



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



تکنیک های مهم در متقاعد سازی مخاطب

۱- آگاهی و تجربه مشترک

مذاکره کننده موفق در نگاه اول لازم است همیشه، همه جا و از همه کس، کسب آگاهی کند. بی گمان این کسب آگاهی (که لازم است از طرق صحیح به دست آید) می تواند ما را در دستیابی به هدف، در ارضای نیازهای شخص و پاسخگویی به سوالات او، یاری کند.

آگاهی ها: نیاز مخاطب، تاریخچه و گذشته موضوع مورد مذاکره، برنامه و هدف مخاطب، سلايق و ویژگی های شخصیتی، آمال و آرزوهای او و ویژگی های محیطی، تجربه و فهم مشترک و پیدا کردن اشتراکات (چه یافتن اشتراکات و چه ساختن اشتراکات)

به عنوان مثال: شناخت نسل زد، سلايق و علايق آنها جهت جذب در حوزه

تکنیک های مهم در متقاعد سازی مخاطب

۲ - شکار فرصتها

مذاکره کننده موفق، در هر زمان و هر مکانی برای شکار فرصتها و استفاده از موقعیت ها آماده است. بهره گیری از موقعیت ها و شرایط مناسب در جهت شناسایی افراد، مذاکره با افراد، عضویت در گروه های اجتماعی و ارسال پیام های پذیرش حوزه یا محتواهای انگیزشی مانند مجموعه کلیپ های پذیرش <https://www.balagh.ir/content/17668>

Elevator pitch یکی از موضوعاتی است که در این زمینه مطرح شده، به مفهوم گیر انداختن در آسانسور است یعنی باید بتوانیم حتی در کمتر از ۳۰ ثانیه تا ۲ دقیقه با مخاطب ارتباط بگیریم و مذاکره اولیه را پیش ببریم و یا حداقل بتوانیم یک جلسه مذاکره خوب را درخواست نماییم.

آگاهی ها: آشنایی مختصر با مهارت های فن بیان و سخنوری

به عنوان مثال: شرکت در برنامه های مناسبی در مدارس، مساجد، حسینیه ها و ... که مخاطبین بسیار دارد.

تکنیک های مهم در متقاعد سازی مخاطب

۳- برخورد اول

برخورد اول و ارتباطی که در ۳ تا ۱۲ ثانیه اول بین مخاطبین ایجاد می شود، بسیار قدرتمند و تاثیرگذار است و ماندگاری زیادی دارد و اگر خوب مدیریت نشود، اصلاح و تغییر آن، زمان و انرژی زیادی لازم دارد.

آگاهی ها: آشنایی مختصر با تکنیک های زبان بدن

به عنوان مثال: لبخند زدن، کنترل روی رفتار، دست دادن به صورت اصولی، لباس مناسب، تاخیر نداشتن و

تکنیک های مهم در متقاعد سازی مخاطب

۴ - تمایز

در ارتباطات، وجه نادر و نقطه تمایز، اهمیت وافری دارد. بالتبع هرچیز که کمیاب است، مطلوب می شود و یکی از تکنیک های مهم در متقاعد سازی استفاده از این موضوع است که یا این مورد وجود دارد و ما باید به خوبی آن را اظهار کنیم، یا باید به شکلی مزیت رقابتی و کمیابی را ایجاد نماییم.

آگاهی ها: شناخت مزایای تحصیل در حوزه در مقابل نهادهای و موسسات دیگر مانند دانشگاه

به عنوان مثال: تحصیل رایگان، استفاده از فضای آموزشی و پژوهشی و فرهنگی حوزه، اشتغال در دستگاه های مختلف از جمله آموزش و پرورش - بسیج و ... ، بهره مندی از آموزش های متنوع با موضوعات مختلف و

تکنیک های مهم در متقاعد سازی مخاطب

۵ - تکنیک پل طلایی

این مفهوم که یک قانون خیلی قدیمی چینی است، می گوید اگر دشمن به شما حمله کرد و از پلی بر روی رودخانه ای گذشت، پل پشت سرش را خراب نکنید؛ چون وقتی دشمن بداند دیگر راه برگشتی ندارد، انرژی و تلاشش برای شکست دادن شما مضاعف خواهد شد. در عوض تلاش کنید پل پشت سرش را از طلا بسازید تا اگر خواست عقب نشینی کند، احساس کند که روی این پل طلایی، حتی عقب نشینی هم افتخار خواهد بود.

