

Brian Tracy
și Dan Strutzel

Știința influenței

*Cum să te inspire pe tine însuși și pe alții
pentru a atinge măreția*

Traducere din limba engleză
de Daniela Andronache

Editura For You
București

PREFAȚĂ

Seria de conversații dinamice

Brian Tracy este una dintre cele mai remarcabile autorități din lume când vine vorba despre succesul personal și în afaceri. A susținut peste 5 000 de conferințe și seminare în fața unui număr de peste 5 milioane de oameni și este coach în afaceri pentru lideri de top din principalele domenii economice la nivel mondial.

Dan Strutzel este un veteran cu o experiență de 25 de ani în industria dezvoltării personale, având publicate câteva dintre cele mai de succes programe audio din istorie. A lucrat îndeaproape și personal cu cei mai renumiți autori și conferențieri în dezvoltarea personală.

Dan a fost încântat când Brian a fost de acord să dialogheze cu el despre seminarul lui, *The Science of Motivation* [Știința motivației]. Întâlnirea a avut loc pe parcursul unui sfârșit de săptămână prelungit, în care cei doi gânditori au reușit să exploreze acest subiect în profunzime și pe larg. Aceste interviuri complexe au fost înregistrate și sunt prezentate aici. Sperăm să te bucure și să-ți fie cu folos discuția dintre ei!

INTRODUCERE

Dan

Una dintre cele mai populare abilități pe care oamenii caută să și le dezvolte în domeniului relațiilor umane este abilitatea de a influența. Fără dezvoltarea și rafinarea acestei abilități, toate celelalte aspecte ale relațiilor umane sunt, în cel mai bun caz, ineficiente și, în cel mai rău caz, eșuează.

Dacă încerci să-i comunicii ideea ta de afaceri unui investitor, dar îți lipsește abilitatea de a influența, ideea ta va rămâne fără efect și nu va reuși să genereze decizia de investiție de capital de care tu ai nevoie.

Dacă vrei ca fiii și fiicele tale să adopte valorile morale la care tu ții foarte tare, dar îți lipsește abilitatea de a-i influența, șansele tale vor fi palide în comparație cu cele ale mediilor sociale și ale grupului lor de vârstă.

Dacă vrei să îți convingi soția că trebuie să își ia în serios problemele de sănătate, dar îți lipsește abilitatea de a o influența, ea ar putea să audă, când în sfârșit ajunge în cabinetului medicului, vestea proastă că este prea târziu.

Sau poate că încerci să scapi de o adicție de cafeină sau de navigarea la nesfârșit pe internet. Dacă îți lipsește abilitatea de a influența, nu vei fi capabil să te convingi că amânarea gratificării și stabilirea unui nou obicei responsabil chiar merită cu adevărat.

Influența este precum un puternic lacăt de titan cu cifru. Imaginează-ți că abilitatea de a comunica este mecanismul rotativ al aceluși lacăt, iar lacătul ca atare asigură securitatea conștiinței unei alte ființe umane sau a minții tale. Dacă ceea ce faci este să comunici doar printr-o vorbărie fără sfârșit, ascultare neatentă, formulare de comunicare transmise online sau mandate autoritare, este ca și cum ai răsuci încontinuu roțițele cu numere ale lacătului. Dar dacă îți dezvolți abilitatea-cheie de a influența, este ca și cum ai ști combinația exactă a aceluși lacăt și ai căpăta acces la conștiința deplină a unei alte persoane – sau a ta însuși. Acestea sunt lucrurile pe care le vei învăța din cartea de față: abilitățile de a influența, numerele specifice care fac parte din acea combinație înalt prețuită care îți permite să produci rezultate incredibile: relații personale mai ferice, mai multe vânzări, mai multe parteneriate profitabile și o abilitate crescută de a rămâne în angajamentele care sunt importante pentru tine.

Ți-ar plăcea să fii influența numărul 1 în viața copilului tău? Ți-ar plăcea să îi convingi pe oamenii din comunitatea ta să voteze pentru tine ca membru în consiliul de administrație al școlii? Ți-ar plăcea să fii luni la rând numărul 1 în echipa de vânzări? Toate aceste rezultate pot fi ale tale prin metoda de ultimă oră descrisă în cartea de față. Din această discuție dinamică dintre mine și Brian vei afla cele mai bune idei, strategii și tehnici despre influență, pe care el le-a creat în peste patru decenii de activitate în domeniul dezvoltării personale.

