

Tako Kagayaki



Làm thế nào để
Chinh Phục
đối phương



Nhà xuất bản Thanh niên

Làm thế nào để chinh phục đối phương

Tako Kagayaki

Ebook miễn phí tại : www.Sachvui.Com

Table of Contents

[Mục lục](#)

[Lời nhà xuất bản](#)

[Lời đầu sách](#)

- [1. Dùng phương pháp kích động gián tiếp](#)
- [2. Để đối phương thay đổi thái độ](#)
- [3. Để đối phương dao động tâm lý và nghiêng về phía mình](#)
- [4. Để đối thủ tài năng cũng phải nghi ngờ khả năng của bản thân](#)
- [5. Cư tuyệt khéo cuộc nói chuyện với người mình không ưa](#)
- [6. Lần đầu gặp mặt, một lời áp đảo](#)
- [7. Che giấu nội tâm](#)
- [8. Để đối phương lâm vào bị động](#)
- [9. Tâm lý bảo toàn danh tiếng](#)
- [10. Quấy nhiễu dòng suy nghĩ của đối phương thích lý sự](#)
- [11. Giành thế chủ động](#)
- [12. Meo tâm lý tăng hiệu quả đe dọa](#)
- [13. Lợi dụng sai lầm nhỏ của đối phương](#)
- [14. Không nên vì bồi rối việc nhỏ mà ảnh hưởng tập trung tâm trí](#)
- [15. Tránh quyết định lúc cơ thể mệt mỏi](#)
- [16. Cao thủ có cao thủ tri](#)

17. Chiến thắng số đông địch thủ như thế nào?
18. Từ hiệu quả của nghệ thuật quảng cáo
19. Đề đối phương thông cảm với bạn
20. Nói cần chừa đường rút
21. Chiến thuật áp lực cao
22. Mẹo của người có sức thuyết phục mạnh
23. Đề đối phương tin bạn
24. Đề đối phương có cảm giác nhẹ nhàng trong hợp tác
25. Cách hỏi sẽ chi phối câu trả lời
26. Mẹo nhỏ điều khiển cuộc họp chung
27. Thuật ra lệnh có thể cải biến đối phương
28. Biến do dự của đối phương thành kiên quyết quả đoán
29. Đề đối phương vui vẻ hợp tác
30. Chiến thuật “gao sống nấu thành cơm chín”
31. Nói rõ đại nghĩa, để đối phương vui sướng nhân lời
32. Mọi nhỏ có thể câu được cá lớn
33. Tuyên truyền cổ động kiểu lặp đi lặp lại làm cho người ta tin
34. Đề đối phương nghe lọt lời thật
35. Hay gọi điện thoại có thể gia tăng tình cảm
36. Cường chế nhưng không mao phạm

37. Meo làm đôi phương vui vẻ đôi ý ban đầu
38. Đề đôi phương đảm nhận những công việc anh ta không thích
39. Muốn thuyết phục phái nữ cần chủ động tiếp cận
40. Cảnh giác với bệnh tê liệt lương tâm
41. Tăng cường khả năng hợp tác như thế nào
42. Meo cao của người bán hàng
43. Giá cao không có nghĩa hàng tốt
44. Meo giành lấy hảo cảm của đôi phương
45. Thái độ chủ động hòa giải tranh thủ đôi phương
46. Meo làm tiêu tan thái độ bất mãn
47. Cần có tinh thần hy sinh bản thân
48. Đề phòng người dùng lối nhỏ lấp liếm lối lớn
49. Phương pháp giải trừ mối nghi ngại của đôi phương
50. Thuật “khách hàng chính là người chào hàng”
51. Làm tiêu tan nô khí của đôi phương
52. Khéo léo ngắt lời đôi phương
53. Khéo léo hỏi làm mất hứng nói của đôi phương
54. Meo đề đôi phương tự chấp nhận
55. Thăm dò ý kiến thực của đôi phương như thế nào?
56. Đề đôi phương nghe lời bạn nói

57. Biến trí tuệ của người khác thành của mình
58. Thịnh giáo đối phương
59. Meo tâm lý dựa vào nhược điểm của đối phương
60. Chế phục đối phương bằng quyền uy người khác
61. Khắc phục tâm lý không thừa nhận nhược điểm của mình
62. Người xa lạ thành bạn bè
63. Xua tan tâm lý đề phòng của đối phương
64. Cố gắng tạo cho đối phương điều kiện ưu đãi
65. Học cách nhẫn nại
66. Đề cập dưới ý thức mạnh đến nguyên tắc quan hệ trên dưới
67. Tạo ưu thế tiếp cận đối phương
68. Chọn chỗ ngồi tốt có thể tăng hình tượng của bản thân
69. Meo nâng cao địa vị của mình
70. Tên đối phương không thể coi nhẹ
71. Thể hiện tài cán của bạn tại hội nghị như thế nào
72. Sở trường có thể làm tăng thêm ma lực
73. Thủ tín có thể tạo cho người khác ấn tượng thành thực
74. Thừa nhận lỗi lầm có thể làm đối phương tín nhiệm
75. Năng nổ có thể giành được cảm tình của đối phương

Lời nhà xuất bản

Nhận thấy cuốn sách "Làm thế nào để chinh phục đối phương" của tác giả Tako Kagayaki - Giáo sư trường Đại học Chi ba - Nhật Bản nhằm trang bị cho các bạn trẻ những kiến thức, những kỹ xảo tâm lý để hiểu lòng người, nhằm đạt hiệu quả mong muốn trong giao tiếp xã hội, đàm phán, hợp tác trong công tác, trên thương trường. . . Những kiến thức tâm lý ấy được ứng dụng vào đời sống qua những ví dụ cụ thể, sinh động thật thú vị và cần thiết cho các bạn trẻ.

