

Zafascynuj ich! 7 metod na skuteczną perswazję i wzbudzanie zachwytu.

Autor: [Sally Hogshead](#)

Czynnik fascynacji w kreowaniu Twojej osobowości i Twojej marki

- Dlaczego jesteśmy lojalni wobec pewnych wyborów?
- Dlaczego symbole rangi i respektu przykuwają Twój wzrok?
- Dlaczego przyciągają Cię pewni ludzie, a inni nie?
- Dlaczego uwodzi Cię oczekiwanie na doznanie przyjemności?
- Dlaczego pamiętasz pewne marki, a zapominasz pozostałe?

Za każdym razem, kiedy Twój przekaz nie dotrze skutecznie do klienta, zajrzyj do historii i wskazówek opisanych przez Sally Hogshead. W jej książce znajdziesz więcej wspaniałych, oryginalnych i praktycznych rad, niż jesteś w stanie wykorzystać w swoim życiu. W porządku, w ciągu dwóch żyć.

Richard Laermer, autor 2011: Trendspotting

To przełomowe dzieło, pięknie napisana książka, która na zawsze zmieni Twój sposób postrzegania świata. Bardzo mi się podobała. Pozwól, że powiem to otwarcie: musisz kupić tę książkę, pożreć ją, pochłonąć, a potem kupić kolejne egzemplarze dla swoich kolegów. Wiele egzemplarzy.

Seth Godin,

autor książek Najmocniejsze ogniwo oraz Plemiona 2.0. Zostań internetowym przywódcą

Złote zasady fascynującego komunikatu

Starożytni Persowie wierzyli, że fascynacja może powodować śmiertelne schorzenia. W Konstantynopolu mieszkańcy wypisywali na ścianach domów fragmenty Koranu, aby ochronić swoje rodziny przed "złym okiem" fascynacji. Freud określił ją jako formę hipnozy. Nawet współczesny Webster's Dictionary zawiera złowieszczą definicję, porównującą fascynację do czarów.

Jednak umiejętność fascynowania to nie czary ani hipnoza. Jest to narzędzie, które powinieneś opanować, by przejąć pełną kontrolę nad swoim życiem i swoją karierą. Chęć imponowania innym jest naturalną potrzebą, wypływającą z ludzkiej natury, w praktyce wymaga jednak nieco wiedzy. Kluczem do opanowania sztuki fascynacji jest aktywowanie siedmiu jej wyzwalaczy.

Są nimi:

- **POŻĄDANIE**, tworzące pragnienie przyjemności zmysłowych.
- **TAJEMNICZOŚĆ**, kusząca pytaniami, na które nie znamy odpowiedzi.
- **NIEPOKÓJ**, grożący negatywnymi konsekwencjami.
- **PRESTIŻ**, wzbudzający szacunek symbolami osiągnięć.
- **WŁADZA**, rozkazująca i kontrolująca.
- **ROZPUSTA**, kusząca "zakazanym owocem" i powodująca, że buntujemy się przeciw normom.
- **ZAUFANIE**, napawające nas pewnością i stabilnością.

Kiedy opanujesz wyzwalacze, Twoje pomysły będą lepiej zapadały w pamięć, argumenty będą lepiej przekonywać, a relacje staną się trwalsze. Dlaczego? - Ponieważ fascynacja to najpotężniejszy sposób wpływania na proces podejmowania decyzji. To metoda skuteczniejsza, bardziej intrygująca i wciągająca niż marketing, reklama lub jakkolwiek inny sposób komunikacji.

Spis treści:

Wstęp (11)

Czarownice, zielony groszek i Zygmunt Freud

Wprowadzenie (15)

Czym dokładnie jest "fascynacja"?

- W jaki sposób zafascynowałam się fascynacją (15)
- Młodzieniec i wiszący kandelabr (16)

I. Fascynuj albo giń (23)

Fascynujesz albo giniesz

1. Wielkie O (25)

Mówiąc o fascynacji, zacznijmy od seksu, OK?

