



# INVLOED

## zes geheimen van overtuigen

Robert Cialdini

2001 – 2007

Samenvatting door: Harry de Weerd ©

# Beïnvloeding kun je leren

- Zes basistechnieken om je ideeën (of producten) te verkopen
  1. Wederkerigheid
  2. Consistentie
  3. Het sociale bewijs
  4. Sympathie
  5. Autoriteit
  6. Schaarste
- Oude technieken gebaseerd op ons menselijk handelen en reageren op informatie en waarmee we de overvloed “filteren”
- We worden niet slimmer, alleen leren we om informatie sneller te verwerken → snelle reponse: “click-zoom”

# 1. Wederkerigheid

- Eerst geven en dan ontvangen
- Als ik iets doe voor jou, voel jij je aangetrokken om iets terug te doen
- Praktisch:
  - Voeg bij mailings iets toe (boek, cadeautje, ....)
  - Noem altijd eerst iets groots, waarop waarschijnlijk een “Nee” volgt, daarna iets kleins dat dan wel gekocht wordt
  - Begin bij grote veranderingen om de droom te verkopen
    - Verwacht dan het antwoord “dit kan niet”
    - Kom dan met een eerste kleine stap die je samen uit kunt voeren
    - Daarop komt bijna altijd een “Ja”

## 2. Consistentie

- Mensen willen graag consistent gedrag zien, dat maakt het makkelijker voor de hersenen
- Dingen die mensen eerder hebben gedaan of gezegd voelen vertrouwd en hieraan wil men graag vasthouden → commitment aan eigen gedrag
- Consistent zijn maakt een goede indruk en maakt beslissen gemakkelijker → je hoeft niet steeds opnieuw informatie te verwerken
- Praktisch:
  - Kun je mensen een eerste toezegging laten doen, dan willen ze daar graag aan vasthouden
  - Zou je mee willen werken aan dit plan als .... (JA)
  - Volgende week voorstel om mee te doen wordt bijna altijd met JA beantwoord

### 3. Het sociale bewijs

- Mensen kijken altijd naar wat anderen doen (peers, referenties) en op basis daarvan stemmen ze mede in of geven ze geld uit
  - Voorbeeld: betaald applaus in een concertzaal
- Exclusiviteit, er bij mogen horen, vinden mensen prettig
  - Afwijzing leidt tot simulatie van “fysieke pijn” in de hersenen
- Vooral in onduidelijke of onzekere situaties kijken mensen naar wat anderen doen
- Praktisch:
  - Creëer een groep mensen die aanzien geniet
  - Laat anderen het succes van hen zien

## 4. Sympathie

- Tegen mensen die we aardig vinden zeggen we graag “JA”
  - Vgl. Tupperware party
- Goed ogende mensen hebben altijd streepje voor en krijgen automatisch meer goede eigenschappen toegedicht
  - Misschien oneerlijk maar wel een werkelijkheid
- Praktisch:
  - Kleed je overeenkomstig je doelgroep
  - Lach – glimlachen maakt het gezicht zachter en vriendelijker
  - Praat over wat mensen leuk vinden (hun hobbies!)

## 5. Autoriteit

- Mensen zijn volgzaam aan autoriteit, iemand met veel zeggingskracht of titel op een onderwerp
  - hoogleraren, schrijvers, experts, succesvolle mensen, bestuurders, ministers
- Autoriteit = kennis en vertrouwen
- Praktisch:
  - Schrijf artikelen over de verandering die het bedrijf door dient te maken volgens jou
  - Huur een expert in op een onderwerp en verbind je eigen naam aan de bijeenkomst
  - Gebruik namen van bewezen autoriteiten op het onderwerp

## 6. Schaarste

- Dingen lijken waardevoller als ze schaars zijn
- Geef mensen het gevoel iets mis te lopen als ze niet snel er bij zijn
- Praktisch:
  - Bewust beperkte oplages maken (zie Competizion – 500 stuks)
  - Zeg mensen: “dit is wat je misloopt als je .....