Chiar mai mult, vei auzi câteva dintre ultimele idei ale lui Brian pe această temă, prezentate chiar aici pentru prima dată. Aceasta este cea de-a treia carte din seria de Conversații Dinamice cu Brian și cu mine*, în care discutăm câteva dintre cele mai critice teme ale reușitei în

* Alături de *Știința banilor și Știința motivației*, ambele publicate în limba română tot la Editura For You. (n.red.)

lumea de astăzi. Și, la fel ca și cele două cărți anterioare, *The Science of Money* [Știința banilor] și *The Science of Motivation* [Știința motivației], și aceasta îți va arăta că există cu adevărat o știință a influenței, o știință care a fost testată și dovedită de nenumărate ori, nu doar în ultimii câțiva ani sau de câteva decenii, ci de mii și mii de ani. Idei despre cum să fii mai influent cu ceilalți au apărut încă din vremurile biblice, au continuat în perioada Renașterii, au progresat pe parcursul secolului XX prin publicații de referință precum *How to Win Friends and Influence People* [Cum să câștigi prieteni și să influențezi oamenii], a lui Dale Carnegie, și continuă și în ziua de astăzi, prin noi descoperiri în domeniul neuroștiințelor, programării neurolingvistice și altele.

Deși pot apărea tot timpul noi teorii ale influenței, așa cum avem noi teorii ale vindecării cancerului sau calviției, disciplina științifică și regulile ei de testare și verificare vor aduce, în scurt timp, aceste idei din domeniul teoriei în cel al realității faptelor. Scopul acestui program este acela de a-ți prezenta multe dintre faptele verificate despre influență, de a elimina miturile și jumătățile de teorii și de a-ți oferi o comoară plină de idei pentru a deveni mai influent în propria ta viață și în viața celor pe care îi iubești.

Deci, bun venit la Știința influenței! Cum să te inspire pe tine însuși și pe alții ca să atingi măreția, cu specialistul în dezvoltare personală Brian Tracy. Brian, mă bucur mult să fiu din nou aici cu tine!

Brian

Este minunat și pentru mine să ne întâlnim din nou și să putem împărtăși aceste idei! Am investit cam 150 000 de ore în ultimii 50 de ani studiind aceste subiecte și altele și țesându-le împreună într-o rețea complexă de idei, fiecare idee influențând o altă idee, care influențează o alta,

care influențează o alta. Uneori, oamenii m-au abordat în seminarele mele zicându-mi că o singură observație de-a mea, combinată cu ceea ce știau deja, deși niciodată nu priviseră din acel punct de vedere lucrurile pe care deja le știau, le-a transformat total modul în care se vedeau pe ei înșiși, viața lor, relația lor, familia, partenerul de afaceri, clientul, banii. Ca și cum un spectacol de artificii s-ar fi declanșat în creierul lor.

Dan

Excelent! Să sperăm că mulți dintre cei care citesc această carte vor avea aceeași experiență: spectacole de artificii în creierul lor, precum în creierul altora pentru care încearcă să fie lideri.

CAPITOLUL 1

De ce este influența atât de specială

Dan

Să începem, Brian, cu întrebarea „Ce face ca influența să fie atât de specială?”. De ce este atât de căutată această abilitate particulară? Are de-a face influența doar cu a-i controla pe alții pentru a obține ceea ce vrei tu sau este despre ceva mai benefic și mai important? Ce descoperiri ai tu pe această temă care s-ar opune acelei înțelepciuni întâlnite la cei mai mulți dintre autorii care scriu despre dezvoltarea personală? Aș vrea să începem prin a te întreba cum definești tu influența.

Brian

Una dintre cele mai bune definiții care au apărut recent este „a mișca“. Eu cunosc mai multe limbi, iar în limbi diferite există cuvinte diferite pentru „influență“, dar „a mișca“ înseamnă a aduce o persoană dintr-o anumită stare de gândire sau de la un anumit set de concluzii la un altul. Este ca atunci când urci câte două sau trei trepte pe o scară. Dacă ne uităm cu 6000 de ani în urmă,

vedem că ființele umane au o unică motivație primară și aceea este îmbunătățirea. Numim această teorie „ABC-ul motivației“. „A“ înseamnă antecedent, adică unde te afli înainte să te întâlnești și cu ceea ce te influențează, „B“ sunt comportamentele* pe care le manifesti sau pe care ți se sugerează să le manifesti, iar „C“ sunt consecințele acestora. Formula care rezultă arată că 15% dintre acțiunile tale sunt determinate de antecedente, de evenimentele anterioare, iar 85% din motivația ta de a mișca, de a schimba va proveni de la consecințele anticipate.

