alıcı hangi sektörde ise o sektördeki kişiler tarafından tercih edilmiş olması önemli bir sosyal kanıttır.

Hoşlanma ve Arkadaşlık İlkesi;

Güvenin oluşmasındaki temeldir hoşlanmak ve arkadaşlık. O nedenle aynı mekânlarda, ortak arkadaşları olanlar daha kolay tanışır, arkadaş olur. Aynı dernek üyeleri daha iyi anlaşır. İknada tanımak ve ortak özelliklerde buluşmak önemlidir. Her gün yeni insanlar tanımak iknada sizi öne çıkartacaktır.

Otorite İlkesi;

Türkler de otorite ilkesinden etkilenir. Alanının uzmanlarının yaptığı açıklamalar iknada, karar aşamasında hızlandırıcı etki gösterir.

Azlık İlkesi;

Bir şeyin az olması onu daha değerli hale getirmektedir. Türk toplumu satışta az olana ve zaman baskısı taşıyan ürün ve hizmetlere daha çok ilgi göstermektedir. Unutmayın, az olan sizsiniz! Dünyada sizin parmak izinize sahip, sizin DNA yapınıza sahip, sizin gibi düşünen bir tek kişi daha yok.

Tezat İlkesi;

Önce iyi olmayanı sonra iyi olanı seçmektir tezat ilkesi.

İknada Güçlü Sorular

Ne kadar güçlü soru sorarsanız o kadar güçlü cevap alırsınız. Beyin soru şeklinize göre cevaplar üretiyor. Soru mazeret odaklı ve olumsuzluk içeriyorsa beyninizde sizi mazeret ve soruna götürüyor. Asla başka kapı açmıyor, bu konuda hiç sürpriz yapmıyor. Siz tüm olayları şansa, kadere, başkalarının yaptıklarına, dayınız olmadığına, torpile bağlıyorsunuz. Kendinizi kaybetmiş olarak görmekten mutlu oluyorsunuz. Kazandığınızda ne yapacağınızı bilemiyorsunuz.

Sorularınız olumlu ve sonuç odaklı olduğunuzda kendinizi başarmış olarak görüyorsunuz. Başarısızlıklar sizden uzaklaşıyor. Geçmişteki sorunlara takılmıyor, gereksiz gelecek hayallerinde yaşamıyorsunuz. Yönetebileceğiniz zamanda kalıyor ve şimdiyi yaşıyorsunuz. Buna göre kendinizi ve başkalarını ikna ediyorsunuz. Çünkü doğru sorulara odaklanıyor ve onları yanıtlıyorsunuz.

Önce bu soru başlıklarını paylaşalım, sonra sorulardan örnekleri inceleyelim.

Genel Sorular
Farkındalık soruları
Değişim soruları
Eylem soruları
Yönetim soruları
Geçmiş-Şimdi-Gelecek soruları
Hedefe odaklanma soruları
İkna soruları
Bilinçaltına atılacak çapa soruları
Bilinç düzeyine özel sorular
İşbirliği soruları
İstihbarat, işbirliği soruları
Duygu soruları
Analitik sorular
Koçluk sorular
Meydan okuyan sorular
Motivasyon soruları

Genel Sorular;

Buradaki amaç tanışmak havayı yumuşatmak, konuşma ritmini almak, sorular karşısındaki cevap tarzını anlamaktır. Çok sorgulayıcı olmadan, yeni tanışmalarda çok detaya inmeden yapılan sohbet açma sorularıdır. Karşılıklı olmasında yarar vardır. Sorular tek taraflı olmamalıdır. Size de soru sorulacak zamanı bırakmalısınız.

Nasılsınız?
İşleriniz nasıl?
Nerelisiniz?
Bu soruları çoğaltmak mümkündür.

Farkındalık Soruları;

Başını yastığa koyduğunda huzurlu olacak mısın?

İstersen daha iyi neyi yapabilirsin?
Geleceğinin farkında mısın?
Bu işi senden daha iyi yapanların farkı ne?
Potansiyelinin farkında mısın?
Bu saniyeler bir daha gelmeyecek, farkında mısın?
Geleceğe iz bırakmak için anın farkında mısın?
Bu dünyada senden bir tane daha yok, farkında mısın?
Yaşamdan aldığın derslerin farkında mısın?

Değişim Soruları;

Sence ne değişmez?
Değişimin doğum sancısı gibi olduğunun farkında mısın?
Sence değişimin başlama zamanı nedir?
Değişime karşı konulabilir mi?
Gelecekte kendini nerede görüyorsun?
İpek böceği olarak kozaya giren sürüngen, kelebek olarak kanatlanıyor. Senin değişimin nedir?
Değişim için yapabileceklerini 10 madde olarak yazar mısın?

Eylem Soruları;

İşlerini yarım bırakarak başarılı olan kaç kişi tanıyorsun?
Ertelemeden, vazgeçmeden başarıya ulaşmak için şimdi ne yapabilirsin?
Gurur duyduğun başarılı eylemlerini yazar mısın?
Eylem devamlılığına puan versen 0–10 arasında şu an kendine kaç verirdin?

Yönetim Soruları;

Organizasyon yeteneklerini değerlendirir misin?

Şirketin patronu CEO'su olsaydın daha farklı ne yapardın?

İlişkilerini nasıl yönetiyorsun?

Bir makine olsaydın ne olur ve nasıl çalışırdın?

Sağlığını nasıl yönetiyorsun?

Paranı nasıl yönetiyorsun?

Zamanını nasıl yönetiyorsun?

İnsanları nasıl yönetiyorsun?

Aileni nasıl yönetiyorsun?

Geçmiş-Şimdi-Gelecek soruları;

Hayatında yaşadığın en büyük başarısızlık nedir? Başarısızlık yaşamadıysan sebebi?

Hayatında yaşadığın en büyük başarı nedir? Yaşamadıysan sebebi?

Geçmişte herkesi affettin mi? Yoksa bu ağırlığı taşımaya devam ediyor musun?

Geçmişe takılır mısın?

Şimdiyi nasıl daha iyi yönetebilirsin?

İyi bir ilişkiye başlamak için hemen harekete geçebiliyor mu-sun?

Kötü bir alışkanlığı değiştirmek için neyi bekliyorsun?

Şimdiyi yönetmek için geçmişten nasıl ders alıyorsun?

Hedefe Odaklanma Soruları;

Hedeflerin için nelerden vazgeçebilirsin?

Odaklanma eşiğini artırmak için ne yaparsın?

Hedefe odaklanmada seni neler motive eder?

Hedeflerine ulaşamadığında kendini nasıl hissediyorsun? Başarmak için ne yapmalısın?

Yeterince odaklandığında başarmış olarak kendini görebiliyor musun?

Ana odaklanmada zaafların ne, bunu nasıl çözebilirsin?

Çok severek odaklandığın işlerdeki başarını zorunlu olarak yaptıklarında yaşamak için ne yapmalısın?

İkna Soruları;

İnsanların sıcak düğmelerini nasıl keşfedersin?
Güvenilirsen % 100 ikna edebilir misin?
İknada en önemli 5 donanım sana göre nedir?
Kendini nasıl ikna ediyorsun?
Başkalarını iknada kendini yeterli görüyor musun?
Ben istemezsem kimse beni ikna edemez diyor musun?

Bilinçaltına Atılacak Çapa Soruları;

Yeterince istiyor musun?
Başaracak güce ve motivasyona sahip misin?
Başardığında kendini nasıl hissediyorsun?
Geleceğe iz bırakmak için ne yapıyorsun?
Başarıyı hak ettiğine inandığında neler yaparsın?

Bilinç Düzeyini Yükseltme Soruları;

Sorgulama düzeyimi nasıl artırabilirim?
Ben kimim (500 sayfa yazabilirsiniz)
Kararlarım yaşamımı nasıl etkiliyor?
Sorgulanmayan yaşanır mı?
Doğru karar almayı nasıl geliştirebilirim?
Hayattaki seçişlerim ve vazgeçişlerim neler?

İşbirliği Soruları;

Hayatta her şeyi tek başına yapamam. Nasıl bir işbirliğine ihtiyacım var?

İşbirliği listemde kimler yer almalı ve bunu nasıl geliştirmeliyim?

İnsanlar benimle işbirliğine girdiklerinde aradıkları faydalar nelerdir?

İşbirliği elde etmek için başkalarını nasıl motive edebilirim?

Koşulsuz sevgi ile işbirliğini nasıl geliştiririm?

Yetenek havuzum var mı?

İstihbarat Soruları;

İkna etmek istediğim kişileri kimler etkiliyor?

Tanımak için doğru yolda mıyım?

İkna iletişiminde 5N 1K sorularına (Ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden ve Kim) doğru cevabı kimden ve nasıl alabilirim?

Bilgi kirliliğinden kendimi nasıl koruyorum?

Bilgi ile manipülasyonu nasıl ayırıyorum?

Bilgiye açık mıyım, kolay ulaşabiliyor muyum ve doğru analiz ediyor muyum?

Duygu Soruları;

Ne hissettim?

Ne hissediyorum?

Analitik Sorular;

Sebep –sonuç bağlantılı sorulardır. İçinde neden geçen sorulardır. Analitik düşünen kişiler bu tarz sorular sorar ve kendilerine sebep sonuç soruları sorulmasını isterler.

..... yaptığında ne elde edeceksin?
.... Yaptığında ne kazanacaksın
Ben yaparsam karşılığında sen ne yapacaksın?
Bu gün ders çalışırsan sınavdan kaç alırsın?

Koçluk soruları;

İknada koçluk sorularından yararlanmalısınız. Bunun için yaşam koçlarının sordukları sorulara bakmalısınız.

Nasıl Soruları,
Nasıl düşündünüz/hissettiniz/davrandınız?
Nasıl düşünecek/hissedecek/davranacaksınız?
Nasıl oldu? Nasıl olacak?
Nasıl tepki gösterdiniz?/Nasıl tepki göstereceksiniz?
Geçmişte nasıl başardınız?
Size nasıl davranılmasını istersiniz?

Ne Soruları
Ne oldu/Ne olacak?
Bununla ilgili ne düşündünüz?/Ne olacak?
Böyle düşünmenize sebep olan şey nedir?
Bu sizin için ne anlama geliyor?
Bir defa ki sefere neyi farklı yaparsınız?
Bunun arkasında ne var?
Bununla ilgili önemli olan nedir?
Bundan ne öğrendiniz?

Bunu seçmenizin nedeni nedir?
Bir defa ki sefere ne yapacaksınız?

Ne zaman soruları;
Ne zaman başladı?
Ne zaman... yapmanız gerekiyor?
İlk olarak ne zaman meydana geldi?
Ne zaman fark ettiniz?
Ne zaman karar verdiniz?
Bu ne zaman olacak?

Nerede Soruları;
Bu nerede oluyor?
Değişimi gerçekleştirmeye nereden başlayabiliriz?
...'de kendini nerede görüyorsun?
Bu sizi nereye götürecek?

Netlik Soruları;
... derken tam olarak ne demek istediniz?
... sizin için ne anlama geliyor?
Sizi doğru anladın mı?
Tam olarak bunu mu söylediniz?
Bu size doğru geliyor mu?

Ayrıntı Soruları,
Bu konu da daha ayrıntılı konuşmak ister misin?
Bu konuyu biraz daha açar mısınız?
Meydan Okuyan sorular,
Kendine ne zaman yardımcı olacaksın?
Bu işi bekleyerek mi çözmek istiyorsun?
Harekete geçmek için tam olarak beklediğin nedir?
Söylemlerinle eylemlerin ne zaman aynı olacak?
Sana senden başka yardım edebilecek kimse var mı?

Aynı bakış açısı ile aynı soruları mı yaşar mısın?

Motivasyon soruları;

Başardığında neler yaşayacaksın?

Senin mutluluğunu isteyen insanlar için neler yapabilirsin?

Mutluluğun büyük resmini görebiliyor musun?

Geçmişteki başarılarını tekrarlar mısın?

Kendinize ve ikna iletişiminde bulunduklarınıza hangi 100 soruyu sorardınız? Yazar mısınız lütfen

Para ve İkna

Lidyalılar parayı bulduğu günden bu yana para bir ikna aracıdır. Evet, para bir araçtır. Her amaca bir araçla gidersiniz. Bir yerden bir yere varmak için hızlı araçlar kullanmak gerekir. İstanbul'dan İzmir'e otobüsle 8 saatte kendi aracınızla 7 saatte, uçakla 45 dakikada gidersiniz. Hepsi İzmir'e varma amacınıza hizmet eden araçlardır.

İnsanlarda amaçlarına ulaşmak için araçlar kullanırlar. Satın alma gücünüz başkalarının ilgisini her zaman çekmektedir. Bindiğiniz araç, giysileriniz, yatırımlarınız, yaşantınız başkalarını iknada önemlidir. Hepimiz ben asla böyle düşünmem deriz. Sonra kolundaki saate, ayakkabısına, giysilerine bakarız. Cross marka kalem ile atılan imzalar bizim için daha gerçekçidir. İlk yedi saniyede aklımızda kalan aslında para bağlantılıdır. Duruşundaki özgüven ve rahatlığı çok kazandığına bağlarız. Para insanları etkilemede bilinçaltımıza her zaman önemli mesajlar iletmektedir.

Türklerin yıllarca yerli filmlerde bunları bilinçaltımıza kazımıştır. Fakir oğlan zengin kız, baba oğlana bir çek uzatır ne istersen yaz çık hayatımızdan der. Oğlan benim aşkım

satılık değildir der çeki yırtar! Bunun gibi binlerce fotoğraf karesi vardır Türk insanının beyninde. Bir gecede 150 bin dolar teklifleri, yatlar, konaklar, hizmetçiler ve ensest ilişkiler Türk insanına ait oldukları dünya olarak aktarılmaktadır. Para ile başarı arasında bağlantı vardır. Para ile zekâ arasında bağlantı vardır. Para ile hırs arasında bağlantı vardır. Doğru, yanlış, etik ya da etik olmadığını sorgulamak yerine bu bağlantının sizin ikna gücünüz arasındaki faydaya ulaşmanız gerekir.

Bir tarafta bir lokma, bir hırka anlayışı ile yetişmiş anne babalar, diğer tarafta tüketici toplumun tüm tuzakları ile beslenen gençlik. O nedenle kolay kazanma alışkanlıkları hızla gelişmiştir. "Topçu, popçu" anlayışı ülkeye yeni değerler üretmek değil yorulmadan, üretmeden kazanmak için ortaya atılmış dayatmalardır. İnsanlar hem parayı çok isterler hem de onu kazanacak direnç, emek, disiplini devreye sokmazlar.

İkna sürecinizde para, emek, para, ahlâk, para, onur arasında bağlantılar kurdurabilirseniz para anlamı olan bir ikna kaynağı olacaktır. İnsanlar ilkeleri ve duruşları olunca da para kazanabilir ve kariyer sahibi olabilirler. Para kazanmak için "yalaka" olmak, başkalarını kullanmak, "çanak anten" olup laf taşımak, başkalarını bölmek, mobbing yapmak gerekmez. İş dünyasında ya da özel yaşamda ilkeli insanlar uzun vadede hep kazanan, saygı gören olmuştur. Önce buna kendinizi ikna etmelisiniz.

Para kazanmak için iknaya, daha iyi ikna etmek için paraya ihtiyacınız vardır. İyi giyinmek, iyi arabalara binmek, iyi bir yaşantı başkalarını ikna eder, doğrudur. Para ile kültür arasında aynı oranda gelişen bir bağlantınız olmalıdır. Şimdi düşünün, Milli Piyangodan 45 milyon TL para size çıktı, o güne kadar hiç gitmediğiniz bir mekânda ıstakoz yemek istediniz. Nasıl yenildiğini bilmiyorsunuz. Ne yapar-

sınız, internetten nasıl yenildiğini mi araştırırsınız? Para tek başına yeterli olmayacaktır. Türkiye'de sonradan görme diye bir söz vardır. Burada anlatılan para ile kültür arasında doğru orantının olmamasıdır. Evet; para pozitif bir ikna aracıdır. Bu aracı doğru kullanabildiğimiz sürece.

Bankacılık ve İkna

Bankacılık sektörü size hem ürün, hem de hizmet satan bir sektördür. Bu nedenle iknanın en üst düzeyde iletişim kalitesine ihtiyaç duyulur. Öncelikle bu sektörde çalışmak isteyen kişiler kendilerini ikna etmelidir. 09.00-18.00 saatleri gibi mesai kavramını unutacağınız bir sektördür. Kotalar, stantlarda kredi kartı satışı, gece gündüz koşturmacadır.

Müşteri temsilcisi ve yönetici olmak yorucu ve uzun soluklu bir süreçtir. İşiniz sürekli güven satmaktır. Bankalar ortalama 40 ürün ve hizmet satmaktadır. Müşteri temsilcileri kota, zaman baskısı ile bu ürün ve hizmetleri sürekli satmak zorundadır. Bireysel başarı ve kariyer bu istatistik sonuçlara bağlıdır. O nedenle bankacılık alanında çalışanlar sıcak, aynı zamanda mesafeli bir duruş dengesi sağlamak gerekmektedir. Sektör konukseverlik, hız ve iletişim kalitesi ister. İnsanların güvenlerini kazanmak, ihtiyaçlarını belirleyip hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olmalısınız. Müşteri temsilcileri müşteriler ile banka menfaatleri arasında herkesin kazandığı işler yaparlar. Müşteri mutlu olmazsa ilk sizi aldatacaktır. O

nedenle banka çalışanları sürekli sahada ve müşteri markajındadır.

Müşterilerine sadece satış odaklı ziyaret ve lansmanlar yerine müşterilerinin beklentilerine yönelik satışlar gerçekleştirirler. Bu sosyal iletişim yatırımı ve ikna kalitesi sektördeki kişilerin kariyeri ile direk bağlantılıdır. Bankacılık sektörünü seçtiyseniz yorgunluk, stres, gergin müşteriler, kaprisli insanlar sizin eğlenceleriniz oldu demektir. Odaklanma, empatik iletişim, hedef odaklılık, baskı altında hızlı ve doğru karar almak, liderlik, öğrenme sizin yaşam şekliniz demektir. Takım oyununa uyum ile rekabeti aynı anda yönetiyor olmalısınız. Bankacılık;

İletişim
Satış
Yeni müşterilere ulaşma
Eski müşterileri elde tutma
Motivasyon
Gizlilik
Süreklilik

gibi onlarca kavramla donatılmak, bunları her an yönetmek demektir. Bunlara ulaşmak için ikna yeteneklerinizi geliştirmek ve satış koçluğu alanında uzmanlaşmanız gerekmektedir. Bununla birlikte bölgenin hassasiyetlerini, kültürünü, şivesini ve yapısını çok iyi bilmeli ve uyumlama sağlamalısınız. Birini ikna etmenin yolu dilini konuşmaktır. Bu dil sadece kullandığı ana dil değil değildir. Zihin dili, ruh dili, beden dili ve sosyal dilidir. Bankacılık bunların tümünü kullanma sanatının adıdır.