Cùng với sự hưởng ứng đón nhận nồng nhiệt của các bạn trẻ về mảng sách "Tâm lý học ứng dụng" của Nhà xuất bản Thanh Niên, mà đọng lại là "Nghệ thuật hiểu thấu tâm lý người khác".

"Thuật tâm lý gìn giữ tình yêu". "Nghệ thuật ứng xử và sự thành công của mỗi người", "Ấn tượng trong phút đầu giao tiếp", nay chúng tôi xin trân trọng giới thiệu một tác phẩm nữa thuộc loại này "Làm thế nào để chinh phục đối phương". Hy vọng những kiến thức thu nhận được sẽ giúp bạn trẻ tự tin hơn, để thành đạt trong cuộc sống.

Nhà xuất bản Thanh niên

Lời đầu sách

"Đoán xem tôi là ai" là một tiết mục lý thú của Đài truyền hình NHK (Đài truyền hình Nhật Bản). Tiết mục này quy định 3 người đóng giả và 1 người thật cùng ra sàn diễn, người đoán có thể hỏi các kiểu câu hỏi, sau đó đoán tìm xem ai là người thật, người đoán khó tránh khỏi bị mắc bẫy, đến cả khán giả truyền hình cũng có khi bị lơ mơ.

Tôi có dịp mong làm người đoán một lần. Đề tài mà tôi được tham dự là tìm ra một ngôi sao bóng bàn của Nhật trong số bốn người Phụ nữ. Khi đó tôi hỏi họ câu hỏi như thế này: "Hễ là người chơi bóng bàn, hẳn ai cũng biết rõ vận động viên nữ tên là A. Xin hỏi các cô, thời kỳ cô ta đạt phong độ nhất là trước hay sau Đại chiến thế giới II?".

Mọi người chắc đều biết rằng không có vận 1 động viên tên A này, mà chỉ là môi như tôi tưởng tượng ra mà thôi.

Đó chỉ là một mẹo nhỏ mà giúp tôi đoán được thân phận thực của họ. Ba trong bốn người đó trả lời một cách rất tự tin rằng "trước" hoặc "sau"; chỉ có một người thì lấp bắp nói cô ta không biết. Tôi đoán ra người này mới là ngôi sao bóng bàn thực sự, kết quả tôi đã đúng.

Tôi nghĩ, câu hỏi nhỏ kiểu "Thả con săn sắt bắt con cá rô" của tôi này sở dĩ có thể mò ra được ngôi sao bóng bàn thực là vì câu hỏi của tôi ẩn chứa một kết cấu hai tầng. Trước tiên, tôi tạo cho họ một tiền đề "Ai cũng đều biết", để họ không nghi ngờ và phủ định nội dung tôi đưa ra, kết quả là họ đã tiếp nhận, nên khi tôi để họ chọn là trước hay sau chiến tranh, họ đã sai lầm khi coi nhẹ tiền đề trên, nên đều cảm thấy rằng không A thì B, không B thì A.

Như vậy người có thân phận giả tự chui vào tròng, lộ rõ nguyên hình; còn người có thân phận thật thì có thái độ ngượng ngùng về sự không biết của mình. Tất nhiên tôi chỉ nghĩ ra kết cấu này với điều kiện người có thân phận thật trả lời đúng sự mẹo nhỏ này thì e rằng tôi cũng khó mà thu được thắng lợi.

Con người ta ai cũng có một mặt tương đối yếu. Chỉ cần hiểu một chút

về nhược điểm, khuyết điểm tâm lý và tính mù quáng tâm lý của họ thì có thể dẫn dắt được họ. Chính vì nắm bắt và lợi dụng được nhược điểm về tâm lý của con người, bọn lừa đảo mới làm cho nhiều người từng trải phải bó tay.

Tất nhiên, cố ý lừa gạt lấy tiền của người khác, đem lại nỗi bất hạnh lớn cho họ là một hành vi phạm tội. Ở đây tôi chỉ muốn nói rằng, chỉ cần thông thuộc các loại tâm lý của con người, đối xử bằng những phương pháp khác nhau đối với những người khác nhau, thì có thể đạt được hiệu quả mong đợi. Chẳng hạn, đối với học sinh chán học, ông thầy thiếu kinh nghiệm chỉ biết nói: "Em như vậy là không được!", làm cho học sinh lại càng chán học; còn ông thầy thông minh chắc chắn sẽ nói: "Chỉ cần em chịu học thì chắc chắn sẽ tiến bộ", dùng cách đó để kích thích lòng tự tôn của học sinh, kết quả học sinh đã chăm hẳn lên.

Trong cuốn sách này, điều tôi muốn bàn đến chính là kỹ xảo tâm lý để khéo léo chinh phục, người khác.

