

LEIL LOWNDES

**DOGADAJ
SIĘ
Z KAŻDYM**

Poznaj

92 TRIKI

mistrzów budowania
dobrych relacji

onepress

Tytuł oryginału: How to Talk to Anyone: 92 Little Tricks for Big Success in Relationships

Tłumaczenie: Barbara Leonardi

ISBN: 978-83-289-1996-9

Copyright © 2003 by Leil Lowndes

All rights reserved.

All trademarks are trademarks of their respective owners.

Polish edition copyright © 2025 by Helion S.A.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from the Publisher.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz wydawca dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz wydawca nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

<https://onepress.pl/user/opinie/dogsie>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

Helion S.A.

ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice

tel. 32 230 98 63

e-mail: onepress@onepress.pl

WWW: <https://onepress.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Printed in Poland.

- Kup książkę
- Poleć książkę
- Oceń książkę

- Księgarnia internetowa
- Lubię to! » Nasza społeczność



Spis treści

Wprowadzenie 11

Część I. Jak bez słowa zaintrygować każdego 17

1. Jak w cudowny sposób odmienić swój uśmiech 21
2. Jak wykorzystać oczy, aby wyglądać na osobę inteligentną i wnikliwą 25
3. Jak za pomocą spojrzenia sprawić, by ktoś się w Tobie zakochał 30
4. Jak w każdych okolicznościach wyjść na Wielkiego Zwycięzcę 32
5. Jak podbijać serca, apelując do „wewnętrznego dziecka” 35
6. Jak sprawić, żeby każdy od razu poczuł się jak Twój dobry znajomy 40
7. Jak zawsze wyglądać na osobę w 100% wiarygodną 44
8. Jak czytać ludzi, jakby się miało nadprzyrodzone zdolności 48
9. Jak sprawić, żeby nic Cię nie wybiło z rytmu 52

Część II. Skąd wiedzieć, co powiedzieć po słowie „cześć” 55

10. Jak rozpocząć świetny small talk 59
11. Jak wyjść na osobę z super osobowością (niezależnie od tego, o czym mówisz!) 62
12. Jak sprawić, żeby inni rozpoczynali z Tobą rozmowę 66
13. Jak poznać te osoby, które Ty chcesz poznać 68
14. Jak wcisnąć się do zamkniętego kręgu 69
15. Jak sprawić, żeby „skąd jesteś?” brzmiało ekscytująco 71

16. Jak zawsze wyjść na zwycięzcę, gdy pytają „czym się zajmujesz?”	76
17. Jak przedstawiać ludzi niczym profesjonalista	78
18. Jak reanimować dogorywającą rozmowę	80
19. Jak podyktować rozmówcom swój preferowany temat	83
20. Co zrobić, żeby już nigdy się nie zastanawiać, co teraz powiedzieć	85
21. Jak sprawić, żeby inni radośnie gawędzili (i móc się w każdej chwili wymknąć!)	88
22. Jak sprawiać wrażenie osoby pozytywnej	92
23. Jak mieć zawsze coś ciekawego do powiedzenia	94

Część III. Jak przemawiać niczym VIP

24. Skąd wiedzieć, czym zajmują się inni (bez pytania!)	99
25. Skąd wiedzieć, co powiedzieć, gdy spytają „a czym ty się zajmujesz?”	102
26. Jak sprawiać wrażenie osoby jeszcze bardziej inteligentnej	107
27. Jak nie zdradzać podekscytowania (niech sami odkryją, że jesteście do siebie podobni)	110
28. Jak wzbudzać szacunek i uwagę za pomocą zaimka „ty”	113
29. Jak wszystkich przekonać, że nie uśmiechasz się do byle kogo	117
30. Jak nie wyjść na głupka	120
31. Jak wykorzystać metody mówców motywacyjnych i ulepszyć swoje umiejętności konwersacyjne	121
32. Jak żartować niczym grube ryby (wielcy zwycięzcy nazywają rzeczy po imieniu)	126
33. Jak uniknąć najgorszego nawyku konwersacyjnego ...	128
34. Jak przekazać złe wieści (i nie stracić niczyjej sympatii)	130
35. Co powiedzieć, kiedy nie chcesz odpowiedzieć (i pragniesz, żeby ktoś się odczepił)	132
36. Jak rozmawiać z celebrytą	134
37. Jak sprawić, żeby chcieli Ci dziękować	137

Część IV. Jak wniknąć do każdego towarzystwa139

38. Jak być współczesnym człowiekiem renesansu 141
39. Jak sprawiać wrażenie, że wiesz wszystko
o czyjejs pracy lub o hobby 145
40. Jak odkryć gorące tematy (podstawy rozmów
z fachowcami) 149
41. Jak po cichu dowiedzieć się czegoś o życiu innych ... 152
42. Jak rozmawiać za granicą 155
43. Jak ich przekonać, by dali cenę jak dla osoby
z branży 158

**Część V. Jak sprawiać wrażenie, że Ty i rozmówcy
to dwie krople wody163**

44. Jak sprawić, żeby uznali, że należysz
do tej samej „kasty” 165
45. Jak sprawić, żeby poczuli, że jesteście jak „rodzina” 168
46. Jak im to *odpowiednio* wyjaśnić 173
47. Jak sprawić, żeby czuli, że ich słuchasz
(bez powtarzania „tak”, „aha”, „mhm”) 176
48. Jak sprawić, żeby byli przekonani, że dokładnie
tak samo widzisz/słyszysz/czujesz 178
49. Jak sprawiać, żeby myśleli „my” (zamiast „ja” i „ty”) 182
50. Jak zacieśnić więzy za pomocą żartu sytuacyjnego 185

**Część VI. Jak odróżnić potęgę pochwały
od głupoty pochlebstw189**

51. Jak prawić komplementy (i nie wyjść na lizusa) 191
52. Jak zostać „gołębiem pocztowym” przekazującym
pozytywne emocje 193
53. Jak sprawić, żeby myśleli, że słowa podziwu
tylko Ci się wymsknęły 195
54. Jak podbijać serca, działając pod przykrywką 197
55. Jak sprawić, żeby dzięki zabójczemu
komplementowi na zawsze Cię zapamiętali 199

56. Jak za pomocą drobiazgów wywoływać uśmiechy na twarzach	202
57. Jak chwalić z doskonałym wyczuciem czasu	205
58. Jak sprawić, żeby chcieli prawić komplementy <i>Tobie</i> ...	207
59. Jak sprawić, żeby ukochana osoba czuła, że to związek na całe życie	210

Część VII. Jak połączyć się bezpośrednio z ich sercem213

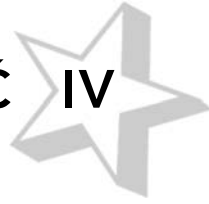
60. Jak przez telefon wydawać się bardziej pozytywną osobą	215
61. Jak sprawiać wrażenie, że jest się blisko (nawet jeśli dzielą Was setki kilometrów)	217
62. Jak sprawić, żeby się cieszyli, że zadzwonili do Ciebie	219
63. Jak ominąć cerbera stojącego na straży	223
64. Jak przez telefon uzyskać od Grubych Ryb to, czego się chce	225
65. Jak zdobyć to, czego się chce – z uwzględnieniem czasu!	227
66. Jak zrobić wrażenie wiadomością na automatycznej sekretarce	230
67. Jak sprawić, żeby oddzwaniali	233
68. Jak sprawić, żeby cerber myślał, że Ty i VIP to najlepsi kumple	235
69. Jak sprawić, żeby chwalili Twoją wrażliwość	237
70. Jak przez telefon słuchać między wierszami	239

