

Предисловие

Я никогда не забуду чувство глубокого удовлетворения, охватившее меня после того, как я завершил свою книгу *The Psychology of Persuasion: How to Persuade Others to Your Way of Thinking* (“Психология убеждения: как заставить других думать по-вашему”). Самый первый экземпляр этой книги, предназначенный для рецензирования, мы направили Роберту Чиалдини — признанному авторитету в науке влияния и автору книги *Influence: Science and Practice* (с этой работой я познакомился еще во время учебы в колледже).

Книга *The Psychology of Persuasion* изменила представления людей о том, что такое влияние. Именно в ней основные принципы влияния были впервые организованы в рабочую модель. Сегодня, десять лет спустя, издательство *John Wiley*

Эз Сонс предложило мне написать книгу, которая станет новым источником сведений о влиянии в сфере науки, бизнеса, предпринимательства и сбыта. Безусловно, эта задача показалась мне непростой. Поэтому вначале я решил просто переработать и дополнить книгу *The Psychology of Persuasion*.

Однако затем я решил проанализировать результаты соответствующих исследований, выполненных за последние десять лет. Они были посвящены некоторым из самых невероятных аспектов влияния и убеждения, и именно это вдохновило меня на создание книги «Наука влияния».

В работе над этой книгой я постарался собрать воедино сведения о фундаментальных элементах влияния и подать их в доступной для любого читателя форме. В этом-то и заключается «изюминка» данной книги, ведь отчеты о научных исследованиях, волнующие ученых, на «обыкновенного» читателя могут лишь нагнать сон. Моя задача заключалась в том, чтобы внимательно проанализировать результаты соответствующих исследований, проверить их, а затем описать их понятным языком, чтобы человек, прочитавший эту книгу, мог использовать полученные знания на практике.

Если бы я был специалистом по квантовой физике, то, наверное, написал бы книгу *Квантовая физика для детей*. Мне, в отличие от большинства авторов, нравится писать о сложных вещах простым и понятным языком. К сожалению (а может быть, к счастью?), я ничего не смыслю в квантовой физике.

Некоторые из сведений, приведенных в этой книге, я обнаружил совершенно случайно (я имею в виду данные о языке тела и взаимодействии человека и окружающей среды), другие я позаимствовал из научных статей. В этих статьях подробно излагаются результаты уникальных и впечатляющих исследований, выполненных учеными многих стран мира, однако не известных почти никому. Прежде

чем представить эту информацию на суд читателей, я опробовал ее на практике. Что же касается сомнительных сведений, а также результатов, не подтвержденных на практике... Я предпочитаю их не комментировать.

“Что нового в науке влияния, Кевин?” Люди регулярно задают мне этот вопрос. Что я могу ответить на это? В сфере сбыта, маркетинга, презентации и даже в медицине появилось так много нового и по-настоящему полезного, что первоначальный вариант этой книги содержал 1000 страниц (к сожалению, ее объем пришлось значительно сократить).

Прочтите эту книгу, и она откроет вам новые способы убеждения, которые раньше никто не использовал. Вы найдете здесь чрезвычайно полезные сведения о порядке презентации (что, когда, почему и в какой последовательности нужно говорить в ходе презентации). Теперь мы знаем точные ответы на вопросы, по поводу которых до 2002 года могли высказывать лишь предположения. Здесь вы найдете информацию о том, как следует поступать в случае, когда приходится иметь дело не с одним, а с несколькими товарами (или с несколькими версиями одного и того же товара или услуги). Вы испытаете настоящее потрясение от полученной информации и захотите изменить характер своего общения с друзьями и членами семьи.

Я расскажу и о том, как добиться *устойчивых* изменений в поведении других людей. Не скрывая, что эта задача трудна, я покажу вам, как ее осуществить. Вы хотите, чтобы этот человек надолго стал вашим клиентом? Нет проблем! Обещаю, что научу вас этому. Не верите? Посмотрим!

Вы убедитесь, что моя книга не похожа на обычные “учебные книги”. Я не пытаюсь важно надуть щеки и сыпать непонятными терминами. Вы увидите, что присущий мне стиль изложения имеет мало общего с тем, как пишут свои книги специалисты по маркетингу. Вы поймете, что я написал

эту книгу не для себя, а для вас, читатели. Я старался сделать каждое предложение осмысленным и предельно понятным даже для новичков в деле продаж. А что касается тех, кто привык читать книги, написанные мудреным языком (и от этого вырастал в собственных глазах), то я уверен: они увлекутся моей книгой до такой степени, что не смогут от нее оторваться.

Вы можете доверять всему, что прочитаете в этой книге. В какой бы сфере деятельности — сбыт, менеджмент, терапия и т.д. — вы ни пользовались почерпнутыми из нее сведениями, можете быть уверены, что все сказанное в ней — чистая правда.

Наконец, рассказывая о науке влияния, я непременно отмечу вклад исследователей, маркетологов и ученых. Мне нравится, когда меня благодарят за интересную идею или открытие, и я с удовольствием благодарю за то же самое других людей. Если вы заметите в этой книге какую-либо ошибку или что-либо такое, что необходимо изменить в следующем издании, дайте мне знать. Я постараюсь отблагодарить вас за затраченные усилия. Список литературы, помещенный в конце этой книги, обеспечит вас работой по меньшей мере на несколько лет вперед.

Эта книга, как мне представляется, должна произвести переворот в вашем сознании, а значит — изменить вашу жизнь. Будьте готовы к такому варианту развития событий. Удивляйтесь и восхищайтесь. Вы еще никогда не читали ничего подобного. Вам предстоит увлекательное чтение!

Кевин Хоган
Миннеаполис, штат Миннесота

Ждем ваших отзывов!

Вы, читатель этой книги, и есть главный ее критик и комментатор. Мы ценим ваше мнение и хотим знать, что было сделано нами правильно, что можно было сделать лучше и что еще вы хотели бы увидеть изданным нами. Нам интересно услышать и любые другие замечания, которые вам хотелось бы высказать в наш адрес.

Мы ждем ваших комментариев и надеемся на них. Вы можете прислать нам бумажное или электронное письмо либо просто посетить наш Web-сервер и оставить свои замечания там. Одним словом, любым удобным для вас способом дайте нам знать, нравится или нет вам эта книга, а также выскажите свое мнение о том, как сделать наши книги более интересными для вас.

Посылая письмо или сообщение, не забудьте указать название книги и ее авторов, а также ваш обратный адрес. Мы внимательно ознакомимся с вашим мнением и обязательно учтем его при отборе и подготовке к изданию последующих книг. Наши координаты:

E-mail: info@dialektika.com
WWW: <http://www.dialektika.com>

Информация для писем:

из России: 115419, Москва, а/я 783
из Украины: 03150, Киев, а/я 152