Trong việc ứng xử giữa người với người nếu bạn muốn tránh gây phản ứng của người khác, không muốn làm anh ta cáu, lại không muốn tự chuốc họa vào mình, thì không thể thiếu được những kỹ xảo tâm lý nhất định.

Thậm chí có khi trong bạn bè thân thiết, cẩn thận một chút tốt hơn là thiếu cẩn thận, vận dụng một số kỹ xảo tâm lý cũng không phải là việc xấu.

Tất nhiên, thế giới không thiếu những con người lòng dạ khó mà đoán biết được, miệng nam mô bụng bồ dao găm. Những kỹ xảo tâm lý trong cuốn sách này sẽ giúp bạn nhận ra bộ mặt thật của loại người này để bạn không ché họ, chiến thắng họ.

Tako Kagayaki

1. Dùng phương pháp kích động gián tiếp

Trong tâm lý học, có một loại thuyết gọi là kích động gián tiếp", được thể hiện trong ví dụ sau:

Chia vài chục đứa trẻ thành ba nhóm, lại chia mỗi nhóm thành hai tổ. Trong nhóm thứ nhất khen thưởng một tổ, trong nhóm thứ hai thì quát mắng một tổ, còn nhóm thứ ba thì không nói gì cả. Tiếp đó ra cho chúng cùng một yêu cầu đối với một công việc nào đó.

Con người ta dễ thấy người khác được khen thưởng (kích động tích cực trực tiếp) thì sẽ có cảm giác như mình bị phê bình (áp lực gián tiếp). Cũng vậy, khi thấy người khác bị phê bình (kích động tiêu cực trực tiếp) thì sẽ có cảm giác trực tiếp như mình được biểu dương (kích động tích cực gián tiếp). Trong đó, bên được khen thưởng, hoặc bên có cảm giác mình được biểu dương tự nhiên sẽ làm hăng say hơn, còn bên bị phê bình hoặc bên có cảm giác như bị phê bình thì tinh thần lại càng tụt xuống, tự nhiên tâm trạng này thể hiện rất rõ ở thành tích.

Muốn kích động tinh thần một người mà mọi người đều ghét bỏ và không hòa thuận, bạn đừng ngại dùng mẹo "*vai trò kích động áp lực*" Chẳng hạn, ra sức ca ngợi đối tượng của A trước mặt anh ta, tự nhiên A sẽ có cảm giác mình bị hạ thấp một cách gián tiếp, tinh thần sẽ sút giảm. Hơn nữa, kiểu "hạ thấp" gián tiếp này rất khó làm cho anh ta oán hận.

Một trưởng phòng nhân sự của một xí nghiệp lớn đã từng dùng kiểu "vai trò kích động gián tiếp" này để chỉ huy cấp dưới trong trường hợp có một cấp dưới quá tự tin vào bản thân. Rõ ràng là kiểu cấp dưới như vậy bạn có thể hoàn toàn yên tâm về mặt công việc, nhưng trong quan hệ giao tiếp dễ làm méch lòng người khác. Khi đó vị trưởng phòng không cần chỉ trích anh ta, mà cần biểu dương về mặt giao tiếp của người khác trước mặt anh ta. Người cấp dưới này sẽ thấy ngay được rằng mình còn chưa được cấp trên tán thưởng về mặt đó, liền bắt đầu thu hồi cái tự tin gần như là kiêu ngạo của mình một cách có ý thức.

2. Để đối phương thay đổi thái độ

Khi thâm vấn một tên tội phạm cứ đây đây chối tội của mình, cảnh sát hình sự có khi đập mạnh bàn ghế, hoặc dùng chân đá đổ ghế ngồi của tên tội phạm. Phạm nhân ngoan cố nhất thời ngẩn người ra, trong lúc hoảng sợ liền thú nhận tội một cách mất tự chủ.

Trong các phim của Mỹ, một số nhóm bạo lực muốn khoa trương mình, hễ gặp mục tiêu là liền nghĩ cách gây rối. Đầu tiên là gay gắt với chủ quán nào đó, hễ đối phương không lý gì đến thì ném bình rượu xuống sàn, đập chén một cách thô bạo, làm rối tung mọi thứ trong quán.

Trong sự việc như vậy, một bên không trực tiếp gây thương tích cho đối phương, mà làm cho đối phương có cảm giác bị khùng bố, buộc anh ta nghĩ tới tiếp sau đó sẽ là cái gì. Ngay cả hành vi bạo lực gián tiếp cũng làm cho anh ta tỉnh ngộ ra rằng nếu cứ giữ thái độ cũ sẽ càng nguy hiểm, từ đó xuất hiện cảm giác bất an trong anh ta.

Tuy trong lòng thì chúng ta coi khinh những hành động thô bạo kiểu như vậy, song trong thực tế nếu để ý quan sát ta thấy nhiều trường hợp khuyến bảo hay dùng lý đều không có tác dụng thì hành động "kiểu đồ tể" này thường hay làm cho cục diện chuyển ngược trở lại.