Część VIII. Jak rozegrać przyjęcie w stylu polityka zabiegającego o poparcie243

71. Jak uniknąć najczęstszej wpadki	247
72. Jak zrobić niezapomniane wejście	249
73. Jak poznać tych, których Ty chcesz poznać	251
74. Jak podczas rozmaitych zgromadzeń przyciągnąć do siebie ludzi	254
75. Jak sprawić, żeby poczuli się jak gwiazdy filmowe ...	257
76. Jak zadziwiać tym, co się zapamiętało	260
77. Jak sprzedawać dzięki wytrzeszczaniu gał	262

Część IX. Najbardziej podstępny szklany sufit	267
78. Jak zdobyć sympatię, ignorując cudze wpadki	269
79. Jak podbić serce, kiedy głos się łamie	272
80. Jak informować innych, co będą z tego mieli	274
81. Jak sprawić, żeby <i>chcieli</i> wyświadczyć Ci przysługę	277
82. Jak prosić o przysługę (i ją otrzymać!)	279
83. Skąd wiedzieć, o czym <i>nie</i> wspominać na przyjęciu	281
84. Skąd wiedzieć, o czym <i>nie</i> wspominać przy posiłku	284
85. Skąd wiedzieć, o czym <i>nie</i> wspominać podczas przypadkowego spotkania	286
86. Jak ich przygotować, by Cię wysłuchali	288
87. Jak wyciszyć złość (za pomocą maksymalnie trzech zdań)	291
88. Jak sprawić, żeby Cię lubili (nawet kiedy nawalisz)	294
89. Jak z klasą zastawić na kogoś sidła	296
90. Jak od pracowników obsługi dostać to, czego się chce	299
91. Jak w grupie być liderem, a nie naśladowcą	302
92. Jak wykonywać tylko właściwe ruchy	304
 Źródła	 309
O autorce	312

CZĘŚĆ IV



JAK WNIKNAĆ DO KAŻDEGO TOWARZYSTWA

O czym oni rozmawiają?

Przytrafiło Ci się to kiedyś? Wszyscy na przyjęciu mówią jakimś dziwnym językiem. Omawiają nieprawidłowości ujawnione w audytach, ograniczenia kodu lub spadający poziom czytelnictwa, a Ty nie masz pojęcia, o co chodzi. Okazuje się, że wokół są sami księgowi, programiści i wydawcy, Ty natomiast zajmujesz się czymś innym.

Stoisz więc ze sztucznym uśmiechem przyklejonym do twarzy i nie otwierasz ust. Boisz się, że powiesz coś nie na miejscu. Dopada Cię paranoja. Przecież każdy Cię wyśmieje. Nie należysz do tego grona. Cierpisz zatem w milczeniu.

W szkole średniej zaliczyłam syndrom wykluczonego milczka, dokuczał mi zwłaszcza w męskim towarzystwie. Chłopcy chcieli gadać tylko o samochodach, a ja zupełnie się na tym nie znałam. Jedyne „salon”, w jakim kiedykolwiek byłam, to solarium.

Pewnego pięknego dnia mama wróciła do domu z prezentem, który odmienił moje życie — z nieśmiałego stało się towarzyskie. Była to książka

o współczesnych autach, która omawiała, czym się różnią na zewnątrz i pod maską. Jedno czytanie i biegle orientowałam się w fordach, chevroletach i buickach. Już nie dostawałam ataków paniki, gdy jakiś chłopiec mówił „gaźnik”, „alternator”, „rozrząd”, „rura wydechowa”. Nie musiałam się dużo uczyć, tylko tyle, żeby zadać właściwe pytanie i pozwolić chłopakom gadać. Kiedy nauczyłam się z nimi rozmawiać po „samochodowemu”, moje życie towarzyskie zmieniło się jak za dotknięciem czarodziejskiej różdżki.

Przejdźmy do czasów obecnych. Dorosli chłopcy i dorosłe dziewczęta także mają swoje ulubione tematy, które zazwyczaj wiążą się z pracą lub zainteresowaniami. Kiedy jesteśmy wśród osób, które podzielają nasze zainteresowania, gadamy jak najęci (języki rozwiązują się nawet inżynierom, którzy paplają wtedy o ociekających smarem turbinach). Dla osób niewtajemniczonych brzmi to jak bełkot, lecz rozmawiający dobrze wiedzą, o co chodzi. To nasz własny pracozargon lub hobbyzargon.

Boisz się, że na przyjęciu trafisz na grupę pasjonatów squasha, a jesteś osobą, która raczej unika kortu? Nie panikuj, jeśli z ust rozmówców padną takie słowa jak „lobowanie” czy „serwis”. Co z tego, że squash to dla Ciebie odmiana dyni. Potrzebujesz jedynie kilku technik, które zaraz opiszę.

Wędkarze zarzucają przynętę, żeby ryby brały, a Ty musisz zadać odpowiednie pytania, żeby ludzie się przed Tobą otworzyli. Rada Dale’a Carnegiego „okaż innym szczere zainteresowanie, a zaczną mówić” sprawdza się tylko do pewnego stopnia. Jak mawiają pokerzyści, „do otwarcia potrzeba co najmniej waletów”. Natomiast do rozmowy potrzebna jest co najmniej pobieżna wiedza na dany temat, bo tylko wtedy rozmówcy się przed Tobą naprawdę otworzą. Żeby sprawiać wrażenie osoby godnej rozmowy, musisz okazać ciekawość podszytą wiedzą.

W tej części książki zbadamy techniki, które pełnią rolę polecenia „sezamie, otwórz się” i sprawią, że każdy będzie z Tobą rozmawiał jak z osobą wtajemniczoną.



Jak być współczesnym człowiekiem renesansu

Za każdym razem ostrzegam znajomych, którzy się wybierają do Nowego Jorku, gdzie mieszkam, następującymi słowami:

- Pamiętajcie, żeby nie pytać o drogę ludzi w metrze.
- Bo nas okradną? — pytają przerażeni.
- Nie, bo nigdy nie dotrzecie tam, gdzie się wybieracie!

Większość osób, które poruszają się po Nowym Jorku metrem, zna tylko dwie stacje: tę, na której wsiadają, i tę, na której wysiadają. Nie znają reszty sieci. W kwestii zainteresowań i hobby większość ludzi przypomina pasażerów nowojorskiego metra: znają się na tym, co sami robią w czasie wolnym, natomiast zainteresowania innych są dla nich jak stacje metra, z których nie korzystają.

Moja niezamężna (wbrew swej woli) przyjaciółka Rita to ciężki przypadek miłości do kręgli. W każdą środę wieczorem gra do upadłego z przyjaciółmi. Zawsze opowiada o wynikach, średnich gier i zbiciach za maksymalną liczbę punktów. Natomiast Walter, inny przyjaciel bez pary, uwielbia rafting. Bez końca rozprawia, po których rzekach płynął, z jaką ekipą i które bystrza lubi najbardziej. Byłam przekonana, że ta dwójka rokuje na dobraną parę, więc przedstawiłam wioślarza Waltera fance kręgli Ricie i wspomniałam, czym się oboje pasjonują.

- Grasz w kręgle! — zawołał Walter.
- Owszem — odparła Rita, skromnie się uśmiechając i czekając na kolejne pytania dotyczące jej słabości do kręgli.

Walter jednak zamilkł.

Rita, maskując rozczarowanie, powiedziała:

— Leil wspomniała, że kręci cię rafting.

Walter uśmiechnął się dumnie, czekając na ciąg dalszy tego przyjaznego przesłuchania o spływach rzecznych. Rita jednak zdobyła się jedynie na następującą uwagę:

— Hmm... brzmi niezwykle ekscytująco. Czy to niebezpieczne?

