

6 univerzálních principů přesvědčování



6 univerzálních principů přesvědčování

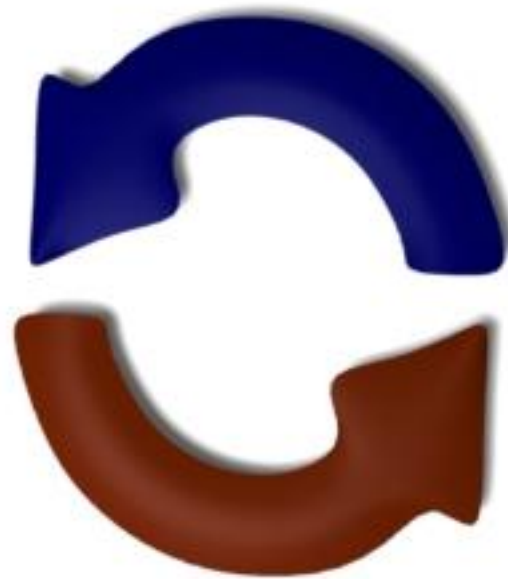
- Vzájemnost
- Důslednost
- Společenská platnost
- Oblíbenost
- Autorita
- Nedostatek

Princip reciprocity

aneb

Co nás může naučit Vlasta Burian

Vzájemnost



„Neptejte se,
mohou druzí udělat pro vás,
ale co vy můžete udělat pro druhé“



Vzájemnost

- Ochutnávky aneb vzorek zdarma



Experiment # 1



Experiment # 2

aneb

„Něco za něco“



Jaké dárky jsou nejvhodnější?



- Ne banální
- Osobní
- Neočekávané



Odkud potřeba vzájemnosti pramení?

- Vzájemnost je jedinečný adaptační mechanismus lidského rodu

Sumimasen ●

Obrigado

Hrozí pocit:

- Vnitřního nepohodlí
- Sociálního odsouzení

- Princíp reciprocity tak veľmi neplatí v blízkých a dlhotrvajúcich vzťahoch



Je laskavost jako chleba,
nebo jako víno?



Jak se ubránit manipulaci, která
využívá princip vzájemnosti?



