

Perswazja jest sztuką zysku – mówi Kevin Hogan, określany w USA „guru psychologii biznesu”

Czy widzisz różnice kulturowe między Polską a Ameryką w działaniu zasad perswazji?

Tak, w Polsce na pewno poziom zaufania jest niższy niż w Stanach Zjednoczonych, co w sposób naturalny wynika z waszej przeszłości. Zmierzacie ku społeczeństwu coraz bardziej ufnemu, ale ta zmiana oczywiście wymaga czasu. Zauważyłem też, że ludzie w waszym kraju bardzo się podporządkowują. Niewiele osób przejmuje prowadzenie rozmowy, czy przejmuje „zarządzanie” daną sytuacją. To jest bardzo miły i wygodny układ, ale nie daje szansy na rozwój. Osiągnięcie własnych celów to jedna z najlepszych rzeczy w życiu – móc powiedzieć: ja to osiągnąłem. Zrobiło to moje dziecko, zrobiła to moja matka, zrobiliśmy to razem. To ważna część życia, to właśnie tworzy naszą tożsamość. Ponadto, perswazja jest uważana w Polsce trochę za manipulację, znacznie bardziej niż w Stanach Zjednoczonych. W Ameryce to po prostu część codzienności, procesów negocjacji, to po prostu biznesowa codzienność.

Czy to może wynikać z faktu, że pojawiły się u nas piramidy finansowe, nie zawsze etyczne systemy sprzedaży sieciowych? Najlepsi w perswazji nie zawsze stosowali ją w dobrym celu. Jak to jest z tą etyką w przypadku perswazji?

Cóż, w psychologii perswazji trwa na ten temat debata, bo jeśli mamy narzędzia, to mamy broń. Powiedzmy, że mamy nóż – można go użyć do wycięcia nowotworu, ale tym samym nożem można kogoś zabić w ulicznej walce. Kluczowym słowem jest tu odpowiedzialność. Etyka polega na tym, żeby obie strony wychodziły z sytuacji zwycięsko, albo żeby nie dochodziło do niej wcale. Nie może być tak, że jedna strona wygrywa mało, a druga dużo. Perswazja jest sztuką osiągania zysku – rzetelnego i sprawiedliwego dla obu stron.

Jak zastosować najważniejsze zasady skutecznego przekonywania na rynku kapitałowym?

Po pierwsze wzajemność. Stosujemy ją na przykład wtedy, kiedy dajemy prezent albo wyświadczamy przysługę. Wtedy osoba obdarowana czuje się zobowiązana do odwzajemnienia przysługi. To dobra technika, bo budzi sympatię. Teraz na przykład mówimy klientowi tak: przygotujemy dla Państwa zindywidualizowany plan inwestycji, nie ubezpieczenie. To nie ma nic wspólnego z ubezpieczeniami, ja chciałbym Państwu pokazać, jak możecie korzystnie zainwestować swoje pieniądze, chociaż nie mam z tego żadnej

korzyści, chcę po prostu coś dla Państwa zrobić – to właśnie przykład omawianej techniki.

Po drugie przewidywalność. Przewidywalność przekłada się na silne przekonanie, że nie można się obejść bez ubezpieczenia na życie, zwłaszcza, jeśli mamy dzieci albo na przykład niepracującą żonę. Powinniśmy tworzyć wewnętrzne przekonanie, że ubezpieczenie, czy szerzej – inwestowanie jest tym działaniem, które przyniesie efekt.

Po trzecie dostosowanie. W Polsce niewiele osób dobrze zna zasady rynku kapitałowego, wie, jak to funkcjonuje. Technika dostosowania jeszcze nas nie dotyczy, będziemy dopiero musieli stworzyć jej przyszłe podstawy, tak, by aktywne myślenie o własnym bezpieczeństwie finansowym stało się oczywistością, czymś naturalnym.

Który z dziesięciu sposobów perswazji powinniśmy – my Polacy – nauczyć się stosować w pierwszej kolejności, byśmy mogli stać się bardziej konkurencyjni na rynku?

To bardzo dobre pytanie... i bardzo trudne pytanie. Chyba przewidywalność. Kiedy jesteśmy przyzwyczajeni do gwarantowanej płacy – 200 czy 500 dolarów miesięcznie – jakkolwiek byłaby czy jest ona marna – to musimy wierzyć, musimy mieć pewność, że kapitalizm w końcu będzie działał, że gospodarka rynkowa przyniesie owoce. Jeśli będziemy wierzyć w przyszłe korzyści, to będziemy więcej pracować, by te korzyści w przyszłości osiągnąć. Gdybym więc miał wybierać, to podkreślałbym rolę przewidywalności, tego wewnętrznego przekonania, pewności, że robimy to co należy, że zmierzamy we właściwym kierunku, i że w ostatecznym rozrachunku to się nam opłaci.