— Nie, to nie jest niebezpieczny sport — odparł Walter nieco protekcjonalnym tonem na to przewidywalne pytanie.

I rozmowa zamarła.

Pamiętam, że podczas ogłuszającej ciszy pomyślałam, że ich życie mogłoby wyglądać zupełnie inaczej, gdyby Rita choć raz była na spływie, a Walter choć raz zagrał w kręgle. Rozmowa toczyłaby się dalej i kto wie, jaki byłby finał.

Lataj wysoko jak latawiec

Technika „terapia miszmasz” to koło ratunkowe pozwalające uniknąć podobnych rozczarowań. Dzięki niej staniesz się współczesnym człowiekiem renesansu, który potrafi swobodnie rozmawiać na rozmaite tematy.

Terapia miszmasz polega na tym, że wprowadzasz do swojego życia niewielki wstrząs i próbujesz zupełnie nowego i nieoczywistego dla siebie rodzaju aktywności. Wystarczy, że przeznaczysz na to jeden weekend w miesiącu. Zazwyczaj w weekendy grasz w tenisa? Tym razem wybierz się na wędrowkę. Zwykle chodzisz na piesze wycieczki? W ten weekend weź lekcję tenisa. Grasz w kręgle? Ten jeden raz zostaw kumpli samych i wybierz się na rafting. Aha, w ten weekend miał być wypad na rzekę? Zapomnij o wodzie i zagraj w kręgle.

Idź na wystawę filatelistyczną. Posłuchaj wykładu o grze w szachy. Spróbuj lotu balonem. Wybierz się na wycieczkę ornitologiczną. Zagraj w bilard. Popływaj kajakiem. Idź puszczać latawce! Dlaczego? Bo dzięki temu zdobędziesz materiał do rozmów na resztę życia. Od tego momentu będziesz w stanie znaleźć wspólny język ze wszystkimi amatorami pieszych wędrowek, kolekcjonerami znaczków, pasjonatami lotów balonem, obserwatorami ptaków, wielbicielami bilarda, kajakarzami i miłośnikami latawców, jakich kiedykolwiek spotkasz. Wystarczy, że raz spróbujesz ich pasji.

Jeśli zanurzysz papierek lakmusowy w ogromnym pojemniku z kwasem, zabarwi się na różowo. Jeśli weźmiesz kolejny papierek i dotkniesz nim

jednej kropli kwasu wylanej na szkiełko laboratoryjne, również zabarwi się na różowo. Można to porównać z przetestowaniem cudzego hobby: wystarczy jednorazowe doświadczenie, aby podnieść Twój poziom w rozmowie o około 80%. Dowiadujesz się, o co może pytać osoba wtajemniczona. Zaczynamy posługiwać się fachowym słownictwem. Już nigdy nie będziesz na przegranej pozycji, kiedy pojawi się temat spoza Twojego obszaru zainteresowań — a to się przecież zawsze zdarza.

Mówisz po nurkowemu?

Nie jestem certyfikowanym płetwonurkiem. Kiedy jednak sześć lat temu byłam na Bermudach, zobaczyłam tabliczkę z napisem: „Nurkowanie w ośrodku, 25 dolarów, bez doświadczenia” i w zaledwie trzy godziny przesłam najlepszy na świecie błyskawiczny kurs porozumiewania się z nurkami.

Najpierw była krótka lekcja w basenie. Potem, uginając się pod ciężarem butli z tlenem, automatu oddechowego, kamizelki wypornościowej i pasa z balastem, udałam się na łódź. Siedziałam w pontonie, którym dość mocno bujało, gładziłam maskę i płetwy, przysłuchując się rozmowie certyfikowanych nurków, którzy zadawali sobie nawzajem pytania prawdziwych zawodowców:

Gdzie zdobyłeś *uprawnienia*?

Gdzie *nurkowałeś*?

Wolisz *wraki* czy *rafy*?

Nurkowałeś *w nocy*?

Znasz się na *podwodnej fotografii*?

Korzystasz z *komputera nurkowego*?

Jaki jest twój rekord bycia *pod wodą*?

Zdarzyła ci się *choroba dekompresyjna*?

Czemu podkreśliłam kursywą niektóre wyrazy? Bo to żargon płetwonurków. Teraz i ja mówię nurkożargonem. Po dziś dzień wiem, o co spytać osobę, która jest zapalonym płetwonurkiem, i o czym z nią rozmawiać. Wiem też, czego unikać (na przykład nie opowiadam o swojej słabości do

owoców morza, bo to tak, jakby kociarzowi mówić, że się uwielbia grillowane kotlety z kociąt). Mogę spytać nowo poznanych nurków, w których najbardziej popularnych miejscówkach nurkowali — Cozumel, Kajmany, Cancún? A jeśli chcę się naprawdę popisać, pytam, czy nurkowali w lagunie Truk na Pacyfiku, w rejonie Wielkiej Rafy Koralowej u wybrzeży Australii albo w Morzu Czerwonym.

Wszystkie zwroty i wyrażenia swobodnie wypływają z moich ust. Przed skorzystaniem z „terapii miszmasz” ich ukochane wraki i rafy nazywałam „zatopionymi statkami” i „koralowcami”. Są to hasła powszechnie zrozumiałe, lecz nie należą do fachowej terminologii płetwonurków. Dawniej, gdybym spotkała płetwonurka, pewnie powiedziałabym: „O, nurkowanie musi być pasjonujące. A nie boisz się rekinów?”. Kiepski początek znajomości.



Technika nr 38

TERAPIA MISZMASZ

Raz w miesiącu wstrząśnij swym życiem. Zrób coś nowego, co wykracza poza sferę Twoich marzeń. Spróbuj nowego sportu, idź na wystawę, posłuchaj wykładu na temat, który zupełnie odbiega od Twoich zainteresowań. Dzięki temu jednorazowemu doświadczeniu poznasz żargon i dowiesz się, o co pytać prawdziwych pasjonatów.

Tylko pomyśl: jesteś na przyjęciu i rozmowa przy stole nagle zaczyna się toczyć wokół nurkowania. Wystarczy jednorazowe doświadczenie, żeby spytać towarzystwo o nurkowanie w nocy, a także czy wolą nurkować we wrakach czy w pobliżu raf (nie uwierzą, że Twoje najgłębsze zanurzenie to kąpiel w wannie).

A jeśli przy stole siedzi miłośnik skoków na bungee, możesz spytać, czy woli skoki w uprząży biodrowej, czy z mocowaniem na kostkach. Kiedy rozmowa zejdzie na tenis, sztuki walki, szachy czy kolekcjonowanie monet, a nawet obserwację ptaków, będziesz w stanie brać w niej udział. Co za gość! Co za gościowa!



Jak sprawiać wrażenie, że wiesz wszystko o czyjejs pracy lub o hobby

Rozmowa o pracy, czyli „pracożargon”, wymaga jeszcze większego sprytu niż rozmowa o zainteresowaniach. Wciąż pamiętam koszmar towarzyski, jaki przeżyłam podczas przyjęcia, które zorganizowało małżeństwo specjalistów od zarządzania komputerowymi bazami danych. Gdy tylko przekroczyłam próg, usłyszałam, jak jeden gość mówi do drugiego: „...gdy rachunek relacyjny domen zostanie ograniczony do bezpiecznych wyrażień, stanie się równoznaczny z relacyjnym...”

Więcej nie słuchałam. Wiedziałam, że nie zrozumie nawet bajta rozmowy. Zateśkniłam za czasami, kiedy mysz była tylko małym gryzoniem lubiącym ser, okna stanowiły element domu, który się dekorowało zasłonami, a sieć służyła pająkowi do łapania much. Wiedziałam, że jeśli chcę nawiązać jakiegokolwiek porozumienie z tą ekipą, potrzebuję wsparcia technicznego.