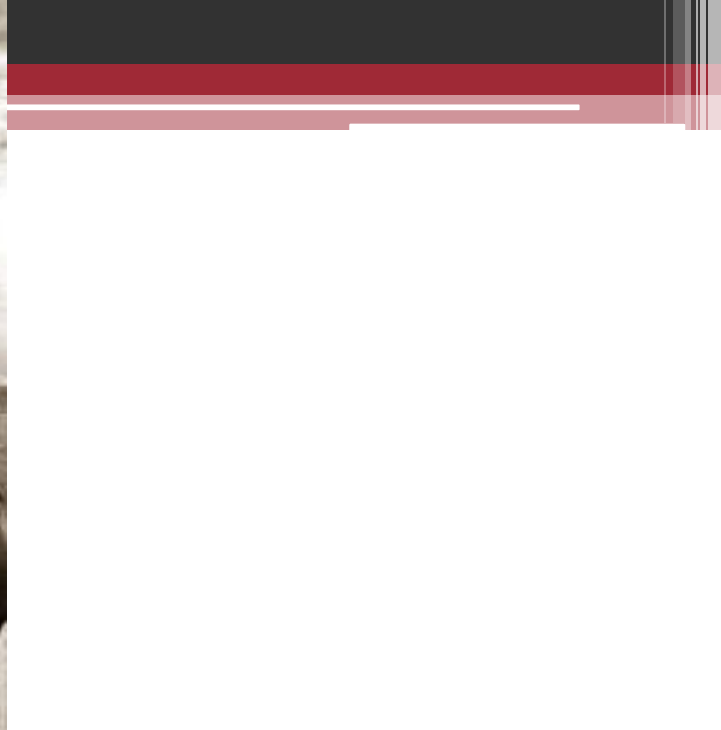
Důslednost

aneb

sliby se musí dodržovat





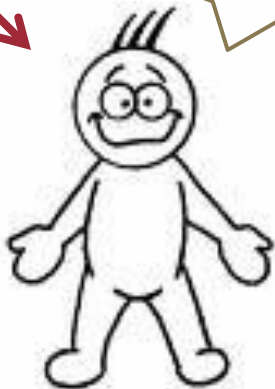




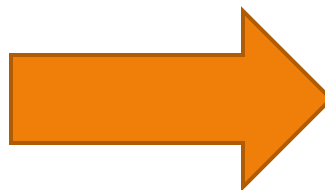
Bořek



Chci mít svaly



Po 4
měsících

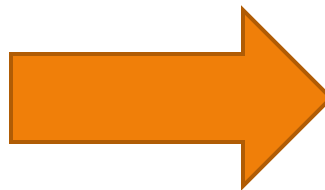
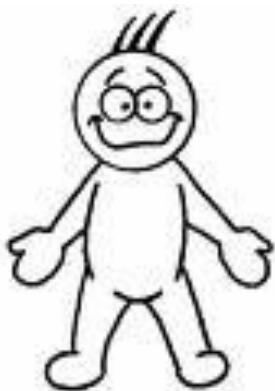


Jsem silný a
svalnatý



PLÁN

Aspoň žiju
zdravě



REALITA

KOGNITIVNÍ DISONANCE

- Naše nevědomá reakce na rozpory mezi našimi **kognicemi** (postoje, chování, znalosti, pocity) a **skutečným stavem věci**.



IQ tester

[Ukončit test](#)

Gratulujeme, úspěšně jste vyplnili náš IQ test!

Abyste se dozvěděli svou hodnotu IQ, stačí odeslat jednoduchou SMS zprávu. Následně obdržíte odpověď s jedinečným kódem, který zadáte do formulářového políčka níže.

Následně se vám zobrazí samotný výsledek testu.

Vyberte místo, kde se právě nacházíte:

- 1 Pošlete SMS s textem **DP** na číslo **9030999**
- 2 Vyčkejte na odpověď na váš telefon s kódem pro vyhodnocení
- 3 Obdržený kód vyplňte zde: a potvrďte tlačítkem níže:

[Vyhodnotit test](#)

Pro případ selhání techniky si prosím poznamenejte:
ID výsledku: BU5DENQZG

Výsledek

ID výsledku: BU5DENQZG

Přerušit a poslat na mail

Vaše emailová adresa

[Odeslat](#)

Helpdesk

helpdesk@iqtester.eu

(v případě kontaktu nám posílejte i vaše telefonní číslo)

Službu technicky zajišťuje agmo cz, s.r.o. Cena za 1 SMS je 99 Kč. Cena je konečná vč. DPH 19%. www.premiumservices.cz

Výrobci hraček nám teď prozradí proč je před Vánoci vždy nedostatek atraktivních hraček:

Úkol: Jak mít vysoký prodej během Vánoc a zároveň si ho udržet i po Vánocích?



Řešení: Vytvoř poptávku → Dodejte méně → Přinuť te rodiče koupit něco jiného → dodejte „slíbené“ hračky pozdeji



Technika “Noha ve dveřích”

Co na to věda?

Funguje to!

Hádanka:

Stejné skupiny... stejný požadavek...

... A přece ze skupiny #1 vyhovělo 17 % lidí a
ze skupiny #2 vyhovělo 76% lidí.

V čem je rozdíl?



Low-ball aneb co je již ilegální



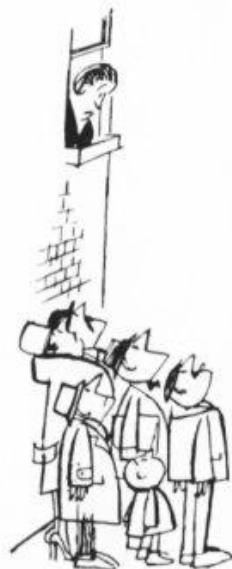
Jak se ubránit manipulaci, která využívá princip důslednosti?