Deci, iată ce știm: o persoană se va mișca, se va schimba, va întreprinde orice acțiune de orice fel sau va fi influențată numai dacă simte că îi va fi mai bine după aceea. Cu cât este mai convinsă că îi va fi substanțial mai bine, cu atât mai deschisă va fi la orice fel de influență.

Am folosit un exemplu într-o lucrare de-a mea: imaginează-ți o piață cu oameni care merg la și se întorc de la serviciu, birou, întâlniri; toți sunt oameni de afaceri raționali, îmbrăcați corespunzător. Ieși în mijlocul acestei piețe ținând în mână o sută de bancnote de 1 dolar. La un moment dat, brusc, arunci cele o sută de bancnote în aer și ele încep să fluture căzând pe pământ.

Timp de vreo două secunde, oamenii se uită și văd banii cum se mișcă, văd că sunt bani gratis și că plutesc în aer. După alte câteva secund, trec de la a fi normali și raționali la o stare de nebunie: strigă, apucă, țipă, adună, îi împing pe alții, sar pe ei, devin violenți fizic. Aleargă după acești bani grațiuți pentru că suma care plutește în aer este limitată. Și mai sunt și alții care aleargă după aceiași bani.

* B de la *behavior*, „comportament“, în limba engleză. (n.tr.)

Curând, vor dispărea. Dacă nu te miști repede, nu îți capeți partea. Iar oamenii își ies din minți, până când toți banii sunt strânși.

Ai auzit și povestea cu mașina blindată care mergea pe stradă și la un moment dat i s-a deschis ușa din spate sau a avut un accident. S-au împrăștiat banii pe stradă, iar traficul s-a oprit și oamenii au început să alerge și să vină din toate părțile, să strige și să se lupte și să se îngămădească unii peste alții. Se poate spune că toți acei bani care pluteau în aer sunt o formă de influență. Cauzează un comportament care nu ar fi fost niciodată manifestat altminteri și îl face să apară aproape instantaneu.

Există la televizor o reclamă foarte bună, una faimoasă astăzi, cea pentru iPhone, de la Apple. Anunță toate caracteristicile speciale și apoi spune că telefonul va fi disponibil exact la ora 8 sâmbătă de dimineață. Iar oamenii, care nu știu prea multe, dorm pe stradă, uneori câte o sută, două sau trei sute de oameni. Au apărut chiar și „ținători de rând“, oameni care umblă în sus și în jos pe lângă rând și pentru 5 dolari îți țin locul până te duci la baie sau îți iei ceva de mâncare sau îți schimbi hainele, ca să nu-ți pierzi locul în rând. Toate acestea pentru că sunt atât de nerăbdători să obțină acel produs, pentru că sunt atât de influențați de el.

În esență, aceasta este influența. Îi face pe oameni să devină atât de bucuroși de îmbunătățirea care va avea loc în viața lor și de rapiditatea cu care va avea loc această îmbunătățire, încât vor sta la rând și se vor angaja în comportamente care, privite din exterior, par aproape nebunești. Din cauza dorinței intense de îmbunătățire, oamenii se vor angaja în comportamente care sunt complet incredibile pentru cineva din afară.

Dan

Este fascinant! Te cunosc de mulți ani, Brian, și ești unul dintre cei mai de succes autori și conferențieri din arena dezvoltării personale. Chiar mai mult de atât, există oameni care, când vorbesc despre un subiect, ceea ce fac este ca o acadea mentală: când acadeaua se termină, au nevoie de încă o doză și de încă o doză, ca și cum s-ar simți vii numai când vorbesc. Dar printre cei cu care lucrez eu există și unii autori care sunt în realitate foarte buni în a-i face pe oameni să producă rezultate în viața lor. Iar tu ești unul dintre aceștia. Am adunat mărturii de-a lungul anilor: „M-am inspirat din programul lui Brian *The Psychology of Achievement* [*Psihologia împlinirii*] sau *The Psychology of Success* [*Psihologia succesului*] și am avut rezultate uimitoare.” Rezultatele pot fi observate în tot ceea ce ai făcut.

Ce anume te-a ajutat pe tine să ai succes nu doar în a fi un mare lector, dar și în a-i face pe oameni să treacă la acțiuni care au produs rezultate în viața lor? Cum ai reușit să ai o asemenea influență?

