

13 חוקי השכנוע

ויש בטח עוד כמה..

אליהו מילר

Coach4Coach

בית צמיחה למאמנים

052-6557731

imun@017.net.il

www.coach4coach.org.il

בהשראת רוזין רוזנבלום

**חוקי השכנוע נועדו להגדיל את יכולת השכנוע:
אדם את רעהו, איש המכירות את הלקוח, המפקד את
חייליו, המנהיג את האומה.
שימוש נבון בהם בוחן מהו הקושי של הצד השני ועל פיו
מתאים את החוק הנכון להפעלה.**

1. חוק הראייה לעתיד

תפקיד החוק הוא לגרום ללקוח לדמיין איך ייראו חייו אם

יקבל את ההצעה.

למשל, מכירת הרזייה עם תמונת הלפני ואחרי. למשל,

מכירת דירה ע"י תמונת הדמייה נפלאה. חוק שכנוע זה

מזמין להעלות את הפתרון בדמיון ובדרך זו לשכנע.

2. חוק המוגבלות

מתפקידו של חוק זה לייצר תחושה שיש מוגבלות בכמות

או בזמן להספקת המוצר.

למשל, הודעה ש"מספר המוצרים למכירה מוגבל". למשל,

"תאריך ההרשמה עומד להסתיים".

ההגבלה יוצרת באופן אוטומטי תחושת דחיפות. חוק זה

אפקטיבי מול התנגדות שמבוססת על הטיעון של "לא

עכשיו".

3. חוק "ההוכחה החברתית"

חוק זה יופעל מול התנגדות של הלקוח, כאשר הלקוח "לא מאמין". הוא רוצה לדעת שהוא "לא שפן נסיון", "לא פרייר". למשל, הוא יעדיף בית קפה עסוק מול בית קפה ריק, כי "אם כולם בוחרים אותו, אז גם לו זה מתאים".

כולנו מבקשים להחשב שייכים לקבוצת שייכות מסויימת,
בדרך כלל כזו שנתפסת על ידינו כ"יותר גבוהה".
חוק זה מכוון אותנו להשתכנע כאשר אנו סבורים
שהחלטה תיחשב לנכונה על-ידי קבוצת השייכות שלנו.
למשל, אם כולם רוכבים על אופניים, אהיה גם אני רוכב,
אפילו ארכוש את המותג שלדעתי יוערך ע"י הקבוצה.

5. חוק ה"אילנות הגבוהים"

איזכור מישהו "נחשב", כזה שכותבים עליו בעיתון ורבים מבקשים להידמות לו, עשוי להיות נקודת מפנה בשכנוע. למשל, מי יכול להישאר שווה-נפש אם בחנות בגדים תאמר לו המוכרת ש"הזוג מכנסיים שאתה מודד בדיוק אתמול שלמה ארצי קנה שניים"??

6. חוק החסכון בזמן או הכאב-ראש

הלקוח קצר סבלנות ורוצה סיפוק מיידי. "כאן ועכשיו!".
הוא רוצה לקצר תהליכים. תפקיד המוכר לשכנע ש"המוצר
יחסוך ללקוח המון".
למשל, אדריכלית עשויה להציע ללקוח קיצור תהליכי
בנייה כי היא "תתרוצץ בשבילו", "תקל עליו", "תעבוד
בשבילו" ובכך תקצר לו זמן.

החוק מופעל באמצעות הפתרון המוצע מול חלופות. לא
מול מתחרים.

ההשוואה יכולה להיות, למשל, איך יהיה בשבילך "לעשות
את הפרוייקט איתי" מול "לעשות לבד", או "להסתייע
בחומרים ברשת" או להסתייע בבעל מקצוע מתחום אחר.

כל אחד מעדיף לא להיות "שפן ניסוי" אלא ללכת בדרך שבה כבר צעדו אחרים לפניו ושלא "ילמדו עלי להתגלח".
למשל: אם קבלן יציע בחירה בין נגרות אלומיניום או עץ, יש סיכוי שנבחר באלומיניום אם יזכיר, גם אם זה לא נכון, ש"90% מהאנשים בוחרים היום באלומיניום.."

קיימת התנייה פסיכולוגית מוכרת לפיה כשמישהו עושה עבורנו משהו, אנו חשים חובה להשיב באותו ערך. למשל, איש מכירות נותן בתחילת פגישה מתנה, ובכך יוצר באופן בלתי מודע מחוייבות לסגירת עסקה אצל הצד השני.

זה הרציונל בלתת מוצר מתנה בתחילת מסלול המכירה.

זה גם הרציונל בלתת הרצאת מבוא בחינם.

10. חוק "לא נעים"

חוק זה הוא בן-דוד קרוב של חוק ההדדיות, על פיו כאשר מישהו עושה עבורנו מאמץ, איננו מרגישים נוח להשיב פניו ריקם. חוק זה יוצר יתרון למי שמגיע לפגישה ממרחק רב אצל האחר, "לא נעים לענות סתם לא", ובעל המקום יחפש דרך בכל זאת לתת משהו, למשל "אקח ממך כמה דוגמאות של המשחת שיניים..". חוק זה עצמו עשוי ליצור יתרון למי שדייק לפגישה. המאחר עשוי לחוש רצון, אפילו באופן לא מודע, לפצות את המדייק בתשובתו.

11. חוק האחריות (הבטחון)

הלקוח אינו רוצה להסתכן. במקרים רבים גם אין ביכולתו לדעת מספיק כדי להשתכנע. איך למשל יידע על איכותו של מיקרו-גל חדש בשוק שאיש טרם קנה ויוכל לתת חוות-דעת..? הפתרון טמון באמירה "האחריות עלי..!". ולעמוד מאחריה כאשר נוצר הצורך. האמירה משדרת ללקוח שהוא מוזמן לנסות ואם לא יהיה מרוצה אינו חייב להמשיך.

12. חוק הייחודיות

הלקוח רוצה להרגיש שהוא מיוחד בכלל, ובטח בשבילך. הוא רוצה להיות בטוח שאינו עוד אחד בתוך הרשימה הארוכה של הלקוחות. לפיכך עליו לשמוע ממך שהוא שייך ל"מעגל הלקוחות הפרטיים" שלך. לא פחות. הוא כבר יבין בעצמו שרק מי שנמצא במעגל זה מקבל את היחס האישי שלך. הוא מבין שהוא נכנס ל"מעגל הלקוחות הפרטיים" שלך, וזה בעל ערך עבורו..!". הוא זוכה לקבל את מספר הטלפון שלך בבית, הזמנה להרים לך טלפון בכל עת... יש לך רעיונות נוספים?

13. חוק "בסוף, הכל זה רק מלים..."

למלה הנאמרת, כמוה כמילה הכתובה, יש כוח רב.

היכולת למצוא את המלה המדויקת, זו שמזמינה אותך פנימה במקום להשאירך בחוץ, עשויה להיות ההבדל בין הצלחה וכשלון. חבר שעסק בתיווך נדל"ן גילה לי שיום אחד, מבלי לשנות את עיסוקו, במקום להציג עצמו כ"מתווך נדל"ן" התחיל לומר שהוא עוסק ב"שיווק דירות מעל מחירי השוק" ומאז כל חייו השתנו. כמו שנאמר, בסוף הכל זה רק מלים...

השימוש בכל סוג שכנוע נכון ומתאים לנסיבות מסויימות.
אמן השכנוע יצליח במשימתו כאשר יכיר בעל פה את
החוקים ויידע כיצד והיכן להשתמש בכל אחד מהם.