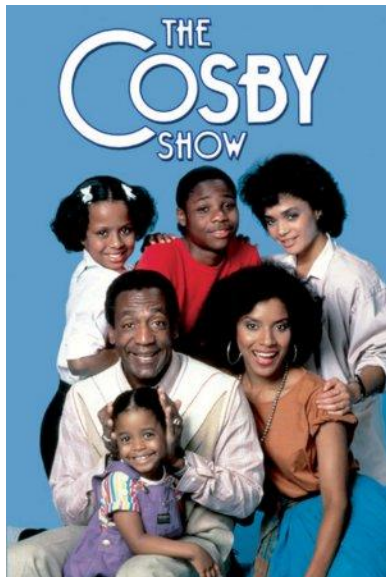
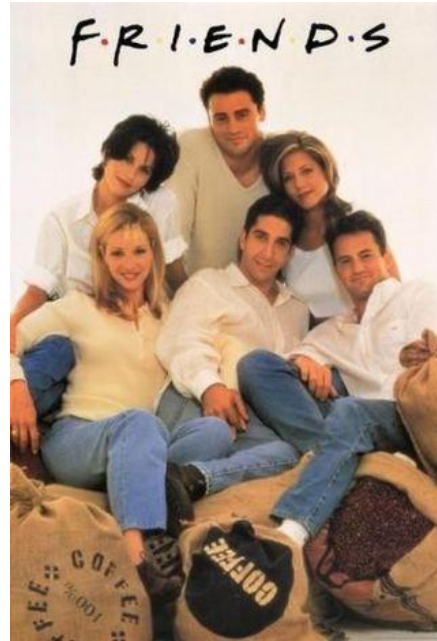




Think !

Společenská platnost





Princip společenské platnosti:

Praktické využití

- „Nejprodávanejší“
- „Jednička na trhu“
- 100 000 prodaných kopií
- Výpovědi spokojených zákazníků
- Čekání v řadě

Praktické využití

- Co je tady nesprávně?

„Mnoho turistů trhá chráněné kvetiny. Nedělejte to i vy!“

a zeleniny. Nejčastěji
místem nákupu jsou super-
markety a hypermarkety,
kde nejčastěji nakupují čtyři
pětiny respondentů. Násle-
dují specializované pro-
dejny typu ovoce zelenina
a na třetím místě jsou tr-

příčemž z lidí ve věku 30 až
50 jsou to téměř všichni.
Exotické plody patří již k ne-
dílné součásti našich ná-
kupů, na druhou stranu bio
ovoce a bio zelenina si své
spotřebitele zatím hledají,

kup ovoce a zeleniny. Roz-
hodně se však nedá mluvit
o klesajícím trendu, protože
drtivá většina, 83 %, pova-
žuje zeleninu a ovoce za ne-
dílnou součást svého jídel-
níčku.