- Tango pieścizot (26)
- Fascynacja. Flirtowanie. Wszeteczeństwo (27)
- Fascynacja jest siłą przyciągania (27)
- Zaburzenie psychiczne zwane zadurzeniem (29)
- Na początku pojawia się miłość, później dochodzi do małżeństwa, potem w dziecięcym wózku następuje przetrwanie gatunku (30)
- Orgazm: ostateczna fascynacja (31)
- Kiedy fascynacja staje się obsesją (32)
- Skala fascynacji (32)
- Fetysze: prześcieradła gumowe, ktokolwiek chętny? (35)
- Na pierwszej randce? Oceń jego łokcie (37)
- Czy piękni ludzie są wciąż bardziej atrakcyjni nawet przy zgaszonym świetle? (38)
- Zapomnij o tym, jak wyglądasz: tak naprawdę ważny jest Twój główny układ zgodności tkankowej (38)
- Seksualne laboratorium zwane klubem striptizu (40)

2. Twoja fascynująca twarz (43)

Dlaczego urodziłeś się, wiedząc dokładnie, w jaki sposób stosować perswazję

- Z dżungli amazońskiej na stronę Amazon.com (43)
- Mechanizm fascynacji (45)
- Pierwsza sztuczka dziecka podczas przyjęcia (45)
- Ale... co się dzieje, jeśli dziecko nie potrafi zidentyfikować twarzy? (48)
- Mona Lisa i 83 procent szczęśliwego uśmiechu (50)
- Dlaczego tak naprawdę ludzie się uśmiechają? (50)
- Dlaczego dziewczęta lubią zabawnych chłopców (53)
- Zabawne twarze i zabawne kości (53)
- Uśmiech był pierwotnym środkiem przekazu społecznego (54)

3. Fascynacja i media (57)

Trendy prowadzą do potrzeby znalezienia nowej formy perswazji

- Labirynt i cierpiący na amnezję (57)
- Konsumenci chorujący na amnezję (58)
- Ogłoszenia na papierusie (59)
- Trendy powodem rozproszenia uwagi (60)
- Fascynujący ludzie i fascynujące firmy wygrywają (64)

4 . Złote zasady fascynującego komunikatu (67)

W jaki sposób oceniasz, czy coś jest fascynujące?

- Dlaczego niektóre pomysły sprawdzają się, a inne kończą porażką (68)
- Złote Zasady Fascynującego Komunikatu (70)
- Ale chwileczkę - czy na liście czegoś nie zabrakło? (72)
- Zanim zapytasz przyjaciół o opinię na temat imienia przyszłego dziecka, najpierw zapytaj Google (75)
- Optymalizacja Google - już około 1587 roku (76)
- Udawaj przez chwilę, że nazywasz się David Scott (76)

5. Czy jesteś fascynujący? (79)

Stosowanie fascynacji do kreowania Twojej osobowości i Twojej marki

- Kto jest najbardziej fascynującą osobą na sali? (79)
- Wynik F: Test na fascynującą osobowość (80)
- Osobowości z wysokim wynikiem (81)
- Czy bardziej fascynujące oznacza lepsze? (82)
- Sławne osoby z wysokim wynikiem (82)
- Osobowości z nadzwyczaj wysokim wynikiem (84)
- Osobowości z niskim wynikiem (85)
- Wciąż nie jesteś fascynujący? Nie panikuj, jesteś na najlepszej drodze (90)

II. Siedem wyzwaczy fascynacji (93)

Poznaj swój nowy arsenał: pożądanie, tajemniczość, niepokój, prestiż, władzę, występność i zaufanie

- Nie chodzi o coś, chodzi o wyzwacz (94)
- Buty jako fetysz i splecione ze sobą litery C (94)
- Siła marki tkwi w umiejętności uczynienia fascynującym tego, co niefascynujące (96)
- Stosowanie wyzwaczy (97)
- Instrukcja podejmowania decyzji (98)

6 . Pożądanie (101)

Dlaczego uwodzi nas oczekiwanie na doznanie przyjemności

- Czym jest "pożądanie"? (102)
- Pożądać czegoś znaczy pragnąć tego (103)
- "Ale ja tego chcę!" (103)
- Pożądanie tradycyjnych przekazów (104)
- Ta sama użyteczność, zwiększone pragnienie (105)

