



## ترغیب افراد

در دنیای امروزی، به دلیل تغییرات زیادی که در تجارت روی می‌دهد، ترغیب به‌عنوان یک مهارت حیاتی در مدیریت مطرح می‌شود.

شما حتما ترغیب‌کنندگان با استعدادی را که تقریباً توان مجاب کردن تمام افراد اطرافشان را دارند را می‌شناسید. افراد ترغیب‌کننده با محقق نمودن عقایدشان، ارزش‌های والایی را برای سازمان‌ها به ارمغان می‌آورند. درحالی‌که هنوز هم بسیاری از مدیران بر این عقیده هستند که ترغیب، به‌نوعی بازی با احساسات افراد است. واقعیت حاکی از آن است که این عقیده درست نیست. در حقیقت، ترغیب فرایند تغییر و تقویت نگرش‌ها و رفتارهای افراد در جهت مرتفع کردن نیازهای هر تجارتی است.

## ترغیب چیست؟

ترغیب یک فرایند مرکب است که نیازمند آماده‌سازی‌های دقیقی نظیر مکالمات

مناسب دوطرفه و درک عمیقی از چگونگی اتخاذ تصمیم توسط دیگران می‌باشد. ترغیب‌کنندگان ماهر در یک فرایند درک متقابل، ارتباط عمیقی با مخاطبشان ایجاد می‌کنند. ترغیب، ترکیبی از دانش و هنر است. برای دستیابی به این ترکیب از دانش و هنر، شما نیازمند کسب انواع مهارت‌هایی نظیر ایجاد اعتبار، تسلط بر ذهن و قلب افراد و نیز غلبه کردن بر مقاومت مخاطب نسبت به عقایدتان هستید. اگر شما این مهارت‌ها را تا حد زیادی در خود تقویت کنید، می‌توانید عقایدتان را به پیامدهای ارزشمندی تبدیل کنید.

عناصر کلیدی ترغیب در زیر آورده شده است:

## ۱. اعتبار

ترغیب‌کنندگان ماهر اعتبارشان را از طریق دستیابی به مهارت‌هایی چون ترویج روابط مثبت با مخالفان و جلب اعتماد آنان کسب می‌کنند. اعتبار را می‌توان بر اساس فرمول ساده (اعتبار = اعتماد + مهارت) بیان کرد. هر چه شما اعتبار و مهارت بیشتری کسب کنید، اعتبار بیشتری برای خود و عقایدتان به ارمغان خواهید آورد.

## جلب اعتماد دیگران

هنگامی که شما نتوانید اعتماد لازم را کسب کنید، مخاطبانتان ارزش زیادی برای آنچه بیان می‌کنید، قائل نمی‌شوند. وقتی افراد به شما و عقایدتان اعتماد می‌کنند، تمایل دارند که شما را فردی قابل قبول، مطلع، صادق و فردی که به دنبال مصلحتشان است، ببینند. وقتی افراد باور داشته باشند که شما به منافع و مصلحت آن‌ها فکر می‌کنید، تمایل بیشتری برای اعتماد به شما و عقایدتان پیدا می‌کنند. کاستی‌های پیشنهادتان را بپذیرید. پذیرش صادقانه معایب موجود در پیشنهادتان، می‌تواند در ایجاد اعتماد با مخاطبانتان سودمند باشد.

## مهارت‌هایتان را نشان دهید

مهارت نیز همانند اعتماد، به ایجاد اعتبار کمک می‌کند. دیگران هنگامی شما را فردی ماهر قلمداد می‌کنند که بیانات و قضاوت‌هایتان در مورد پیشنهاد موردنظر، نشان‌دهنده آگاهی کافی شما از موضوع موردنظر باشد. شما همچنین می‌توانید با جمع‌آوری و بیان پیشینه‌ای از موفقیت‌هایتان، مهارتتان را نشان دهید.

نشان دهید که از عبارت اختصاری و فنی به‌کاررفته توسط مخاطبان‌تان آگاهی دارید. جدیدترین اطلاعات در مورد محصولات و بازار آن‌ها را داشته باشید. در وقت مناسب افراد را متوجه مدارک و درجات علمی پیشرفته‌ای که به دست آورده‌اید بکنید.

## ۲. زمینه مشترک

ترغیب‌کنندگان موثر اهدافشان را در زمینه‌های مشترک با مخاطبان شکل می‌دهند. آن‌ها به جانب‌داری از آنچه که برای خودشان و برای دیگران ارزشمند است، می‌پردازند.

## ۳. اطلاعات حمایتی

مدیران ترغیب‌کننده، موقعیت‌هایشان را با استفاده از اطلاعات مفید، داستان‌های مجاب‌کننده، تمثیل‌ها و تصاویر، تثبیت و تقویت می‌کنند.

## ۴. درک عمیق احساسات دیگران

ترغیب‌کنندگان با استعداد، احساسات مخاطبشان را درک کرده و از نظر احساسی با آن‌ها ارتباط برقرار می‌کنند.