2 - 3x do týdne
45%

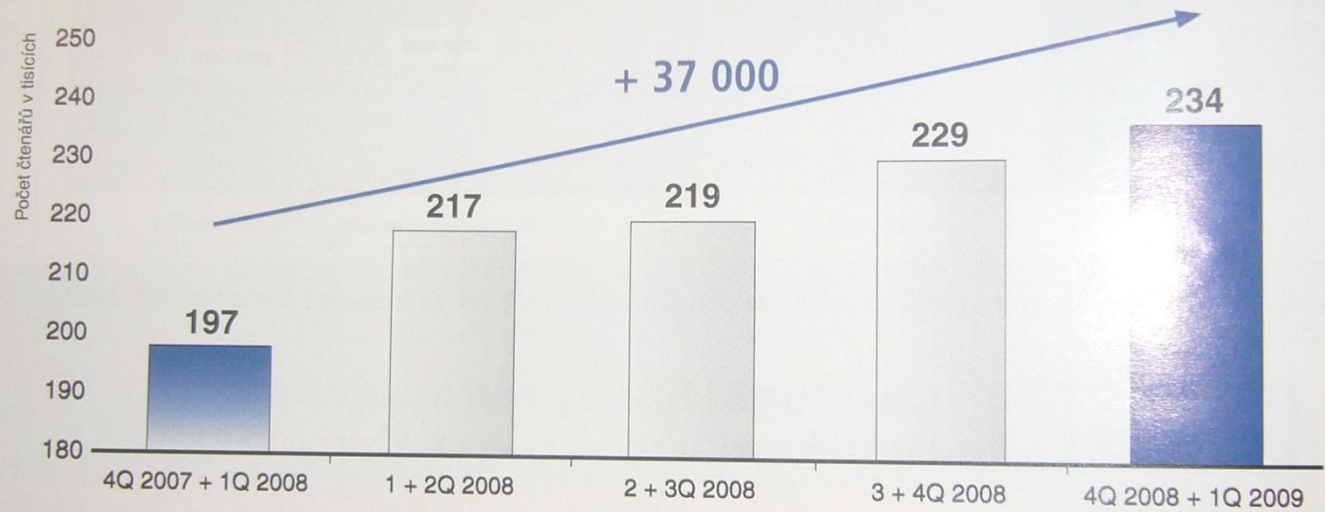
5 - 6x do týdne
28%

Snapshots je unikátní on-line systém k rychlému získávání aktuálních informací z trhu, které jsou zjišťovány na reprezentativním panelu internetové populace ČR na vzorku 575 lidí ve věku 15-69 let.

zdroj: GMD, Snapshots 2009

INZERCE

Další skok o 37 000 nových čtenářů!



Odhad čtenosti na vydání.
Zdroj: Media projekt 1.10.2007 – 31.3.2009,
Unie vydavatelů, GfK Praha, Median, SKMO, AKA

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY

Jak se ubránit manipulaci, která využívá princip společenské platnosti?

Není dav umělo vytvořen?



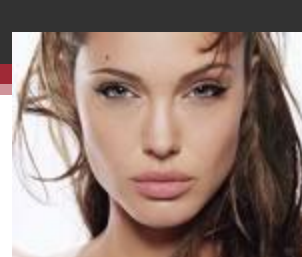
Nemůže se i dav mýlit?

Oblíbenost



Oblíbenost





Oblíbenost

!!! Fyzická atraktivita!!!

- Fyzicky atraktivní lidé jsou:
 - Více oblíbení
 - Dostávají lepší zamětnání
 - Mají větší společenský vliv
 - Mají vyšší sebevědomí
 - Ve škole mají lepší známky
 - Méně usvědčení u soudu
 - Vnímání jako více talentovaní, milí, upřímní, inteligentní a přesvědčiví

Faktory ovlivňující oblíbenost:

- **Fyzická atraktivita**
- **Blízkost**
- **Podobnost**
 - Oblečení, image, zájmy, demografie, názory, atd...
- **Příjemnost**
 - **Komplimenty**
- **Frekvence kontaktu**
- **Spolupráce**
 - **Dobrá policajt / zlý policajt**

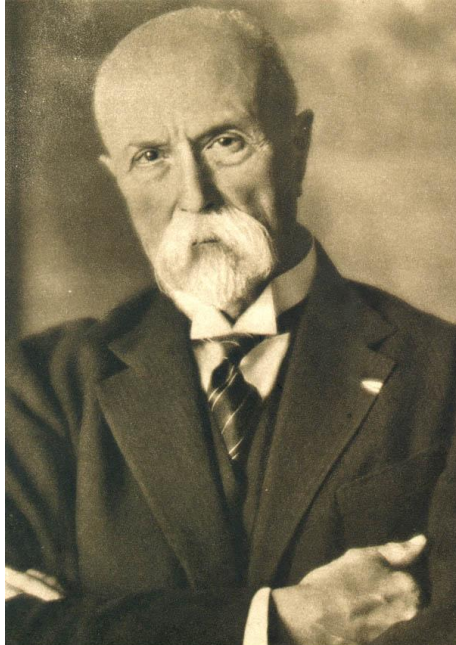
Jak se ubránit manipulaci, která využívá princip oblíbenosti?