Z miejsca postanowiłam nauczyć się kilku pytań, które służą osobom zajmującym się zawodowo zarządzaniem bazami danych do rozpoczęcia rozmowy. Nie mogę się doczekać kolejnej okazji na spotkanie z tą ekipą, ponieważ jestem uzbrojona i gotowa spytać: „Z jakiego poziomu RAID korzystasz?” lub: „Jak zarządzasz hurtownią danych?”.

Jedyne, czego potrzebujesz, to kilka pytań, od których można rozpocząć rozmowę. Zadajesz pytania, słuchasz odpowiedzi i na moment zanurzasz się w ogólnej rozmowie na temat branży, w której pracują Twoi rozmówcy. (A potem natychmiast zmień temat! Nie ma sensu udawać, że wiesz na ten temat więcej).

Wszystko się sprowadza do pierwszego pytania

Tenisście wystarczy jeden serw, żeby ocenić Twoje umiejętności gry w tenisa. Od razu wie, czy będzie to ciekawa rozgrywka, czy powieje nudą. To samo dotyczy komunikacji. Werbalny serwis otwierający informuje rozmówcę, czy będzie to ciekawa rozmowa na temat jego życia lub zainteresowań, czy tylko nudne bla, bla, bla.

Załóżmy na przykład, że zostałam komuś przedstawiona i pierwsze słowa, jakie słyszę od nowego znajomego, brzmią: „O, pisarka! A kiedy napiszesz wielką amerykańską powieść?”. Masakra, od razu wiem, że rozmawiam z osobą, która nie ma pojęcia o mojej pracy. Trochę sobie pogadamy, ale wołałabym zmienić temat. Podobnie jak rozmówca.

Jeśli jednak nowy znajomy powie: „O, pisarka! Zajmujesz się beletrystyką czy reportażem?”, wiem, że mam do czynienia z osobą, która zna mój świat. Dlaczego? Bo jest to pierwsze pytanie, jakie pisarz zada pisarzowi. Z taką osobą lubię rozmawiać, ponieważ domyślam się, że ma wgląd w materię twórców zajmujących się słowem pisanym. I nawet jeśli szybko zmienimy temat, odniosę wrażenie, że mam do czynienia z osobą dobrze zorientowaną.

W przypadku każdej pracy, każdego sportu i każdego hobby istnieją fachowe pytania, które zadają sobie nawzajem znawcy tematu, oraz głupie pytania, których nigdy by nie zadali. Kiedy astronauta spotka drugiego astronautę, spyta: „W jakich misjach brałeś udział?” (a nie: „Jak się tam korzysta z toalety?”). Dentysta pyta drugiego dentystę: „Prowadzisz praktykę ogólną czy masz określoną specjalizację?” (a nie: „Znasz jakieś dobre dowcipy o bólu zębów?”).

Dobra wiadomość jest taka, że pracozargon dla początkujących jest prosty. Nie trzeba opanować obszernej terminologii, wystarczy kilka pytań do zagajenia rozmowy, żeby wyjść na osobę, która ma na dany temat pojęcie. A najlepsze jest to, że kiedy się przyznasz, iż jesteś laikiem, zrobisz na każdym jeszcze większe wrażenie. „Dobrze zorientowany człowiek!” — pomyśli rozmówca.

„Pomocy! Będą sami malarze”

Opanowanie pracożargonu nie jest trudną sztuką. Załóżmy, że masz zaproszenie na wernisaż w galerii sztuki, gdzie zapewne poznasz wielu twórców. Jeśli nie mówisz językiem sztuki, przejrzyj swój wizytownik i sprawdź, czy nie masz wśród znajomych kogoś z kręgów artystycznych.

O, proszę, ktoś się znalazł. Twoja koleżanka Sylwia chodziła do liceum plastycznego. Możesz do niej zadzwonić i spytać:

— Sylwka, wiem, że to głupio zabrzmiało, ale wybieram się na imprezę, na której na pewno będzie dużo malarzy i rysowników. Możesz mi podpowiedzieć, o co ich pytać, żeby zagaic rozmowę?

Sylwia może uznać pytanie za nieco dziwaczne, ale na pewno doceni Twoją ciekawość.

— Ja bym zapytała, w jakiej technice pracują.

— W jakiej technice?

— No tak, w ten sposób pytasz, czy malują akrylami, czy olejami, czy rysują węglem, czy piórkiem, i tak dalej.

— Aha.

— Nie prosz, żeby opowiedzieli ci o swoich pracach — ostrzega Sylwia. — Wychodzą z założenia, że sztuka to dziedzina wizualna, której się nie da opisać.

— Aha.

— I nie pytaj, czy się wystawiają w jakiejś galerii.

— Czemu?

— Bo to drażliwy temat. Lepiej spytaj: „Gdzie mogę zobaczyć twoje prace?”. To się spodoba, bo nawet jeśli ktoś nie współpracuje z żadną galerią, może cię zaprosić do swojej pracowni i potencjalnie sprzedać ci jakiś obraz.

Tylko tyle potrzebujesz, żeby wystartować — dwa dobre pytania do zagajenia rozmowy i ostrzeżenie o najgłupszych pytaniach, jakie zadaje dyletant.

Powiedzmy, że świetnym serwem otwierasz rozmowę na temat pracy rozmówcy. Szybkim zagranieniem przerzucasz piłkę na jego pole. Zadowolony, że ma do czynienia ze znawcą, odpowiada na Twoje pytanie. Następnie odbija piłeczkę, która lekko podkręcona wraca do Ciebie. Czas na kolejne pytanie. Co robić?



Technika nr 39

NAUCZ SIĘ PRACOŻARGONU

Pracożargon to drugi język wielkich zwycięzców.

Co to takiego? To język innych zawodów.

Po co się go uczyć? Dzięki temu wyjdiesz na osobę zorientowaną w temacie.

Jak się go nauczyć? W sekcji językowej żadnej księgarni nie znajdziesz nagrań z pracożargonem, ale jest to język, który możesz poznać bardzo szybko. Wystarczy poprosić przyjaciela, który mówi językiem towarzysstwa, z którym masz się spotkać, żeby nauczył Cię kilku zwrotów i wyrażań. Nowych słówek jest tylko kilka, a korzyści wielokrotnie więcej.

Jeśli jeszcze nie chcesz się ujawniać, musisz opanować kolejną technikę, „odkryć gorące tematy”.



Jak odkryć gorące tematy (podstawy rozmów z fachowcami)

Mój przyjaciel John, z zawodu lekarz, poślubił niedawno uroczą Japonkę imieniem Yamika. Opowiadał mi, że kiedy po raz pierwszy wybierali się na spotkanie z przyjaciółmi Johna z czasów studenckich, Yamika zaczęła panikować. Chciała zrobić dobre wrażenie, ale stresowała się rozmową z amerykańskimi lekarzami. Znała tylko Johna, a podczas randkowania nie zwracali sobie głowy rozmowami o medycynie.

John poradził żonie:

— Niczym się nie przejmuj, Yami. Wszyscy zawsze pytają o to samo. Najpierw spytaj o specjalizację i czy są związani z jednym szpitalem. Potem możesz drążyć głębiej i rzucić na przykład pytanie o to, jak się pracuje w danym szpitalu albo jak na ich pracę wpływa obecna sytuacja w ochronie zdrowia. To są gorące tematy w środowisku lekarskim, bo dużo się teraz zmienia.

Później mi opowiadał, że Yamika powtarzała to słowo w słowo. Krążyła wśród uczestników spotkania, pytając kolejnych lekarzy o specjalizację i pracę w szpitalu. W efekcie odniosła wśród znajomych męża wielki sukces. Przyjaciele Johna gratulowali mu później znalezienia tak uroczej i mądrej partnerki.