Brian

Secretul succesului meu – dacă e vreun secret, iar eu nu cred în secrete – este că am făcut volume enorme de cercetare, mii de ore, pentru a încerca să aflu de ce unii oameni au mai mult succes decât alții. Toată lumea are o dorință de a se realiza cât mai mult, mai repede și în cel mai ușor mod posibil, cu prea puțin interes față de efectele secundare.

Când aveam 21 de ani, am citit o carte despre psihologul Abraham Maslow și apărea acolo o explicație despre munca lui. În esență, spunea că fiecare persoană are dorința de a-și împlini potențialul.

Un mare maestru metafizician a scris cândva că toate frustrările și supărările, toate depresiile și problemele sociale provin din sentimentul profund că oamenii au un potențial cu mult mai mare decât folosesc în mod curent și că nu știu cum să-l descopere. Este aproape ca și cum ar avea o mină de aur în adâncul terenului casei lor, ca și cum ar avea un zăcământ de petrol sub ferma lor, dar habar nu au cum să îi elibereze potențialul și de aceea sunt frustrați și supărați.

Când mi-am dat seama de asta, am zis: „Uite: fiecare persoană are un anumit volum de potențial, deci care este punctul de pornire pentru a-l scoate la lumină?”

Primul pas este să realizezi că există, că ai un potențial mai mare decât poți folosi într-o sută de vieți. Există milioane, acum zeci de milioane de oameni în întreaga lume care s-au îmbogățit, au devenit milionari și miliardari într-o singură generație. Ce au făcut ei poți să faci și tu. Îți voi arăta ce au făcut alți oameni care, pornind de la nimic, după ce au fost multă vreme frustrați, și-au transformat viața. Ce anume a răsucit butonul? Ce a deschis ușa?

Aveam obiceiul să zic că succesul este ca un lacăt cu cifru, doar că are mai multe numere. La fel ca în vânzări, unde ai o combinație de șapte pași pentru a închide o vânzare. Aceasta a fost validată și verificată prin interviuri realizate cu zeci de mii de clienți, zeci de mii de conversații de vânzări înregistrate video. A fost dezvoltat un proces pe care, dacă o persoană medie îl urmează, poate să închidă vânzare după vânzare. Iar acest lucru nu îl spun doar eu, ci îl spun IBM și Xerox și unele dintre cele mai mari companii din lume. Au studiat procesul de vânzare prin înregistrări video și prin interviuri. Au descoperit că este

un proces, că are loc în șapte pași și că, dacă urmezi cei șapte pași în mod sistematic și consecvent, până la urmă obții același rezultat pe care îl obțin și alți oameni. I-am învățat acest proces pe mai mult de două milioane de oameni din toată lumea.

Prietenul meu Og Mandino mi-a spus odată: „Brian, nu există niciun secret al succesului. Există niște reguli și principii simple care au tot fost descoperite și redescoperite de-a lungul întregii istorii a umanității. Tot ce ai de făcut este să le înveți și să le pui în practică iar și iar și vei obține aceleași rezultate ca și cele mai de succes companii din orice industrie și din orice fel de afacere.“

Și, surpriză, surpriză! Funcționează. Pentru a-i influența pe oameni trebuie să faci o anumită serie de lucruri logice. Dacă le faci în mod corect, atunci oamenii se vor deschide către influența ta, vor vrea să fie influențați de tine, îți vor căuta ghidajul și îndrumările. Vor performa la niveluri mai înalte decât te-ai fi putut gândi vreodată că este posibil și vei obține rezultate dincolo de orice ai primit vreodată până atunci.

Dan

Brian, cuvintele „influență” și „persuasiune” sunt adesea folosite la întâmplare cu același sens. Tu consideri că aceste concepte sunt identice sau că influența are totuși elemente ușor diferite de a convinge pur și simplu pe cineva?

Brian

Da, cred că „influență” și „persuasiune” sunt similare, dar totuși diferite. Poți avea influență asupra oamenilor

fiind doar un anumit tip de persoană. Vorbim, de exemplu, despre importanța unui model de rol. Dacă cineva crede că tu ești un anumit tip de persoană, o persoană de caracter, o persoană onestă, o persoană cu convingere, atunci acea persoană va fi mult mai influențată de tine decât dacă nu ar crede nimic sau dacă ar crede ceva greșit despre tine.

În parenting, știm că 40%–50% dintre obiceiurile unui copil îi sunt dezvoltate de către părinți și că obiceiurile unui om îi determină succesul sau eșecul în viață. Știm că, în mare măsură, copiii sunt convinși și influențați de modul în care părinții lor se poartă cu ei și unul cu altul. Cineva spunea cândva: „Cel mai bun lucru pe care un bărbat poate să-l facă pentru copiii săi este să o iubească pe mama lor.“ E foarte simplu.

