

EERST EVEN DIT...

'He who does not know how to deceive, does not know how to rule.'

Rafael Trujillo

Als je anderen van jouw mening, idee of plan wilt overtuigen, stuit je vaak op weerstand en blijkt men niet altijd open te staan voor jouw goed door-dachte en rationele argumenten. Gelukkig heb je dan nog een heel scala aan beïnvloedingstechnieken tot je beschikking, zonder dat je onmiddellijk een honkbalknuppel uit je kofferbak hoeft te halen. Want het is heel goed mogelijk om iemand te beïnvloeden zonder dat hij of zij dat in de gaten heeft. De technieken in dit boek zijn wetenschappelijk onderzocht en dus bewezen effectief. Als je ze allemaal toepast, ben je ongetwijfeld binnen de kortste keren iedereen de baas.

De vraag is echter of je dat op deze manier wel wilt. De grens tussen maatschappelijk geaccepteerde beïnvloeding en manipulatie is namelijk heel dun. Iedereen vindt het normaal als je op je werk tegen iemand zegt: 'Als jij me even helpt bij deze klus, dan regel ik dat je vanmiddag eerder naar huis kunt.' Maar wanneer je zaken verkeerd voorstelt, negatieve effecten van een beslissing niet noemt of gebruikmaakt van iemands angst om een baan of geld te verliezen, dan ben je aan het manipuleren en niet goed bezig.

Voor dit boek ben ik op de stoel van de manipulator gaan zitten en heb ik de grenzen van onbewuste beïnvloeding opgezocht. De technieken die ik beschrijf, werken, zo kan ik je verzekeren, want ze worden in de praktijk allemaal gebruikt. Als je een aantal ervan ook zelf wilt gebruiken, is het de kunst om te bepalen wanneer en bij wie je ze toepast. Het maakt bijvoorbeeld veel verschil of je onder-

handelt met een onplezierige leverancier die altijd het onderste uit de kan wil halen of in gesprek bent met een goed presterende medewerker die graag meer salaris wil. In beide gevallen wil je niet te veel betalen. Bij wie van de twee zet je een stap verder als het gaat om onbewuste beïnvloeding?

Bedenk altijd dat je niet alleen eerlijk en integer moet zijn, maar ook zacht als het kan en hard als het moet. En of je de technieken in dit boek nu toepast of niet, je moet ze in elk geval kennen, want je loopt elke dag het risico dat een ander jou manipuleert...

WAT VOOR VALKUILEN ZIJN ER IN IEDERS BREIN?

‘Sprookjesland is niets anders dan het zonnige land van het gezond verstand.’

G.K. Chesterton

Ergens halverwege de vijfhonderd miljoen jaar evolutie die we achter de rug hebben, ontstond er bij onze voorgangers boven aan het ruggenmerg een verdikking, die zich ontwikkelde tot wat we nu de hersenstam noemen. Die regelt de hartslag, de ademhaling, het bewegingsgeheugen en andere zaken die we daardoor niet meer bewust hoeven aan te sturen. Vervolgens ontstond er het begin van een brein dat veel lijkt op wat reptielen nu hebben. Het wordt in de wandeling dan ook vaak ‘reptielenbrein’ genoemd en het verbergt onze pri-

mitiefste instincten. Die worden ook wel onze vier V's genoemd: de beginletters van vreten, vechten, vluchten en voortplanten. Pas in laatste instantie ontstond gedurende dat lange evolutieproces in ons brein de neocortex, waardoor we taal kunnen gebruiken, informatie kunnen verwerken en rationeel kunnen denken.

De evolutionair gezien oudere delen van onze hersenen zijn nog altijd dominant en soms is dat maar goed ook. Als je in het oerwoud een gevaarlijk roofdier tegenkomt, heb je nu eenmaal niet de tijd om rationeel met jezelf te overleggen, om je af te vragen of het nu verstandiger is om in die ene of in die andere boom te klimmen. Wegwezen, waarheen dan ook, zegt je instinct op zo'n moment. Nog altijd denkt iedereen op twee manieren: een deel van onze hersenen werkt intuïtief, automatisch en snel, en het andere deel vraagt een mentale inspanning en concentratie. *Fast thinking* en *slow thinking*

noemt Nobelprijswinnaar en emeritus hoogleraar psychologie Daniel Kahneman dat.

Als je mensen wilt laten doen wat jij wilt en als je hen de beslissingen wilt laten nemen die jou goed uitkomen, dan moet je hen vooral verleiden om dat oudste deel van de hersenen het werk te laten doen. Het jongere deel van het brein moet je niet te veel te laten nadenken, wil jij je zin krijgen. Dat oude gedeelte werkt met een aantal vuistregels die de bezitter van het brein niet altijd een optimaal resultaat opleveren. Laat ik dat met een voorbeeld proberen duidelijk te maken: je rijdt van A naar B met een snelheid van 100 km per uur en terug van B naar A met een snelheid van 50 km per uur. Wat is je gemiddelde snelheid?

Het meest gegeven antwoord op deze vraag is 75 km per uur en dat is fout. Als je er wat langer over nadenkt, weet je waarom en ontdek je dat je

gemiddelde snelheid toch wat lager ligt dan die eerder gedachte 75 km per uur.