آگاهی ها: آشنایی مختصر با روانشناسی روابط

به عنوان مثال: امکان دارد در مذاکره شما متوجه شوید که او نسبت به حوزه ها دچار اشتباه شده یا تهمت ناروا می زند. ما اصلا حق نداریم طرف مقابلمان را ضایع کنیم. چرا که می خواهیم رابطه ام را با این فرد ادامه بدهیم. بلکه حتی موظف هستیم با استراتژی جدیدی مذاکره را دنبال نماییم، طرف مقابل در نهایت ممکن است به خواست ما با شرایط جدید تن بدهد و خطایش را به شیوه آبرومندانه ای بپوشاند و عقب نشینی کند. .
مطرح کردن، تنها در حالتی معنا پیدا می کند که تصمیم گرفته باشیم دیگر تحت هیچ شرایطی به دوستی و همکاری با آنان ادامه ندهیم.

تکنیک های مهم در متقاعد سازی مخاطب

۶. تشویق کردن و ابراز محبت

برای اقناع مخاطب، خوب است که با استفاده از تقویت کننده های کلامی مثل تصدیق و تایید و تحسین و حمایت، فرد را تشویق نماییم. ما می دانیم که انسانها ذاتا دوست دارند که تشویق شوند، تایید شوند و محبت ببینند. اگر محبت کردن ما صادقانه باشد و ظاهر سازی نباشد و به رخ کشیده نشود، تاثیر زیادی بر مخاطب می گذارد و ما با پیش قدم شدن در محبت کردن در اکثر اوقات (چه زود و چه دیر) جبران محبت را از سوی طرف مقابل خواهیم دید.

آگاهی ها: آشنایی مختصر با مهارت های فن بیان و زبان بدن

به عنوان مثال: استفاده از کلمات ((درست است))، ((بله))، ((صحیح است))، ((آفرین))، ((کاملا موافقم)) و یا توسعه کلام مخاطب و بسط آنها همراه با تقویت کننده های غیر کلامی مثل زبان بدن، ژست مناسب، لبخند زدن و تایید کردن با سر و ...

تکنیک های مهم در متقاعد سازی مخاطب

۷- سازگاری و ایجاد فضای مناسب

این نکته ای اساسی است که هرگونه ناسازگاری، تنش ایجاد می کند و تنش، متقاعد سازی را با مشکل مواجه می سازد. ایجاد سازگاری و همراهی فردی و اجتماعی و کلامی و رفتاری و حتی ایجاد فضای تطبیقی ناخودآگاه برای کسب سازگاری بیشتر، می تواند تنش را کم کرده و فضای تاثیرگذاری را بیش از پیش سازد.

آگاهی ها: آشنایی مختصر با مهارت های ارتباط مؤثر

به عنوان مثال: انتخاب روز مناسب، ساعت مناسب، مکان مناسب، رنگ بندی مناسب فضا، نور مناسب و پذیرایی مناسب و ...

تکنیک های مهم در متقاعد سازی مخاطب

۸ - تعهد اولیه

ایجاد تعهد اولیه در مخاطب به شکل های مختلف، فضای مذاکره را خودبخود به سمت اقناع پیش خواهد برد. اگر مخاطب به یکی از مزایا یا خدمات ما اعتراف کند، هر چند هم کوچک، این موضوع ما را به سمت جلو پیش خواهد برد. در کنار این شاه کلید، بهره گیری از نوعی تفاهم اولیه می تواند در ایجاد آن تعهد اولیه و اقناع بیشتر مخاطب، ما را یاری رساند.

آگاهی ها: آشنایی با فنون مذاکره

به عنوان مثال: پیش بردن مذاکره به نحوی که مخاطب اعتراف به مزایای حوزه داشته باشد.

تکنیک های مهم در متقاعد سازی مخاطب

۹- قدرت

همواره قدرت، تاثیرگذاری فراوانی روی رفتار و نگرش انسانها داشته است، لذا در مذاکرات و در بحث متقاعد سازی، طرفی که قدرت بیشتری داشته باشد، می تواند در بحث اقناع موفق تر عمل نماید. منشا قدرت می تواند هم موارد واقعی از جمله: ثروت، شهرت، تحصیلات، ارتباطات و اعتبار باشد و هم موارد ظاهری مثل لباس فرم، درجه و نشان، قد و قامت و...

آگاهی ها: شناخت ظرفیت های تأثیرگذار مدارس علمیه

به عنوان مثال: در بازدید دانش آموزان استفاده از استاد تراز حوزه جهت سخنرانی، استفاده از طلاب و مبلغین زبانندان

تکنیک های مهم در متقاعد سازی مخاطب

۱۰ - عضویت در گروه ها

انسانها همواره نیاز به هویت و نقش اجتماعی دارند که این موضوع با عضویت در گروه ها و کانال های حوزوی عملی می شود. عضویت در گروه هم می تواند قبل از مذاکره برای تاثیرگذاری و اعمال نفوذ مدنظر باشد و هم بعد از مذاکره و برای فراهم آوردن رضایت همیشگی و ایجاد حس دائمی تعلق.