Zarzucić prawdziwą konwersacyjną przynętę

Nie chodzi tylko o lekarzy. Każda branża żyje swoimi sprawami, o których głośno się mówi w środowisku, a reszta świata nie jest ich świadoma. Na przykład niezależni księgarze nieustannie narzekają, że duże sieci handlowe zdominowały branżę. Księgowi nie śpią po nocach, bo się martwią, że ubezpieczenie

OC nie pokryje błędów, które wyjdą w audycje. A dentyści zgrzytają zębami z powodu kontroli sanepidu. Jesteśmy jeszcze my, pisarze. Ciągłe narzekamy, że wydawcy czasopism nie płacą nam za prawa do publikacji elektronicznej naszych cennych słów.

Załóżmy, że jakiś nieszczęśnik miałby pecha trafić na przyjęcie w gronie pisarzy. Osobie przyzwyczajonej do komunikowania się za pomocą słowa mówionego nie jest łatwo nawiązać z nimi rozmowę (pisarze to ludzie, którzy rzadko wiedzą, co myślą, dopóki tego nie zobaczą). Jeśli jednak przed imprezą niepisarz zadzwoniłby do znajomego pisarza i zapytał o palące kwestie, byłby w stanie przez cały wieczór prowadzić ożywioną konwersację z mistrzami słowa. Nazywam tę technikę „odkryć gorące tematy”.



Technika nr 40

ODKRYĆ GORĄCE TEMATY

Zanim rzucisz się na głęboką wodę rozmów z introligatorami czy dentykami, zorientuj się, jakie sprawy poruszają aktualnie ich środowisko. Każda branża ma swoje bolączki, lecz mało kto z zewnątrz je zna. Poproś informatora o ujawnienie branżowych gorących tematów. A potem podaj je pod dyskusję, żeby podgrzać rozmowę.

Wróćmy do wernisażu, na który się wybierasz. Nie możesz jeszcze pozwolić Sylwii się rozłączyć. Przekazała Ci dopiero dwa najlepsze pytania na początek rozmowy. Nie pozwól jej się pożegnać, dopóki nie zdradzi prawdziwych konwersacyjnych przynęt. Spytaj o aktualne wyzwania, jakie stoją przed środowiskiem twórców wizualnych. Być może, po chwili namysłu, powie:

- Jak zawsze ceny dzieł sztuki.
- Ceny dzieł sztuki? — dopytasz.

— Tak. Dam ci przykład. W latach osiemdziesiątych światem sztuki rządziły prawa wolnego rynku. Ceny poszybowały w górę, bo paru inwestorów i snobów było w stanie wyłożyć kolosalne sumy pieniędzy. Według środowiska to poważnie zwiększyło dystans między sztuką a zwykłymi ludźmi.

Masz teraz broń w postaci prawdziwie branżowych tematów do rozmów!

Ludziom na ratunek!

Przy okazji nie zapomnij wypytać swojego informatora o specjalne pozdrowienia, których używa się w danym środowisku. Na przykład aktorki przed występem nie chcą słyszeć „powodzenia”, za to uśmiechają się do osób życzących im „połamania nóg!”.

Jednak życzenie „połamania nóg” nie będzie odpowiednie dla biegaczy rozgrzewających się przed maratonem. To ostatnia rzecz, o jakiej chcieliby teraz myśleć! Nie chcą niczego połamać, ale chętnie pobiją własny rekord. Życz im „osiągnięcia najlepszego wyniku!”.

Z kolei tradycyjne zawołanie amerykańskich strażaków brzmi „See ya at the big one!” („Do zobaczenia przy dużym!”).

Pewnego razu jechałam przez senne miasteczko, w którym naprawdę trudno było się zgubić, mnie się jednak udało. Bezradnie kręciłam się w kółko. Na szczęście zauważyłam remizę strażacką, przed którą wylegiwało się kilku znudzonych strażaków.

— Przepraszam, możecie mi powiedzieć, jak dojechać do autostrady numer pięćdziesiąt? — zawołałam przez okno. Po ich twarzach widziałam, że mają mnie za idiotkę. Mimo wszystko leniwie wskazali mi właściwy kierunek. Gdy odjeżdżałam, zawołałam: — Dzięki chłopaki, do zobaczenia przy dużym!

W lusterku wstecznym zobaczyłam szerokie uśmiechy, wszyscy wstali i pomachali mi na pożegnanie. Zagubiona, zdezorientowana blondynka odjeżdżała, zdobywszy szacunek strażaków dzięki środowiskowemu pozdrowieniu.



Jak po cichu dowiedzieć się czegoś o życiu innych

Załóżmy, że kurier podrzucił właśnie pod Twoje drzwi gazetę. Robisz sobie filiżankę kawy i wygodnie zasiadasz w fotelu, żeby się zorientować, co się dzieje na świecie. To znaczy w Twoim świecie. Czy lekturę gazety zaczynasz od wydarzeń międzynarodowych? A może od mody? Albo sportu? Rozrywki? Może jednak od dowcipów rysunkowych?

Bez względu na to, od jakich informacji zaczynasz czytanie gazety, jutro **OD NICH NIE ZACZYNAJ**. Zaczynj od jakiegokolwiek innej sekcji, najlepiej tej, którą zwykle pomijasz. Dlaczego? Bo w ten sposób zaznajomisz się z innymi światami i będziesz w stanie o nich rozmawiać z każdym, nawet z osobą, z którą prawie nic Cię nie łączy.

Na przykład strony poświęcone nieruchomościom. Ziew. Być może ten temat Cię nie porywa, jednak prędzej czy później znajdziesz się w towarzystwie osób, które będą dyskutować o zakupie domu oraz o aktualnej sytuacji na rynku mieszkaniowym. Od czasu do czasu przejrzyj strony poświęcone tej tematyce, a będziesz mógł dotrzymać kroku rozmówcom.

Strony reklamowe? Może wierzysz, że świat bez reklam byłby znacznie lepszym miejscem, ale wyniki finansowe Twojej firmy nie będą lepsze, jeżeli nie będziesz w stanie samodzielnie dyskutować ze specem od marketingu, który ma reklamować Twoje produkty i usługi. Wystarczy rzut oka na wieści ze świata reklamy, a już wkrótce będziesz rozmawiać o kampaniach i pracownikach kreatywnych, a także zlecać druk i spoty.

Posługiwanie się niefachowym słownictwem zdradza, że się na tym nie znasz. Gdy pasażer podczas rejsu pytał moich pracowników „od jak dawna pracujesz na tej łajbie?”, wywoływał grymas oburzenia. Załoga wycieczkowca

z dumą mówiła, że pracuje na statku, natomiast pytanie pasażera zdradzało, iż jest zdeklarowanym szczurem lądowym.

Posługiwanie się właściwym słownictwem może zdziałać cuda. Gdyby podczas witania pasażerów ktoś spytał naszego milczącego kapitana, kiedy po raz pierwszy wypłynął na morze jako kapitan statku albo gdzie dowodził pierwszy raz, skutecznie wstrzymałby ruch w sali balowej. Kapitan Cafiero z radością opowiedziałby całą swoją morską historię zainteresowanemu pasażerowi, który być może zetknął się ze światem morza zaledwie tydzień wcześniej, czytając artykuł o tematyce marynistycznej (gdyby pasażer spytał tylko, od jak dawna kapitan Cafiero jest kapitanem lub jak się nazywała jego pierwsza łajba, otrzymałby jedynie zwyczajowego włoskiego kopniaka w cztery litery).