Eu și soția mea am aflat acest lucru când ne-am căsătorit. Am citit toate cărțile, am început chiar să predăm acest subiect și, astfel, copiii mei m-au văzut respectând-o întotdeauna pe soția mea, Barbara, la cel mai înalt nivel. Trei dintre ei s-au căsătorit – doi dintre ei sunt acum căsătoriți, iar unul din păcate s-a despărțit –, dar toți s-au căsătorit cu oameni pe care i-au respectat și care i-au respectat la rândul lor și toți i-au tratat cu mare respect pe acești oameni.

Cei doi care sunt încă fericiți în căsniciile lor au unul doi copii, iar celălalt trei. Se înțeleg extraordinar unul cu celălalt, sunt cei mai buni prieteni. Fiul meu este căsătorit cu o femeie minunată, fiica mea este căsătorită cu un tip grozav. Când ne adunăm să ne petrecem timpul împreună, este ca și cum se adună laolaltă un grup de cei mai buni prieteni cu familiile lor. Ei își tratează copiii cu mare respect și noi îi tratăm pe copiii lor cu mare respect. Și ei

toți se așteaptă să fie bine tratați de către membrii sexului opus și cu toții îi tratează bine pe ceilalți oameni. Ei nu conving, ci influențează prin exemplul lor. Deci, se vede aici influența exemplului, care, cum spuneai, este chiar extraordinară.

Tom Peters, în cartea lui *In Search of Excellence* [*În căutarea excelenței*], spunea că cel mai important lucru pe care el l-a descoperit este puterea influenței pe care o are un părinte. Un părinte poate cu adevărat să schimbe dinamica psihologică a unui copil doar fiind un exemplu, întrucât copiii ignoră ceea ce le este spus. Le poți spune „Fă așa, fă invers, nu face asta, nu face cealaltă“, dar ei privesc tot ceea ce faci tu și absorb prin piele. Întotdeauna se vor comporta cu oamenii din lumea lor așa cum te porți tu cu oamenii din lumea ta, în special față de soțul sau soția ta. Dacă tu îi tratezi copiii cu respect, atunci ei îi vor trata pe ceilalți cu respect și se vor aștepta să fie tratați cu respect. Dacă tu îi tratezi cu respect, ei se vor vedea pe ei înșiși ca fiind demni de respect și, de asemenea, îi vor trata pe ceilalți oameni ca fiind demni de respect. Este cel mai uimitor lucru cu putință. Deci tu, ca model de rol, ai o influență extraordinară.

Persuasiunea survine atunci când poți convinge o persoană să se angajeze într-un comportament pe care nu l-ar fi adoptat în absența persuasiunii tale. Oamenii fac lucruri fie din propriile motive, fie fără niciun motiv. Deci marele tău obiectiv, cel puțin la începutul unei conversații, dar și pe parcursul ei, este să descoperi ce vor oamenii și să le arăți că ceea ce îi încurajezi tu să facă sau să nu facă este cea mai rapidă cale de a obține lucrurile pe care le vor ei.

Dan

Aceasta este o distincție excelentă! Apreciez ce spui. Adesea asociem a fi o persoană cu influență cu a fi foarte carismatic. Crezi că există o asociere puternică între influență și carismă? În ce mod sunt asociate cele două concepte între ele?

Brian

E o întrebare excelentă. Am scris o carte intitulată *The Power of Charisma* [*Puterea carismei*], care a fost publicată în toată lumea, a avut peste tot un mare succes, s-a vândut cu zecile sau sutele de mii de exemplare. Nici nu le mai pot ține evidența. Am scris-o împreună cu Ron Arden, care a regizat 150 de piese de teatru pe scena londoneză. Când regizezi o piesă de teatru, iei scenariul, care poate fi un text shakespearian vechi de 400 de ani, și alegi actori pentru fiecare dintre roluri, iar apoi regizezi piesa în așa fel încât punerea ei în scenă să devină o versiune nouă a piesei. Cel mai rău lucru care ți se poate întâmpla este ca un critic să spună „Această piesă nu este diferită de ultima versiune pentru *Regele Lear* de Shakespeare“.