Dương nhiên, người bình thường không thể có nhiều hành động bạo lực như vậy được. Song đối với một vài trường hợp nếu sử dụng một vài hành vi quá khích thì rất có hiệu quả. Chẳng hạn ta đã từng thấy trên phim, khi nhân vật đàm phán vương mặc liền nhắc điện thoại trách mắng cấp dưới, để đối phương thấy ông ta đang rất cáu giận. Việc làm này tuy không đụng chạm trực tiếp tới những vật xung quanh đối phương, nhưng đã cho đối phương thấy rõ cơn cáu giận đã đạt tới đỉnh điểm, không thể nhẫn chịu hơn nữa. Sau khi đối phương thấy uy phong của ông ta đối với người thứ ba, không khỏi nghĩ tới rằng người tiếp theo sẽ là anh ta, chi bằng quyết định nhanh chóng, trong khoảnh khắc do dự liền dễ thay đổi thái độ.

3. Để đối phương dao động tâm lý và nghiêng về phía mình

Khi cảnh sát thâm vấn thường dùng thủ thuật cả nhu lẫn cương để làm cho tên tội phạm khả nghi ngoan cố dao động về tâm lý. Thủ pháp của các nhà chính trị, nhà ngoại giao cũng thường vậy: trong trường hợp giao thiệp

chính thức thì đôi đầu gay gắt, nói năng mạnh mẽ, còn trong thời gian nghỉ ngơi thì lại tâm sự, thô lộ một cách rất thân thiện.

Bất cứ ai khi chịu tác động của hai kiểu thái độ là uy hiếp và nhẫn chịu thì tâm trạng, vốn đã được định sẵn, cũng xảy ra chấn động mạnh. Những người ở vào tình trạng bất an về tâm lý thường sẽ bị dao động. Muốn đối phương theo ý mình thì không có cách nào hay hơn cách này.

Câu chuyện của nhân viên công ty làm tôi thấy rất chú ý. Anh ta xấu hổ nói: khi tôi báo cáo với giám đốc, chỉ cần một ý không hợp với ông ấy là ông ấy liền quát mắng một hồi, tới mức tôi không còn dám ho he gì nữa. Khi đó bạn cũng chẳng còn kịp để ý tới việc tranh biện tốt, xấu, thiện, ác gì nữa, bạn đã bị uy thế của ông ta lấn át rồi".

Đương nhiên, chỉ có dựa vào uy phong lẫm liệt là tư thế mệnh lệnh thì không thể tiến hành công việc thuận lợi. Chắc chắn rằng ông giám đốc kia đồng thời còn quan tâm đầy đủ, đảm bảo công tác và sinh hoạt của những người hợp tác với mình nữa, thì cái uy của ông ta mới phát huy đầy đủ tác dụng.

4. Để đối thủ tài năng cũng phải nghi ngờ khả năng của bản thân

Đôi khi tôi thích chơi mạt chược với bạn bè. Trò chơi mạt chược này rất hay. Thông qua chơi mạt chược có thể đoán được bản tính của một người nào đó mà khó có thể hiểu rõ qua hành động việc làm thường ngày. Ai cũng để ý thấy, người chơi mạt chược nào hề thua là thua một hồi. Anh ta hết sức bảo thủ với "vai" này, một mục tranh giành đạt được "đỉnh cao" của "vai" đó, từ đó đã thua lại càng thua, không thể nào vực lại được.

Hiện tượng này trong tâm lý học gọi là "Hiện tượng thoái hóa". Nếu không thỏa mãn được ý muốn của mình là bị dày vò, bứt rứt, tỏ ra có khuynh hướng cố chấp giống như trẻ con, cố làm tiếp. Kết quả là tình trạng ngày càng xấu đi, cho tới khi chẳng còn gì. Một ví dụ khác càng cho ta kết quả rõ hơn. Đầu tiên ta cho bọn trẻ một số đầu đề toán đòi hỏi phải vận dụng trí óc nhưng còn tương đối dễ; sau đó cho chúng làm một số đầu đề khó hơn một chút, đồng thời đánh vào tâm lý chúng "Không làm được hả?", tìm cách hạ thấp chúng.

Sau đó lại cho chúng đầu đề kiểm tra như dạng ban đầu, kết quả thể hiện, cùng một đầu đề dễ giống nhau, thành tích chung lần này rõ ràng giảm sút đi nhiều. Điều này đủ chứng minh rằng, khi người ta ở vào trạng thái tâm lý bất an, thì sẽ nảy sinh hiện tượng thoái hóa năng lực nhất thời. Ở nhiều công ty lớn có không ít nhân viên quản lý lợi dụng khiếm khuyết tâm lý vốn có này của con người để hạ thấp người khác, xác định vị trí nổi trội của bản thân. Đối với những cấp dưới có khả năng thay chân mình, đối với những thuộc hạ ngấm ngầm uy hiếp địa vị của mình, họ thường luôn phân cho thuộc hạ những công tác nhàm chán không thể phát huy năng lực của mình. Còn cấp dưới được nhận "vinh hạnh" này khởi đầu còn nghe tại sao lại giao cho mình làm việc này, vừa làm vừa chán nản. Sau một thời gian con người ban đầu tài năng xuất chúng ấy cũng xuất hiện "hiện tượng thoái hóa", năng lực của anh ta thực tế đã giảm dần.

Từ trước tới nay có rất nhiều người có tài song cuối cùng cũng chẳng thấy được giao chức vụ quản lý gì. Họ đều là những vật hy sinh đáng thương của những kẻ giảo quyệt sau khi đã sử dụng chiến thuật tâm lý một cách khôn khéo. Tất nhiên, với sự quản lý của loại người này, sức sống của một tập thể hay một đơn vị càng khô kiệt.