- Przestań myśleć, zacznij czuć (106)
- Spraw, aby to co zwykle budziło więcej emocji (110)
- Korzystaj ze wszystkich pięciu zmysłów (111)
- Kuś i flirtuj (113)

7 . Tajemniczość (119)

Dlaczego intrygują nas pytania bez odpowiedzi

- Czym jest tajemniczość? (121)
- Obudź ciekawość (122)
- Ukrywaj informacje (124)
- Twórz mitologię (128)
- Ogranicz dostęp (132)

8 . Niepokój (135)

Dlaczego podejmujemy działania pod wpływem zagrożenia negatywnymi konsekwencjami

- Czym jest niepokój? (136)
- Zjedz obiad lub bądź obiadem (137)
- Kolejka górską oraz gra w ruletkę (138)
- Określ konsekwencje (139)
- Wyznacz ostateczne terminy (140)
- Zwiększ poziom dostrzegalnego zagrożenia (144)
- Skup się nie na prawdopodobnych konsekwencjach, ale na tych, które budzą największy strach (147)
- Wykorzystaj niepokój do podjęcia pozytywnych działań (150)

9 . Prestiż (153)

Dlaczego symbole rangi i respektu przykuwają nasz wzrok?

- Czym jest prestiż? (156)
- Stwórz własne emblematy (157)
- Wyznacz nowe standardy (159)
- Ogranicz dostępność (165)
- Zasłuż na prestiż (167)

10 . Władza (169)

Dlaczego skupiamy się na ludziach i rzeczach sprawujących nad nami kontrolę

- Czym jest "władza"? (170)
- Spektrum władzy (171)
- Dominacja (173)
- Sprawuj kontrolę nad otoczeniem (177)
- Nagroda i kara (184)

11. Występnosc (187)

Dlaczego kusi nas "zakazany owoc"?

- Czym jest "występnosc"? (188)

- Twórz tabu (190)
- Prowadź innych na manowce (192)
- Określ absoluty (194)
- Porozumiewawcze mrugnięcie (200)

12 . Zaufanie (207)

Dlaczego jesteśmy lojalni wobec pewnych wyborów

- Czym jest zaufanie? (208)
- Stwórz poczucie bliskości (209)
- Powtarzaj i ponownie opowiadaj (213)
- Bądź autentyczny (216)
- Przyspiesz budowę zaufania (220)
- Uczyń "niefascynującym" każdy niezdrowy przekaz (222)

III. Plan Ataku Fascynacji (229)

W jaki sposób uczynić Twoje komunikaty bardziej fascynującymi

- Pomysły trzymane pod kluczem (229)
- Trzy Etapy Twojego Planu Ataku (232)

Etap 1. Ocena (235)

Jak bardzo fascynujące są Twoja firma i Twój przekaz?

- Złote Zasady Fascynującego Komunikatu (236)
- Określenie Twojego głównego wyzwacza (240)
- Chemiczny skład Twojej marki (241)

Etap 2. Rozwój (247)

Generuj i zwiększ fascynację

- Symbole fascynacji (247)
- Symbole i krzywe dzwonowe (250)
- Kraniec (251)
- Wprowadzenie nowego wyzwacza (254)
- Co gdyby...? (257)

Etap 3. Wykonanie (263)

Wprowadzanie w życie Twojej fascynacji

- Budowanie wewnętrznego wsparcia dla Twojego planu fascynacji (264)
- Oceń, zbadaj, ponownie oceń (265)
- Śledź swój postęp (267)
- Usuwanie barier stojących na drodze fascynacji (268)

Dodatek (271)

Badanie fascynacji Keltona

- Najważniejsze odkrycia (273)
- Rola fascynacji w osobistych i marketingowych przekazach (273)

- Badanie Keltona w miejscu pracy (275)
- Rola fascynacji w podejmowaniu osobistych decyzji (277)
- Wnioski (279)

Uwagi autora (283)

Fascynacja w skrócie (285)

Źródła (291)

Podziękowania (296)