Bu nedenle kariyerlerinde bankacılık olan arkadaşlar çok iyi bilmelidir ki bu sektörün yaşam anlayışı ikna üzerine kuruludur. Servetinizi, geleceğini size bırakır insanlar. Şimdi kendinize şu soruyu sorun, arkanızda bankanız olmasa size kaç kişi parasını ve geleceğini sana emanet eder? Öyle bir ikna iletişimi kurmalısınız ki insanlar banka kadar size de

güvenebilsin. İşlem yapmak için sizi arasınlar. Böyle bir iletişim kalitesi size sektörün kapısını açacaktır. Bu alanda kariyer yapmayı planlıyorsanız güven anlamında insanlar sizi göstermelidir. Bu düşünce-duygu ve eylemleriniz arasındaki bağlantının çok güçlü olması ile gerçekleşecektir.

Satış İknası

Bu bölüm yaşamın her alanında satış olduğunu inananlara özel hazırlanmıştır.

Müşterileri ikna etmenin sürekli iletişim ile olacağını kabul edin. Kesintili iletişim, çıkar ilişkisi hissi veren iletişim, sadece satış odaklı iletişim ikna sürecine zarar verecektir. Sürekli iletişim.

Yeni müşteri kazanmak için harcadığınız kadar enerjiyi eski müşterilerinizi elde tutmak içinde kullanmalısınız.

Size gerçekten güvenen müşterilere satışın çok kolay olacağını ve size referans olacaklarına kendinizi sürekli ikna edin. Hangi müşteriniz hangi yollarla güven kazanır bunlara çalışın.

Müşterinin görünen ihtiyacı ile görünen ihtiyacının arkasındaki gerçek ihtiyacı bulmak için kendinizi ikna edin. Müşteri ürün, fiyat, ödeme, servis, hizmet kalitesi, teslimat, eğitim ve tüm konularda bilgi sahibi olsa da başka görünmeyen ihtiyaçları da olabilir. Onları görebilmelisiniz.

Satış kapanışının uzun sürmemesi konusunda kendinizi ikna edin. Satış imza aşamasına geldiğinde hayır sözünü

duymamak için kapanış sorularından kaçmayın. Ret edileceğinizi bilseniz de satış kapanışını uzatmayın. Güven sağlayın, ihtiyacı belirleyin, iyi sunum yapın. Kapanışı kısa tutun bu konuda kendinizi ikna edin. En iyi kapanış kısa süren kapanıştır. Satış kapanışı toplam görüşme süresinin % 10'u kadardır.

Satışın bir uyumlama olduğunu ve tüm enerjinizi müşteriye vereceğiniz için iknada içinde bulunduğunuz durumun farkında olmalısınız.

Bugün kendimi iyi hissetmiyorum, satışa çıkmayacağım sözünün şehir efsanesi olduğunu, iyi satıcının her zaman satış yapabilecek yeteneği olduğuna kendinizi ikna edin. Tiyatro oynamak gibidir. Sahne kapanmaz.

Müşterilerden alacağınız referansların işinizin çığ gibi büyümesi demek olduğuna kendinizi ikna edin. Telefon rehberinize her gün üç yeni isim eklemelisiniz.

Öğrenme tutkunuzu asla kaybetmeyin. Her görüşme sizin okulunuz olsun. Gerektiğinde kamera ile kayıt yapın ve kendinizi gözlemleyin.

Her ay en az bir satış kitabı okumaya, eğitim almaya ve araştırmaya sürekli öğrenmeye kendinizi ikna edin.

Sürekli öğrenme ve hatalardan ders çıkarmanın iş ve yaşam kalitesine çarpan etkileri konusunda kendinizi ikna edin.

Kurum markası ve imajı dışında sizin bireysel imajınızın da çok önemli olduğuna kendinizi ikna edin. Bu nedenle fiziksel, zihinsel, sosyal ve ruhsal olarak imajınıza yatırım yapın.

Daha çok satış görüşmesinin daha çok satış getireceğine kendinizi ikna edin. Bir oltayla balık tutmak yerine 10 oltayla balık tutmak gibi düşünün.

Satış sürecinde sadece şirket ve bireysel çıkarlara odaklanmak yerine müşteriye danışmanlık yapmak gerektiğinin farkında olun.

Bilgi teknolojileri ve sosyal medya ile daha kolay ulaşılabilir olabileceğinize kendinizi ikna edin.

Satışın bir iletişim sihirbazlığı ve ikna süreci olduğunu ve bunların öğrenebilir yetenekler olduğunu kendinizi ikna edin.

İyi bir takım kurmanın performansa yapacağı pozitif katkı konusunda kendinizi ikna edin.

Korkulardan kaçarak ve erteleyerek kurtulamayacağımızı ve özgürleşmek için sorunların üzerine gitmemiz gerektiği konusunda kendinizi ikna edin.

Müşterilerin eskiye oranla doğru ürün, hizmet, fiyat ve tüm bilgilere çok daha kolay ulaşabildiğini unutmayın. Müşteri şimdi çok bilgili, o nedenle çok daha fazla anlatmaya ve iknaya ihtiyacımız var.

Satış görüşmelerinin dünyanın en keyifli işi olduğu konusunda kendinizi ikna edin. Sistemli çalışma ile harika satışlar üretebileceğinize kendinizi ikna edin.

Harika bir satıcı olduğunuza kendinizi ikna edin.

Müşteriniz beş farklı şirketten fiyat almış, sizin fiyatınız ikinci iyi fiyat ürünü/hizmeti, sizden almaya nasıl ikna edersiniz?

İkna ve Zaman Yönetimi

Türkler saygı görmek ister. Bunu yeni tanıdığınız birine gerçekten saygı göstermek isterseniz ilk yapmanız söz verdiğiniz saatte randevunuza gelmek. Onun da söz verdiği zaman da orda olmasını istemektir. Türkler kendisine ve karşısındakine değer veren insanlarla olmak isterler. Planı, zaman yönetimi olan insanlarla ilişki kurarlar.

O nedenle ister sosyal yaşamda ister iş yaşamında mutlaka ajandasınız olmalı. Zamanı şimdi ve geleceği yönetecek bir ajandaya sahip olmalısınız.

Düşünün, size birisi yarın 14.02'de 30 dakika görüşebiliriz derse, buluşma saatine ve karşınızdaki kişiye bakışınız nasıl olur?

Sıradan insanlar zamanın akışına kapılırlar. Planlı insanlar zamanı yönetirler. Hayat ıskalamaya gelmez. Her anınızı planlayabilirsiniz. Yazarsanız geçmişte anlamsız geçen zamanı da görebilirsiniz.

Birilerini ikna etmek isterseniz kendinize ait zamanı iyi yönetin.

Türkler Suçlu Ararlar

Türkler mazeret üretmek için suçlu ararlar. Aile ve eğitim sistemindeki öğretiler Türkleri bu duruma zorlar. Bu konuda Profesör Doktor Üstün Dökmen'in harika bir gözlemini aktarayım. Üç yaşındaki çocuk önündeki masayı görmez çarpar, ağlamaya başlar. Anne gider masaya vurur, al sana masa, diye masayı suçlar. Masa sürekli yerindedir, duran masaya çarpan çocuk suçlu olmadığını düşünür. Bu ezber anlayışla yetişen çocukların bilinçaltına sadece suçla ve rahatla mesajı verilir. Oysa sorunu konuşan mutlaka çözümü de getirmelidir. Şimdi bu yazdıklarımı beğenmeyenler lütfen aşağıdaki cümlelerin hangi ülkeye ait olduğunu düşünsün.

Yazın terastan düşen adam devlet bizi korumadı der
İşe giremeyen, dayımız olsaydı bizde girerdik der
Dere yatağına kaçak ev yapan aile belediyeyi suçlar
Devlette iş bulamayan KPSS sistemini suçlar.

Verdiğiniz işi yapamadıklarında onlarca faktör, kişi, olay ve detaylı suçlama yetisine sahiptir. Suçlu bulma enerjileri her zaman yüksektir. Bunun iki nedeni vardır. Birincisi 0-5

yaş ve ilköğretim yıllarındaki yetiştirilme şekilleridir. İkincisi ise başkalarını ve şartları suçlayarak kendi suçlarını kapatabileceklerini düşünürler. Suçlamalar ile kendilerini rahat hissederler. Suçlamalarında gerçekten samimilerdir. Çünkü sadece sorunun konuşularak çözüleceğini düşünürler. Çözümü ile gelmediğiniz hiçbir sorunu burada konuşmayınız anlayışı ile yetiştirilmemişlerdir. O nedenle size sorunla gelenleri çözüm odaklı olmaya yönlendirin. "Şimdi ne yapmamız gerekir?", "Başka?", "Tam olarak ne olsaydı kendini iyi hissederdin?" gibi onlarca soru sormalısınız.

Böyle alışkanlıkları ve bakış açısı olan birçok kişiyle iletişiminiz olacaktır. Onlara konuşabilecekleri olası tüm sorunları bildiğinizi hissettirin. "İkna için sence daha farklı ne yapmamız gerekir?", "Yerimde olsaydın nasıl davranırdın?" sorularını sorun.

Mazeret üreten ve sadece mazerete odaklanan insanların sonuçları görmesi olanaksızdır. Aslında sadece mazeretleri konuşmak bir tercihtir. Sorun çözülürse yeni bir sorunun gelme ihtimalinden yeni belirsizlikten korkan insanlar tanımladıkları bir sorunun içinde kalmayı tercih ederler. O nedenle sürekli mazeret üreterek çözümden kaçarlar. Bunu çok iyi analiz etmeniz gerekir. Yol almak için sorunların çözülmesi ve aynı hataların tekrarlanmaması gerekir.

Türkler Kurallı Yaşamayı Sever!

Türkler kurallı yaşamayı sever, kuralları bizzat kendileri koydukları ve diledikleri zaman değiştirme hakkına sahiplerse! Türkleri kurallı yaşamaya ikna etmelisiniz. Kurallı yaşama bir disiplin ve zorunluluk değildir. Kurallı yaşam bir özgürlüktür. Kendine ve başkalarına karşı özgür olma eylemidir.

Kuralsız yaşamak bir öğretidir. Şöyle ki anne baba koyduğu kuralları zamana ve şartlara göre değiştirdiğinde çocuk kuralların değişebileceğini ve yeterince önemli olmadığını düşünür. Kurallar bir atasözü ile değişir. "Bir seferden bir şey olmaz". Masum esnetmeler ve görmemezlikten gelmeler gelecekteki kurallı yaşama zarar verir. O nedenle şirket kuralları, evlilik kuralları, satış kuralları, ahlâk kuralları, trafik kuralları sevilmez olur.

Kurallı yaşamın sevilmeme nedeni yazılı ve tanımlanmış kuralların yetersizliği ve değişkenliğidir. Kişiye, şartlara ve olaylara göre ani değişkenlik görülür. Bu da kurallı yaşama uyumda sorunlar oluşturur. Siz kuralları tanımlanmış bir kişi olduğunuzda insanları daha iyi ikna edeceksiniz. Burada önemli ayrıntı, sadece kurallarla yaşayan duygu yoğunluğunu kaybetmiş statik insan olmamak gerektiğidir. Ne kadar çok kuralınız varsa o kadar yıkılacak kumdan kaleniz vardır demektir.

Kurallı yaşamın bir özgürlük olduğunu söylemiştim. Trafik kurallarına uyup alkol almadan, aşırı hız yapmadan, aracın bakımı yaptırıp dikkatli olduğunuzda karşınızdaki kişinin yaşama özgürlüğüne saygı duymuş olacaksınız. Bu bir trafik kazası yapıp mahkûm olmanızı da engelleyecek siz de özgür kalacaksınız.

Piyano çalmak istiyorsunuz. Bunun için piyano çalma kurallarına göre çalışmanız gerekecektir. Piyano çalma özgürlüğü birçok zincir kuralı yerine getirmeniz halinde gerçekleşecektir. Kurallı yaşamak özgürlüklerinize kavuşmaktır. O nedenle kurallı yaşam konusunda kendinizi ikna edin.

Kural koyucu olduğunuz güne kadar kurallara uymaya kendinizi nasıl ikna edersiniz?

Türkler ve Etkin Dinleme

Türklerin etkin dinleme konusunda davranışlarını gözlemlemenizi rica ederim. Nasıl dinliyoruz? Nerede söz kesiyoruz? Ne kadar etkin dinleme tekniklerine sahibiz? Empati özelliklerimiz ne? Dinlemeyi nasıl öğrendik? Bunun gibi onlarca soruyu kendinize sorun lütfen.

Dikkatinizi çekti mi, insanlar bazen ben nerde kalmıştım diye sorar. Kendimizi bile dinlemiyoruz, tabii kendi iç sesimizi bile dinlemezken başkalarını nasıl dinleyebiliriz? Şirketler verimlilik, performans, sürdürebilirlik için etkin dinleme eğitim ve çalışmaları yaptırmaktadır. Sonra; sonra bunları sahada uygulayacak alanları takip ederler. Kariyer yolculuğunda dinleme kaliteniz basamakları hızla tırmanma konusunda rehberlik edecektir. İtirazları nasıl dinliyorsunuz? Kelimelerin altındaki gerçeklere ulaşmada nasıl bir dinleyicisiniz bunlar çok önem kazanmaktadır.

Türklerin dinleme hataları

Heyecanlarını hemen ifade etmek için aceleci davranmak

Söyleyeceklerinin çok önemli olduğunu düşünerek söz kesmek

Karşısındaki kişiyi daha önce dinledikleri için tekrardan sıkılmak

İnsanları önem sırasına göre kataloglara koymak

İlgi ve bilgi alanlarına ait olmayan konuları dinlemekten sıkılmak

Kendini net ifade edemeyen kişileri hızlandırmak adına olumsuz yardım girişimlerinde bulunmak

Dinliyormuş gibi yaparak telefon, notlar, başka kişiler ile ilgilenmek.

Sadece ilgi alanındaki konuları dinlemek faydacı yaklaşım

Saldırıya hazır pozisyonda dinlemek

Tuzak sorular hazırlamak üzere dinlemek. Sürekli açık arama pozisyonu

Kalabalık ailelerde yetişen kişiler gürültülü ve hızlı tempo içinde başkaları tarafından yeterince dinlenilmediği için bunu modeller ve alışkanlık haline getirirler. Daha sonra iş yaşamında dinliyor gibi davranış gösterirler. Ne yazık ki okuma ve yazma okullarda eğitim halinde verildiği halde dinlemeye özel bir eğitim ve davranış değişikliği verilmemektedir. Etkin dinleme kesinlikle ailede verilmelidir. Anne baba, öğretmen rol model olmalıdır. Şirketlerin dinleme eğitim ve saha çalışmaları kurumsal yapıda yararlı olmaktadır. Bununla birlikte kalıcı olabilmesi için kesinlikle erken yaşlarda eğitim gerçekleştirilmelidir. Dinleme kaliteniz ile ikna kaliteniz arasında doğru oranda uyum vardır. Birine sana güveniyorum, özelsin mesajı vermenin ilk yolu koşulsuz kabul ve saygı ile dinlemektir. O nedenle iyi dinleme için şunları yapmalısınız;

Dinleme egzersizleri yapın. Konsantrasyonunuzu artırın. (Gürültüde insanları dinleyin, kalabalığı dinleyin, uzun süre dinleyin, yorgun, uykusuz olarak insanları dinleyin)

İlgi alanlarınızı genişletin. Entelektüel sermayenize yatırım yapın.

Konuşmakta olduğunuz kişi ile bedensel uyum sağlayın

O andaki ihtiyacını anlamaya çalışın

Sözünü kesmeden dinleyin.

İnsanların önemli ve değerli olduklarını hissettirin.

Geri bildirim isteyin. "Doğru mu anladım?", "Tam olarak bunu mu demek istediniz?" sorularını sorun.

Dinleme teknik olarak sabrın göstergesi, kendine ve başkalarına saygının ifadesi, iknanın olmazsa olmazıdır. Dinlemek ihtiyacı belirlemek, güven oluşturmak ve paylaşmaktır. Size bir oyun önerimiz var. Bir dinleme oyununu işyerinizde ya da ailenizde oynamanızı tavsiye ederiz. ABC Oyunu; 20 kişilik bir gruba karşı üç arkadaşınızı odadan dışarı çıkarın A, B ve C olarak sıra ile arkadaşlarınızın içeri girip üçer dakika konuşmalarını isteyin. Ancak içerideki grup A konuşmaya başladığında etkin dinlesin ve konsantre olsun. B içeri girdiğinde kimse ilgilenmesin, herkes kendi aralarında sohbet etsin. C içeri girip konuşmaya başladığında sözünü kessinler, konuşturmasınlar ve kimse dinlemesin, salonda gezsinler. Sonra üç arkadaşa da kendilerini nasıl hissettikleri sorulsun. Aslında dinleme alışkanlıklarımız ile bu oyun arasında çok bağlantı var. Biz de bazı kişileri A gibi, bazılarını B gibi bazılarını da C gibi dinleriz.

Bir dakikada ortalama 125- 175 kelime arasında konuşuruz, buna rağmen 500 ile 5000 kelime arasında dinleme kapasitesine sahibiz. O nedenle konuşma hızı ile düşünme hızı arasında farklılıklar dinleme kapasitemizi etkiler. Birilerini ikna etmek için koşulsuz dinlemeye çalışın, ön yargılardan uzak kalple dinlemek gerekir. Konuşmadan önce düşünecek zaman kazanın. Bu sizin ikna donanımlarınız için çok önemli bir detaydır. Yaşam detaylarda saklıdır. Zihninizi sustu-

rup kalple dinleyin. Biri ile 15 gün kapalı bir yerde kaldığınızı ve onunla sürekli konuştuğunuzu düşünün. 15 gün kesintisiz konuşmak ve dinlemekten bahsediyorum. Yapabilir misiniz? Hz Mevlana ile Şems-i Tebrizi arasındaki sohbetler böyleydi işte. Bu konuda yazılmış kitapları okumak sizin ikna yeteneklerinize artı değer katacaktır.

Nefret ettiğiniz biri ile iki saat kapalı bir ortamda yalnız kalıp kendinizi etkin dinleme yapabilir misiniz? Deneyimlerinizi burada paylaşır mısınız?

Girişimcilik ve İkna

Girişimcilik sadece fikrini satma eylemi değildir. Mükemmel bir iş fikriniz olsa da bu hayali eyleme dönüştürecek ekip ve disipline de sahip olmanız gerekir. Girişimciler dünyanın en iyi fikrinin kendilerinde olduğunu düşünebilir. Doğrudur, Türkler inanılmaz fikirler üretirler. Bu mükemmel iş fikrinizin ekonomik yeterliliğe yani başkalarını iknaya ihtiyacı vardır. Para, ekip ve fikir arasındaki bağlantıyı iyi kurgulamak gerekir.

