

# LABORATORIUM KOMUNIKACJI



## SŁOWO >NIE< W KOMUNIKACJI

Słowa mają większą siłę, niż nie jeden rodzaj broni, narkotyk lub bogactwo. Słowa mogą być bronią, działać jak narkotyk i przynieść bogactwo.

Podstawowym narzędziem komunikacji międzyludzkiej jest właśnie mowa. W ten sposób ludzie przekazują sobie zdecydowaną większość informacji.

Ludzie nie tylko czytają i słuchają, ale też pamiętają i co ważniejsze podejmują działanie pod wpływem określonych słów.

Możesz słowami skutecznie wprowadzać lub utrzymywać osobę w trasie. Dzięki temu możesz podawać jej różne sugestie, wykorzystując odpowiednie konstrukcje językowe.

Używając wzorów językowych w sposób naturalny, łącznie z metaforą, zawierających sprzeczności, dwuznaczności i ukryte sugestie, możemy mieć dostęp do nieświadomego umysłu z większą łatwością.

Jedną z głównych metod wywierania wpływu jest wykorzystywanie słowa NIE.



ZOBACZ GOTOWE PRZYKŁADY ZDAŃ I SYTUACJI Z WYKORZYSTANIEM SŁOWA >NIE< W KOMUNIKACJI.

# WYWIERANIE WPŁYWU Z WYKORZYSTANIEM SŁOWA >NIE<



**Zobacz przykłady:**

## ZAPRZECZENIA

Nie będę sugerował, że to najlepsze rozwiązanie.  
Nigdy nie powiedziałbym ci, że musisz to zrobić.  
Nie myśl o szkoleniu, na którym właśnie jesteś.  
Nie myśl o tym, czego się nauczysz.  
Nie myśl, jak bardzo zmieni się twoje życie po szkoleniu, jak zaczniesz stosować te techniki.

**Podświadomość nie rozumie zaprzeczeń!**

## SABOTAŻ

Muszę ci coś powiedzieć, tylko się nie denerwuj ...  
Nie zapomnij kluczy.  
Nie zapomnij wpłacić pieniędzy na konto.  
Nie zapomnij przejrzeć oferty.  
Nie zapomnij nauczyć się tych zdań po naszym spotkaniu.  
Nie zgub kluczy.  
Nie zgub tej wizytówki.  
Proszę nie myśleć, że chce na panu zarobić  
Proszę nie myśleć, że chce na panu zrobić wrażenie.  
Nie garb się.  
Nie pal papierosów  
Nie patrz na mnie.  
Nie myśl, że mnie to wzrusza.  
Nie myśl teraz o sobie.  
Nie zastanawiaj się nad tym.

**Skutek tej komendy jest odwrotny do zamierzonego.**

## SUGESTIE

Tylko proszę, nie myśl, ile zyskasz, zapisując się na moje konsultacje.  
Nie myśl o tych wszystkich korzyściach, jakie będziesz miał, zapisując się na mój kurs.  
Proszę nie relaksuj się.  
Teraz nie myśl o tym, jak się czujesz, gdy spacerujesz po plaży.  
Spotkaliśmy się dzisiaj pierwszy raz i nie myślę, że chcesz teraz kupić mój produkt.  
Tylko nie myśl, że jestem jedyną osobą, która w najlepszy sposób pomoże Ci budować markę.  
Nie myśl o tym, jak możesz to wykorzystać w rozmowie z klientami.  
Nie myśl o tym, czego możesz się nauczyć na moich szkoleniach.  
Nie zastanawiaj się, ile przydatnych rzeczy możesz się ode mnie nauczyć.  
Nie myśl o tym przyjemnym odprężeniu, który narasta wraz z każdym twoim oddechem.  
Nie zwracaj uwagi, jak głęboki jest twój oddech...  
Nie musisz teraz jeszcze zwracać uwagi na to, który z moich produktów jest bardziej skuteczny.