آگاهی ها: آشنایی با فضای مجازی و شیوه های جذب مخاطب

به عنوان مثال: تشکیل گروه با نام سبک زندگی، مهارت های زندگی ، اخلاق عرفان و ...

تکنیک های مهم در متقاعد سازی مخاطب

۱۱- مدیریت حواس و احساسات مخاطب

لازم است ما بر حواس مخاطب مدیریت داشته باشیم و با ایجاد درگیری ذهنی برای او یا رفع درگیری های ذهنی وی، به نقطه مطلوب دست پیدا کنیم. ما می توانیم مثل شعبده بازها، حواس مخاطب را به موضوع دیگری جلب کنیم و امتیازات لازم را دریافت کنیم و یا با تمرکز بر جذابیت های مورد انتظار مخاطب، هم شخص را به ایده آتش برسانیم و هم خودمان به هدف مطلوب برسیم. نکته اینجاست که رعایت اخلاق در این موضوع نیز جایگاه ویژه ای دارد که باید بدان توجه نمود.

آگاهی ها: مطالعه کتب زندگینامه و کرامات روحانیون سلف، اشراف به سرگذشت زندگانی بانو امین و ...

به عنوان مثال: بهره گیری از آمار و ارقام، برانگیختن واکنش های احساسی، بیان سرگذشت ها و داستان ها

تکنیک های مهم در متقاعد سازی مخاطب

۱۲ - مدیریت نقاط ضعف

در وهله اول ما باید بر نقاط ضعف خود، آگاه باشیم و اجازه بهره برداری از این موضوع را به طرف مقابل ندهیم. چرا که اگر خودمان نقاط ضعف را برشماریم و آن را اعلام کنیم نشانه صداقت و یکرنگی است و به مخاطب این موضوع را القا می کند که ما خودمان نقاط ضعف را شناخته ایم، به آن فکر کرده ایم و در پی حل آن هستیم.

آگاهی ها: شناخت نقاط ضعف و قوت حوزه ها که در بیانیه رهبری معظم در یکصدمین سال تأسیس حوزات علمیه هم اشاره شده است.

به عنوان مثال: شناخت برخی ضعف ها در مدارس علمیه

تکنیک های مهم در متقاعد سازی مخاطب

۱۳ - دشمن مشترک

دشمن مشترک موجب همدلی، کم رنگ شدن اختلافات، کاهش تحلیل و نقد و تشکیل ((ما)) می شود. این دشمن مشترک می تواند رقیب ما، طرف قبلی مخاطب ما، و یا موارد انتزاعی مثل مشکلات اداری و تجاری و نوسانات نرخ و تورم و... نیز باشد.

آگاهی ها: آشنایی از مطالب اجتماعی، فرهنگی و سیاسی روز

به عنوان مثال: لزوم تقویت پایه های دینی جهت مقابله با استکبار جهانی ، کمرنگ بودن پوشش در فضای دانشگاه ها

تکنیک های مهم در متقاعد سازی مخاطب

۱۴ - مهارت گوش دادن

یک تکنیک مهم در متقاعد سازی، مهارت گوش دادن است. در این مسیر نیز لازم است ما اصول و قوانینی را رعایت کنیم تا اثرگذاری بیشتر و بهتری روی مخاطب داشته باشیم.

یک شنونده خوب، بدون پیش فرض است و سخنان هر شخص حتی اگر اشتباه است را به طور کامل رد نمی کند و به گوش دادن تظاهر نمی کند و واقعا گوش فرا می دهد .

آگاهی ها: آشنایی با مهارت های ارتباط مؤثر

به عنوان مثال: عدم غرق شدن در جزئیات ، کم ارزش نمودن سخنان مخاطب و رد نشدن از بخش های مهم گفتگو، قطع نکردن کلام مخاطب، سر حال و بانشاط ، عدم اشتیاق به موضوعات بیرونی و حاشیه ای اشتیاق و پاسخ به سوالات

تکنیک های مهم در متقاعد سازی مخاطب

۱۵ - تاثیر گذاری یا هیپنوتیزم کلامی

با این روش، صورت مسئله تغییر می کند و شخص مخاطب بدون این که متوجه شود به سمتی که ما می خواهیم حرکت کند. برای مثال می گوئیم قبل از ثبت نام در سایت، با کدام موافق مدرسه علمیه هستی؟ با این روش، ثبت نام در سایت، موضوع ثانویه تلقی شده و انتخاب مدرسه علمیه، به عنوان موضوع اصلی مطرح می شود!