Girişimciler işbirliği, ortak fayda ve paylaşmak kelimelerini ekiplerine, sermayedarlarına ve kendilerine çok iyi ifade etmelidir. Girişimcilik bir Amerikan rüyası, birden zengin olmak değildir. Girişimcilik sürekli kazanma alışkanlığını bir davranışa dönüştürmektir. Kazancı tek başına elde etme dönemi bitti. Şimdi birlikte kazanma dönemi başladı.

Fikrinizi korumak adına kimse ile paylaşmazsanız geliştiremezsiniz. İş fikrinizi kaybetme pahasına paylaşmanız gerekmektedir. Artık kusursuz ve asla kimsenin bulamayacağı iş fikirleri olduğunu düşünmeye gerek yok. Fikirler disiplin ve iş takibi ile geliştiriliyor. O nedenle girişimcilik konusun-

da fikir kadar önemli olanın takım olduğunun da farkında olalım.

Eğer buluş niteliğinde bir iş fikriniz ve tanımlamanız varsa prototip için patent alabilirsiniz. Bunun dışında fikirlerinizi etik değerleri yüksek kurum ve kişilerle paylaşın. Sizin dışınızdaki kişi ve kurumlar ile bilgi alış verişinde bulunmak ve zıtlıklardan yararlanmak sizi daha başarılı yapacaktır.

Girişimci iseniz mutlaka listeleriniz olmalı. Sermayedar listesi, bürokrat, siyaset listesi, medya listesi, ekip listesi, sizi motive edecek kişilerin listesi gibi birçok listeniz olmalıdır. Projelerinizin birim maliyetleri, zamanları, karlılıkları, sürdürebilirlikleri ve tüm detaylarını analiz etmelisiniz. Bu konularda mutlaka uzmanlardan destek almalısınız. Girişimciler her konuda bilgiyi elde tutmak için tüm detaylara kendileri odaklanmak ister. İşte o an işletme körlüğü ve büyük resimden uzaklaşma başlar. Mükemmel iş fikirlerinizi tek başınıza gerçekleştirmeniz kolay olmaz. O nedenle girişimci olarak kendinizi işbirliği konusunda ikna edin. Kim sizinle, siz kiminle nasıl işbirliği içinde olacaksınız, paydaşlarınızın ve sizin faydanız ne olacak tüm konuları iyi hazırlamalısınız.

Birlikte hareket etmeniz ve girişimcilik için şimdi kendinize lütfen sorun şimdiye kadar 20 kişi ve üzeri ortak yaptığınız 10 olayı yazın.

1.....
2.....
3.....
4.....
5.....
6.....
7.....
8.....

9.....
10.....

Sıra dışı fikirleriniz varsa neler yapmanız gerektiğini planlayın.

Kalkınma Ajansları
KOSGEB
İş Kur
Bakanlık Destekleri
AB Destekleri
Yatırımcılar
Fikir Yarışmaları

İş Dünyası sizi keşfetmek için beklemiyor! Lütfen siz onlara ulaşmak için zaman ve enerjinizi harcayın. Buna sizin ihtiyacınız var. O nedenle ret edilmekten korkmayın o nedenle konfor alanınızdan çıkın, randevu almak, konuyu anlatmak için kapı kapı dolaşmaya başlayın. 200 kez hayır duyduğunuzda 201. kez ilk heyecanla projenizi anlatmaya devam edebilmelisiniz.

Geçmiş başarısızlıklar sizin heyecan kaybetmenize neden olmamalıdır. Deneyim kazanıldığı sürece başarısızlık yoktur. Hatalar tekrarlanmıyorsa yeni başarma yolları öğreniliyor demektir. Girişimciler şimdi ile hedefledikleri mükemmel gelecek arasında bağlantı kurarlar. Girişimcilerin çok iyi bildiği bir kavram vardır, sadece vazgeçenler kaybeder. Türk girişimcilerin en önemli engel detayları net planlamadan hızlı başlangıç yapıp yarım bırakmalarıdır. Bu girişimcinin direncini azaltmaktadır. Planlama için yeterli zaman ve mantıksal araştırma yapılmalıdır. Burada zaman kaybedin, çünkü burada kaybedilen zaman doğru planlama ile size para, enerji ve zaman kazancı olacaktır.

Projenize ve size insanlar çok güvenirse neler yapabilirsiniz? Bu kişileri nasıl ikna edebilirsiniz?

Anekdot

Bakırköy Deniz otobüslerinin yanında çiçek satıcısı Roman vatandaşları izlemek özel hobimdir. Üniversitelerin satış ve işletme bölümlerinde ders vermeleri gerekir. İkna konusunda alanının uzmanı olmuşlar. Bu kadar rahat ve işine inanarak çalışan kişinin başarısız olma olasılığı yok.

Bir çift yakaladıklarında sevgilisine, eşine çiçek almadan bırakmazlar. Kovulur, ret edilirler, yüzlerinde hiçbir ifade değişmeden satmaya devam ederler. Jest ve mimiklerinde hiçbir olumsuzluk göremezsiniz.

- Sevdiceğine alasın bir çiçek
- Gönlünden ne koparsa veresin
- Alasın bir gül, güldüresin şu güzeli

Günde 10-12 saat ayakta duran ve İstanbul'un envai çeşit insanına çiçek satan, bunu yaşam şekli haline getirmiş bu kişiler hep düşünürüm. Aynı tutkuyla kitap yazmak, aynı

tutkuyla eğitimler vermek ve işini yapmak. Bu sadece fiziksel ihtiyaçları karşılamak için yapılan bir işe benzemiyor. Bu çiçek satıcıları kendilerini gerçekleştiriyor. Geleceğe imza atıyor. Bir beyin cerrahi titizliğindeler. Adeta mutluluk satıyorlar. Kesinlikle yaptıkları işten keyif alıyorlar. Biraz da tatlı rekabet hissediliyor.

Deniz otobüsü geliş ve gidişlerinde artan bir aşkla İstanbul'un simgesi oluyorlar. Mistik giysileri ve bitmeyen enerjileri ile insanları karşılıyorlar. İkna sizin için önemli ise mutlaka izlemelisiniz. Bir çift merdivenlerden inerken erkeğe dönüp sevgiline çiçek alması için ısrar ederken kız birden seslendi.

"Sevgili değiliz, abim benim" dedi.

Çiçekçi hemen erkeğe tekrar döndü.

"Kardeşcağzına hiç çiçek aldın mı bugüne kadar" diye sordu.

Erkek, kardeşinin gözlerinin içine bakarak aldığı çiçeği kardeşine uzattı.

İnsanların sıcak düğmelerini hayat okulunda öğrenmişler. Duygu yönetimini biliyorlar. Türk işi ikna için gerekli donanıma sahipler. Süper ego ile mükemmel savaşıyor. Hedefleri var, iletişim kaliteleri çok iyi. Rollerinin farkındalar.

Çiçek satıcısı bayanlar başkalarını ikna etmek için başta kendilerini çok iyi ikna etmişler.

Kelimelerin sihri

Türkleri ikna etmek istiyorsanız kelimelerin sihrini bilmelisiniz. Kelimeleri özenle seçmelisiniz. Bir ressamın kâğıda renkleri yerleştirmesi kadar keskin olmalı kelimeler. Vurgunuz, ses tonunuz, işaretler, susmalar, kelimelerin perdesi, ritmi karşımızdakinin kulağındaki algısı büyülü olmalı. Uzamamalı kelimeler. Bir cümle 11-13 kelimeyi geçmemeli.

İkna etmenin kuralıdır netlik. Netlik kelimelerde gizlidir. İkna iletişiminde ortamı yumuşatan kelimeleri kullanın.

1- Haklısın!
2- Mümkündür!
3- Seni seviyorum!
4- Seni çok iyi anlıyorum!
5- Eline sağlık!
6- Sen bir tanesin!
7- Özür dilerim!
8- Senin yerin çok ayrı!
9-Problem değil!
10-Teşekkür ederim!
11-Kızgınlığım sana değil!
12-Bana biraz zaman tanı!
13-Sen yapmazsın, biliyorum!
14-Canın sağ olsun!
15-Harika olmuş!

Bu kullandığınız kelimelerde lütfen samimi olun. Samimi olmadığınız kelimeleri kullanmayın. Karşınızdaki kişiye uygun cümleler kurmalısınız. İkna için samimiyeti asla atlamamak gerekir.

İkna için kesinlik içermeyen kelimeler kullanmamalıyız.

Galiba
Bakarız
Evet ama
Olsa
Hallederiz
Sonra konuşalım

Bu kelimeler ile kendiniz dâhil kimseyi ikna edemezsiniz. İkna iletişiminde olduğunuz kişilere net cümleler kurmalı ve kelimelerin sihrinden yararlanmalısınız.

Ayrıca din, spor, siyaset, etnik yapı gibi tartışmalara girmeyiniz. Espriler yapmayınız. Başkalarını ikna etmek isterseniz kendinizle dalga geçin.

4 Şekerle İkna

Sosyal projeler kapsamında ceza infaz kurumlarında eğitim ve koçluk çalışmaları yapmaktayım. Ceza ve infaz kurumlarındaki eğitimler oldukça eğlenceli ve keyifli geçiyor. Tutuklu ve hükümlüler sizin ön yargılarınızı, tavırlarınızı, tüm değer, inanç, beklenti ve duygularınızı çok iyi anlıyorlar. Eğitimlerde durduğunuz yer, bakışlarınız, sesinizden sizin hakkınızda kararlara varıyorlar.

İnsan her yerde insandır.

Şimdi size dört şekerle ikna ne demek onu anlatayım. Ceza ve infaz kurumu seminer salonunda eğitimin var. Eğitimler ortalama 150 kişilik gruplara yapılıyor. Eğitim saati kuruma geldim. Görevliler o gün koğuşta kavga çıktığını o nedenle eğitimin yapılamayacağını söylediler. Kavganın nedeni hükümlülerin kendi aralarında kumar oynadıkları ve bu nedenle çıktığını söylediler.

Peki dedim siz burada okey takımı, zar, iskambil vermediğiniz halde nasıl kumar oynayabiliyorlar?

Görevliler olayı anlattı;

Dört kesme şekeri ortaya koyuyorlar ve kantin için ne ihtiyaçları varsa onlara göre bahisler açılıyor. İlk sinek hangi kesme şekere konarsa parayı o alıyor!

Süper, insan isterse hangi şart altında olursa olsun hedefine ulaşıyor. Kendini ikna işte bu dedim. Görevli, ancak kavga bu nedenle çıkmadı, bunu zaten uzun süredir oynuyorlarmış, dediğinde iyice şaşırdım.

Görevli anlatmaya başladı. Kavga hile yüzünden çıkmış. Oyun başladığında bir kişi kendi şekerine bal sürmüş!

Kendinizi tekrarladığınız ya da açmazda olduğunuz an olaylara farklı bakmak için kendinizi nasıl ikna edebilirsiniz?

İkna ve Amigdala Bölgesi

Amigdala bölgesi duygusal olaylarla ilgili hafızanın oluşmasında ve depolanmasında önemli rol oynar. Korkuya bağlı koşullanmalarda uyarana ait anılarla ilişki kurulmasını sağlar. İnsanlar sorun yaşadıkları kişilerle ilgili fotoğraflar biriktirirler. Beynimize gelen bilgilerin % 80'lik kısmı görme organımız ile gerçekleşir. Beyinle göz arasındaki bağlantı diğer organlara göre 22 kat daha güçlüdür. Olumlu ya da olumsuz tüm fotoğrafları kaydederiz.

Amigdala bölgesi bu olumsuz korku ve baskıya ait duyguları çok hızlı şekilde servis eder. Geçmişte yaşadığımız korku ve endişe dolu anları tekrar hissetmemizi amigdala bölgesi sağlar. Şimdi yakın çevre ilişkilerinizi gözden geçirin en çok kime kızarsınız? İnsan en çok sevdiğine kızar diye bir söz vardır. Çünkü en çok anıyı en yakın çevremizle, en çok önemsediklerimizle biriktiririz. İletişim kalitesi bitmiş evlilik ve ilişkilere bakın yok saymalar başladığı an üzülmelerde bitmiştir. Tabii geriye ölü bir ilişki kalır.

İster sosyal yaşamınızda ister profesyonel yaşamınızda bilmeniz gereken amigdala bölgesinin işletim sistemidir. Biz

kızdığımızda, üzüldüğümüzde, baskı altına girdiğimizde, korku ve endişe hissettiğimizde böbrek üstünden bir salgı beynin amigdala bölgesini tetikliyor. Bu salgı kan yolu ile bir dakika içinde tüm bedene yayılıyor. Beynin düşünce bölümü zarar görmemesi için kapatılıyor. Biz sadece duygularımızla hareket ediyoruz. İşte amigdala bölgesi bu geçmiş referansları bize o an servis ediyor.

Tüm korkular, endişeler o kişi ile yaşanan tüm olumsuz anılar, resimler geliyor. Sadece o kişi ile yaşanan olay ve resimlerle de kalmıyor. Olaylar ile de bağlantılar kuruluyor. Düşünce bölümü devrede olmadığı için sadece duygularla hareket ediyoruz. Duygular bazen fiziksel bazen ruhsal zarar vermemize ya da almamıza neden oluyor. Anlık hareketleri ile on binlerce kişi yaşamlarının en verimli dönemlerini ceza evlerinde geçirmek zorunda kalıyor. Birçok kişi hayatını kaybediyor. Bunların dışında ilişkiler zedeleniyor. Her tartışma, her korku ve endişe amigdala için yeni bir resim anlamına geliyor. Düşünce bölümü kapalı olduğundan üzüldüğümüz zaman agresifleşiyor karşımızdakini de üzüyoruz ya da pasifleşip kendimizi kötü hissediyoruz.

Şimdi düşünün, amigdala bölgesine yüzlerce olumsuz resim yüklediğiniz birini ikna edebilir misiniz? O nedenle ikna iletişimi için mutlaka uygulanması gereken bir konudan sizlere bahsetmek isterim. Böbrek üstünden salgı beyne ulaştığında kan yolu ile tüm bedene gittiğini söylemiştim. Şimdi beynin düşünce bölümü zarar görmemesi için kapatılıyor demiştim geriye sadece duygular kalıyor. Şunu bilin artık mantık devre dışı o nedenle bu tarz ilişkiler girmeden önce düşünmelisiniz. Vereceğiniz tepkileri, alacağınız tepkileri ön görmelisiniz. Bir konuyu tartışmak ve konuşmak ile bir insanı tartışmak ve tamamen yargılamak arasındaki farkı bilmeliyiz. Haklı olmak, mutlu olmak her zaman kazanmak

değildir. Kendinizi iyi hissedebilirsiniz ancak bu iletişiminize zarar verebilir.

O nedenle bir tartışma içine girdiğinizde kitapta bahsettiğimiz sandviç tekniğini uygulayın. Sadece sorunu ve soruna ait çözüm önerilerinizi konuşun. Konuşmanın tartışmaya döneceğini hissettiğinizde sağlıklı kararlar alabilmek adına 24 saat erteleyin. Ancak çok önemli bir konu burada erkek ve kadın beyni aynı şekilde çalışmıyor. Bir sorun olduğunda erkek 24 saat ertelediğinde sağlıklı düşünebilirken kadın anında iletişim kurmazsanız sorunu beyninde çok daha büyük hale getirebiliyor. Bu nedenle kadınlarla yapılan iletişimde olayı bekletmek her zaman yararlı olmayabilir. Kadınlarla iletişimde mutlaka uzun dinlemelisiniz. Bu kadınların rahatlamaları için önemlidir. Sorunu büyütmez aksine çözüme ulaştırır.

Kendinize teknikler uygulayabilirsiniz;

Karşınızdaki kişiyi bir çocuk masumluğunda görebilirsiniz. Çocukların hatalarını affedebiliriz.

İletişim anında o kişiyle ilgili olumlu anı, obje, fotoğraflara bakabilirsiniz.

Bu anın size yazılmış bir tekst ve tiyatro oyunu olduğunu düşünebilirsiniz.

Kendinizi bir sorunu çözmek üzere bir danışman olarak algılayabilirsiniz.

Baskı altında sorunlardaki iletişim kaliteniz, olaylara bakışınız ve tavrınız ikna kalitenizi çok etkileyecektir. Birilerini ikna etmeye çalışırken beynin amigdala bölgesinin etkisini ve kadın erkek davranışlarındaki farklılıkları bilmemiz gerekiyor. İster sosyal çevrenizde ister profesyonel iş yaşamında bizim değerlerimiz, düşüncelerimiz, inançlarımız ve duygularımız tavırlarımızı şekillendirir. Bu tavırlarımız kendi beynimizde ve başkalarının beyinlerde resimler oluşturur. Bu resimlerin pozitif olması için stres yönetimi, öfke

kontrolü eğitimi ve egzersizleri almalı, kendimizi sürekli izleyebilmeli ve duyabilmeliyiz.

Kararlarımız Kaderimizdir

Türkler rıza gösterme, tevekkül ve kader inançları ile yetiştirilmiştir. Toplumun büyük çoğunluğu her şey Allah'tan anlayışındadır. Türk insanı Amerikan popüler kültürü ve Avrupa, Amerika tarzı kişisel gelişim eğitimi ile aileden alınan geleneksel bakış arasında kalmıştır. Avrupa ve Amerika tarzı kültürdeki anlayış, sistem ve dayatmalar ile geleneksel Türk ailesi arasında doku uyuşmazlığı olmaktadır. Aslında Türk insanı iki sistemi de sindirememiştir.

Bir taraftan, kaderimiz sadece yaratıcının elinde, ben figüranım öğretisi ile diğer taraftan iste ve ol gibi her şeyin özgür iradesinde olduğu anlayış arasında karmaşa yaşanmaktadır. İnsanlar kader böyleymiş diyerek yaratıcıyı suçlamaktan çekinmezler. İstediği üniversiteyi kazanamayan kişi kader böyleymiş diyebilmektedir. İstediği işe giremeyen, evlilikte, ilişkide doğru kişi olmayı başaramayan biri kaderimde doğru insan yokmuş demekten çekinmez. Kader kavramı ile başkalarını suçlayıp kendimizi mutlu etmemiz için malzeme yapılmaktadır. Kader anlayışı yanlış öğretildiği için bir yere kadar emek verilir, uğraş verilir sonrası yaratıcıya havale edilir. Türklerde "alın yazısı" diye bir söz vardır. Bu kabullenme öğretisi ile yetiştirilen insanlara kararlarının kaderleri olduğuna ikna etmek zaman alabilir. Doğaüstü olaylara gücümüz yetmeyebilir örneğin doğum tarihimizi, anne baba seçimini, ölüm tarihimizi biz seçemeyiz. Bununla birlikte binlerce olay bizim kararımızdır. Aldığımız kararları uygulama yönündeki tavrımız uygulandığı zaman kaderimiz haline gelmektedir. Birinin maça, meyhaneye ya da ca-

miye gitme kararı eyleme dönüştüğü an kaderi haline gelmiştir.

İkna iletişiminde hedef belirleme, karar alma, bunları disiplin ve tutkuyla yönetmek önemlidir. Bilinçaltındaki çapaların çok güçlü sorular ile sorgulanması gerekir. Konu din olduğunda karşınızdaki kişiye kesinlikle yanlış düşünüyorsun demek yerine hem dini doğruları hem de uygulamaları anlatmanız gerekir.