Ngược lại, những người có tài đặc biệt có thể trở thành người đứng đầu một nơi, phát huy tài năng lãnh đạo của bản thân; khởi đầu thường nhận chịu các công việc xem ra có vẻ tầm thường với một tính cách cương cường mà quyết không để tài năng mai một, thoái hóa.

Tâm lý con người có đặc tính như thế này: Đứng trước công việc hơi cao hơn khả năng của mình và công việc có khả năng thành công là 50%, họ dễ có chí phấn đấu. Còn với những thủ đoạn muốn biến con người có tài thành người bình thường, chỉ cần không giao cho họ loại công việc ấy.

5. Cự tuyệt khéo cuộc nói chuyện với người mình không ưa

Tôi có một người bạn thuộc giới thương nghiệp, khi anh ta không thấy hứng thú câu chuyện của đối phương thì liền cầm ngay một tờ báo lên, đọc rất tự nhiên, tỏ thái độ "Những gì anh nói toàn là vô bổ". Với cách này nhiều người đều nhanh chóng bỏ đi. Sau khi tôi biết điều quái dị này của anh ta thì tôi bèn không để ý tới hành động đó nữa, tiếp tục nói. Cuối cùng anh ta rút

bỏ tờ báo và nghe tôi nói. Trong nghề nghiệp đương nhiên anh ấy là một ông chủ giỏi giang, nhưng cái cách anh ta cự tuyệt nói chuyện với người khác thì lại không lấy gì làm sáng suốt, để làm mất lòng mọi người.

Khi bạn trong hoàn cảnh không muốn nghe. Vậy đề đối phương thôi không nói tiếp, thì nên áp dụng biện pháp nào? Khi người ta đang nói sôi nổi, bạn sợ nếu không thêm vào một đôi lời thì mất lịch sự; song khi bạn hưởng ứng anh ta một cách lễ phép thì anh ta sẽ càng cao hứng, đừng nói là dừng lại, ngược lại nói càng dài đến đáng sợ.

Lúc đó, bạn nên chọn đúng thời cơ đáp lời anh ta một cách khéo léo, thỉnh thoảng nhìn đồng hồ, uống nước, phát tín hiệu "đèn đỏ" rằng bạn không muốn nghe tiếp cho đối phương thấy.

Nếu đối phương nhìn thấy đèn đỏ thì việc rút lui là điều chắc chắn; nhưng có khi đối phương lại không lý gì tới đèn đỏ, quyết tâm nói hết, bạn không nghe hết thì anh ta không rời bạn. Khi đó, cử chỉ của bạn có thể lộ liễu hơn một chút: duỗi chân ra, xin lỗi đi vệ sinh, gọi điện thoại cho người ngoài cứ như bỗng nhớ ra việc gì vậy v.v...

Biện pháp này cũng giống cái cách mà ông chủ kia áp dụng khi đối phương nói chuyện sôi nổi là đọc báo. Tất nhiên, muốn cự tuyệt đối phương cũng không nhất định cần biểu hiện thái độ khước từ lộ liễu như vậy. Phải làm sao để đối phương tự động rút lui, ngừng cuộc nói chuyện. Có một cách để áp dụng là bạn chỉ cần nghe một cách lơ đãng, khi nghe mắt không nhìn anh ta là được. Theo thường tình thì: Khi nói chuyện ánh mắt cần thỉnh thoảng bắt gặp ánh mắt của đối phương, hai ánh mắt chạm nhau, tự nhiên tư cách của hai bên nói chuyện sẽ ngang bằng nhau. Muốn phá bỏ quan hệ bình đẳng tư cách này thì chỉ cần dịch chuyển ánh mắt đi là được. Khi đó đối phương sẽ dao động tâm lý vì quan hệ giao ước ngầm vốn có kia đã bị phá vỡ, không những không tiếp tục, anh ta còn chú ý tới tâm trạng của bạn. Lại thêm bạn phụ họa anh ta một cách lạnh nhạt, nói một số câu vô nghĩa, đối phương tự nhiên sẽ sinh chán nản, ngắt câu chuyện.

Đương nhiên xem báo, nhìn đồng hồ trong khi nói chuyện cũng là một cách để cho đối phương thấy mình không để ý tới và không muốn nói chuyện với anh ta. Chỉ có điều khác là cử động bình thường này so với thái độ lộ liễu kia thì hiệu quả tác động tới đối phương rõ ràng hiệu nghiệm hơn nhiều.

6. Lần đầu gặp mặt, một lời áp đảo

Có một vị huấn luyện viên bóng chày của Nhật Bản rất nổi tiếng, khi ông ta cảm thấy sức của đôi chân không còn đủ mạnh, muốn cởi giáp về vườn thì một người bạn thân của ông, người đã từng là một trong những người sáng lập một tờ báo của Nhật Bản, ra sức khích lệ ông, níu kéo ông tiếp tục làm việc. Ông ta nói: "Anh bây giờ hãy đừng nói chuyện rút lui làm gì, trước hết anh hãy đi tu, rèn luyện đôi chút rồi hãy nói sau". Đồng thời giới thiệu ông với một vị cao tăng. Nào ngờ câu nói đầu tiên của vị cao tăng như một gáo nước lạnh dội vào đầu: "Tôi ghét cay ghét đắng bóng chày". Tiếp đó vị cao tăng giải thích rằng, những kỹ nghệ xưa nay lưu truyền của Nhật Bản không có gì là tách rời chữ đạo, trà đạo; nhu đạo, kiếm đạo, mà bóng chày thì cho tới bây giờ vẫn chưa tìm thấy "đạo" đâu cả. Điều kiện mà cao tăng đặt ra là, đợi khi nào ông sáng tạo ra "bóng chày" đạo, làm cho nó trở thành một môn học dưỡng sinh, thì hãy nói chuyện tham thiền cũng chưa muộn.