آگاهی ها: آشنایی با فن بیان (فنون مذاکره)

به عنوان مثال: تلفظ صحیح و آهنگ کلمات، تلفظ صحیح آواها، قدرت مکث، تمرکز مناسب، خروج صدا از حنجره و افزایش دایره لغات، استفاده از ارقام و اعداد خاص، استفاده از سوالات به جا

تکنیک های مهم در متقاعد سازی مخاطب

۱۶- اتیکت

اتیکت، نوعی بسته بندی رفتار و برچسب وجودی ماست که به شکل تشریفاتی برای ارتباط با ما ظهور پیدا کرده و گرچه نوعی ژست است، اما باید در ظاهر و باطن یکی باشد، آزار دهنده نباشد و ما را به دیگران نزدیک کند.

آگاهی ها: آشنایی با مهارت های ارتباط مؤثر و مذاکره

به عنوان مثال: نوع خاص کلام و لحن، عدم لهجه خاص، نوع خاص پوشش و رفتار، بچ سینه (سجاق سینه و گل سینه)، قراردادن آرم یا نماد حوزه روی میز، لباس متحدالشکل پرسنل (در صورتی که موجود هست)، معرفی همه افراد حاضر در جلسه، بدرقه و احترام و تواضع و...

تکنیک های مهم در متقاعد سازی مخاطب

۱۷ – همراه شدن با روایت مخاطب

در اکثر مذاکرات، وقتی که هدف ما متقاعد سازی مخاطب است باید توجه کنیم که طرف مقابل به ما گوش می دهد تا با ما مخالفت کند و هدف او در وهله اول، متقاعد شدن و تسلیم شدن نیست. لذا یکی از راه های موثر در اقناع وی، این است که از ابتدا روایت خودمان را مطرح نکنیم.

آگاهی ها: آشنایی با تکنیک های ارائه بحث

به عنوان مثال: اول روایت دیگران را مطرح کنیم، سپس با روایت مخاطب بحث را جلو ببریم و در نهایت به سمت هدف خودمان، فضا را پیش ببریم.

تکنیک های مهم در متقاعد سازی مخاطب

۱۸ – فرار از دام تقابل

با وجود تمامی تکنیک های ذکر شده، ممکن است فضای مذاکره به سمتی برود که تقابل میان دو طرف ایجاد شود، بی گمان یکی از مهم ترین تکنیک ها در رابطه دو طرفه، فرار از این دام است که حتما اقناع و متقاعد سازی را با مشکل مواجه خواهد ساخت.

آگاهی ها: آشنایی با مهارت های ارتباط مؤثر

به عنوان مثال: تغییر تقابل ایجاد شده از طریق استفاده از تکنیک های مختلف مثل ریش سفیدی، عدم توجه به تقابل و نزاع، نگاه از زاویه ای دیگر، انجام یک شوخی و یا ارائه یک داستان و...

تکنیک های مهم در متقاعد سازی مخاطب

۱۹ - توجه به نیازها و انگیزه های مخاطب

لازم است که بدانیم و درک کنیم که چه انگیزه ای مخاطب ما را وادار به اتخاذ تصمیم می کند و از دیگر سو باید به طرف مقابل بفهمانیم که نگرش جدید چه نیازی از او را برآورده خواهد ساخت.

آگاهی ها: شناخت نیاز مخاطب، سلايق و ویژگی های شخصیتی

به عنوان مثال: نیازها در چه سطحی از نیازهای بیولوژیک، زیستی، جسمی، روانی، عدم رنج، دستیابی لذت و... طرف مقابل است

تکنیک های مهم در متقاعد سازی مخاطب

۲۰- اخلاق

لازم است در تمام موارد ذکر شده والاترین تکنیک یعنی اخلاق را فراموش نکنیم. اخلاق به ما کمک می کند تا بهتر از تکنیک های دیگر بهره مند شویم و اگر هم نتوانستیم تکنیک های دیگر را به خوبی رعایت کنیم، اخلاق مداری ما، موجب چشم پوشی طرف مقابل خواهد شد و فضای مذاکره به نحو مطلوب پیش خواهد رفت.

آگاهی ها: اشراف به این مطلب که شیوه های غیر اخلاقی و مذاکرات شیطانی و دروغ و خیانت و... که متأسفانه در برخی مقالات و نوشته ها و سمینارها به عنوان تکنیک های مذاکره و متقاعد کردن مخاطب از آنها یاد می شود، اگر هم از لحاظ ظاهری و کوتاه مدت مفید باشد، در بلند مدت و در متقاعد سازی مخاطب به طور عام، جایگاهی ندارد.