In het oudere deel van de hersenen zitten verder ook alle vooroordelen die iemand in de loop van de tijd heeft opgeslagen. Het is heel handig als je weet hoe je van deze weeffouten in iemands brein gebruik kunt maken – of als je leert hoe andere mensen er gebruik van maken.



WAAROM WEEGT JOUW MENING ZWAARDER?

Iedereen heeft een mening, jij ook. Maar we kunnen ervan uitgaan dat jouw mening weloverwogen is, dat je bovendien hebt nagedacht over de vraag hoe bepaalde zaken op jouw terrein zich verder zouden moeten ontwikkelen. Je hebt een visie en we mogen die visie vermoedelijk zelfs een inspirerend toekomstbeeld noemen.

Nu blijkt het in de praktijk alleen heel moeilijk te zijn om de toekomst te voorspellen; dat lukt nie-

mand echt goed. Zo heeft – op een enkele uitzondering na – geen enkele econoom de laatste financiële crisis zien aankomen. Financieel deskundigen – van beursanalisten tot fondsmanagers – zijn nu eenmaal niet zo goed als je zou verwachten. Er is geen enkel wetenschappelijk bewijs dat fondsen die professioneel worden gemanaged het beter doen dan een willekeurig gekozen groep aandelen. Maar ook andere deskundigen bakken er niets van. Prof. Philip Tetlock van de universiteit van Berkley analyseerde 82.000 voorspellingen die 280 professionele experts in de loop van twintig jaar deden. Ze presteerden slechter dan het toeval zou hebben gedaan en hadden in minder dan een derde van de gevallen enigszins gelijk. Het ging hierbij zowel om kenners van politieke ontwikkelingen die in het algemeen een goed beeld van onze samenleving hebben, als om deskundigen met een specifieke kennis van deelterreinen.

Kortom, als je het helemaal mis hebt met je visie op de toekomst, dan bevind je je in goed gezelschap. Dat wil niet zeggen dat je je toehoorders niet zou kunnen overtuigen: bij voorspellingen komt het meer aan op de presentatie dan op de inhoud.

Zo helpt het als je een autoriteit bent, hetzij als ervaringsdeskundige, hetzij als iemand die zich breed heeft georiënteerd op uiteenlopende maatschappelijke ontwikkelingen. Mensen luisteren naar je omdat je iets te vertellen hebt, maar mensen luisteren vooral naar je omdat je autoriteit hebt. Die kun je hebben door je functie, maar ook andere zaken dragen daar onmiskenbaar aan bij. Een titel is bijvoorbeeld heel belangrijk en als je jezelf niet mr., dr. of prof. mag noemen, moet je daarin wat creatiever zijn. Een titel als 'oprichter' of 'medeoprichter' van een firma of organisatie helpt ook, al is het maar van je eigen bedrijfje. Robert Cialdini, de man die uitgebreid studie heeft gemaakt van manieren

om mensen doeltreffend te beïnvloeden, stelt dat we ons veel meer laten leiden door iemands titel dan door zijn persoonlijkheid of karakter. Kleding is bovendien van groot belang: een goed maatpak doet wonderen, en de meeste mensen hebben ook een ingeprent respect voor uniformen. Daarnaast kijken we op tegen mensen die dure auto's of juwelen hebben als teken dat ze het gemaakt hebben. Er is een leuk experiment gedaan in de omgeving van San Francisco Bay met automobilisten die deden alsof ze niet in de gaten hadden dat het stoplicht groen werd. De achterliggers gebruiken dan meestal hun claxon om hun voorganger op zijn feilen te wijzen, maar het experiment toonde aan dat dit sneller gebeurde als de voorste auto een middenklasser was dan wanneer het een luxe, dure auto was.

Het is ongelooflijk hoe gevoelig mensen voor autoriteit zijn. Dat werd aangetoond in het inmid-

HOE KRIJG JE ALTIJD GELIJK?

49 psychologische inzichten

(die je misschien toch maar niet moet gebruiken...)

Als feiten en argumenten niet meer werken heb je zwaarder geschut nodig om anderen te overtuigen. Dit boek bevat de 49 beste psychologische inzichten om met subtiele manipulatie zaken naar je hand te zetten. Mensen gaan doen wat jij wilt, en ze zullen je er zelfs om roemen.

Hoe geef je mensen de illusie dat ze controle hebben? Hoe creëer je de schijn van objectiviteit? Hoe maak je gebruik van de onbetrouwbaarheid van ons geheugen? Hoe zet je cijfers naar je hand? Hoe maak je gebruik van ieders angst voor verlies?

Aan de hand van sociaalpsychologisch onderzoek laat Leo Pot zien dat je altijd je zin kunt krijgen, dankzij de weeffouten in het brein van de mensen om je heen. Aan jou de keuze om hier gebruik van te maken. Of niet...

Leo Pot schreef eerder de bestseller **Hoe pak je een oen zijn poen**, over de psychologie van overtuigen in marketing en sales. Lezers schreven:

'Kort en krachtig, een must-read!'

'Compact en interessant!'

'Leerzaam en leuk geschreven!'

'Heel vreselijk nuttig!'

'Een echte eye-opener!'