Oddělte komunikátora od zprávy

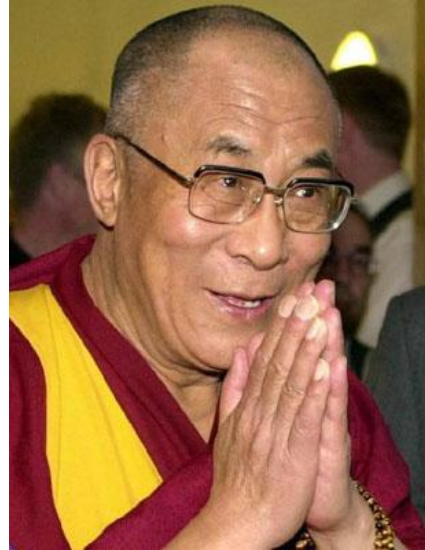


Neděláte to jenom proto, že máte danou osobu rád?

Autorita



T. G. Masaryk.

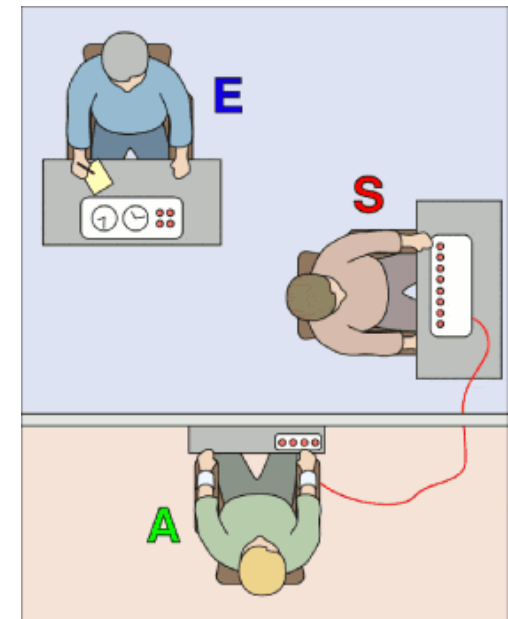


Autorita

- Stanley Milgram (1974)

Obedience to authority: Experimental view

<http://www.youtube.com/watch?v=7nS8PsbRUkM>



- **Doporučujem prečítať:**
<http://www.ocf.berkeley.edu/~wwu/psychology/compliance.shtml>

Milgram study - Obedience to Authority

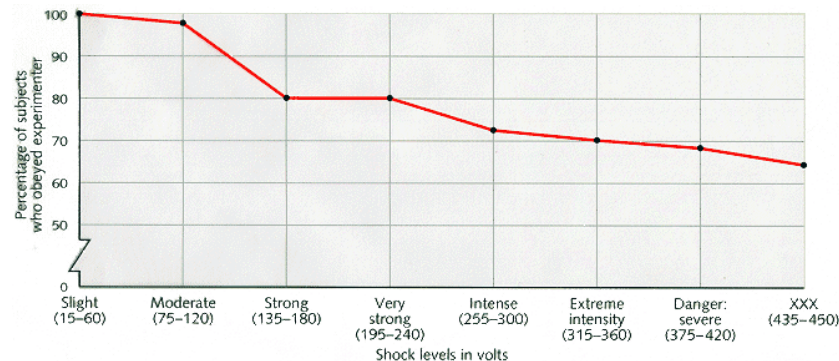


- Experiment investigates punishment in learning
- “Teacher” (subject) and “student” (confederate)
- Shocks 30V – 450V (by 15V). From slight shock to XXX
- In the case of subject’s unwillingness, the experimenter issued commands:
 - Please continue.
 - The experiment requires that you continue.
 - It is absolutely essential that you continue.
 - You have no other choice, you must go on.
- Student’s responses:
 - 75V – grunts
 - 120V - shouts in pain
 - 150V - says that he refuses to continue with this experiment
 - 300V - silence

Milgram study - Obedience to Authority



- Expected results:
 - 14 Yale senior psychology majors (3% - 450V)
 - Milgram's colleagues (hardly anyone will go beyond 240V)
- Actual results:
 - 26 out of 40 reached 450V



- *“I observed a mature and initially poised businessman enter the laboratory smiling and confident. Within 20 minutes he was reduced to a twitching, stuttering wreck, who was rapidly approaching a point of nervous collapse. He constantly pulled on his earlobe and twisted his hands. At one point he pushed his fist into his forehead and muttered: “Oh, God, let’s stop it.” And yet he continued to respond to every word of the experimenter and obeyed to the end.”*