Kararlarımız kaderimizi şekillendiren araçlardır.

İkna ve Hayır Diyebilmek

Türkler sevdiklerini, işlerini, statülerini kaybetmemek için hayır diyemezler. Hayır diyebilmek bir özgüven işidir. Başkalarına bağlılık bağımlılık arasındaki farktır kaybetmeyi göze almak. Hayır diyemediğimiz sürece ipleri başkalarının eline veririz. Kendi adımıza gerçekleştiremediklerimiz baskı yapar. Hayır diyemediğimiz için zaman, para ve enerji kaybederiz.

Sosyal çevrede sevdiklerinizin kırılmaması için köle gibi davranmayı seçemeyiz. İş yaşamında kariyer ve kazanç için her istenene evet diyerek kendi hayatımız dışında bir yaşam seçemeyiz. Ret edilmek, yalnız kalmak korkusu ile herkese ve her şeye evet demek sizi kendinizden uzaklaştırmak olacaktır. Kendine saygısı olmayan, sınırları tanımayan biri olarak sadece kendinizi kaybedersiniz. Hayır diyemeyen insanlar kendini ifade edemez ve kendini gerçekleştiremez. O nedenle hayır demeyi öğrenin. Geçin aynanın karşısına, kendi gözlerinizin içine bakarak hayır diye bağırın.

Başkalarına hayır dediğiniz anda özgüveninizde inanılmaz gelişme gözlemleyeceksiniz. Hayır diyebilen bir kişi başkalarını çok daha çabuk ikna edebilmektedir.

Peki, başkalarına hayır diyemiyorsanız ne yapmalısınız? Öncelikle sizden sürekli isteklerde bulunan ve sizi kullandığınızı düşündüğünüz insanlara hayır demeniz gerektiğinin farkında olun. Sonra onların kırılmalarını düşünmek yerine onların gelişimini düşünün. Size verdikleri işleri kendileri yaparlarsa onların öğrenme ve gelişmesine yardımcı olacaksınız. Lütfen buna engel olmayın. Sizden gerçekten bir iş yapmanızı isteyen sosyal çevrenize astlarınıza ve aynı düzeyde olduklarınıza yapmaları için en az üç iş teklif edin. Böylece sizi anlamalarını sağlarsınız. Ayrıca sizin için iş yapma mutluluğu yaşamış olurlar!

Hayır demeniz gereken kişi üstünüz ise elinizdeki işlerle ilgili bilgi verip önceliğin hangisinde olması gerektiğini sorun. Eğer hayır diyemezseniz, kendinizi yeterince iyi ifade edemezsiniz işler sürekli sizin üzerinizde kalır. Unutmayın, Türkiye'de işlerini iyi ve doğru yapanlara her zaman daha fazla iş vardır. Arkadaşlarınızın gelişmesi için onların elinden işlerini çalmayın!

Çocuklar hayır diyemeyenleri çok çabuk keşfederler. Onları alışverişe götürürler. İsteklerini onlara iletirler. Ancak kimi ciddiye alır ve dinlerler, biliyor musunuz? Kuralları olanları. Hayır diyemeyenleri çocuklar da kullanmaktan zevk alırlar.

Hayır derken çok uzun açıklamalarda bulunmayın. Uzun açıklamalar net olmadığınızın görüntüsüdür. Yapamam çünkü şunları yapmam gerekiyor ve kendime, aileme, sevdiklerime zaman ayırmak gerekir.

Hayır deme konusunda kendinizi ve başkalarını ikna edemezseniz para, zaman ve enerji kaybedeceğinizi bilerek lütfen hayır demeyi öğrenin. Unutmayın, bir daha asla bu güne bu saate dönemeyeceksiniz o neden özgüvenle gerektiği zamanlarda hayır demelisiniz.

Bugün kendini mükemmel hissetmek için 5 cümle yazar mısınız?

İkna ve Temsil Sistemleri

İkna etmek istediğiniz kişinin temsil sistemini bilmelisiniz. Görsel, işitsel, dokunsal, kokusal ve tatsal beş duyu organımız ile hareket ederiz. Ancak koku ve tat iletişimi küçük yaşlarda silinmektedir. Çocuk emzirme döneminde anne ile iletişimi koku ve tat ile sağlar sonra diğer iletişim şekilleri gelişir. Görüntüler, sesler ve duygular kalır.

İnsanlarda üç kanal vardır. Bunlar herkeste birbirinden farklı olabilir. Örneğin bilgi giriş akışı işitsel, temsil kanalı (düşünme tipimiz) görsel, çıktı kanalı (ifade şeklimiz) dokunsal olabilir. Kişi bir şey duyar (işitsel), zihninde görüntü oluşturur (görsel), yumruğunu sıkar (dokunsal).

Bunları bilmek sizin o kişinin temsil sistemine göre rahatlıkla iletişime geçmenizi ve ikna etmenizi sağlar. Yani paraşütten havada iken sörf kayağına denizde, bisiklete karada iken ihtiyaç duyarız. Havada paraşüt hayat kurtarırken karada yürümenize engel olur. Havada sörf kayağı hiçbir işinize yaramaz. Bisiklet ile denizde boğulursunuz. Temsil sistemlerini doğru tanımladığınızda hayat kurtarır.

Bu nedenle temsil sistemlerini ve özelliklerini iyi bilmeliyiz.

Görsellerin iknası

Görsel insanlar dünyayı görüntülerle algılarlar. Genellikle hızlı konuşurlar ve konudan konuya atlarlar. Konuşmalarında görsel olduklarını anlatan cümleler kurarlar. Gözümün önünden gitmiyor, göz kamaştırıyor, konuya yakından bakmak, çok fotoğraf karesi birikti gibi mecazi sözler kullanırlar. Yenilikçidirler, konuşurken gözlerinin önünden resimler geçer. Dinlerken kâğıt karalamayı severler. Türklerin % 80'i görsel temsil yeteneğini öncelikli kullanırlar. Bu kişileri ikna ederken zihinlerine resim ve objeler yollamanız gerekir. Ya da anlatımınızı görsellerle desteklemeniz yararlı olacaktır. Hatırlatma ve iknada görsel referansları kullanacaklardır. Kendilerine iyi bakarlar, iyi giyinirler, karşısındaki insanlardan da bunu beklerler.

Bu nedenle görsel birine daire satmak isterseniz dairelerin 3D görüntülerini ve maketlerini göstermelisiniz. Görsel birine sunum yaptığınızda kesinlikle video görüntüleri ve resimlerden yararlanmalısınız. Görsel insanlar karşılarındaki kişilerin giyimlerine, makyajlarına, duruşlarına dikkat ederler. Karşısındaki insanın değişimini takip ederler ve takip edilmek isterler. Görsel insanları ikna için konuya hâkim, ciddi, soğukkanlı ve hazırlıklı olmak gerekir.

Görsel insanlar girişimci, politikacı ve liderler bu gruptan çıkmaktadır. Olayları bir bütün olarak gördükleri için ana ilişkilere ve bağlantılara önem verirler. Karşılarında da bütünü gören insanlar isterler. Büyük resmi çok hızlı görür ve hızlı kararlar alırlar.

Görsel insanları ikna etmek için görüntünüze dikkat etmelisiniz, görsel kelimeler kullanmalısınız. Çok iyi görünü-

yorsun, sen de olaya benim gibi mi bakıyorsun? Gözlemlerin nelerdir? Bu tarz soru ve konuşmalar yapabilirsiniz. Anlattıklarınızı görsel ürünlerle desteklemelisiniz

Görsel insanların kullandıkları ifadeler,
Sonra görüşürüz
Buna odaklanalım
Buna bakmak istiyorum
Bunu resmedin
Bunu izleyin
Bana öyle görünüyor
Göz alıcı
Bir resim gibi güzel

İşitsel İnsanların iknası

Görsel insanlar resimleri kaydederken işitsel insanlar sese odaklanırlar. Sesin frekansı, titreşimi, perdesi, diksiyon, nefes alışı, kelimelerin netliğine odaklanır işitsel insanlar. Dünyayı sesler ve sözlerle algılarlar. Konuşmaları ritmik, ahenkli ve düzenlidir. Daldan dala atlayarak konuşmazlar. Orta hızda konuşurlar. Yüksek sesle düşünürler, detaylara odaklanırlar.

İşitselleri ikna etmek için kapatın gözlerinizi seslere odaklanın. Kendi sesinizi dinleyin. İşitsel insanları ikna etmek için seslerini zihninize kaydedin. Onların ritmine, frekansına, perdesine, hızına göre konuşun. Kullandığı kelimeleri kullanın. İşitseller detaylara odaklanırlar. Onlarla uzun sohbetler edin ve detayları konuşun.

İşitsel insanların kullanabileceği ifadeler,
Bunu dinlemek isterim
Sizinle konuşmak harika
Kulağa hoş geliyor
Kendinizi anlatın
Aynı frekanstayız

Yüksek sesle konuşun lütfen

Dokunsal İnsanların iknası;

Dokunsal insanlar dünyayı duyularla, hislerle algılarlar. Herhangi bir durumda daima kendilerini o kişinin yanında hissederler. Herhangi bir durumda ne hissettiklerine odaklanırlar. Dokunsallığı severler. Çok hareket ederler, ağır ama hisli bir tonda konuşurlar. Konuşmalarında sorunların ağırlığı, işlerin yoğunluğu, acıların derinliğinden bahsederler. Çok iyi duygusal çözümlemeler yaparlar. Şairler, yazarlar genellikle dokunsal kişilerdir. Genellikle rahat insanlardır. Sevgi ve şefkati fiziksel temasla açıkça ifade ederler. Dokunduklarında çekinirseniz bunu hemen fark ederler.

Yaptıkları işleri tutku ile yaparlar ve işlerine müdahale edilmesini sevmezler. Geçmişten ders almayı ve gelecekteki değişimler onları çok ilgilendirmez. Rahat giyinirler. Onları ikna etmek için dokunsal temasa çok önem vermelisiniz. Ürün sattığınızda ürüne dokunmalarına izin vermelisiniz.

Dokunsal insanların kullandıkları ifadeler;
Bunu elimin altında tutamıyorum.
Gelin size bunu yaşatayım
Her şey akıp gitti
El ele
Tutun şunu
Sıfırdan başlayalım

Görsel, işitsel ve dokunsal insanlarla bire bir görüşmelerde onların konuşmalarından ve davranışlarından aldığınız verilerle hareket etmelisiniz. Bir grup ile çalıştığınızda dikkat etmeniz gereken Türk insanının büyük çoğunluğu temsil sistemi olarak görseldir. Görsellik ön planda olmak üzere

görsel, işitsel ve dokunsal temsil sistemlerine göre iletişim kurmalısınız.

Huzurevine gidip görsel, işitsel ve dokunsal insanları keşfedip, onlarla 30 dakika sohbet edin. 4 hafta sürekli takip edin, izlenimlerinizi paylaşın.

Kadınları Anlamak

Yazarın Notu; Lütfen erkekler bu bölümü kendinize göre yazın. Aynı yazıyı yılda dört kez yazıp aradaki farkı inceleyin.

Erkekleri Anlamak

Yazarın Notu; Lütfen kadınlar bu bölümü kendinize göre yazın. Aynı yazıyı yılda dört kez yazıp aradaki farkı inceleyin.

Türklerde İkna İlkeleri

Dünyada ikna ve ikna iletişimi üzerine yazılmış mükemmel kitaplar var. Altına harfiyen imzamı atarım. Gizli İkna Taktikleri, Konuşarak İkna Psikolojisi, Başkalarını sizin gibi düşünmeye nasıl ikna edersiniz? Kevin Hogan, İkna &İnsanları etkileme sanatı James Borg, Bunlar gibi onlarca iyi hazırlanmış kitap var.

Eğer okuduğunuz kitapları kendinize özgü süzgeçlerden geçiriyor ve yaşamınıza alıyorsanız kesinlikle yararlı. İkna kitaplarındaki olmazsa olmaz maddeler bir Amerikalı, Avrupalı için uygulanabilir. Ancak konu Türkler olunca işler biraz değişiyor. Biz reçeteli işleri seven bir toplum değiliz. Doktorun verdiği ilaçları kullanmayıp aynı hastalığı yaşamak kişilerden tavsiye alan bir toplumuz. O nedenle Türkler için ikna kitabı yazıldığında kurallar farklı işliyor.

Ne kadar olaya ait olduğunuz sorgulanıyor. Ceza ve İnfaz Kurumlarında verdiğim eğitimlerde hükümlü ve tutukluların en çok sorduğu soru cezaevinde yatıp yatmadığımdı. Kanser hastaları ile çalışan personel ile çalışma yaparken yakınlarımda kanser olup olmadığını çok sorguladılar. Yani Türkleri ikna etmek isterseniz jokey olmak için daha önce at

olmamız gerekmez sözü yeterli gelmeyecektir. Ülkenin en iyi üniversitesinin ekonomi profesörünü konuşmacı olarak getirirsiniz, ay sonunu getiremiyor, bize ekonomimi anlatacak derler. Bir şirketi sıfırdan kurup para kazanmış birisi her zaman daha fazla heyecan verir. Türk insanı reçetelerle uğraşmaz, sonucu görmek ister. O nedenle Avrupa ve Amerikan tarzı kitapların modifiye edilmesi gerekir.

Örneğin iknada karşılıklılık ilkesini anlatırken insanlar iyiliğe iyilik ile karşılık verirler denilir. Evet, bizim kültürümüzde bunun örnekleri ile doludur. Daha önce bahsettiğim gibi bizde bir tabak yemek götürdüğünüzde tabak boş yollanmaz içine mutlaka yiyecek bir şeyler konulurdu. Geçmiş zaman eki kullanıyorum, çünkü bu alışkanlıklar azalıyor. Karşılıksız iyilik kavramından sürdürülebilir faydaya hızlı bir geçiş başladı. Kolay kazanmayı alışkanlık haline getiren bilinçaltı mesajları çoğaldı. Özellikle TV, sosyal medya bu anlamda çok sayıda örnek mesajlar yolluyor. Bugün kolay kazanmak isteyen insanlar onlarca yarışma programının kapısını aşındırıyor. Topçu, popçu kültürü kolay kazanmanın en iyi ikna yolu haline geldi.

TV dizilerinde ailenin şımarık çocukları hiçbir emek vermeden aile şirketlerinin yönetim kuruluna giriyor. Yıllarca şirket yönetmiş CEO ve genel müdürlere toplantılarda akıl veriyor. Toprak ağalarının manken gibi kızları 5 bölüm sonra köylerinden kalkıp Maslak'ta bir plazada şirket yönetiyorlar. Bu mesajları alan Türk insanı aynanın karşısına geçiyor, benim neyim eksik diye sorguluyor. Karşılıklılık mesajında yaptığın işin emek ve üretim bedeli atlanmamalıdır. Bir markete girdiğinizde kasadan geçerken ödeme yapmazsanız ürünleri dışarı çıkartamazsanız. Kasa bedelini ödeme yeridir. Yaşamda böyledir, sahip olmak için bedelini ödemek gerekir. Üstelik sistem peşin ödeme ile çalışmaktadır. Sevgilinle mutlu mu olmak istiyorsun, önce mutlu edeceksin. Pe-

ki, neden önce ben diye sorarsan unutma sistem peşine ödeme ile çalışıyor. Üstelik sevgilin sistemin nasıl çalıştığını bilmiyor olabilir. İyi bir işte mi çalışmak istiyorsun? Önce iyi okul bitirecek ve daha az iyi işlerde çalışarak oraya hazır hale geleceksin. İkna et lütfen kendini, sistem böyle. Bunun dışında bir şey düşünürsen arkamda dayım olsaydı, iyi okul bitirseydim, bu ülkede doğmasaydım diye yüzlerce hikâye yazardın.

Türkleri ikna etmek istiyorsanız değerlerine, inançlarına, beklentilerine ve duygularına odaklanın. İyi tanıyın. Sadece bu alışkanlıklarına ve bakış açısına odaklanın ve bunları aniden değiştirmeden güvenlerini kazanın. Uyumlanın ardından sürdürülebilir faydayı gösterin. Birlikte yapmanın gerekçelerini aktarın. Daha sonra yol arkadaşlığı yapın. Asla sert keskin tavsiyelerde bulunmayın. Türkleri ikna ederken birlikte yolculuk yaptığınızı düşünün.

Biraz beyin fırtınasına ne dersiniz? İnsanlar dilencilere hangi amaçla para verirler? Dilenciye para vermek bir beklenti midir? Peki, gerçekten zor durumda kalsanız bir dilenci size yardımcı olur mu?

Şaka değil, gidin bir dilenciden yolda kaldığınızı söyleyip 20 TL borç para isteyin. Bakalım nasıl ikna edeceksiniz?

Söz Verme İlkesi

Eğer insanlara söz verirseniz çoğunlukla sözünüzü tutma eğilimi vardır. İnsanlar başkalarına verdikleri sözleri tutmak için elinden geleni yaparlar. Sözlerini yerine getiremediklerinde, başarısız olduklarında da kendilerini mutlu edecek hikâyeler yazarlar. Ancak kendilerine verdikleri sözleri tutamadıklarında daha zor durumda kalırlar. Özellikle Türklerden bu anlamda kendine söz vermelerini isteğin kimse kendine yalancı olmak istemez. İnsan başkalarından kaçabilir, kendinden kaçamaz. Türkleri eyleme geçirmek istiyorsanız kendine söz vermesini isteyin.

Bağlılık; Türkler bir şeye bağlı oldukları andan itibaren onu sorgulamazlar. Sadece bağlı olduğu için iknaya hazırdır. Birinin size bağlı olmasını istiyorsanız duygu yolculuğu yapın. Sıcak düğmesini bulun. Bağlılık iknada sizi çok üste taşır. Bu ülkede Yılmaz Özdil yazdığı Hürriyet gazetesinin üç katı üzerinde takip ediliyor. Yılmaz Özdil bu bağlılık anlayışı ile milyonlarca insan tarafından takip edilmektedir. Çünkü Özdil okurlarına olumsuz sürpriz yapmadı. Zekâsı, dili ve olaylara farklı bakış açısı bağlılık oluşturdu. Siz de

peşinizden sürükleyeceğiniz takipçilerinizi oluşturmalısınız. Size bağlılık oluşturan takipçileriniz aynı zamanda başka insanları etkilemede referanslarınız olacaktır.

Türkleri ikna etmek için hassasiyetlerini bilmek gerekir. İkna adına sürekli araştırma ve entelektüel sermayeye yatırım gereklidir. Balıkesir'de organ nakil koordinatörü Dr. Bekir Akdemir beyin ölümü gerçekleşmiş sekiz kişinin yakınlarını Kuran-ı Kerim'den ayetler okuyarak bağışa ikna etti. 8 kişi 21 kişiye organlarını verdi. Beyin ölümü gerçekleşen 8 hastanın yakınları organ nakli dinen caiz değil diye düşünen 8 hastanın yakınlarını Kuran-ı Kerim'de yer alan Kıyame ve Maide suresindeki ayetleri okuyarak ikna etti.