Từ đó, vị huấn luyện viên bóng chày kia đã vứt bỏ ý nghĩ rút lui, đồng thời tôn kính vị cao tăng như bậc thầy của cả đời mình. Lần đầu gặp mặt, vị cao tăng đã làm cho vị huấn luyện viên cao cấp kia tâm phục, khẩu phục, vấn đề mấu chốt là ở chỗ câu nói mở đường của ông. Câu nói ngắn gọn: "Tôi ghét cay ghét đắng bóng chày", trong phút chốc đã phủ định sạch toàn bộ sự tồn tại của vị huấn luyện viên kiếm sống bằng bóng chày, cũng bằng như ông nói: "Tôi ghét con người anh". Lần đầu gặp mặt đã đụng phải tình cảnh này, tâm lý ai mà anh lạng được?

Thường người ta không khỏi cảm thấy kinh ngạc trước sự tấn công của loại người này, họ có cảm giác bị áp lực mạnh, đồng thời truy vấn "Đó là vì sao?" "Cuối cùng đó là chuyện gì vậy?", tỏ ra hết sức quan tâm và với một sự hứng thú kỳ lạ đối với những gì đối phương nói tiếp. Điều đó giống như là, đã sa vào "cái bẫy sống" mà đối phương đã sắp đặt mà không hay biết gì.

Những người tiếp thị, chào hàng thành thạo thường luôn biết cách khôn khéo lợi dụng thế yếu tâm lý này để giành thành công lớn. Chẳng hạn một số người có thể nói với bà chủ nhà rằng: "Lần này tôi tới không phải là chào hàng gì, mà là đến tán gẫu". Như vậy sẽ làm cho bà chủ nhà thấy kỳ lạ, có hảo cảm với người đó, có cảm tình rồi thì có chào hàng gì cũng không còn khó khăn nữa.

Trước đây không lâu, khi tôi sửa ngôi nhà cũ, một ông thợ mộc cùng đám thợ tới giúp tháo dỡ, vừa bắt đầu làm việc là ông ta nói với tôi như thế này: "Ngôi nhà này ở thời bây giờ thì không thể làm được, phá bỏ đi quả là đáng tiếc". Có lẽ bên trong đó là bao nhiêu phần nói quá lên kiêu lịch sự, song cứ theo lời ông ta, thì đã đủ làm tôi tin tưởng ông ta lắm lắm. Tự nhiên tôi thấy rất yên tâm, rất tin tưởng công việc của họ, mọi thứ đều do họ xử lý hết. Họ đương nhiên phải có con mắt đánh giá nhà. Song mẹo nói năng lần đầu gặp mặt, suy rộng ra có thể chinh phục được tâm lý của người bình thường.

7. Che giấu nội tâm

Một vị cảnh sát. hình sự phá án như thần nói: "Khi anh ta phá án, nếu phát hiện kẻ nghi vấn toàn nói những chuyện vặt vãnh đâu đâu, chẳng liên quan gì tới sự việc xảy ra cả hơn nữa còn nói rất nhanh, anh ta liền đoán được gã này có đến tám phần là "thủ phạm đích thực" kia. Những người đàn ông ra ngoài trắng hoa thì chắc chắn hôm có việc vui đó sau khi về nhà thể nào cũng nói rất ngọt với vợ, thân mật hơn hẳn ngày thường, có người thì lại nói toàn chuyện vô bổ.

Những người am hiểu tâm lý học ở trình độ cao thường phát hiện thấy độ nhanh chậm trong lời nói của con người là một tín hiệu tương trưng quan trọng. Khi trong lòng bạn đầy lo âu hoặc áy náy, thường vô tình tăng tốc độ nói lên, hơn nữa còn rất giỏi lý luận. Đây là một loại hiện tượng tâm lý tự nhiên của con người, làm như vậy thì có thể làm tiêu tan nỗi lo sợ và bất an của bản thân một cách vô ý thức. Cũng có nghĩa là, bằng việc đưa ra nhiều chủ đề nói chuyện không có liên quan gì tới nỗi lo sợ và bất an để phân tán sự chú ý của đối phương, cố gắng để đối phương không phát hiện ra là mình đang dao động nội tâm. Tất nhiên, điều buồn cười là, càng cố che giấu thì càng dễ làm cho người khác phát hiện ra, cảm thấy hoài nghi với bạn, đồng thời theo sát không rời. Những việc như vậy thấy rất nhiều quanh chúng ta.