W Polsce mamy tylko 1 % populacji która aktywnie inwestuje – na giełdzie, w papiery wartościowe, w ubezpieczenia...

Tylko jeden procent? To okropne!

Tak. Tymczasem w Europie zachodniej do 20% ludzi aktywnie lokuje swoje pieniądze. W jaki sposób polski rynek finansowy może zachęcić ludzi do inwestowania?

Na wiele sposobów. Po pierwsze trzeba sprawić, by ludzie zobaczyli korzyści z inwestowania. Co ja z tego będę miał? Kiedy ktoś jest biedny, myśli, że jeśli zainwestuje pięć czy pięćdziesiąt dolarów miesięcznie w ubezpieczenie, w akcje, w fundusz - to jest to kiepski interes. Tymczasem będzie to jedyna rzecz jaką mają w życiu, której wartość będzie rosła bez ich wysiłku. Wszystko inne –

na przykład kiedy kupują samochód, który konsumuje paliwo; konsumują jedzenie itd. – wszystko inne po prostu znika. Więc rząd, firmy, doradcy finansowi muszą powiedzieć: „słuchaj, co ci zostało z pieniędzy, które zarobiłeś w zeszłym roku? Nie zostało nic, zero. Jeśli zainwestujesz, zostawiasz coś dla siebie.” W Ameryce, najpierw płacimy rządowi. Już zanim zobaczymy swoją pensję, podatek został odprowadzony. Nie wiele można z tym zrobić, ale z tym co zostało, możemy zrobić co chcemy – możemy powiedzieć: „zainwestuję to, bo to MOJE.” Ludzie mają do tego prawo. Większość ludzi uważa, że inwestowanie to jakaś kara: mówią: „o rety, nie mogę sobie pozwolić na inwestowanie.” Zawsze powtarzam: kiedy inwestujesz, chodzisz spać. Ale kiedy śpisz, twoje pieniądze nie śpią, pracują dla ciebie, dzień w dzień. Czy nie byłoby fajnie, żeby coraz więcej pieniędzy pracowało dla ciebie dzień w dzień, żebyś mógł dłużej spać?

Bardzo przekonujące, jako, że ludzie są z natury leniwi... A która z dziesięciu zasad perswazji polecał by Pan początkującym? Której najłatwiej się nauczyć, i która daje motywację do przyswajania kolejnych?

Wzajemność. Jeśli nasze możliwości finansowe są ograniczone i musimy nauczyć się tylko jednej umiejętności, wybierzmy wzajemność – bo można robić dla ludzi dobre i miłe rzeczy, które nic nie kosztują. Już w młodym wieku, w szkole, można zaoferować wiele różnych rzeczy, choćby przystrzyżenie trawnika, odgarnięcie śniegu... Wzajemność można praktykować – robienie różnych rzeczy dla innych wytwarza pozytywne postawy i wytwarza przyjazne otoczenie. Ludzie tego potrzebują, powinni to robić, to najlepsza zasada na początek.

Twoje książki są drogie na polskim rynku, najdroższe z tej dziedziny. Czy to praktyczne użycie zasady niedostępności?

Po pierwsze, dostaję naprawdę mało pieniędzy z praw autorskich. Po drugie, jeśli ktoś będzie praktykować to, co tam jest napisane, to jego życie będzie znacznie bogatsze i szczęśliwsze, bo czytelnik zrozumie koncepcję wartości i pomocy innym w poznaniu swoich wartości. Nawet jeśli ludzie nie zrobią olbrzymiej fortuny, to na pewno majątek, jaki na tej wiedzy zbudują przekroczy kwotę 20-25 dolarów. Ja osobiście wydaję jakieś 20% - czyli naprawdę znaczącą część moich dochodów na edukację różnego rodzaju: na książki, kasety video itd. Książki które kupuję często kosztują 80 dolarów i więcej, ale potrzebuję tych informacji, muszę być na bieżąco. Jeśli naprawdę chce się osiągnąć sukces – tam jest wszystko, tam jest prawdziwe życie, wszystkie te historie wydarzyły się naprawdę. To ile ta moja książka kosztuje? 100 złotych? 25 dolarów? Uważam, że to wysoka cena jak na Polskę, ale dlaczego jesteście

gotowi więcej zapłacić za obiad w restauracji, niż za wiedzę, która może ulepszyć wasze życie?

*Dziękujemy za rozmowę,
rozmawiali Małgorzata Klimczyk-Bryk, Marek Skala*