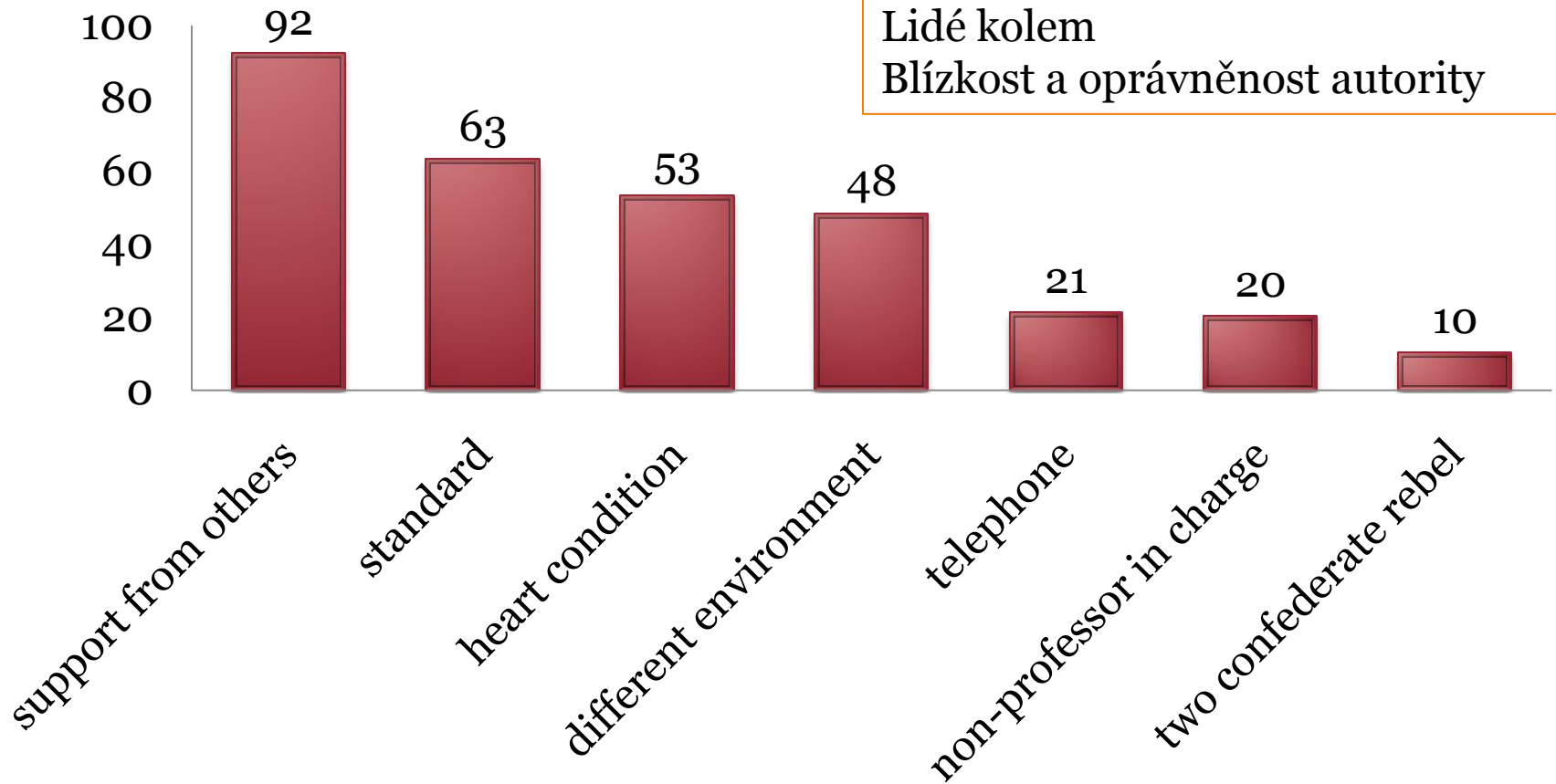
(Milgram, 1963, p. 377)

Situační faktory

Důležité:

Lidé kolem

Blízkost a oprávněnost autority



Milgram study - Obedience to Authority



- Replication of Milgram's study

<http://video.google.com/videoplay?docid=6110809571753386112>

- Ethical concerns

Jsme schopni mít kritický náhled na autoritu?