Dr. Bekir Akdemir 13 hastaya böbrek, 6 hastaya karaciğer, 2 hastaya kalp nakli yapılmasını sağladı. Beyin ölümü gerçekleşen hasta yakınlarıyla yaptıkları görüşmelerde sık olarak "Organ naklini kabul edersek bizim hastamız öbür dünyada karaciğersiz, böbreksiz mi olacak?" sorularıyla karşılaştıklarını kaydeden Akdemir sözlerini şöyle sürdürdü:

"Ben de o zaman 'Biz tıp okuduk, yeryüzünden öbür dünyaya taşıyamadığımız organlarımız var. Mezarları açıp bakalım, kemikler mezarda kalıyor. Ama zannetmeyin ki biz öbür tarafta kemiksiz olacağız' diyorum."

Toplumsal kanıt; insanlar diğer insanlardan gördüklerini yapıyorlar. Toplumsal kanıt Türklerde önemli bir ikna gücüdür. Devlet Türkiye'de tüm köylere ziraat mühendisleri yolladı. Köylülerin tarım alanındaki gelişmeleri anlatması ve daha çok ürün için yol göstermesi için. Dededen yaptıklarını kolay değiştirmeyen toplumumuz bildiğine devam etti. Ziraat mühendisleri bu alışkanlıkları değiştirmenin zor olacağını anladılar. Hemen 5-10 dönüm yer kiralayıp kendi sistemleri ile ürün yetiştirmeye başladılar. Köylüler için top-

lumsal kanıt ziraat mühendislerinin yetiştirdiği ürünlerdi. İkna olmaları için bir yıl geçmesi gerekecekti.

Yine toplumsal kanıta bir örnek olarak şunu yazabilirim. Geçen yıl mısır az ekildiği için çok para etti. Çok para ettiği için gelecek yıl herkes tarafından ekildi ve para kazandırmadı. Mısır üreticileri o yıl para kazanmadığı için ekmedi ve mısır bu yıl dışarıdan getirilmekte. Toplumsal kanıt iknada önemli ancak burada bilinmesi gereken özellik ikna için bir stratejik plan olması gerekliliğidir. Bu örnekte sorgulanmayan bir etkilenme görünmektedir.

Yine Türk tarımından bir örnek vermek isterim. Bu yıl hayvanlara verilecek saman kalmadı. Türkiye saman ihraç etti. Eskiden buğdayı toplayanlarla anlaşma yapılırken saman senin olsun buğday bizim denilir ve biçerdöver ücreti ödenmezdi. Şimdi saman bizim buğday senin olsun noktasına geldi. Şimdi saman stokları başladı. Saman karaborsada. Gelecek yıl her yere buğday ekilecek yer gök para etmeyen buğdayla dolacak. Türkiye'de toplumsal kanıt için mutlaka planlama yapılması gerekiyor.

Bu sadece üretim için geçerli değil. Bütünsel baktığımız her anlamda ikna iletişiminde stratejik planlamaya ihtiyacımız var.

Otorite, Türklerin otorite anlayışının altında iki kuşak arasında inanılmaz bir çalışma gözlemleyebilirsiniz. 35-40 yaşlarındakiler aile baskısı, biat kültürü, gelenekçi aile anlayışı ve kalabalık aile yapısı içinde büyüdüler. Sen bilmezsin, sus büyüklerinin yanında konuşma, büyüyünce konuşursun anlayışı ile özgüvenden eksik bırakıldılar. O kişiler çocuklarına bunu yaşatmamak adına aşırı özgürlükçü, egoları tavan bir özgüven içinde çocuklar yetiştirdiler. Otorite içinde baskılarla ezilmiş bir toplumdan kural tanımaz bir topluma geçiş oldu. Bu eğitim sistemine, öğretmenlere ve geleceğe de yansıdı.

Otorite iknada simgesel bir güçtür. Otorite kabullenmektir. Otorite anlayışı sorgulanmaya başladığında sihrini yitirmektedir. İkna iletişiminde nasıl otorite olarak yer alacağınızı ve kalacağınızı sorgulamanız gerekir. Bu anlamda uzmanlığınızı, profesyonelliğinizi ve başarılarınızı siz değil sizin yerine başkalarının satmasında yarar vardır. Bunu bir şirket olarak ele alırsak arkadaşlarınızla birbirinize çapraz referans olabilirsiniz.

Türk toplumu 20 yıl önceki anlayışlarını TV ve medya sayesinde değiştirdi. Eski dönemlerde otoriteye, uzmanlığa kesin itaat vardı. Daha sonra alanının uzmanlar aynı konu hakkında 180 derece farklı görüşler ile ekran karşısına çıkınca uzmanlıklarda sorgulanmaya başlandı. 1999 Gölcük depremi sonrası uzmanların akıl almaz farklı bilimsel görüşleri ve ardı ardına devam eden akademik ünvanlı tartışmalarda otorite anlayışı zayıfladı. Akademik otorite dışında askeri otoritede tartışılmaya başlandı. Otorite anlayışı ve ikna gücü 20 yıl öncesine oranla oldukça zayıfladı. Hüküm kararları sorgulandığı için hakem, hâkim, hekimlerde sorgulanmaya başladı.

İkna için otorite anlayışı dünyaya oranla Türkiye'de simgesel gücünü kaybetmektedir. Bununla birlikte sosyal medya ve TV'ler halen otorite gücünden yararlanmaktadır.

Beğenmek; Türkler beğendikleri kişilerden daha çabuk etkilenirler. Beğenme anlayışı karşı cinslerde avantajlıdır. Hem cinsler için rekabete yol açabilir. Çok güzel bir bayan satış temsilcisini bayan satın alma yöneticisi ile görüştüğünde bu durum dezavantaj olabilir. Eğer hemcinslerinizi ikna etmeniz gerekirse mutlaka ona ait özel bir durumun farkına varmalı ve övmelisiniz. Saçları, giysisi, espri yeteneği, gözleri gibi detayların farkına varmalısınız.

Ortak ilgi alanlarında buluşmalı ve ilgilendiği konular üzerinde sohbet etmelisiniz. Hem cinslerinizi etkilemek için

onların çok üzerinde abartılı bakımlı olmak, daha hoş giyinmek her zaman avantaj sağlamayabilir. Ortalamada kalmak ilk görüşmeler için yararlıdır. Bir mülakat için ilk görüşmeye gittiğinizde Rolex saat, Cross kalem, Gucci ayakkabılar, çok bakımlı saçlar ve harika parfümlerle kendinizi çok iyi hissedebilirsiniz. Özgüveniniz tavan yapabilir. Bununla birlikte sizin alınmanıza karar verecek kişi de bu her zaman aynı etkiyi bırakmaz. İş görüşmelerinde neden başarılı olamadığınızı sorgulamaya başlarsınız. Hoşlanma ilkesinde göz önünde bulundurmanız gereken kendinizden hoşlanma olduğu kadar karşınızdaki kişinin de kendinden hoşlanmasına şans tanımaktır. Hoşlanma birlikte olduğunuz ortamdan hoşlanma olarak algılanmalıdır. Kendinizden hoşlandığınızı siz bilin, karşınızdaki kişinin sizden hoşlanması için biraz daha yakın giyim, tarz ve tavır içinde olabilirsiniz.

Karşı cinsle ikna iletişimi içindesiniz hoşlanmasındaki değer, inanç, beklenti ve duygularını bilmenizde yarar olacaktır. Bakımlı, esprili, dinamik, entelektüel, saygılı, dinleyici, çekici hangi özelliğe dikkat edeceğini bildiğinizde hoşlanma ilkesi işinize yarayacaktır.

Azlık ilkesi;

Az olan her zaman değerlidir. Bu genel kural Türkler için de geçerlidir. Zincir mağazalar bunu iyi bildikleri için iki gün ve stokta sadece 50 ürün mesajları yollayarak sizin satın alma duygunuza hitap ederler. Azlık ilkesi duygusal tatminsizliğinize ben sahip olmalıyım mesajı yollamaktır. Az olana, tek olana sahip olmak sizi özel hissettirir.

Milli Piyango bileti satıcıları eskiden biletleri cebine koyup son bilet diye bağırarak satış yaparlardı. Şimdi bu numarayı büyük şirketler yapıyor. Kampanya sadece cumartesi - pazar ve 50 ürün için geçerli.

Ferrari yeni bir model arabasından Türkiye için üç tane ayırdığında bu üç kişiden biri olma ayrıcalığı için satın alma yapılır. Azlık ilkesi kendini özel hissetmenin en önemli yoludur. Benim olmalı, sahip olmalıyım duygusu iknanın sıcak düğmesidir. Bu sadece satış iknasında değil, sosyal yaşamda da kullanılır. Aşk bir sahip olma duygusudur.

Tutarlılık ilkesi; Türkler tutarlı olduklarını gösterebilmek için aynı davranışları devam ettirirler. Kararlarını sürdürmeyi tutarlılık olarak algılarlar. Kararlarına uyum gösterirler. Anlattıkları ile yaptıklarının çelişmemesini isterler. Ya olduğun gibi görün ya da göründüğün gibi ol sözü bu ilke için kullanılmaktadır. Çok sosyal bir insanım, kalabalıktan keyif alırım diyen birisi yalnız kalıp kafamı dinlemek istiyorum derse kendisi ile çelişir. Tutarlı olmayı düşündüğünde gerçekten yalnız kalmak istese de bu sözünün arkasında durmak ister. İkna iletişimi için detayları konuşmanız ve bilgi sahibi olmanız gerekir.

Kararlarınız yani tutarlılıklarınız netleştiğinde bunları başkaları ile paylaştığınızda inancınız da artmaktadır. Şöyle ki; iddia oynadığınız Fenerbahçelisiniz ve kuponunuzda Galatasaray'ın galibiyeti de bulunuyor. Kuponun tutması için sadece Galatasaray'ın maçı kazanması gerekiyor. Bu andan itibaren enerjinizi Galatasaray'ın kazanmasına veriyorsunuz. Gerekçesi siz Galatasaray'a inandınız ve kazanmasını istiyorsunuz. Kendinizle çelişmek istemiyorsunuz. Peki, Galatasaray kaybettiğinde tavrınız ne olurdu?

a)Kendinizi mutlu etmek için hakemi ve oyuncuları suçlardım

b) Nerede hata yaptığımı anlamaya çalışırdım

c) Başka bahis oynar o maçları unuturum

d) Bahis içinden çekilirim

Karşınıza bembeyaz yüzlü, mülayim bir beyefendi var. Sizinle çok güzel konuşuyor. Sizin kafanızdaki iyi aile baba-

sı, beyefendi, sakin, kendi halinde bir insan imajı oluşuyor. Aradan bir hafta geçiyor siz beyninizde bu kataloglar halinde gördüğünüz beyefendiyi Girne'de Rus kızlarla Black Jack masasında krupiyenin karşısında görüyorsunuz. Bir elinde viski diğer eli Rus kızın belinde. Şimdi lütfen kendinize tutarlı olmak istiyorsunuz ne düşünürsünüz. Genelde insanlar eğer gerçekten ilk resimlere inanırsa kendinizi haklı çıkartmak için hikâyeler yazmaya başlarsınız. Eğer kendinizi % 100 ikna ettiyseniz beyefendinin polis olduğu, görevli olduğunu, tanınmamak için böyle davrandığını düşünebilirsiniz. Yanıldığınızı düşünmek istemezsiniz. İşte insanlar tutarlılıklarına böyle sarılırlar.

İknada tutarlılıklarınızı ve ikna iletişimi içinde olduğunuz kişilerin tutarlılıklarını iyi bilmelisiniz.

Beyin ve İkna

İnsanları tehdit etmeden, zorlama ve baskı yapmadan ikna etmek için bilinç ve bilinçaltı üzerinde çalışmalar yapmanız gerekir. Kendi doğrularını bulmaları için zaman tanıyın. Bunu yapmak için koçluk tekniklerini kullanmanız gerekir. Çok güçlü sorular beynin doğru hedefe kodlanması demektir.

Kariyeriniz için yeni bir iş ve pozisyon için başka bir firmada çalışmayı düşünüyorsunuz. Kendinize nasıl bir yol haritası hazırlarsınız?

Bilgi; Firma, rakipleri, bakış açıları, ekipleri, personele yatırımları, müşteri portföyleri, güçlü yanları, zayıf yanları, gelecek beklentileri gibi birçok sorunun cevabını bulmanız gerekiyor.

Karar vericiler; Karar vericiler kimler, karar verme tarzları, karar verme süreleri, alışkanlıkları, istedikleri pozisyonun tanımı gibi bilgilere sahip olmalısınız.

Konfor Alanları; Neyi nasıl yaptıkları, alışkanlıkları, değişimi nasıl yaptıkları, aradıkları faydalar nelerdir bunlar üzerinde araştırmalar yapmalısınız.

İşbirliği; Bu bilgilere nasıl ulaşabilirsiniz? Kiminle nasıl işbirliği yapmalısınız? Bu kişilere nasıl ve nerede ulaşabilirsiniz? Bu konulara odaklanmalı ve tespit etmelisiniz.

Siz ne katabilirsiniz? Orada eksik olan ne? Siz ne katabilirsiniz? Bunu nasıl sağlarsınız? Farkınız ne? Bu soruların yanıtlarınızı kendinize defalarca sorun ve yazılı hale getirin.

Sunum, Kendinizi nasıl ifade ediyorsunuz? Nasıl ulaşılabilir oluyorsunuz? Güven ortamını nasıl oluşturuyorsunuz? Tüm soruların yanıtlarını hazırlayın lütfen.

Hedef belirleme; Hedefleriniz net mi? Tarihleri belli mi? Hedeflere ulaşacak stratejik planlarınız hazır mı? Bu sorulara cevaplarınız varsa beyniniz sizi ve karşınızdaki kişileri ikna etme yolunda hızlı adımlar atıyor demektir.

Siz detaylara ne kadar odaklanırsanız yol o kadar size hizmet etmeye başlar. Planlama yaparak detayları beyninizde oynadığınızda başta kendinizi sonra diğer insanları mucizevî bir şekilde sonuçlar üreteceksiniz.

İknada plansızlık ne kadar olumsuzluksa seçeneklerin çok olması da o kadar zorluk demektir. Seçim yapabilmek için planların olması gerekir. Şimdi Kadıköy'den Bakırköy'e gitmek istiyorsunuz sadece bir planınız varsa trafik sıkıştığında saatlerce yolda kalırsınız. 7-8 plan yaparsanız ulaşmak için karar alamazsınız. 2-3 planınız varsa hedefinize kolaylıkla ulaşırsınız. Beyin sizin navigasyonunuzdur.

Üniversite son sınıftasınız, KPSS, özel sektör, okulda kalmak, askerlik, kendi işini kurmak, evlenip çalışmamak gibi birçok planınız varsa sizin kendinize format atma zamanınız gelmiş demektir. Seçeneklerin çok olması sizin eyleme geçme enerjinizi düşürecektir. Aynı anda bu kadar yetenekli olamazsınız netleşmeniz gerekir. En kötü karar

kararsızlıktan iyidir diye bir söz vardır. Türkler deneyerek öğrenmeyi severler. Seçeneklerin netleşmesi beyninize doğru fotoğrafları yollamanızı sağlayacaktır. Bu da daha fazla heyecan duyma ve sonuç odaklı olmak demektir. Beyninizi doğru fotoğraflarla besleyin ve doğru mesajları iletin.

Karşınızdaki kişiyi ve kendinizi iknada yapmanız gerekenler;

Beden diliniz ile sinyaller yollayın. Nefes tekniği eğitimi ile gevşeyin. Duruşunuz güven versin. Bunun için egzersizler yapın. Spor yapın. İnsanların yüzlerine gözlerinizle gülümseyin. Anne, baba ve diğer büyüklerinizin size ilettikleri güven dili mesajlarını kullanın. Samimi ve içten olun. Beden dilimizle insanlar hakkımızda güvenilir, güvenilmez diye kararlar alırlar. Kendilerine ait geçmiş referanslar ile sizin tavırlarınızı karşılaştırırlar. Kendi filtrelerinden geçirir ve size beyinlerindeki kataloglara yerleştirirler. O nedenle ilk tanışmalarda ilk 7 saniye çok önemlidir. Fazla zamanınız olmasını sağlamak için ilk yedi saniyede kendinizi çok iyi ifade etmeniz gerekir. Güven bankasına ulaşmak adına yedi saniye önemli.

İlgi uyandırmalısınız; Beynin kapsama alanında kalıcı olarak yer almak isterseniz ilgi uyandırmalısınız. İyi bir tanışma ilgi uyandırmak için harika bir başlangıçtır.

Merhaba; Evrim, Evrim Talan

Önce adınız sonra adınızla birlikte soyadınız. Mükemmel bir göz teması, sevgiliye bakış tarzında. Özgüven ile yapılan tokalaşma. Bedenin tam karşınızdaki kişiye dönük olması, özellikle ayaklar. Sonra kısa sohbet ve sihirli dinleme yolculuğu. Kullandığınız dil ben dili yerine biz dili olmalı. Eğer bu şekilde ilgilerini çekmeyi başardıysanız merak etmeyin 7 saniyelik etki 30-40 yıl sürecektir.

İstek Uyandırın; Karşınızda ikna edeceğiniz kişileri eyleme geçirecek kelimeleri yakalamalısınız. Ne duymak istiyor-

lar? Reklamlardaki sloganları düşünün sizi en fazla dört kelime ile nasıl istek uyandırırlar? İstek uyandırmak için hedef odaklı mesaj ve sinyaller yollamalısınız. Farklılıklardan yararlanmak gerekir. Zaman yönetimi iyi olmayan birine yarın saat 14.02'de görüşelim dediğinizde inanılmaz bir zaman yönetimi isteği uyandırmış olursunuz. Size randevu vermek istemeyen bir yöneticiye benimle kesinlikle görüşemeyeceğiniz saat ve günleri söyler misiniz lütfen dediğinizde size randevu verme isteği artacaktır.

Değerlerini kabul edin; Değerlerini, gelenek, görenek ve kültürlerini kabul edin. Size uygun gelmese de saygı gösterin. Olayları kendi bakış açınız, değerleriniz, inançlarınız, beklenti ve duygularınızla anlamaya çalışırsanız başkalarını anlayamazsınız. İnsanları içinde bulundukları şartlara göre anlamaya çalışın. Yargılamak ikna iletişiminde tim kapıları kendi üzerinize kilitlemek demektir. Olaylara kendi gözlüklerinizle bakmayın. Karşınızdakinin gözleri ile bakmayı öğrenin.

Ucu açık sorular sorun. Beyin sorduğumuz soruları yanıtlamaya planlanmıştır. Soru olumlu olduğunda sizi sonuca, olumsuz olduğunda mazerete götürür. İknada sorularınızı netleştirin. Cevap verecek tarzda ucu açık sorular sorun. Sorularda ne düşündüğünden daha çok ne hissettiğini bulmasını sağlayın.

