

Psychologia wywierania wpływu

Szkolenie z zakresu **psychologii wywierania wpływu** koncentruje się na naukowym podejściu do wpływu społecznego, perswazji i komunikacji. Uczestnicy dowiedzą się, jak skutecznie wpływać na innych w sposób etyczny, rozpoznając mechanizmy i techniki wykorzystywane w komunikacji. Kurs jest idealnym wyborem dla osób pracujących w sprzedaży, negocjacjach i zarządzaniu.



Odbiorcy szkolenia

Szkolenie jest skierowane do liderów, menedżerów, specjalistów ds. sprzedaży, negocjatorów, coachów i wszystkich osób, które chcą efektywnie wpływać na innych, w tym w kontekście biznesowym. Idealne dla osób pracujących z klientami i zespołami, gdzie umiejętność perswazji i komunikacji ma kluczowe znaczenie.



Korzyści

- Zwiększenie skuteczności działań sprzedażowych i negocjacyjnych dzięki lepszemu rozumieniu psychologii wpływu.
- Rozwój umiejętności komunikacyjnych, w tym mowy ciała i wykorzystywania słów w sposób perswazyjny.
- Nabycie umiejętności wykorzystywania zasad perswazji i komunikacji, które mogą zwiększyć efektywność negocjacji.
- Zdolność obrony przed manipulacją i manipulowanie w sposób etyczny w celach zawodowych.
- Lepsze rozumienie motywacji innych osób, co pozwala na bardziej trafne reagowanie w różnych sytuacjach biznesowych.



Program szkolenia

1. Podstawy wpływu społecznego

- Różnice między wpływem a manipulacją
- System szybki i wolny myślenia
- Błędy poznawcze i heurystyki
- Zrozumienie drugiej strony
- Reguły wpływu wg Cialdiniego

2. Techniki perswazji i komunikacji

- Prawa perswazji Hogana
- Mowa ciała w komunikacji
- Sekwencyjne techniki wpływu (niska piłka, stopa w drzwiach)
- Obrona przed manipulacją
- Wykorzystanie technik w sprzedaży

3. Struktury komunikacyjne

- „Persuasive Selling Format”
- Komunikacja pośrednia i bezpośrednia
- Budowanie argumentacji logicznej i emocjonalnej
- Rozmowa Sokratyczna i o konsekwencjach
- Przekonywanie pytaniami

4. Język perswazji i przeramowanie

- Presupozycje, implikacje, łączniki w języku
- Techniki przeramowania
- Hipnotyczne narzędzia językowe
- Wpływ narracji na decyzje klienta
- Praktyczne ćwiczenia z perswazji



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane.



Czas trwania

2 dni / 12 godzin

Język

Język – polski

Materiały – polski