Có một nhà chính trị có thể nói là một điển hình về việc am hiểu loại tâm lý này và lợi dụng rất khéo. Cái giọng "à... ừm" mà ông phát minh đã từng có tác dụng tuyệt diệu trong việc che đậy nội tâm của mình, không cho đối phương có cơ để truy vấn ông ta thường không nhanh không chậm, khi nói thường trùng lặp âm tiết "à ... ừm", do áp dụng cực kỳ khéo, trong chốc lát đã nắm được chủ động, thay đổi được chủ đề nói chuyện ban đầu. Những

người bên cạnh không thể nhìn ra sự dao động nội tâm của ông qua thái độ và ngữ khí mềm 'mỏng. Dùng "à...ừm" sẽ làm cho cục diện tranh chấp được giảm đi, thời gian cũng bị kéo dài ra, cuộc tranh luận cũng không còn thấy kịch liệt nữa.

Song khi nói chuyện với những người tương đối thân, nhà chính trị này không có giọng "à...ừm" chút nào, ông nói khá lưu loát. Có lẽ ông đã am hiểu sự mù quáng về tâm lý của con người mới tìm ra cái mẹo "à...ừm" này? Nói chậm chậm, kéo dài một chút, càng có nhiều thời gian suy nghĩ và chỉ lợi chứ không có hại.

8. Để đối phương lâm vào bị động

Vua cờ. Ka-to khi chơi cờ thường có một thói quen: hoặc là ho mạnh, hoặc là phe phẩy quạt "phạch, phạch". Do đó rất nhiều người không thích chơi cờ với ông. Khi bạn đang tập trung tinh thần muốn dùng một chiêu đòn địch vào chỗ chết, bỗng nghe thấy tiếng ồn như vậy, ai mà chẳng khó chịu. Tất nhiên, vị trí trong giới cờ tướng của ông Ka-to là hoàn toàn giành được bằng kỹ thuật và thực lực của mình, song xét từ phía người đấu cờ, cái kiểu ham thích của ông Ka-to chẳng khác gì dẫn dụ đối phương lỡ thế, dẫn đối phương đến chỗ thất bại, cái âm thanh rất khó nghe này quả thực làm cho bạn vô kế khả thi, bó tay mà chịu.

Con người ta dễ liên tục gặp khó chịu thì hay làm theo cảm tính, như vậy thì sẽ dễ mất đi lý tính, không thể đưa ra những phản ứng hợp lý, xác đáng, tùy theo biến đổi của tình hình để đưa ra những đối sách. Cho nên khi đàm phán, bên nổi cáu dễ thất bại, còn đa số các vận động viên cờ không thích chơi cờ cùng Ka-to vì cũng không thể giữ được đầu óc tỉnh táo.

Lý tính và cảm tính của con người cũng như cái bập bênh, không bên này cao thì bên kia cao. Vận dụng khuynh hướng tâm lý này vào trong công việc thì phải tính đến ông Ochiai Nobuhiki, khi ông tới phỏng vấn một quan chức cấp cao của đối phương, thường cố ý chọc tức. Khi người bị phỏng vấn đã nổi trận lôi đình thì sẽ mất đi vỏ ngoài không tiết lộ, mà nói ra sự thật một cách vô tình. Trong số những tin tức cơ mật mà nhiều nhà báo khác không thể nào có được của ông, rất nhiều tin có được nhờ "*phép kích tướng*".

Tôi có ông bạn cũng không quên chức này khi chơi mạt chược. Khi anh ta thấy tình hình đối phương bất lợi thì liền ra giọng giả bộ coi thường đối

phương, nói “chơi bài cùng với người đầu óc đàn độn như anh thì ngay cả trình độ chơi của tôi cũng thấp đi”. Tuy là trò chơi, nhưng lòng tự trọng của đối phương cũng bị tổn thương, không tránh khỏi tâm trạng phẫn khích, có khi tay cầm quân cũng run run. Sự việc đã đến nước này thì thắng thua cũng rõ mồn một. Đối thủ đã mụ mẫm đầu óc, tung ra một quân nguy hiểm, mà quân này chính là con mồi bẫy tôi như đã lâu. Vật hy sinh đáng thương trong những trường hợp như vậy đều là do không giữ được tỉnh táo, tâm trạng quá kích động thì mới không nhận ra thủ đoạn của người khác, một mực làm theo lối nghĩ cố chấp của mình, kết quả là tự chuốc lấy thất bại.

9. Tâm lý bảo toàn danh tiếng

Những người không quen nhau thường có thái độ vô tình. Xuất phát từ tâm lý chung tại những nơi mà mọi người đều không biết rõ thân phận của mình, nhiều người đều dễ làm những việc một cách thiếu trách nhiệm.

Ngược lại, khi bạn đã khá nổi tiếng rồi thì làm thế nào? Chỉ cần bạn có chút danh tiếng, từng được lên tivi hoặc lên báo, thì bất kể đi tới đâu bạn cũng phải tự quản thúc mình. Ở một số công ty, người ta cũng dùng hàng chữ to để viết tên công ty, xe này thuộc loại xe số mấy, số điện thoại công ty là bao nhiêu vào các xe tư nhân mà các nhân viên có. Tìm hiểu lý do, trước hết việc này có tác dụng tuyên truyền quảng cáo di động; điều quan trọng hơn là, nó có thể buộc các nhân viên này lái xe tự giác. Vì chỉ cần vi phạm luật thì sẽ rõ đó là xe số mấy của công ty nào. Là nhân viên của công ty để bộ mặt công ty không bị bôi nhọ, để công việc của mình đạt được thành tích tốt, thì họ thường lái xe rất cẩn thận. Hiện tượng này có lẽ liên quan đến tâm lý bảo toàn danh tiếng của cá nhân hay tổ chức vậy. Như vậy, Ở cõi sâu nội tâm con người, khi bản thân không bị người khác biết thì dễ tự ý ngó nghiêng, còn trong trường hợp bị người khác biết thì sẽ bị áp lực, buộc bạn phải thận trọng. Vì thế, muốn làm cho đối phương không khoe khoang, chỉ cần để đối phương ý thức được rằng mình đã tương đối hiểu anh ta là được, nhất là những chuyện không công khai.