Espri ile fikri telkin edin, İnsanlar güldüklerinde tüm kalkanları indirirler. Güldürebildiğiniz insanlara istediğiniz mesajları iletebilirsiniz. Espri anlayışınız karşınızdakinin espri anlayışı ile uyumlu olmalıdır. Nelere güldüğünü gözlemleyin. Türkler gülmeyi seven topluluktur.

Sosyal Medya

İknada sosyal medyanın sihirli gücünü keşfedin. İnsanlar sizi tanımak için önce Google ve sosyal medya üzerinden sorguluyorlar. Hakkınızda yazılanları, yorumları ve bilgileri tanıdıklara sormak yerine sosyal medyadan alıyorlar. Sosyal medyada nasıl algılanmak istiyorsanız ona göre bilgiler paylaşın. Şimdi şirketler işe alacakları yeni mezunları Facebook, Twitter üzerinden takip ediyorlar. Ne yazıyor, arkadaşları, üye olduğunuz gruplar sizin işe alınıp alınmamanızda değer olarak kaydediliyor. Kendinizi ifade şekliniz 140 karakterde paylaştıklarınızla algılanıyorsunuz. O nedenle sosyal medyayı bir ikna aracı olarak düşünün.

Sosyal medyada tanınmak ve bireysel, kurumsal imaj için profesyonellerle çalışın. İşletim sistemleri hakkında bilgi sahibi olun. Sosyal medya uzmanı ile çalışın. Yerelden evrensele ulaşmanın en kısa yolu sosyal medyadır. Sosyal medya için günde ortalama 30 dakika zaman ayırmanız imaj yönetimi ve tanınırlık açısından yararlı olacaktır.

Sosyal medyada kendinizi en iyi nasıl anlatabilirsiniz? Üç ay sonra nasıl algılanmak istersiniz buna göre kendinize bir yol haritası hazırlamak için neler yapabilirsiniz?

Karşınızdakini Nasıl İkna Edersiniz?

İkili ilişkilerde bir iletişim sürecidir ikna. Manipülasyon yapmadan doğruları iletmek ve güven kazanmak gerekir. İknanın gerçekleştirilmesi için sürdürebilir olması gerekir. Yani karşınızdaki kişi ikna eylemini tekrarlayabilmelidir. O nedenle ikna konunuzda haklı ve karşınızdakine fayda sunan olmalısınız.

Türk işi iknada güvenirlik, tanıma ve referanslar önemlidir. Yeterli güven ortamı oluşturmadan ikna iletişimi bir çatışmaya dönüşebilir. Bu nedenle ikna sürecinde sabırlı olmak gerekir. Adımlarınızı yavaş atın. Türkler başkalarının söylediklerine inanırlar. Hakkınızda ne duymak istiyorsanız buna göre davranış gösterin. Nasıl algılanmak, nasıl yaftalanmak istiyorsanız ona göre davranış gösterin. Türkler kolay güvenmezler, güvendikten sonra sorgulamazlar. Tavırlarınız netleştiğinde ve tutarlılık gösterdiğinizde güven kazanmanız kolaylaşır. Türkler söylemleriniz ile eylemleriniz arasındaki uyuma bakarlar. Türklerde "yanardöner" diye bir söz vardır. Adamına, şartlara göre değişkenlik gösterildiğinde kimseyi ikna edemezsiniz. Her insana göre değişken-

lik gösterirseniz insanlar bunu gözlemler ve size de buna göre tavır alırlar. Örneğin birinin hakkında olumsuz konuştuktan sonra bana verilen sırları mezara kadar taşırım demeniz kimseyi ikna etmez. Ne söylediğinize değil nasıl davrandığınıza bakılır. Benim için zaman yönetimi çok önemli dedikten sonra 10 dakika geç kalıp hiçbir açıklama yapmazsanız güvenilmesini beklemeyin.

Yalancının mumu yatsıya kadar yanar bir Türk atasözüdür. Türkler olumsuzlukları başkaları ile çok hızlı paylaşırlar. Bir kişiyi kandırdığınızda ortalama 126 kişinin haberi olur. İnsanlar aynı kişi tarafından iki kez aldatılmak istemezler. Üstelik yoğun iletişim kanallarının olduğu bu dönemde insanlara karşı çok net olmalısınız.

Tam olarak aradığın nedir? Sorusuna maddeler halinde cevaplar istemelisiniz.

İkna sürecinde vaatleriniz ile icraatınız arasında doğrusal bir bağlantı olmalıdır.

Lütfen sizi etkileyen 10 olumlu davranış ve davranışları kazanmak için neler yapabileceğinizi yazınız.

Türkleri ikna etmek için iyi okumalısınız. İhtiyaçlarını belirlemeniz gerekir. Söylediklerini, sustuklarını iyi anlamalısınız. Bunu öğreten bir okul yok. Okul yaşamında öğrenemediklerinizi yaşam okulunda öğrenmek gerekir. Bunun için yılmadan insan okumaya devam edin.

Değerleri
İnançları
Beklentileri

Duyguları ve bunlara ulaşmanın yollarını öğrenmek gerekir. En önemlisi öğrendiğinizi düşündüklerinizin doğru olup olmadığını geri bildirimlerle anlamalısınız. Unutmayın, iknada size göre doğru diye bir kavram yoktur. Karşınızdakine göre doğru nedir buna ulaşmalısınız. Bu nedenle geri bildirimler iknada önemli bir süreçtir.

Türkler İçin İkna

İkna yeteneği bir tür sosyal yeteneği uygulama gücünden başka bir şey değildir. Ama doğuştan sahip olduğumuz diğer yeteneklerden biri sanıyorsanız bunu, yanılıyorsunuz. İkna yeteneği doğuştan getirdiğimiz birtakım özelliklerin etkisi altında olsa da, aslında herkese öğretebilecek tekniklerden oluşur. İkna her zaman mantıklı olmak zorunda değildir. Mantık duygularınızı haklı çıkartmak için kullanılır. İkna bir duygusal eylemdir.

Basit ve direkt olabilmek.

"Mesajlarınız kısa, keskin, basit, takibi kolay ve 3 parçadan ibaret olmalı" diyor psikologlar.

Konuşma şekliniz kafa karıştırmaya veya kopukluk yaratmaya başladığı anda ikna açısından bütün gücünüzü kaybetmiş olduğunuzu bilmeniz gerekir. 2 bin sene öncesine baktığımızda Sokrat, Çiçero, Sezar gibi en etkili felsefecilerin, politikacıların tamamen bu ilkeyi benimsediklerini görüyoruz. Sezar'ın ünlü "Geldim, gördüm, keşfettim" ifadesi kısa ve özlü üçlemenin en iyi örneklerindendir. Yapılan araştırmalar üç etaplı ifadelerin iknada mükemmel işe yaradığını

gösteriyor. Üçten az yetersiz, üçten fazla ise lüzumsuz kısacası...

İkna kişinin algı kalıplarını öğrenmek ve buna göre kısa, net, basit olarak iletişim kurmaktır. Sıcak düğmesini bulmak, sorular sorarak keşfetmektir. Gerektiğinde çatışma çıkartmak ve içindeki tüm gerçeklere ulaşmak için meydan okumaktır. İkna, itirazları ele almak ve yönetmektir. Haklı olduğunuz konuda sonuca varmak için iletişimi sürdürmektir.

İkna, var olan ihtiyaca dikkat çekmek ya da ihtiyaç oluşturmaktır. Türkler yılda 2000- 2500 saatlerini televizyon karşısında geçirirler. TV aracılığı ile ihtiyaçlar oluşturulur. Satın alma, ilişkiler ve sosyal alandaki ihtiyaçlar için TV ve sosyal medya Türkiye'de yaygın ikna araçlarıdır. Bu nedenle devlet kamu spotları ile insanların dikkatini çekmeye çalışmaktadır. Kamu spotları ile bilgilendirme kampanyaları yürütülmektedir. Sigarayı bıraktırmak için Koah hastalığı anlatılmakta ve ikna için çalışılmaktadır.

Ulusal gazetede köşe yazarının bu filmi mutlaka görmelisiniz mesajı 500 bin kişiye 24 saat içinde ulaştırılmaktadır. Bu köşe yazarının yazdıkları ile kendileri arasında bağ kuranlar ilk fırsatta filmi izlemek isterler. İkna zıtlıkları görebilmek ve anlayarak iletişimi sürdürmektir.

İkna edecek kişinin yanında bulunması gereken üç temel öğe öz saygı, öz güven ve heyecandır. Kendisine öz saygısı gelişmiş kişiler iletişimde asla agresifleşmez ya da pasifleşmez. Özsaygısı düşük insanlar kişilere, olaylara ve içindeki ruh hallerine göre tavır alırlar. Bu değişkenlik ikna iletişimi kalitesine zarar verir. Öz saygısı düşük insanlar kararsız kalırlar, kolay ikna edemezler. Kendine güvenleri tam olan kişiler ikna iletişiminde sadece sonucu düşünürler. Sorunun her aşamasında çözüm odaklı iletişim kurarlar. Yaptıkları işten heyecan duyarlar ve bu heyecanı çevrelerine transfer ederler. Heyecan duyulmayan işte başarı olmaz. Birini ikna

etmek için önce sizin bu süreçten heyecan duymanız ve keyif almanız gerekmektedir.

İknada beklenen insanların davranış değişikliği yapmasını sağlamaktır. Düşünce ve olaylara karşı tavrın değişmesidir ikna. Sigara içmekten zevk alan birinin sigarayı bırakıp bir dernekte sigara karşıtı çalışmaları yönetmesidir ikna eylemi. Düşünce ve nesnelere karşı tavrın değişimdir. Bu değişime inanan ve bunu başaran kişiler kendilerini kahraman görürler. İkna eyleminin gerçekleşmesi için en az iki kişi gerekir. Yani bir TV programına çıkan siyasetçinin milyonlarca oy vereni iknası ile bir kişinin tavırlarında değişim yapıp eyleme geçmesini sağlamak aynı derecede önemli ikna eylemidir.

İkna Ne Değildir?
İkna kandırmaca değildir.
İkna yanlış yönlendirme değildir.
İkna sadece sizin kazanmanız değildir.

Yaygın İkna Taktikleri

Evet, Evet Taktiği; Bu taktik dünyada satışta çok kullanılan bir taktiktir. Bir satış görüşmesindeki 5 soruya evet dedirdiyseniz insanlar tutarlı olmak için 6. soruya hayır demek istemezler. Ona da evet derler. Bu yaygın satış taktiğini Türkler sadece satışta değil ikili ilişkilerde de kullanırlar. Burada önemli olan karşınızdaki kişinin kendini iyi hissetmesini sağlamaktır. Bunu çocuklarda kısa sürede keşfederler ve yaptırmak istediklerini bu taktikle yaparlar.

-Arkadaşlarımla ders çalışmama izin verir misiniz?
-Evet.
-Derslerimi bitirirsem televizyon izleyebilir miyim?
- Evet.
-Sınıf başkanı olursam sevinir misiniz?

-Evet.

-Sınıf birincisi olursam sevinir misiniz?

-Evet.

-Notlarım iyi olursa tatile gider miyiz?

-Evet.

-Bu tatile sınıf arkadaşlarımla gitmek istersem bana güvenir ve izin verir misiniz?

-Evet.

Evet, evet ikna taktiğinde amaç basitten başlayan 5 soruya evet dedirtmektir. Beyin evet cevaplarını vermeye başladığında hayır demek zorlaşacaktır. Türkler ile iletişime geçtiğiniz de bu klasik taktik işe yarar. Profesyoneller bu taktiği bildikleri için sorular net, hızlı iletmeniz yararlı olacaktır.

Soruya soruyla yanıt taktiği;

Bu taktik genellikle konuyu dağıtmak, istediğiniz yöne çekmek için kullanılır. Kitapta sık bahsettiğimiz gibi soruya soru taktiği için neden sorusunu kullanmayın. Davranış değişikliği istiyorsanız bunun yolu nasıl sorusudur. Neden soruları mazeretlere nasıl soruları sonuca götürecektir. Bugün neden benimle konuşmuyorsun diye sorduğunuzda alacağınız cevapta sürpriz olmaz, sadece mazereti öğrenirsiniz. Canım sıkkın, yorgunum, senle ilgisi yok. Eğer duymak istediğiniz buysa neden sorusu sorun. Hedefiniz sohbet etmesini sağlamaksa soru kalıbının değişmesi gerekir. "Kendini nasıl hissediyorsun, sohbet iyi gelir mi?", "Nelerden konuşmaktan keyif alırsın?", "Konuşmak istersen seni dinlemek, sohbet etmek istediğimi biliyorsun değil mi?" gibi.

Soruya soruyla karşılık vermek ikna iletişiminde duyguya kolay ulaşmanın yoludur. Eğer sorular bunaltıcı olursa karşınızdaki rahatsızlığını beden dili ile ele verir. Bunu da iyi okumak gerekir. Ayaklarının yönü size dönük değilse, kaçma eğiliminde ise, jest ve mimiklerinde olumsuz değişim varsa sorularınız rahatsız ediyor demektir. Bunalmış ise

psikolojik oksijen alması ve rahatlaması için onu dinleyin ve yargılamadığınızı hissettirin.

Kısmi Taahhüt Alma Taktiği,

İkna etmek için kısmi taahhüt altına alınır ve büyük hedefe giden yol açılmış olur. Türklerde evlenmeden önce aile arasında söz kesmek, nişanı ve nikâhı taahhüt altına almaktır. Kısmi taahhüt altına girmeniz işi tamamlanma potansiyelini oluşturur. Bir şirkette staj yapmak işe girmek için kısmi bir taahhüttür. Dışarıdan tanımadıkları birinin başvurusuna göre çok daha avantajlı olma durumudur.

Çok söyle nasıl olsa az öderler taktiği;

Bu satışta bir pazarlık unsuru olarak da yaygın kullanmaktadır. Türkler pazarlıkta indirim elde ederek kendilerini inanılmaz mutlu hissederler. Hiç pazarlık yapılmayan yerlerde gergin olurlar. Bunu bilen ulusal markalar kampanyalar, etiketin yarısı, üç al iki öde, bir alana bir bedava gibi gizli pazarlık yaparlar. Burada fiyat çok söylenmiş ödeme azaltılmıştır. Yerel firmalarda fiyatlar yüksek tutulur ve müşteri şu soruyu ezberlemiştir. En son kaça olur? Satıcı da klasik cevabını verir, sana son fiyatım .... TL diyerek kendini özel hissetmesini sağlar.

Borçlu hissettirme taktiği;

Size sağlık sigortası satmak isteyen birisi uzun bir sunum yapar siz almak istemezseniz kendinizi borçlu hissedersiniz. Bu kişi sizden referans olabileceğiniz arkadaşlarınızın isim ve telefon numaralarını ister, siz de verirsiniz. Onun zamanını aldığınızı ve satışı gerçekleştiremediğiniz için referans olacak isimleri verirsiniz. Borçluluk duygusu iknada Türkler için önemlidir. Emeğe saygı, işine saygı bunun gibi değerlere saygıdan kendini borçlu hisseden kişi size yardım etmek ister.

İkna araba kullanmak gibidir. Bir haftada gaz, fren, vites, debriyaj, aynaların yeri vb. öğrenirsiniz. Sonra mekanik hale gelir. Defalarca tekrarlarsınız. Bedeniniz ile araç arasında mekanik bir uyum başlar. Rahatlıkla aracınızı kullanırsınız. Bir hafta önce araç sollamak istemezken şimdi araçları geçersiniz. Tüm detayları yapar hale gelirsiniz. İkna da araç kullanmak gibidir. Başardıkça özgüveniniz artar, özgüveniniz arttıkça daha başarılı olursunuz.

İkna iletişiminde fotoğraf kareleri düşünün, başarmış öyküleri yazın, ikna iletişimine girdiğinizde sonunu bildiğiniz bir filmde gibi hissedin kendinizi. Öykünüzü, filminizi içselleştirin. Arada boşluk bırakmadan kendi filminizi oynayın.

Arada size çok iyi muhalefet edecek kişileri seçin en keskin, en sert soruları sormalarını sağlayın. Böylece senaryonuz çok daha güçlü hale gelecektir. Tasarım hatalarını farklı gözle bulmanız kolaylaşacaktır. Başkalarını ikna için hazırlıksız yakalanmamış olacaksınız. Tüm olasılıklar üzerinde düşünmüş ve çalışmış olacaksınız. Bunun için yapmanız gereken muhalefet yapacak yetenek ve zekâya sahip tanıdıklarınızdan destek almak.

Eleştirel anlamda destek almak isterseniz emin olun en samimi yardımcılar çocuklardır. Onlar büyükler gibi hesap yaparak, sonrasını düşünerek konuşmazlar. Direk yanıtlar alırsınız. Çocuklarla paylaşın. Bunu bir yaşam egzersizine dönüştürebilirsiniz.

Bir sürüngen uçabiliyorsa siz neler yaparsınız?
Tırtılın kelebeğe dönüştüğü kozadır dünya.

Kendinizi ikna etmek için öyküler yazın.

Öykülerinizde tarihler, sesler, görüntüler, dokunsal temalar olsun. Olabildiğince detaylandırın. Arada açıp öyküleriniz üzerinde düzenlemeler yapın. Bloglarda öykülerinizi paylaşın.

Kariyer öykülerinizi yazın
Sağlık öykülerinizi yazın
Başarı öykülerinizi yazın
Mutluluk öykülerinizi yazın
Aşkınızın öyküsünü yazın

Kendi filminizin senaryosunu yazın. Dilerseniz sadece bu günün öyküsünü yazın. Günü detaylandırın. İnanılmaz heyecan verici olacaktır.

Öykülerinizde kendinize sorular sorun, kendinize meydan okuyun, itiraz edin. Kendinizle alay edin, bundan keyif alın. Merak etmeyin, sadiste bağlamadım. Siz kendinizle alay edebilir, meydan okur, kendinize itiraz ederseniz bunu başkaları yaptığında agresifleşmez ya da pasifleşmezsiniz.

Hayat daha eğlenceli hale gelir. Hatta 4 yaşında bir çocuk saflığında sorular sorun kendinize, öğrenciyken alay edilmekten korkup kaçtığınız soruları şimdi sorun. Aynaya bakın gülün kendinize.

Sorun hadi,

Güvenilir miyim?

Kendim gibi biriyle evlenir miydim?

İnsanlar bende ne buluyor?

En uzun ilişkim iki yıl sürüyor, herkes mi hatalı?

Yıllardır tüm insanları değiştirmeye çalışıyorum bence kim değişmeli?

Sorun, kendinize meydan okuyun. Sonra cesaretlendirin kendinizi, geçmişte yaptığınız başarılı işleri, gelecekte yapacağınız başarılı işleri düşünün. Başarıya kendinizi ikna edin. Başarılı olduğunuz tutum, enerji ve düşünce boyutunu gözden geçirin. Çok istediğiniz zaman neler yaptığınızı düşünün. Daha çok isteyin. Haydi, önce kendinizi ikna edin.