Deci trebuie să-l iei pe fiecare actor și să îl faci să aibă o abordare cumva diferită. Trebuie să îl faci să joace într-un mod cumva diferit pentru produce o versiune mai interesantă și diferită a unei piese pe care mulți oameni probabil că au văzut-o de multe ori regizată de diferiți regizori. În cartea noastră *The Power of Charisma* vorbesc împreună cu Ron despre cum poți deveni o persoană caldă și afectuoasă, astfel încât oamenii să te placă și să te considere o persoană încântătoare, pentru că, dacă o persoană te consideră încântător, este mai deschisă să se lase influențată

de tine ca individ. O persoană carismatică este cineva față de care te emoționezi, de care ești influențat, care îți place și către care tinzi. Dacă ne întoarcem la minunata remarcă a lui Dale Carnegie din *How to Win Friends and Influence People*, el spunea că cheia carismei, sau a câștigării de prieteni și influențării altor oameni, este să îi faci pe oameni să se simtă importanți. Cartea noastră are 35 de capitole despre carismă. Este despre toate lucrurile mărunte pe care le poți face pe parcursul conversației tale cu alți oameni pentru a-i face să se simtă importanți.

Uneori are prea puțin de-a face cu cuvintele. Nici nu e nevoie să spui ceva, nu e nevoie să încerci să-i impresionezi pe alții, ci să folosești ceea ce se cheamă „legea efortului indirect“. Dacă vrei să impresionezi o persoană, cel mai rapid mod este să fii tu impresionat de ea. Dacă vrei ca o persoană să te placă, cea mai rapidă modalitate este să îți placă ea ție. Cu cât ești mai impresionat de o persoană și cu cât o consideri mai valoroasă și mai importantă, cu atât mai mult acea persoană va începe să creadă că tu ești o persoană interesantă și carismatică. Are în spate regula de bază: cine este persoana favorită a oricărui om? El însuși. Și la cine se gândesc oamenii în cea mai mare parte a timpului? Oamenii se gândesc la ei înșiși în 99% din timp.

Cineva pe care îl doare un dinte poate fi înconjurat de o grămadă de oameni, dar se gândește mai mult la durerea lui de dinți decât la oricine altcineva din preajma sa sau la știrea zilei sau la ce este la televizor. Durerea lui de dinți antrenează 99% din activitatea sa mentală.

Cum dovedești că ești carismatic? Păi, este foarte simplu: devii interesat de alți oameni. Cum devii interesat de alți oameni? Le pui întrebări despre ei înșiși, apoi ascuți

îndeaproape și cu atenție răspunsurile, ca și cum orice ți-ar spune acea persoană despre ea este fascinant.

Dacă vrei ca oamenii să fie fascinați de tine, fii tu fascinat de ei. Întreabă-i: „Cu ce vă ocupați?” Există o serie de întrebări care ar trebui chiar să fie ilegale, atât sunt de eficiente. Dar spui: „Buna ziua, numele meu este Brian Tracy. Care este numele dumneavoastră?” „Numele meu este Dan Strutzel.” „A, da? Dan Strutzel?” Îi repeți numele: Dan Strutzel. „Ce profesie ai, Dan?” Tu spui: „Lucrez în înregistrări, editări, producție de programe pentru trusturi naționale și internaționale.” „Dumnezeule, pe bune?! Și ce faci mai exact? Ce lucrezi în prezent în domeniul acesta?” O altă întrebare excelentă este: „Dar cum ai ajuns să lucrezi în acest domeniu?” Și apoi ascuți și, orice ar spune celălalt, doar ascuți și ascuți și ascuți, până când se oprește din vorbit. Atunci spui: „Și după aceea ce ai făcut?”

Deci poți să folosești aceste trei întrebări. Iar aceste trei întrebări sunt ca și cum ai pune în mișcare trei cercuri. Continuă să pui aceste întrebări. Oamenilor le place foarte mult să vorbească despre povestea carierei lor. Vor mai adăuga câte o spiță la roată; vor spune: „Am început așa. Acum lucrez la asta și nu merge, așa că mă gândesc să fac ceva de genul ăsta.” „Și după aceea ce-ați făcut?” „Păi, după aia am vorbit cu cutare și cutare.”

Foarte des, oamenii se vor opri la un moment dat, pentru că nu sunt siguri dacă te interesează, dacă ești doar politicoș sau dacă îi iei peste picior. Atunci spui imediat: „Și atunci ce ai făcut? Și după aceea ce ai făcut? Ce sfat i-ai da cuiva care se gândește să intre în acest domeniu?” Sau: „Care au fost cele mai importante influențe asupra ta care te-au determinat să intri în acest domeniu? Care crezi