



Stopa w drzwiach i inne techniki manipulacji

1. Stopa w drzwiach. Załóżmy, że chcesz pożyczyć od siostry 200 zł. Dzień wcześniej idziesz do siostry i prosisz o pożyczenie książki. Gdy przyjdiesz na następny dzień po pieniądze, siostra będzie bardziej skłonna do pomocy. Wsadziłeś jej wcześniej stopę w drzwi. Dlaczego to działa? Siostra pożyczając książkę zobaczyła siebie jako osobę życzliwą. Gdy przyszedłeś po pieniądze siostra nieświadomie chciała podtrzymać swój obraz osoby altruistycznej.
2. Przysługa za przysługę. Załóżmy, że będziesz chciał by sąsiadka wyprowadziła twojego psa podczas twojej nieobecności. Tydzień wcześniej pomagasz jej wnieść zakupy do mieszkania. Gdy poprosisz o wyprowadzenie psa, zadziała reguła wzajemności. Sąsiadce będzie głupio odmówić. Technikę przysługi za przysługę wykorzystują producenci kosmetyków. Rozdają darmowe próbki licząc później na to, że dzięki regule wzajemności kupisz właśnie ich towar.
3. Nieproszone ustępstwa. Chcesz pożyczyć od siostry 200 zł. Prosisz o 300 zł, po czym szybko zmieniasz zdanie i stwierdzasz, że tak naprawdę chodziło ci o 200 zł. Siostra doceni ustępstwo i poczuje ulgę, że to nie 300, a 200 zł.
4. Ukryte koszty. To ulubiona technika sprzedawców samochodów. Zmusza się kupującego do podjęcia decyzji kupna. Gdy klient ma już emocjonalny stosunek do auta informuje się go o tym, że potrzebny będzie mały remont i trzeba będzie dopłacić do klimatyzacji. Ukrywa się koszty ujawniając je wtedy, gdy manipulowany jest zaangażowany emocjonalnie.
5. Znikająca przynęta. To technika bardzo podobna do ukrytych kosztów. Wciąga się do działania manipulowanego, np. w sklepie oferując kupującemu przynętę w postaci promocji. Kupujący przyciągnięty promocją kupuje towar. Nieważne, że jest on gorszej jakości, albo kończy się jego termin ważności. Wytworzone jest już zaangażowanie emocjonalne. O przynęcie już dawno niepamiętany. Towar zostaje kupiony.
6. Społeczny dowód słuszności. Ta technika opiera się na prawdzie, że ludzie uważają za słuszne i racjonalne dokładnie to, co inni ludzie. Np. w reklamach mówią nam „ten proszek kupuje 90% kobiet” i wydaje nam się, że być może i my powinniśmy. Ten mechanizm jest bardzo podobny do konformizmu. Skoro inni uważają coś za słuszne to musi to być słuszne.

Miejsce na Twoją reklamę
info: reklama@lykwiedzy.pl