## محرک‌های ترغیب

## ۱. مقایسه

قضاوت همیشه نسبی است؛ بنابراین هنگامی که افراد در حال تصمیم‌گیری هستند، اغلب دنبال معیارهایی هستند که تصمیم‌گیری‌شان را بر اساس آن انجام دهند. برای فعال‌سازی محرک مقایسه، سعی کنید در راستای تشویق مخاطب به پذیرش پیشنهادتان، به بیان معیاری بپردازید که او تصمیماتش را بر اساس آن معیار اتخاذ کند. برخی از فروشندگان این کار را به وسیله نشان دادن ارقام گران‌قیمت در میان محصولات، انجام می‌دهند. با این کار ارقام با قیمت‌های پایین‌تر به نظر معقول و مناسب می‌آیند.

## ۲. ایجاد علاقه

معمولا افراد تمایل دارند عقاید کسانی را که به آن‌ها علاقه‌مند هستند، بپذیرند. همچنین هنگامی که افراد احساس کنند مورد محبت واقع شده‌اند و مشترکاتی با فرد پیشنهادکننده دارند، علاقه‌شان به موضوع بیشتر می‌شود. سعی کنید به واسطه ایجاد مشترکات و بیان منافع مشترک با مخاطبتان، الزامی برای پذیرش پیشنهادتان ایجاد کنید. همچنین علاقه‌تان را به آن‌ها از طریق تحسین کردن و بیان عبارات مثبت درباره عقاید، توانایی‌ها و راه‌حل‌های ارائه‌شده‌شان نشان دهید.

## ۳. انجام واکنش متقابل

افراد معمولا الزامی در قبال جبران محبت‌های دریافت شده، احساس می‌کنند. این عامل سبب ایجاد رفتار متقابل می‌شود. برای تضمین اینکه چه چیزی به مخاطبتان بدهید، به جست‌وجوی راه‌حلی که برای فرد موردنظرتان منفعتی داشته باشد و نیازش را مرتفع کند، بپردازید.

## ۴. اثبات اجتماعی

افراد معمولا تمایل دارند تصمیماتشان را بر اساس هدایت دیگران انجام دهند. فرض کنید شما تمایل به مجاب کردن افراد یک گروه برای پذیرش پروژه جدید دارید. در این صورت می‌توانید از یکی از کارمندان که مورداحترام افراد گروه است درخواست کنید که پیشنهاد موردنظر را در جلسه مطرح و از آن حمایت کند.

## ۵. کمبود منابع

هنگامی که عرضه منابع محدود باشد (نظیر اطلاعات، فرصت‌ها و منابع فیزیکی) افراد به آن‌ها بهای بیشتری می‌دهند. جهت فعال کردن این محرک، به بیان اطلاعات منحصر به فرد برای ترغیب افراد پردازید. برای مثال، توجه تصمیم‌گیرندگان کلیدی را با بیان عباراتی نظیر «من امروز به این اطلاعات دست‌یافته‌ام و این اطلاعات تا هفته آینده منتشر نخواهد شد» جلب کنید. اطمینان پیدا کنید که اطلاعات ارائه‌شده واقعا منحصر به فرد هستند. در غیر این صورت اعتبار شما خدشه‌دار خواهد شد.

## ملاحظات اخلاقی

ترغیب هنگامی موثر واقع می‌شود که بر اساس سود متقابل طرفین و رفتارهای اخلاقی باشد. ترغیب‌کنندگانی که مسائل اخلاقی را رعایت می‌کنند، فرصت‌هایی برای کسب سود متقابل را که در هر شرایطی وجود دارد تشخیص داده و از آن‌ها استفاده می‌کنند.

آن‌ها به بهترین نحو از این فرصت‌ها به‌عنوان اهرمی در جهت یافتن راه‌حل‌های برنده - برنده استفاده می‌کنند. آن‌ها همچنین دنبال مزایای بلندمدت پیشنهادی که ارائه می‌کنند، هستند و می‌دانند تکنیک‌های غیر اخلاقی فورا می‌تواند خوش‌نامی، اعتماد و اعتباری را که طی سال‌ها کسب کرده‌اند را از بین ببرد.

متأسفانه برخی از ترغیب‌کنندگان رفتارهای غیر اخلاقی از خود بروز داده و از فرصت‌هایشان برای فریب و اغفال دیگران استفاده می‌کنند. برای آن‌ها ترغیب، رقابتی است که در آن، آن‌ها برنده و شما بازنده‌اید. این افراد فقط روی توافقات و مبادلات کوتاه‌مدت تمرکز می‌کنند، آن‌ها اصولاً اهمیتی به این مسئله نمی‌دهند که چگونه رفتار امروزشان می‌تواند به شهرت آینده‌شان آسیب وارد سازد و در نهایت در بلندمدت اعتبارشان را از دست خواهند داد.

برای اینکه فردی ترغیب‌کننده باشید، باید فردی قابل قبول باشید، برای قابل قبول



بودن، باید فردی معتبر باشید و برای معتبر بودن باید فردی صادق باشید.