Alışkanlıklarınızı gözden geçirin

Değerlerinizi sorgulayın

İnançlarınızı düşünün

Beklentilerinizin farkına varın

Duygularınızı inceleyin.

Kendinize net olun...

Öykünüzün kahramanı sizsiniz. Yazdığınız öyküde sizin navigasyonunuz olsa nasıl bir öykü yazarsınız kendiniz için? Lütfen 40-50 sayfa şimdi ve gelecek hikâyenizi yazın.

İknada Uyumlanma

Bir insanı ilk bakışta neden sıcak, samimi bulduğumuzu ya da soğuk bulduğumuzu bilmeyiz. Kanım ısındı, soğuk nevale gibi yaklaşımlarda bulunuruz. Karşımızdaki kişinin tavırlarını bilinç düzeyimiz ve bilinçaltımıza göre filtrelerden geçiririz. Milyonlarca neden sonuç bağlantıları kurarız. Duygusal eşleşmeler yaparız. Benzerlik ve farklılıkları inceleriz. Uyumlama için benzerlikleri çoğaltmak gerekir. Türkler ait olmak, benzer olmaktan hoşlanır.

Ortak noktaları bulmak için Türklerde ilginç sorular vardır.

"Nerelisin?" sorusu bizde sohbet ve ortak nokta bulmak için yetersiz bir sorudur. Ardından ilaveleri gelir. "İçinden mi?" Sohbet başlatmanın ve ilerletmenin yolu ortak noktaları bulmaya çalışmaktır.

Karadenizliyim derse hamsinin kulağına kar suyu kaçtı mı, diye sorulur. Sümele, Trabzonspor, Horon, Karadeniz insanının kıvrak zekâsı üzerinden sohbete başlanır.

Güney Doğuluyum derse misafirperverlik, örf ve adetler konuşulmaya başlanır. Ortak tanıdıklar anlatılır.

Egeliyim derse samimiyet, neşeli insanlar ve sosyal ortamın rahatlığı, denizden, kumrudan, çiğdem ve saat kulesinden konuşulur.

Orta Anadolu insanı ise yemek kültürü, saf Anadolu insanı üzerine sürer gider sohbet.

Uyumlama için Türkiye'de binlerce hemşeri derneği vardır. Hatta aynı köy için üç dört ayrı hemşeri derneği kurulur. Türkiye'nin en uzak noktasında bir çay içip nefes alma yerleri olur bu dernekler. Sadece ait olmak, özlem gidermek değildir bu, birbirine güvenmek, yoldaşlık etmek ve aynı dili konuşmaktır.

İşte bunun için aynı takımı tutanlar, aynı meslekte olanlar, aynı araba markasını kullananlar, aynı şiveyi konuşanlar, aynı kişileri tanıyanlar, aynı okuldan mezun olanlar kolay anlaşır. Uyumlama sadece ortak özellikler taşımak değildir. Aynı yerden giyinmek, aynı şekilde oturmak, aynı araçla yolculuk yapmaktır. İkna iletişiminde olduğunuz kişi ile aynı şekilde nefes almak, aynı kelimeleri konuşmak uyumlanmaktır.

İkna iletişiminde benzerlikleri ve ortak alanları artırmak daha çabuk kabul görmeyi sağlar. Bunu sağlamak için karşımızdakinin düşüncelerinden, duygularından bedensel duruş ve kullandığı sözlerden yararlanabiliriz. Mükemmel uyum için ilgi ve yakın takip gerekir.

Beden diliniz ile verdiğiniz mesajı anlamanız kolaydır. Doğru mesaj verip vermediğiniz anlamak için dürüst ve doğal davranın. Mesaj kaygısı ile içselleştiremediğiniz tavırlar sergilemeyin. Böyle davrandığınızda kendinizi daha iyi hissedeceksiniz. Kendinizi iyi hissettiğinizde bu beden dilinize yansıyacaktır. Sizin doğal tavrınızda gelişmesi gereken

özellikleri yavaş keşfedin ve onları geliştirin. Bunu asla birden yapmayın. O zaman beden diliniz karşınızdaki kişinin bilinçaltına doğru mesajlar iletir.

Bilinçaltı dış dünyadan mesaj alır ve duygusal durumları algılarken bedenin bildirimlerinden yararlanır. O yüzden NLP ve Koçluk sistemleri aynalama tekniğini uygularlar. Bu bilinçaltı uyum bileşenler sizin ikna yolculuğunuzun önemli donanımları olacaktır.

Oturma Duruşu; (Bel kemiği) Muhatabınızla birlikte oturuyorsanız oturma noktalarınızın sandalye/koltuk üzerindeki konumu benzer olmalıdır. Vücut ağırlığınız sandalye ve koltuğun aynı bölgesine yüklenmiş olmalıdır.

Gövde Eğim Açısı; Bedenimizin öne veya arkaya doğru sergilediği eğim, aynı açıyla sağlanmalıdır. Eğim açısı otururken de ayaktayken de geçerlidir.

Omuzlar ve Baş Açısı; Omuzların hangisinin diğerine göre daha yüksekte kaldığı omuzlarınıza yansıttığınız eğilim ile ilgilidir. Bu omuz eğilimi görüştüğünüz kişiyle benzer olmalıdır. Gövdenizin üzerinde başınızın açılı duruşu da uyumlu olmalıdır.

Yüz ifadesi ve Göz Açısı; Yüzümüzde sergilenen kas hareketleri (Mimiklerimiz) duygularımızın en canlı göstergeleridir. Bu yüzden muhatabınızın mimikleri ile gözlerinin açıklığında kullandığı açı da benzeşmelidir.

Bacaklar; Uyum oluşturmaya çabaladığımız insanla bacaklarımızın duruşu da benzer olmalıdır. Bacak bacak üstüne atmada bir bacağın diğer bacağa ve muhataba uyumuna da dikkat etmeliyiz.

Ayakların Yönü; Beden dili ve sözsüz iletişime göre ayakların yönü kişinin ilgi odağını gösterir. Öyleyse ayakların

yönü konusunda uyum beraberinde ilgilerinde uyumu hakkında bilgi verir.

Kolların ve Ellerin Duruşu; Bilinçaltı uyumu güçlendiren unsurlardan biri de kolların ve ellerin uyumudur. Bu konuda anahtar kolun sandalye/koltukta nereye konulduğu ve ellerin birleşimi ve açısı gibi detaylar.

Ellerin Hareket Hızı ve Yönü; Bu bileşen karşılıklı konuşmalarda geçerlidir. İnsanların bir kısmı konuşurken ellerini oynatırlar ve bu hareket sırasında avuç içlerinin aşağıya veya yukarıya dönük olmasını tercih ederler. Uyum için karşınızdaki kişinin ritmi de avuç iç hareketleri de dikkate alınmalıdır.

Baş ve Ayak Hareketleri; Daha çok konuşma sırasında görülür. Konuşma ya da dinleme sırasında hareket etme eğiliminde olan insanlar bu aktiviteyi kollar ve ellerinin yanı sıra baş ve ayakları yardımı ile de gerçekleştirirler. Bu hareketlerde uyum kapsamında ele alınmalıdır.

Ses düzeyi ve Tonu; ses düzeyi yükseklik ve alçaklığı, ses tonu ise sertlik ve yumuşaklığı ifade eder. İşitsel yönümüzde uyulmama için önemlidir.

Konuşma Hızı; işitsel bildirim araçlarından ikincisi konuşma hızıdır. Muhatabın konuşma hızına uyum yakınlık olarak algılanır.

Nefes Alış Biçimi; İki insan arasında uyumun en üst göstergesi nefes uyumudur. Çok yakın ilişkilerde nefes uyumu bütünüyle uyumun hissedildiği bir gösterge ve açıklığın zirvesidir.

Tavsiye İstemez!

Türkleri ikna etmek istiyorsanız asla tavsiyede bulunmayın. Türkler tavsiye istemez. Bunun altında yüzlerce gerekçe bulabilirsiniz. Tavsiye verenlerin bu tavsiyeleri uygulamadıklarını önce aileden öğrenirler. Söylemlerle eylemler arasındaki tutarsızlıklar nedeni ile tavsiyeler iknada etkili olmaz.

Sigara paketlerinin üzerinde "sağlığa zararlıdır", "sigara öldürür," yazıyor. Eğer tavsiye ile sonuç alınsaydı kimse sigaraya elini sürmezdi. Sistem Türklerde böyle işlemiyor. Bu ülkede Yeşilay dernek yöneticileri panelde içki ve sigaranın zararlarını anlatıyor ve panel arasında sigara içiyor. Bunu gören öğrenciler panelin ikinci bölümünde siz bunları anlatıp neden sigara içiyorsunuz diye soruyor. Bu şartlarda tavsiyeleri dinler misiniz?

Okulda öğretmenler kitap okuyun diye tavsiyede bulunuyor. Bir tek öğrenci öğretmeni ders kitabı dışında kitap okurken görmüyor. Türkiye'de bütün öğretmenevlerini gezin, kaç tane kitap okuyan öğretmen göreceksiniz? Okullarda öğretmenlere sorun kaçının üzerinde ders kitabı dışında kitap bulacaksınız? Geçenlerde bir kütüphaneye gittim içe-

ride 40 kişi vardı. Gezdim 37'si KPSS için çalışıyordu. 3 kişide notlarını okuyordu. Kütüphanede kitap okuyan insan yoktu. Düşünebiliyor musunuz tüm kitapları kaldırsanız kimsenin haber olmayacak! Şimdi bu sistem içinde okumayı tavsiye etseniz ne kadar dinlenir?

Türkleri tavsiye ile ikna edemezsiniz. Eğer gerçekten ikna etmek isterseniz tavsiye yerine çok güçlü, sorular ile hislerini anlamalısınız. Hissi yakaladıktan sonra bu yoğunluğu eylemlere dönüştürecek hamleler yapabilirsiniz.

İkna Geri Teperse

% 100 Başarı için başarısız olmayı göze almalısınız!

Herkesi her zaman her şartta ikna edebilirim derseniz bu ikna baskısı sizi hataya götürür. Unutmayın ilahi güç sahibi peygamberler bile tüm insanları ikna edememiştir. O nedenle ikna iletişiminde sabırlı olmalı ve başarısız olmayı göze almalısınız. İkna geri teperse yapmanız gerekenler için yeni bir strateji planına ihtiyacınız olduğunu bilmeniz gerekir.

Süreç nerede tıkandı?
Hangi duygu yeterince transfer edilemedi?
Heyecan transferi niçin daha farklı ne yapmak gerekir?
Güçlü sorular sorabildim mi?
Güven ortamı sağlandı mı?
İhtiyaç belirlendi mi?
İkna dilim net,basit ve anlaşılır mı?
Yeterince kaliteli zaman ayırdım mı?
Faydayı anlatabildim mi?
Konuşma ortamında odaklanmayı bozacak neler vardı?
Temsil sistemlerini anladım ve ona göre davrandım mı?
Daha sonra tekrar görüşme imkânı sağlandı mı?
Görüşme anında %100 karşımdaki kişiye odaklandım mı?
Doğru zaman ve doğru kişiyle görüştüm mü?

Fiziksel, zihinsel, duygusal ve ruhsal olarak kendime ve karşımdakine önem verdiğimi hissettirebildim mi?

İkna iletişiminde başarısız olduğumu düşündüğüm an süreci yönetecek gücü kendimde bulabildim mi?

Aşka Davet / Aşkın İknası

Haydi; şimdi aşkı hissedin. Sizi gece yatakta uyutmayan sabaha kadar dönmenize neden olan aşkı konuşalım. Sabaha karşı yataktan fırlamanızı sağlayan aşktan konuşmaya var mısınız? Aşk gibi bir enerji yok, sevginizde/sevildiğinizde dünyanın en iyisi sizsiniz. Şimdi platonik aşkı olanlara sözüm var, lütfen takip edin.

Çok sevdiğiniz kişiye aşkınızı açıklayamazsınız. Tamamen sizden uzaklaşıp gitmesini istemezsiniz. Aşkınızdan habersiz olsa da yanınızda olmasına rıza gösterirsiniz. Oysa taş bile hisseder aşkı. Her ilginin altında aşk vardır. Ret edilmekten korktuğunuz aşkınız bir süre sonra sizi bırakıp gidecektir. Aşkını açıklayamayan aşktan korkan birini kim ister ki?

Bu kitabı okuyorsanız platonik aşk size göre değil. Bu kadar sayfa okudunuz yazılı olanları sadece iş ve kariyer için düşünmüyorsunuz herhalde. Kendinizi iyi hissedin kusurlarınızı araştırıp durmayın. İyi yönlerinize odaklanın. Aşkınızın karşısında heyecan mı duyuyorsunuz? İşte yapmanız gereken bu heyecanı karşı tarafa aktarmak. Heyecan

duymadan aşk mı olur? Yürek pırpır edecek tabiî ki. Şimdi eyleme geçme zamanı. Aşkınıza aşk armağan edin. İkna görüşmesine gittiğinizde yapabileceğiniz en büyük hata hayır derse ne olur sorusunu sormanızdır. Bunu düşünerek giderseniz bunu çağırır ve istemiş olursunuz. Size hayır denildiğinde peşini bırakmayacaksınız zaten. Üstelik biraz zaman istenmesi, düşünmem gerekir, belli süre arkadaş kalalım denilmesini normal karşılayın. Unutmayın hayır denilmesi de bütünsel olarak size hayır demek değil. Senden bu dünyada bir tane var. Senin DNA yapın, parmak izin başka kimde var düşün lütfen.

Kendinden kaçarak özgürleşemezsin. Teklif etme işini zamana bırakma, erteleme. Zaman sadece armutları olgunlaştırır, önemli olan olaylar karşısındaki tavrındır. İkna %100 duygusal bir tavır demiştik. Ya aşk içinde mantığı asla taşımaz.

Aşkını seslendiremezsen tüm yaşam enerjini kaybedersin. Haydi; kitapta okuduklarını uygulama zamanı. Aşk olsun hayat(t)a...

Aşk tek kişilik yaşanır! Sizin aşkınız sizindir âşık olduğunuz kişinin aşkı kendinindir. Aşkın tek kişilik olduğuna inanırsanız aşkta kaybetme olmadığını da anlarsınız. Aşkınızı açıklamadıysanız partneriniz sizinle ilgilenmeyebilir. Kim net olmayan biriyle ilgilenir ki?

Sizin konfor alanınız rahat ve güvende olduğunuz, egonuz ile çatışmadığınız bir alan olarak kalırsa aşkınıza ulaşamazsınız. Evinizde çok rahat olduğunuz bir ortamı düşünün. Bir elinizde çay bir elinizde kumanda uzanıp TV izliyorsunuz. Karışanınız yok, gayet rahatsınız. Peki, burada şu an bir şey üretiyor musunuz, kazanıyor musunuz, hayır. Kazanmak için konfor alanınızı terk etmeniz gerekir. İşte aşkı kazanmak için de muhatabınızın konfor alanına girmeniz gerekiyor. Reddedilmekten korkmayın. Harekete geçin.

İknada Kazanma Arzusu ve Kaybetme Korkusu;

Türk kültüründe azla yetinmeyi öğreten bir sistem bulunmaktadır. Azıcık aşım dertsiz başım, çok söz yalansız çok para haramsız olmaz gibi atasözleri bulunmaktadır. Elindekini koruma kültürü ile yetiştirilen Türk insanına kaybetme korkusu öğretilmiştir. Kazanma arzusu ve kaybetme korkusu bir ikna aracıdır. Türkler önce elde tutmak ister. Öğreti budur, oysa kazanma arzusu %80, kaybetme korkusu %20 oranında ikna aracı olarak görülmelidir. Kaybetme korkusu içinde olan kişiler konfor alanında kalmak ister ve risk alamazlar. Evet, asla unutmayın Türkler için kaybetme korkusu önemli bir ikna unsurudur. Bu harekete geçirici bir değerdir. Bununla birlikte kazanma arzusu daha önemli hale getirilmelidir. Bu çok daha sağlıklıdır.

Sadece var olanı elde tutma ile enerjinizi artıramazsınız. Birini ikna etmek için kazanacaklarını görmesini sağlayın. Hangi temsil sistemi ile bunu algılayacaksa o şekilde ifade edin. Sadece kaybetme korkusu ile yaşamak sizi agresif ya da pasif yapacaktır. O nedenle kazanma arzusu üzerine gidin.

İkna iletişimde oyunun kurallarını net ve açık anlatın. "Faydan bu, bunu yaptığımda faydam bu, bu süreci birlikte yönettiğimizde ortak kazanım bu." "Benimle/bizimle yapma halinde kazanacaklarımız bunlar." Kazanma arzusu ve kaybetme korkusu net anlatılmalıdır.

Bir Büyükşehir Belediye Başkan Adayına kampanyasını bizimle yürütmesini anlattığımızda net oluyoruz. Kazandıracaklarımızı maddelerle anlatıyoruz. Bizimle çalışmanız gerekiyor çünkü:

Biz bu bölgenin insanıyız. Bölge hassasiyetini çok iyi biliyoruz.

Siyasi hiçbir faaliyetimiz yok, taraf değiliz, herkese eşit mesafedeyiz ve çok kolay ulaşırız.

İstanbul vizyonu ile yetiştik, işbirliği ile işimizi profesyonelce yapmaktayız.

Ekibimiz çok donanımlı, hepsi bu anlamda çok iyi eğitimler aldı.

Sizin ne istediğinizi ve bunu nasıl elde edeceğinizi biliyoruz.

Siz Büyükşehir Belediye Başkanı olduğunuzda elde edeceğimizin faydanın farkındayız.

Sizin marka değerinizi biliyoruz, çevrenizde arınmanız gereken insan ve olayların farkındayız.

Büyük resmi görebiliyoruz. Bizim işimizde mazeret üretmek yoktur, sonuç odaklıyız.

Biz kampanyayı sizin kadar yaşarız. İşimiz heyecan transferi, asla sadece duygularla hareket etmeyiz. İşletme körlüğü yaşamaz-sanız, detaylara da odaklanırız. Baskı altında hızlı ve doğru karar alan bir yapımız vardır. Sadece size sorumlu oluruz. Başarıda perde arkasında kalırız, medya ilişkilerini çok iyi yönetiriz. Kampanya boyunca 7/24 sizi yaşarız.

Büyükşehir Belediye Başkanı olarak şehir turu attığınız konvoydaki araçları ve organizasyonu hazırladık. Biz sadece kazanacaklara yatırım yaparız. Onun için sizinle görüşüyoruz.

Şimdi bu kampanyada bu resmi görmezseniz kendinizi ikna edemezsiniz. Kendinizi ikna etmeden başkalarına heyecan transferi yapılmaz o nedenle kazanma arzusunu hissetmek gerekir.