Wkrótce się uzależnisz od frajdy, jaką daje nawiązywanie relacji z różnymi ludźmi. A wystarczy po prostu czytać gazetę.

Z prasy branżowej można wycisnąć jeszcze więcej

A kiedy nabierzesz chęci na większą porcję fachowego żargonu, sięgnij po specjalistyczną prasę. Często takie czasopisma są wysyłane do członków stowarzyszeń branżowych. Poproś przyjaciół pracujących w innych zawodach, żeby pożyczyci Ci egzemplarz, a uzupełnisz zapasy paliwa do jeszcze gorętszej wymiany zdań.

Każda branża wydaje przynajmniej jeden tytuł. Poważne magazyny o nazwach w stylu „Wiadomości Motoryzacyjne”, „Branża Restauracyjna”, „Basen i Spa”, „Nowości Transportowe”, a nawet „Przegląd Wieprzowy” dla rolników trzymających świnki (przepraszam, dla „hodowców trzody chlewnej” — nigdy nie wiadomo, może do sfinalizowania kolejnej sprzedaży przyda Ci się żargon rolniczy). Z każdego czasopisma dowiesz się, jakim słownictwem posługuje się dana branża i z jakimi palącymi problemami się aktualnie mierzy.

Jeśli chodzi o zainteresowania i hobby, możesz sięgnąć po gazety o bieganii, ćwiczeniach na siłowni, kolarstwie, narciarstwie, pływaniu czy surfowaniu. Duże salony z prasą mają w asortymencie magazyny na temat sportów motorowych, boksu, kręgli, a nawet ujeżdżania byków. Co miesiąc wydaje się tysiące czasopism tematycznych.

Kilka lat temu z uporem maniaka co tydzień kupowałam inne czasopismo. Inwestycja dość szybko się zwróciła, gdy potencjalna klientka zaprosiła mnie do swego domu na kolację. Miała wspaniały ogród, a ja dzięki lekturze „Kwiatów i Ogródów” potrafiłam operować fachowym słownictwem takim jak „nasadzenia”, „rośliny jednoroczne” i „byliny wieloletnie”. Byłam w stanie nawet uczestniczyć w rozmowie na temat korzyści uprawiania roślin z nasion i cebulek.



Technika nr 41

CZYTAJ ICH PRASĘ

Czym interesuje się Twój następny klient? Gra w golfa, biega, pływa, surfuje, a może jeździ na nartach? Wybierasz się na spotkanie towarzyskie w gronie księgowych lub buddystów zen? Na półkach sklepowych znajdziesz tysiące miesięczników poświęconych każdemu hobby pod słońcem. Możesz z nich zaczerpnąć ogrom informacji, aby podczas rozmowy wyjść na osobę znającą temat (przy okazji: przeczytałeś już ostatni numer „ZooBranży“?).

Ponieważ tak płynnie mówiłam po „ogrodowemu”, gospodyni zaprosiła mnie na długi spacer i zwiedzanie swojego ogrodu. Gdy spacerowałyśmy, powoli zmieniałam temat i od chryzantem przeszłyśmy do usług konsultacyjnych, jakie mogłabym świadczyć dla jej przedsiębiorstwa. Zatem kto kogo prowadził podczas tego spaceru?

Czy to świat się kurczy, czy my jesteśmy coraz więksi? Dzisiejszy człowiek renesansu wszędzie się czuje pewnie i swobodnie. Następną techniką pomoże Ci wejść w towarzystwo w każdej strefie geograficznej.



Jak rozmawiać za granicą

Założmy, że służbowo podróżujesz za granicę i chcesz być „obywatelem świata”. Co zajmuje pierwszą pozycję na Twojej liście rzeczy do spakowania? Paszport i rozmówki, prawda? No bo kto chciałby się snuć po Rzymie, nie wiedząc, jak spytać o toaletę? Albo umierać z pragnienia w Kuala Lumpur, bo nie ma pojęcia, jak zamówić napój gazowany? Jest jednak coś, co większość z nas zapomina ze sobą zabrać, często ponosząc z tego powodu poważne konsekwencje: podręcznik o zwyczajach panujących w danym kraju.

Moja przyjaciółka Geraldine, zawodowa mówczyni, była podekscytowana swoim pierwszym wystąpieniem w Japonii. Aby czuć się komfortowo podczas długiego lotu do Tokio, założyła swoje ulubione designerskie dżinsy i luźną bluzę. Czternaście godzin i niemal jedenaście tysięcy kilometrów później na lotnisku Narita powitało ją czterech nienagannie ubranych japońskich dżentelmenów. Uśmiechając się i nisko kłaniając, wręczyli jej swoje wizytówki. Geri, która w jednej ręce trzymała bagaż podręczny, drugą wyciągnęła po wizytówki. Podziękowała Japończykom, rzuciła na wizytówki okiem i wsunęła je do tylnej kieszeni spodni. Następnie wyciągnęła z torebki swoją wizytówkę i, wyczulona na fakt, że mogą mieć trudności z wymówieniem jej pełnego imienia, dopisała zdrobnienie „Geri”. Zawiesili wzrok na jej wizytówce, obrócili ją kilka razy, po czym jeden z nich włożył ją do swojej aktówki.

Gdy dotarli do hotelu, panowie zaprosili Geri na herbatkę w lobby hotelowym. Popijając napar, jeden z nich wręczył mojej przyjaciółce niewielki prezent, który natychmiast otworzyła. Jedną z najwspanialszych cech Geri jest serdeczność i wylewność w okazywaniu uczuć. Prezent bardzo ją uradował i — co typowe dla Geri — pisnęła: „Jakież to przepiękne!” i po kolei uścisnęła każdego z towarzyszy.

W tym momencie cała czwórka jak na zawołanie wstała i, nieznacznie się kłaniając, wymamrotała „sayonara” i szybko wyszła. Biedna Geri była zdruzgotana. Nie miała pojęcia, co zrobiła nie tak.

Wszystko! Po pierwsze dzinsy. W Azji, nawet jeśli poruszasz się rowem, na spotkanie z klientami nigdy nie przychodzisz w swobodnym stroju. Po drugie niegrzeczna wymiana wizytówek. W Azji są one traktowane jak najważniejsze narzędzia protokołu biznesowego. Zawsze się je wręcza i przyjmuje obiema rękami, z szacunkiem (z wyjątkiem muzułmańskiej części Azji, gdzie lewą rękę uważa się za nieczystą).

Geri zbyt szybko schowała otrzymane wizytówki. W Azji stanowią one punkt wyjścia do rozmowy. Następuje krótka wymiana zdań o samych wizytówkach i o pracy, nie odkłada się ich na bok, dopóki druga strona nie zrobi tego powoli i z szacunkiem. Wsuwanie wizytówek do tylnej kieszeni spodni to duża zniewaga.

Czwartą gafę Geraldine odkryła dopiero w domu, a wyjaśnił ją Bill, przyjaciel i doświadczony podróżnik. Powód, dla którego czterech dzentelmeni ze wszystkich stron oglądali wizytówkę Geraldine, był prosty: na odwrocie szukali japońskiej wersji. Oczywiście tył wizytówki Geri był pusty.

I jeszcze piąta katastrofa: Geri nie powinna była nic pisać na wizytówce. Może nie są uznawane za świętość, ale nie należy ich niszczyć bazgraniem.

Lista japońskich *faux pas* Geri ma niestety ciąg dalszy. Otóż jak wyjaśnił Bill, prezentu nie należy otwierać przy klientach. Dlaczego? Bo w kraju, w którym zachowanie twarzy ma kolosalne znaczenie, poważną wpadką byłaby sytuacja, gdyby podarek jednej strony był słabszej jakości niż podarek drugiej strony (a Geri w ogóle nic dla nich nie miała!). Gafa numer sześć.