- Příklad ze života:

Right Ear → R Ear

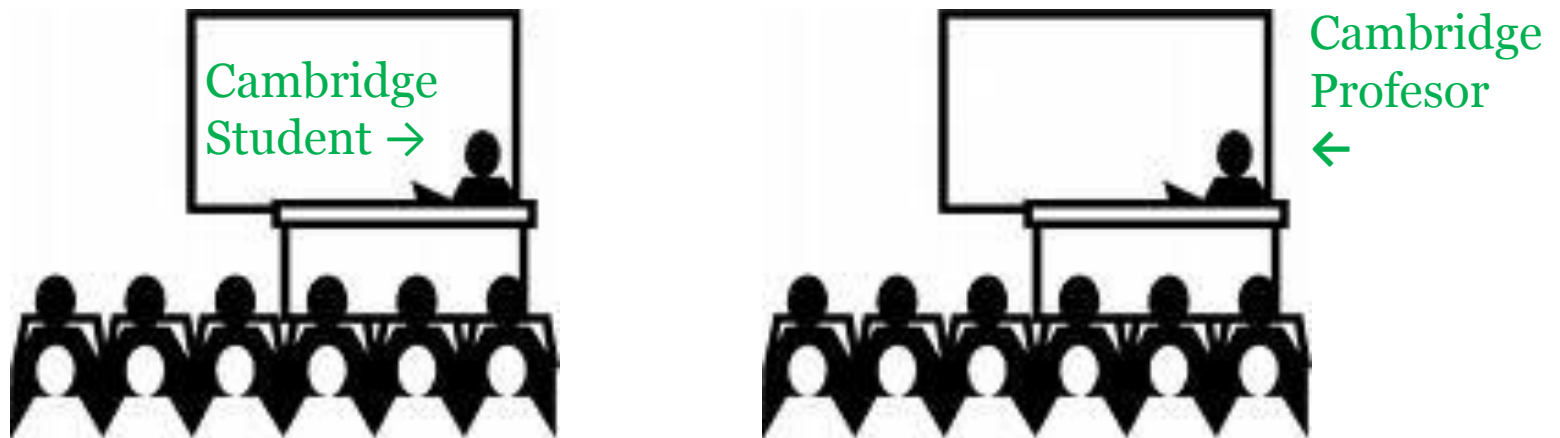


Symboly authority

- Tituly
- Oblečenie

Symbol authority - Tituly

- Prof., MUDr., vědec, manager, máma, atd...



“Profesor” byl vníman jako o 6.4cm vyšší než “student”



Symboly authority - oblečení



Jak se ubránit manipulaci, která využívá princip autority?

Pamatujme na to, jaká obrovská moc v *autorite* spočívá!



Je tahle autorita skutečně expertem?

Jak důvěryhodný je tento expert?

Nedostatek (scarcity)



- „ Akce končí za 2 dny!“
- „Poslední kus na skladě“
- „Prvních 10 zákazníků obdrží...“
- „Jedinečná nemovitost“
- „Slevy platí jen do 28. února!“
- „Jen 10 kusů na sklade!“
- „Limitovaná edice“





Candyblog





Dean-German-Grocery
GERMAN SPECIALTIES



OJEDINĚLOST aneb OMEZENÁ SVOBODA



Pokud je možnost naší svobodné volby omezená,
potřeba udržet si svobodu způsobí,
že danou věc chceme ještě víc

Psychological Reactance Theory (Brehm)

Radost nespočívá v zážitku objektu, ale v jeho
vlastnění

Jak se ubránit manipulaci, která využívá princip ojedinělosti?

Stop! Mysli!



Je avizovaná ojedinělost skutečná ojedinělost?