İkna ve İtirazlar

İkna sürecinde itirazlarla karşılaşıyorsanız merak etmeyin işler iyi gidiyordur demektir. İknada itirazlar bir iletişim tarzıdır ve keşif aracıdır. İknada hiçbir itiraz ile karşılaşmıyorsanız, sorun var demektir. Düşünün şimdi, evliliğinizin 10. yılı ve ilişkide hiç iletişimde itiraz ve tartışma yaşamıyorsunuz. Bunun karşılığı şudur; herkes kendi hayatlarını yaşamaya başladı, kimse kimsenin umurunda değil. Burada bir ikna olmasına gerek kalmamış. İtirazlar ve doğal olarak ilişki sonlanmış. Sadece fiziksel bir ev paylaşımıdır.

Şimdi ilişkilerinizde itirazlarla karşılaşıyorsanız öncelikle bunun çok sağlıklı ve doğal olduğunu bilin lütfen. İtirazları yönetmek için ne mi yapmalısınız?

Karşınızda kendini her şartta haklı gören ve size göre %100 haksız birisi var. Sürekli haklı ve baskın çıkmak için her şeye itiraz ediyor. Dinlemeden, içindeki durumu anlamadan saldırıya geçebilirsiniz. Adrenalin için bu iyidir! Saldırın.

Müjde, yeni bir düşmanınız oldu. Düşman listenizi gözden geçirin, eksik varsa bu saldırı taktiği her zaman iyidir. Böyle yaparak tartışmayı alevlendirebilir, haklı çıkabilir ve

kendinizi güçlü hissedebilirsiniz. Ancak sonuç alamazsanız, ister profesyonel iş dünyasında ister özel yaşamınızda itirazları saldırarak yönettiğinizde asla kazanan olamazsınız. İtiraz edenin gözlerinin içine bakın, ona prens/prenses gibi davranın. Dört yaşında sevimli bir çocuk gibi görün onu. Öncelikle anlatmasına izin verin. Kendini ifade etme olanağı tanıyın. Anlatmasına izin verin. Önemli olduğunu, dinlemeye değer bulduğunuzu hissettirin. Bu olay karşısında bir tiyatro oyuncusu gibi düşünün kendinizi. Rolünüz bu kişiyi sakinleştirmek ve işbirliğine hazır hale getirmek. Kızgın bir boğayı birazdan uysal bir kediye çevireceksiniz. Üstelik bunu istediğiniz her an yapabilirsiniz. Sorular sorun, bilgilendirdiği için teşekkür edin. Fiziksel olarak hareketsiz hale getirmek için oturmasını sağlayın. Konuştukça rahatlayacaktık, sözünü kesmeyin. Bırakın gücünü konuşarak kullansın. Anlattıkları karşısında tam olarak ne istediğini öğrenin. Samimi olun. Bakın 15 dakika sonra sizin formanızı giyen takım oyuncunuz olacak.

Bir itirazla karşılaştığınızda aynı duygunun içine girmeyin. Şunları düşünün siz bunu çözebilecek yetenek ve donanımda olmasaydınız bu sorun size gelmezdi. Çözebileceğiniz için oradasınız. Sorunla karşılaştığınızda kendinizi o sorun size danışmanlık yapmak üzere iletilmiş olarak düşünün. Sorun anında asla iletişimi kesmeyin. Tartışmayın, sağlıklı seçenekler üretin. Tartışmak yerine sonuç odaklı iletişime geçin. Sorun varsa kabullenin. Siz sorunu kabullenmezseniz beyniniz çözüm odaklı çalışmaz. Karşınızdaki kişi de sizi kabullenmez ve ortak çaba harcamaz. Olayı konuşun, kişiyi ve bütünü masaya yatırmayın. Amigdala bölgesi ile ilgili yazdıklarımızı tekrar gözden geçirin. Orada yazılı olanları mutlaka uygulayın. Konu ile ilgili alabildiğiniz kadar bilgiye ulaşın. Refleks olarak savunma da geliştirmeyin. Birlikte çözümü konuşun. Her itirazda elde ettiğiniz başarı

sizin yaşam referansınız olacak. Çözmek için sabır, dikkat ve olayları içselleştirmemeniz gerekir. Zaman ayırın, dikkatli dinleyin. İtirazları yönetebilmek için olumlu düşünce gücüne sahip olmalısınız.

Olumlu düşünce;

Bilinçaltınızı olumlu bir yapıya kavuşturmanın en etkili yolu, önce konuşmalarınızın içinde bulunan ve zararsız gibi görünen olumsuzluk taşıyan çok küçük ifadeleri çıkarıp atmaktır. Sonra da düşüncelerinizi kontrol altına alıp en küçük olumsuzluk düşüncesinden başlayarak büyük olumsuzluk düşüncesine doğru, onların önce bilincine varıp vücuttaki ve yüzümüzdeki meydana getirdiği kasılmaları gevşetmek ve onları kaslarımız sayesinde vücudumuzdan akıp gitmesini sağlamaktır. Konuşmalarımızdaki kullandığımız olumsuz sözcükler ve bu sırada aklımızdan geçen olumsuz düşünceler tek başlarına zararsız bile görünseler, bir zaman sonra bilinçaltımızda son derece zararlı etkilere yol açarlar. Bilinçaltımız böylece olumsuz bir tutum alır. Kendi kendine devamlı olumlu sözler söyleyip beyni doğru kodlamak gerekir. Bu aynı jimnastik egzersizleri gibidir. En kötü bir olayı dahi anlatırken, ama iyi olacak deyip sonra da o kötü olayın nasıl iyi yanları ve etkileri olabileceğini düşünüp söyleyin. Hatta onları bir kâğıda yazıp devamlı okuyun. Umut dolu, daima olumlu ve yapıcı eleştiri yapan, ileriye neşe ve ümitle bakan insanlarla ilişki kurun ve sizde öyle bir insan olun. Devamlı üzülen, olumsuz insanların bu huylarını değiştirmeye uğraşın. Bir insan nasıl düşünürse öyle yaşar. Üzüntü, sağlıksız ve yıkıcı bir zihinsel alışkanlık, bir hastalıktır. Üzüntü parça parça yok edilir. Bunun için önce küçük şeylere üzülmeyi bırakınız.

Konuşmalarınızdan üzüntü ve korku belirten kelimeleri çıkarınız. "Ben yapamam" cümlesi bir hastalık belirtisidir. Daima ben başarırım, ben yaparım deyin. Günde 20 kez ben yaparım, ben başarırım diye tekrarlayın. İleride otomatik olarak böyle düşünmeye başlayacaksınız. "Ben yapamam"ı değiştirmenin bir başka yolu da kendinize ait bir teknik arayıp bulmanızdır. Eğer yokları düşünürseniz varlara ulaşamazsınız. Eğer gerçekçiyim diye övünüyorsanız ve gerçekçiliğiniz sizi karamsar yapıyorsa siz gerçekçi değil karamsarsınız. İyimser olan insanda beyin endorfin denilen bir hormon salgılar. Bu hormon insanın kendini daha iyi ve mutlu hissetmesini sağlar.

Coşkulu yaşayın, coşkuyu bulun ve coşku yaşam yakıtınız olsun.

Bilinçaltınıza şu soruları sorun

- Tam olarak ne istiyorum?
- Benim için en iyi şey nedir?
- Nasıl istiyorum?

Bilincimiz ise devamlı bizi eleştirir. Korumaya çalışır. İkaz eder. Bilinç devamlı bilinçaltının işine karışır ve sessiz bilinçaltı devamlı bilinçten azar işitir. Bilincin bilinçaltına bu hareketlerini kontrole aldığımız zaman, bilinçaltını kendi haline bırakıp mükemmellik yaratacağı bir ortam hazırlamış oluruz. Sonuç olarak bilincinizin bilinçaltını olumsuz yönde etkileyecek telkinlerde bulunmasını önlemeli, olumlu telkinleri bilinçaltına göndermeliyiz. Bu durumun farkında olursak, günün her anı bunu uygulayabiliriz. Kendimize bir şeyi mükemmel yaparken birden ama diye başlayarak o mükemmelliği bozmamız tamamen bilincin suçudur. Kendinizi bilinçaltına teslim edin. Olumlu kontrolü elden bırakmayın.

Bilinçaltınıza ne kadar güvenirseniz kendine güven de o kadar artar. Kendine güven için korkuları ve içimizdeki suçluluk duygusunu atmalı bu yönde çaba göstermeliyiz. Bunun için kendimizden yardım isteyin. Bir şeyi iyi yapamadığınızda veya yapmadığınızda suçluluk duymayın. Her gün değişik bir gündür. Bugün belki canınız istemez, iradeniz kuvvetsizdir ama belki bir saat sonra belki yarın ruhsal gücünüz daha fazla olacak ve o işi daha iyi yapacaksınız. Unutmayın bulutlar ne kadar siyah ve sık olursa olsun o bulutların arkasında mutlaka bir parlak güneş vardır.

Topluluk Önünde Konuşmaya İkna

Topluluk önünde konuşmak ile arkadaşlarınızın arasında konuşmak arasında fark olmadığını ne zaman anlayacaksınız? Topluluk önünde konuşmanın keyfine vardığınızda bunu kesinlikle anlayacaksınız. İnsanlara bilgi aktarmak, işbirliğine davet etmek, öğretmek, harekete geçirmek, geleceğe iz bırakmanın en kolay yoludur topluluk önünde konuşmak.

Önce küçük gruplara en iyi bildiğiniz konular hakkında 10-15 dakikalık sunumlar yapın. Sonra grupları ve süreyi artırın. Sonra hayal edin, 5000 kişi sizin üç günlük seminerinizi izlemek için kişi başı 2000 TL ödüyor. Sadece 40 kişi sizinle öğle yemeği yemek için 2500 TL para ödüyor ve bu geliri bir vâkıfa bağışlıyorsunuz. Yılda 6 eğitim veriyorsunuz ve ortalama 30000 kişi sizi canlı izliyor. Eğitim CD'niz bir milyon kişiye ulaşıyor. Arkanızda 100 kişilik ekip çalışıyor. Deneyimlerinizi insanlarla paylaşıyorsunuz. Üç gün boyunca konuşuyorsunuz. Ülkenin her yerinden siyasetçiler, sanatçılar, akademisyenler sizi izlemek için para, zaman ve enerjilerini harcıyor. Herkes sizden keyif alıyor. Eğitimleri-

niz kitap haline getiriliyor ve 5 milyon satıyor. 20 dile çevriliyor. Haydi, şimdi bu duyguyu hissedin ve sahneye çıkın.

Hata yapmaktan mı korkuyorsunuz, hemen bu resme dönün. Heyecan mı duyuyorsunuz, hiç heyecan duyulmadan bir iş başarılır mı? Heyecanınızı sizin düşünmenizi, doğru hareket etmenizi engellemediği sürece sizinle olmalı. Aşkın verdiği heyecanı hissedin. O heyecan gitse aşktan geriye ne kalır? Ertelemeyin, çıkın sahneye insanların gözlerinin içine bakın. Nefesiniz, duruşunuz, beden diliniz insanlar konuşmasanız da sizi saatlerce izleyebilsinler.

Haydi; şimdi sesiniz, ses tonunuz, kelimeleriniz ile büyüleyin. Herkesle göz göze gelin. Özel hissettirin onları. Sahnenin büyüsü sizinle tamamlanacak. Ayağa kalkın, nefesinizi yönetin bir saniye dahi olumsuz düşünmeyin. Sorunların detaylarına odaklanmak yerine başardığınızda duyacağınız hisse odaklanın. Kaçarak özgürleşemezsiniz. Erteleyerek geliştiremezsiniz. Üzerine gidin.

Haydi; ayağa kalkın ve konuşmaya başlatın. Harikasınız.

Şirkettesiniz, bir sunum için mide ağrısı çekmeye, gerilmeye, başkalarını germeye değmez. Hata mı yaptın, başkaları alay mı edecek? Önce sen kendinle eğlen. Çok tekrar yaptığında ortada hata kalmaz. Başkalarının ne diyecekleri önemli değil. Önemli olan senin bunu yapma isteğin. Topluluk önünde konuşmak sanıldığı gibi stresli bir iş değildir. Topluluk önünde konuşmayanlar için bu davranış konfor alanlarında olmadığından her yeni uygulama gibi stres olarak algılanır. İlk yapılan tüm davranışlarda bu stres vardır. Tekrarlandığında kısacası konfor alanınıza girdiğinde normal davranış haline gelir. Topluluk önünde konuşmak için çok zeki, herkesten fazla bilgi sahibi olmak ve mükemmel olmak gerekmez. Bunu sizden kimse beklemez. Size iyi sunum için birkaç tüyo vereyim. Bunların başında beklenenden kısa tutun sunumu. Çünkü sözler işin gibidir uzadıkça

etkisini yitirir. Görselliğe çok önem verin. Türk insanı görseldir. Herkesin beğenmesini beklemeyin herkesin algısı hiç kimseye aynı olmayacaktır. Dünyanın en iyi ressamları, heykeltıraşları, yazarları hatta peygamberler eleştirildi. İzin verin sizi de eleştiren olsun. İyi iş üretenlerin eleştirilmeleri onların onurudur.

Siz gerçekten mükemmele yolculuk yapmak isterseniz sadece başlayın. Sahne ve kürsü deneyimi sandalyede otururak kazanılmıyor. Sandalyede oturan binlerden farkın olması için sahneye... Sahne senin özgürlük alanın, sahnedeki heyecanın üzeri en uzun 10 dakikadır. Korku ve stres anlarında böbrek üstü bezlerinin iç kısımları tarafından salgılanan bir hormon vardır. Bu adrenalin hormonudur. Bedeni harekete geçirir, damarlar genişler, kan basıncı artar, kalp atış hızı artar, gözbebekleri büyür, kan şekeri artar. İşte bu adrenalin ortaya çıktığında insanlar "savaş ya da kaç" iki taktikten birini yaparlar. Oysa adrenalinin yarılanma ömrü iki dakikadır. Daha sonra devreye mutluluk hormonu olarak adlandırdığımız serotonin girer. Mutluluk, zindelik, canlılık hissi verir. Topluluk önünde konuşma çok daha keyifli hale gelir. Topluluk önünde konuşma kesinlikle doğuştan var olan bir yetenek değildir. Geliştirilen bir özelliktir. O nedenle ne kadar erken başlarsanız o kadar iyi noktaya gelirsiniz. Her geliştirilmeye açık olay gibi kaç saat sahnede kaldığınız ve deneyimlerinizden elde ettikleriniz önemlidir. Bugün 5000 kişiye konuşan insanlar oraya haydi kalkayım 5000 kişilik topluluk önünde konuşayım diye başlamadılar. Topluluk önünde konuşma için bu alanda uzmanlaşmak isterseniz yılda 200 saatlik eğitim toplamda 1000 saat sizi iyi noktaya taşıyacaktır. Bu konuda çok sayıda konuşmacı izlemenizi, kitap ve yazıları okumanız ve kendi topluluk önündeki konuşmalarınızın çekimlerini izlemeniz yararlı olacaktır.

Unutmayın 5000 kişi önünde konuşacaksınız.

Final

Teşekkürler;

Biliyorsunuz yaşam seçtiklerimizden ve vazgeçtiklerimizden oluşuyor. Siz belki tavsiye ile belki düşünüp çağırarak, belki de özgür seçiminizle bu kitabı elinize aldınız ve okudunuz. Kendinizi geliştirmek adına zaman, para ve enerji harcamayı tercih ettiniz. Seçiminizi bu yönde kullandığınız için teşekkürler. Kendinize verdiğiniz değer kadar değerlisiniz.

Bir DVD izleme süresince okunmasını planlayarak yazdığım bu kitabın ikna ve iletişim alanında size fayda sağlamasını dilerim. İki kişinin olduğu yerde ikna ortaya çıkıyor. Sizin geniş bir uygulama sahanız var. Yaşam ve insanın var olduğu her an ikna iletişimi devam edecektir.

Sizden ricam ikna odalarındaki beyin fırtınası sorularını yanıtlamanız ve uygulamaları yapmanızdır. Bunlar sizin deneyimleriniz olacaktır. Kitabın satır aralarında birçok konu hipnotik dille sizlere aktarıldı. Burada yazılı olanları başkaları ile paylaştıkça olaylara bakış açınızda inanılmaz deği-

şiklikleri hissedeceksiniz. Kendinize yaptığınız yatırım ve değişim yolculuğunuzda başarılar dilerim.

Başarı, mutluluk, sağlık, kariyer, dilediğiniz tüm haklarınızı elde edecek ikna gücünüzü kullanın. Unutmayın sadece çok istediklerinize kavuşursunuz. Tutkuyla, aşkla, heyecanla, vazgeçmeden istediklerinize kavuşacağınızı bilin. Kaybedenler vazgeçenlerdir.

Bu geceyi seninle geçirmek istiyorum. Sen de bana sahip olmak istersen öde ücretimi birlikte çıkalım. İstersen adresini ver ben eve geleyim. Eline beni aldığına göre sen de ilgileniyorsun. Haydi; evrende tesadüf yoktur al kollarına beni. Gece uzan yatağına ikimiz yalnız kalalım. İşin bitince kütüphaneye bıraksan da kapris yapmam. Alışkınım aldatmalara. Özlersen tekrar al kollarına beni...

Bu kitabı okumaya başladıysanız ikna konusunda farkındalık sahibisiniz. Türkleri ikna etmek için iletişim stratejileri belirlemek ve yol haritanızı hazırlamak istiyorsanız okumaya devam edin lütfen. Bu kitapta yazılı olanları kendinize özgü kurgulamanız gerekir.

Her insan ayrı bir dünyadır. Ayrıca her insan her an değişkenlik gösterebilir. Hiçbir kitap size genel bir reçete sunamaz. O nedenle bu kitaptaki teknikleri gözlem yetenekleriniz, egzersizleriniz ve iletişim tekniğinizle bireyselleştirmelisiniz. Farklı insanlarla satranç oynadığınızı düşünün hepsine aynı hamleleri yaparak her zaman kazanamazsınız.

Başkalarını ikna etmek istiyorsanız önce kendinizi tanımak ve netleşmeniz gerekmektedir. Başkalarını ikna etmenin ilk yolu kendini ikna etmektir. Kendinizi ikna etmek için büyük resmi görmeli ve sadece hedefe odaklanmalısınız. Unutmayın iknada "heyecan transferi" için heyecan duymalısınız. Türkler duyguları hareket eden toplumdur. İkna % 100 duygusal bir kavramdır. İkna için usanmadan hisse ulaşın. Tam olarak ne istiyor? Bunu nasıl elde edebilir? Bunlara yoğunlaşın.

Tekrarlanabilir binlerce ikna zaferi için yolculuğumuz başlıyor. Kitap içindeki ikna odalarında onlarca soru ile karşılaşacaksınız ve cevaplarını vermenizi rica ederim. Bu soruları sizin yanıtlamanız ikna egzersizleri adına çok güçlü sorgulama olacaktır. Ayrıca saha egzersizleri de bulunmaktadır. Bunları da arkadaşlarınızla ortaklaşa yapabilirsiniz.

Değişime hoş geldiniz.

KİŞİSEL GELİŞİM

₺12,50

9 786055 831448

www.altinbilekyayinlari.com

facebook.com/altinbilekyayinlari
twitter.com/altinbilekyayinlari