Także pisk Geri na widok prezentu był nietaktem. W Azji im niższy ton głosu, tym wyższa ranga. Ostateczną obrazą było przytulanie japońskich klientów. Uściski, wysoce cenione w niektórych częściach Japonii, są absolutnie nieakceptowalne w relacjach z nowymi klientami.

Nie muszę chyba dodawać, że nikt już później nie zaprosił Geri do Japonii. Natomiast wkrótce czeka ją występ w Salwadorze. Nauczona doświadczeniem, już zaczęła czytać o zwyczajach, jakie tam panują. Na szczęście będzie mogła każdego obściskać do woli. Ale nie będzie mogła zwracać się do nieznajomych per ty. Nie może też mówić, że jest Amerykanką, bo przecież mieszkańcy Salwadoru też są Amerykanami!

Różnic między krajami na całym świecie jest mnóstwo. Zawsze gdy podróżuję, muszę sobie przypominać, że nie jestem w USA, gdzie wszystko uchodzi na sucho. Uwielbiam podróżować w džinsach, przytulam wszystkich bez opamiętania i nie mogę się doczekać, aby otworzyć prezent. Jednak za każdym razem kiedy planuję opuścić kraj Wuję Sama, sprawdzam, jakie zwyczaje panują tam, dokąd się wybieram, aby wiedzieć, na ile mogę pozostać sobą.



Technika nr 42

CUDZE ZWYCZAJE

Zanim postawisz stopę na obcej ziemi, przeczytaj książkę o tym, co w danym kraju wolno robić, a czego nie. Zanim uściśniesz komuś rękę, wręczysz prezent, wykonasz jakikolwiek gest, a nawet powiesz komplement, sprawdź zasady, jakie w tej kwestii obowiązują. Jedna gafa może Ci narobić poważnego bigosu.

Na temat zwyczajów napisano wiele świetnych książek. W przypisach podaję kilka tytułów^{17,18,19}.

Nie powtarzaj błędu mojego innego nieszczęsnego znajomego, który niemal pogrzebał szanse na zrobienie dużego biznesu z Brazylijczykami. Tuż przed podpisaniem umowy kciukiem i palcem wskazującym wykonał gest OK. Nie miał pojęcia, że w ten sposób powiedział swemu brazylijskiemu partnerowi, żeby się udał na stronę i odbył stosunek sam ze sobą. Czasem człowiek się czegoś uczy, kiedy jest już za późno.

Teraz czas na omówienie sytuacji, w której znajomość branży daje natychmiastowe, wymierne i policzalne korzyści, a bycie z zewnątrz może naprawdę zaboląć — i uderzyć po kieszeni.



Jak ich przekonać, by dali cenę jak dla osoby z branży

Nigdy nie lekceważ ludzkiej pomysłowości w dążeniu do zdobycia pożądanych rzeczy. Wiele osób modyfikuje powiedzenie „w miłości i na wojnie wszystkie chwyt są dozwolone” i mówi: „W miłości, na wojnie i na zakupach wszystkie chwyt są dozwolone”.

Stara sztuczka, żeby zdobyć stolik w modnej restauracji, to posłużyć się nazwiskiem celebryty. Mój ulubiony menedżer restauracji powiedział mi kiedyś, że dzwoni do nich wielu Robertów De Niro z prośbą o rezerwację stolika, a kiedy do restauracji przybywa sześć- czy ośmioosobowa grupa, tłumaczą: „Och, niestety Rob źle się poczuł i nie mógł z nami przyjść”.

Pewna pani, gdy fałszywe nazwisko nie załatwiło sprawy, nawrzeszczała na niego: „To kim mam być, żeby dostać stolik? Goldie Hawn, Steffi Graf, Fergie?”. Inni próbują sztuczki „na ostatnią chwilę”. Po prostu podchodzą do menedżera w przepelnionej restauracji, wskazują na pierwsze lepsze nazwisko w książce rezerwacji i mówią: „To my”.

Te same zachowania spotkasz w przeładowanych hotelach. Kilka miesięcy temu meldowałam się w modnym hotelu — na szczęście mając potwierdzenie rezerwacji. Głośny facet, który stał w kolejce przede mną, krzyczał do recepcjonisty:

— Jak to nie ma pokoju? Zamierzam tu dziś nocować. Jeśli nie ma pokoju, będę spać tu, na podłodze. A ostrzegam, że sypiam nago!

I dostał pokój.

Nie polecam tego typu dziecinnych taktyk. Radzę raczej spróbować bardziej racjonalnej techniki zwanej „kto blefuje, dostaje rabat”. Powstała pewnego popołudnia dzięki agentowi ubezpieczeniowemu panu Carsonowi. Sprzedawał mi ubezpieczenie domu. Ja oczywiście chciałam zdobyć jak

najlepszą ochronę za jak najmniejsze pieniądze. Carson potrafił czarować i prostym językiem tłumaczył mi cierpliwie korzyści płynące z pewnych dodatków, które chciał mi wcisnąć.

Właśnie zaczął opowiadać o wojnach i huraganach, gdy zadzwonił jego telefon. Przeprosił mnie i odebrał. Dzwonił kolega z pracy. Nagle przed moimi oczami nastąpiła metamorfoza. Elegancki sprzedawca stał się swójakiem, normalsem, który poufale gada z kumplem o parasolach. Byłam przekonana, że rozmawiają o pogodzie. Potem rozmowa zeszyła na rozszerzenia. Dopiero po chwili dotarło do mnie, że mówią o ubezpieczeniu parasolowym i rozszerzeniach zakresu ubezpieczenia.

Kilka minut później Carson pożegnał kolegę słowami „no to cześć, stary” i wyłączył telefon. Odchrząknął i znów przemienił się w oficjalnego agenta ubezpieczeniowego, który cierpliwie wyjaśnia zdarzenia ubezpieczeniowe i wyłączenia naiwnemu klientowi.

Słuchałam określeń takich jak „regres ubezpieczeniowy” i „franszyza” i przyszło mi do głowy, że gdyby kolega Carsons, który właśnie dzwonił, chciał ubezpieczyć dom, dostałby na pewno znacznie lepszą i znacznie tańszą ofertę. Właściwie sprzedawcy w każdej branży posługują się dwiema cenami produktów i usług — jedną dla swoich, drugą dla takich jak Ty i ja.

Postanowiłam, że zanim się zdenerwuję, zastanowię się nad tym chwilę. Czy to nieuczciwa praktyka? Nie do końca. Jeśli agent ubezpieczeniowy nie musi poświęcać czasu na bycie sprzedawcą lub psychologiem odpowiadającym na niekończący się strumień pytań laików, może sobie pozwolić na zaferowanie niższej ceny. Carson nie musiałby poświęcać dwudziestu minut na wyjaśnianie koledze (tak jak musiał wyjaśnić mnie), dlaczego porwanie domu przez tornado uważa się za działanie „siły wyższej”. Właśnie dlatego jesteś na przegranej pozycji. Kiedy produkty kupują kompetentni koledzy po fachu, agent z radością poddaje się zredukowaniu do roli ekspedienta. Przy bardzo niewielkim nakładzie pracy osiąga mały zysk i jest zadowolony.