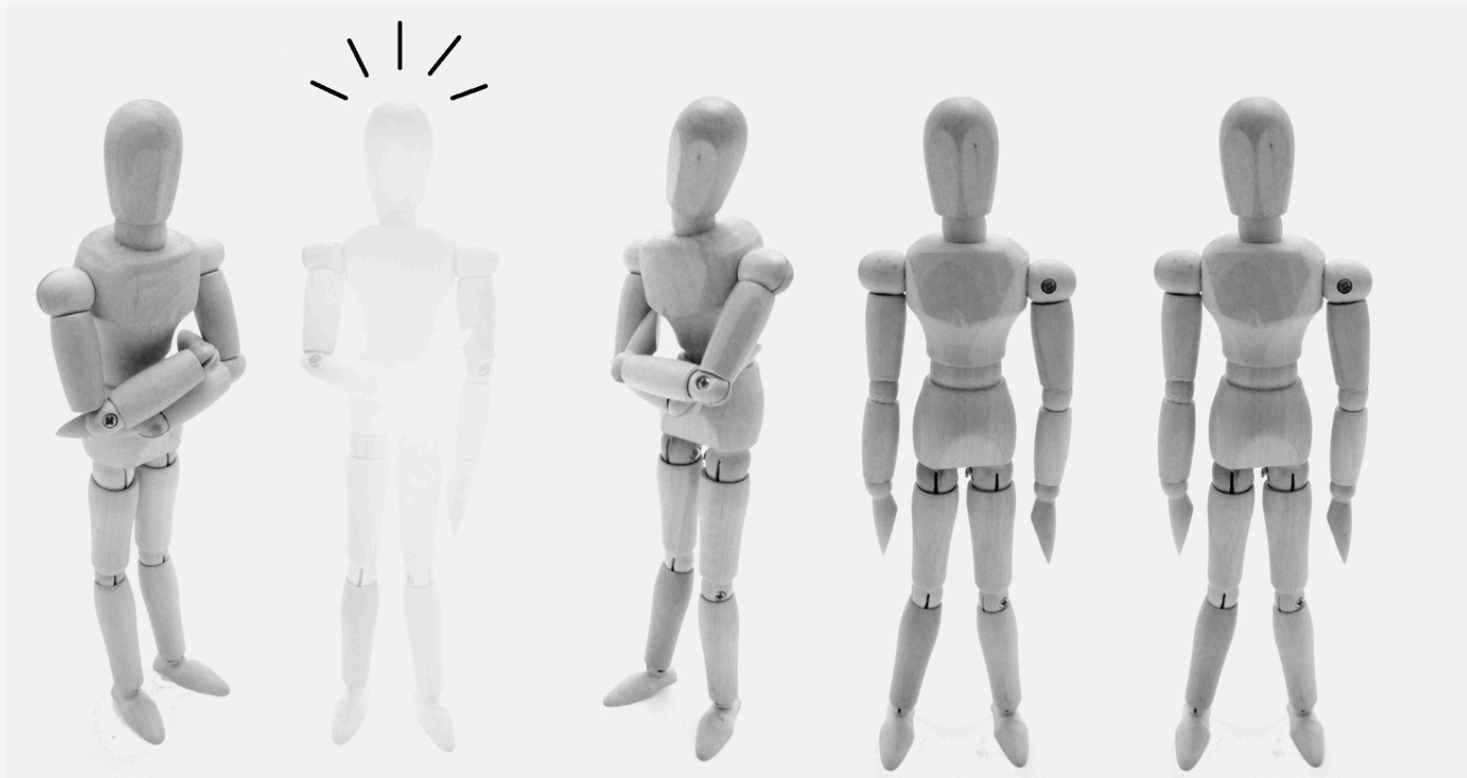
**NIE działa bardzo dobrze w połączeniu z poleceniami i sugestiami!**

## INFORMACJE

Zdanie typu: Dzisiaj nie jest sobota  
— jest wyłącznie stwierdzeniem faktu.

**Słowo NIE - nie powoduje żadnej perswazyjnej reakcji, podczas przekazywania informacji.**

# CZY WIESZ, JAK WPROWADZIĆ KLIENTA W NASTRÓJ KUPOWANIA?



Wszyscy wiemy, że nawet w trudnych czasach ludzie odwiedzają sklepy, oglądają reklamy, przeglądają strony zakupowe w Internecie, szukając informacji o produktach i usługach. Prawdziwą sztuką jest jednak prowadzenie takiej komunikacji, która sprawia, że klient dokonuje zakupu z radością, a cena przestaje być istotnym czynnikiem decyzyjnym.

Sekret stworzenia takiej oferty, prezentacji, ulotki, ogłoszenia lub strony www polega nie na odkryciu, jak to kiedyś uważano potrzeby, którą dany produkt lub usługa zaspokaja, lecz wywołaniu pragnienia, czyli chcenia, a nawet pożądanego danego produktu lub usługi, **przez odpowiednie sugestie**.

Zgodnie z najnowszym trendem mody, drogie zegarki, samochody, wakacje w odległych i egzotycznych krajach, najnowsze perfumy, odżywki, polisy ubezpieczeniowe są kupowane, ponieważ są chciane lub wręcz pożądane. To uczucia i emocje popychają ludzi do zakupu np. odżywki odchudzającej lub bardzo drogiej marynarki.

Podświadomość mówi: chce ładnie wyglądać, a świadomy umysł dorabia uzasadnienie, np. będę dzięki temu zdrowsza. Człowiek na moim stanowisku powinien mieć drugą marynarkę lub zegarek albo drogie pióro. Przypomnij sobie, jak sam nagle poczułeś, że musisz coś kupić, **zaprzeczając rzeczywistości**. Wejść w posiadanie tego czegoś, czego jeszcze wczoraj nie wiedziałeś, że to istnieje, a dziś musisz to mieć.

Jeśli dokonałeś takiego zakupu, to przypomnij sobie, jakie logiczne i racjonalne uzasadnienie wyprodukował Twój świadomy umysł, abyś mógł pozbyć się ostatnich zahamowań i kupić produkt, **dokonując autosabotażu**.

[CZYTAJ CAŁY ARTYKUŁ](#)