Odrobina wiedzy ma ogromne znaczenie podczas każdego zakupu. Jeśli masz wgląd w wyniki finansowe pośrednika nieruchomości, będzie bardziej skłonny obniżyć swoją prowizję. Jeśli znasz terminologię, jakiej używają firmy cateringowe i sprzedawcy samochodów, aby zwiększyć zyski; jeśli jesteś obeznany z technikami, których używają firmy przeprowadzkowe i mechanicy, aby naciągnąć nieświadomych klientów; jeśli wiesz, jakimi

metodami prawnicy zwiększają swoje honoraria — krótko mówiąc: jeśli znasz zasady panujące w danej branży, nie dasz się wykiwać. Nie musisz wiedzieć zbyt wiele, wystarczy kilka fachowych pojęć. Spec założy, że skoro posługujesz się kilkoma tajemnymi terminami branżowymi, to prawdopodobnie znasz również najlepszą ofertę i najniższą cenę.

Nikt tego lepiej nie wyłożył niż Iggy, mój fachura od remontu:

— Wiadomo, musisz wiedzieć, jak się gada z malarzami. Ja nie, ale inni zedrą z ciebie, ile się da. Taka już ludzka natura. Ale kiedy kobieta mądrze z nimi zagada, a ja ci powiem jak, to włosy im dęba staną. I sobie pomyślą: „O nie, ta lalka nie w ciemną bita, nie da się naciągnąć”.

— No dobra, Iggy. Jak się to robi?

— Powiedz im tak: „Chłopaki, ścian prawie w ogóle nie trzeba przygotowywać. Nie stracie czasu na drapanie i szpachlowanie, czysta robota”.

Według Iggy’ego te kilka słów pomoże zaoszczędzić kilka stówek. Dlaczego? Bo malarz od razu się zorientuje, że znasz się na rzeczy, a dla niego najbardziej czasochłonne jest właśnie przygotowanie ścian. Dlatego za to kasuje najwięcej.

— Potem — mówił dalej Iggy — jak powiesz, że nie potrzebujesz białego paska pod sufitem, cena znów idzie w dół. Pamiętaj, powiedz, żeby nie zostawiali żadnych nedoróbek, a robota będzie lepiej zrobiona.

Strasznie żałuję, że w innych obszarach życia nie mam takiego Iggy’ego, który dawałby mi szybkie lekcje, jak walczyć o swoje.

Jak walczyć o swoje, kiedy w pobliżu nie ma Iggy’ego

Oto kilka rad jak zawsze i u każdego sprzedawcy otrzymać najlepszą cenę. Znajdź swojego informatora, który będzie jak Iggy. Jeśli kolegujesz się z osobą z branży — od niej się dowiedz, jakim żargonem posługują się specjaliści. Jeśli nie masz nikogo takiego, to zanim pójdziesz do sprzedawcy, od którego chcesz kupić dany towar, odwiedź innych. Porozmawiaj z nimi i od każdego naucz się jakichś branżowych zwrotów.

Założmy, że chcesz kupić diamenty. Zamiast iść od razu do swojego ulubionego jubilera i zadawać mu głupie pytania na temat diamentów, idź do

konkurencji. Nawiąż dobry kontakt ze sprzedawcą i poznaj kilka cennych powiedzeń. Dowiesz się na przykład, że jubilerzy mówią nie tylko „diamenty”, ale też po prostu „kamienie (szlachetne)”. Mówiąc o płaskiej powierzchni na szczycie kamienia, posługują się określeniem *tafla*. Najszersza część to *rondysta*, oddziela ona *koronę* (część górna) od *pawilonu* (część dolna). Jeśli kamień ma żółte zabarwienie, nie mówi się, że jest *żółty*, lecz określa się stopień zabarwienia *w skali od K do Z*. A kiedy zauważysz zanieczyszczenia, nie mów „zanieczyszczenia”, lecz „inkluzje” lub „wrostki”. Jeśli natomiast dany kamień Ci się nie podoba, nie mów, że chcesz zobaczyć coś *lepszego*, lecz *szlachetniejszego*. (Nie pytaj dlaczego, tak po prostu mówi towarzystwo od diamentów).

Znając fachową terminologię, możesz pójść do sprzedawcy, u którego chcesz dokonać zakupu. Mówisz już po jubilersku, więc dostaniesz lepszą cenę.



Technika nr 43

KTO BLEFUJE, DOSTAJE RABAT

Umiejętność targowania się – popularna na arabskich targach – sprawdzi się nawet u jubilera. Cena może być dużo niższa, jeśli umiesz odpowiednio rozmawiać ze sprzedawcą.

Przygotowując się do dużego zakupu, odwiedź kilku sprzedawców, aby najpierw zdobyć niezbędną wiedzę. Gdy poznasz parę fachowych terminów, możesz się udać do sklepu, w którym zamierzasz kupić produkt.

Wkrótce będziesz dyskutować z kuśnierzem o wyprawianiu skór, z prawnikami o zabezpieczeniu roszczenia, a z księgowymi o utracie wartości środków trwałych. Wtedy ci wszyscy eksperci pomyślą o Tobie: „O nie, ta lalka nie w ciemię bita, nie da się naciągnąć”.

Wejźdźmy jeszcze głębiej w zagadnienie bycia osobą z branży. Tym razem zastanowimy się, jak sprawić, aby rozmówca miał wrażenie, że nie tylko łączą Was podobne przeżycia, lecz także podzielacie coś poważniejszego, a mianowicie przekonania i wartości.

PROGRAM PARTNERSKI

— GRUPY HELION —



1. ZAREJESTRUJ SIĘ
2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA
Helion 

Czy zdarzyło Ci się kiedyś stracić szansę na ciekawą rozmowę, ważną znajomość lub sukces zawodowy tylko dlatego, że zabrakło Ci umiejętności w zakresie komunikacji? Nieporadność w prowadzeniu rozmów może być ogromną przeszkodą w życiu osobistym i zawodowym. Wiele osób nie umie wywołać pozytywnego pierwszego wrażenia, wzbudzać zaufania czy budować relacji, przez co tracą cenne możliwości. Jest tak, ponieważ droga na szczyt prowadzi przez skuteczną rozmowę.

*Dzięki nowym umiejętnościom nie tylko przełamiesz pierwsze lody,
lecz zupełnie je roztopisz!*

– Larry King

W tej przystępnej i świetnie napisanej książce znajdziesz zestaw 92 sprawdzonych technik, które pomogą Ci nie tylko swobodniej rozmawiać, ale też zdobywać szacunek i sympatię od pierwszego... słowa! Dzięki prostym i praktycznym wskazówkom dowiesz się, jak robić dobre wrażenie, prowadzić konwersacje, nawiązywać głębsze relacje i sprawiać, by każda rozmowa zbliżała Cię do celu. Poznasz tajniki mistrzów komunikacji – od technik mowy ciała i podprogowego nawiązywania porozumienia po zaawansowane triki używane przez zawodowych negocjatorów. Książka jest pomyślana w ten sposób, że kiedy znajdziesz się w potrzebie, z łatwością przypomnisz sobie odpowiednią metodę, zastosujesz ją i osiągniesz sukces – towarzyski, miłosny i zawodowy!

Leil Lowndes ożywia zapomnianą sztukę werbalnej komunikacji.

– Harvey Mackay, autor książki *Pływaj z rekinami*
i nie daj się pożreć

LEIL LOWNDES jest światowej klasy ekspertką w dziedzinie komunikacji, autorką poczytnych książek o komunikacji w biznesie, relacjach społecznych i osobistych. Prowadziła setki seminariów dla dużych korporacji i stowarzyszeń w USA. Jej pracę doceniły między innymi „Time Magazine”, „Wall Street Journal”, „New York Times”, „Chicago Tribune”, „Los Angeles Times”, „Psychology Today” i Huffington Post.

onepress



Księgarnia internetowa:
onepress.pl



HELION S.A.
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice
tel.: 32 230 98 63
onepress@onepress.pl

ebook dostępny na:

ebookpoint

ISBN 978-83-289-1996-9



9 788328 919969

książkiklasybusiness

Cena: 49,90 zł