Tôi có quen một bà giám đốc, khi bà ta bàn chuyện làm ăn hoặc biểu thị sự thăm hỏi thì thường mời đối phương đem theo phu nhân cùng tới. Tại phòng tiếp, bà thường mời chào trước "Xin đem phu nhân cùng tới", như vậy uy tín của bà trong giới nữ sẽ nhân lên; còn các ông thì cũng không thể nói lớn được vì bị cảm giác bộ mặt thực của mình bị người khác biết rõ. Trong

trường hợp chung thì không có cách nào hạn chế đối phương một cách hiệu quả hơn cách này.

10. Quấy nhiễu dòng suy nghĩ của đối phương thích lý sự

Cổ Hy-lạp có câu danh ngôn như thế này "Tên bay thì không động". Có lẽ bạn đã hiểu được một mặt của nó. Nói cụ thể một chút là: Tên bay ở vào một khoảnh khắc nào đó thì khẳng định là đứng im. Mà thời gian là một chuỗi liên tục của vô số các khoảnh khắc, nên trạng thái tên bay cũng là do nhiều trạng thái đứng im hợp thành. Do vậy nên nói "Tên bay thì không động". Nhìn qua thì thấy lý luận rõ ràng, song thường làm cho người ta có cảm giác mơ hồ, và đây chính là chỗ ảo diệu của nó. Tất nhiên chúng ta có rất ít cơ hội gặp phải. Ví dụ khi bạn nói chuyện với đối phương có cách nói rất mạch lạc, bạn thường cảm thấy khó tìm ra điểm công kích đối phương, tuy bạn có cảm giác nội dung rất mơ hồ. Ở đây, một trong những nguyên nhân có lẽ là vấn đề trình độ lý giải của ta chưa thấu đáo.

Chúng ta đều biết câu danh ngôn "Tôi biết mình không biết gì cả". Câu nói này cho thấy, cũng là chữ "biết", phân tích kỹ thì có thể: phân thành nhiều thứ bậc. Thông thường trình độ lý giải của chúng ta đều có hạn, câu cú cũng không được trau truat kỹ càng cho lắm. Do đó, một câu đáp "Vâng, tôi hiểu rồi!", có thể làm đối phương có cảm giác ý hợp tâm đầu, còn kỳ thực thì ai nghĩ đường người này.

Khó phản bác những người có suy nghĩ mạch lạc và vì lý luận của đối phương làm cho người ta có cảm giác gần như có thể khẳng định. Nhiều người nói năng lưu loát, nói toàn cái hay, cái đúng, đều là những người có khả năng tư duy trừu tượng tốt. Gặp đối thủ như vậy, bạn chỉ cần cụ thể hóa cái lý lẽ trừu tượng kia, thì anh ta sẽ lộ sơ hở ngay.

Khi đối phương nói toàn điều ảo diệu làm người khác khó hiểu, bạn cứ hỏi vặn lại anh ta, chiến thuật này có hiệu quả rất lớn. Khi đối phương nói "Cẩn thận với mọi cái sắp xảy ra", thì bạn hỏi lại cái anh nói cụ thể là gì, phải cẩn thận thế nào mới được? Khi anh ta nói những câu mơ hồ khó hiểu thì bạn đề nghị anh ta lấy ví dụ minh họa. Có nghĩa là cái bạn muốn không phải là sự lý giải trừu tượng, mà là ví dụ cụ thể. Hỏi như vậy, đối phương sẽ cứng lưỡi, chí ít bạn có thể cắt đứt dòng suy nghĩ của đối phương, giành cơ

hội tốt phản kích đối phương.

Điểm tột cùng của chiến thuật này là dùng câu "Tôi không hiểu để làm đối phương phải lung túng. Với loại đối phương thích lý luận mà nếu bạn muốn giành chủ động, chỉ có áp dụng cách này mới hiệu quả.

11. Giành thế chủ động

Dùng "*Phép công kích bộ phận*" để công kích địch thủ cũng đầy hiệu quả. Tức thông qua việc tấn công vào những lỗi nhỏ của phía đối phương để làm cho đối phương trở tay không kịp mà sinh ra dao động: Phương pháp này tuy rất đơn giản nhưng ngày càng nhiều người dùng tới.

Tại cuộc họp hội nghị cổ đông, cổ đông O không tán thành phương hướng kinh doanh mà ông chủ tịch vừa nêu ra, liền công kích bằng cách đứng dậy nói lớn:

"Tại hội nghị trang trọng như vậy mà anh lại gác chân lên nghĩa là sao?" . Quá ngạc nhiên, chủ tịch vội bỏ chân xuống. Tất nhiên sự gây sự nhỏ nhặt này không có ảnh hưởng gì lớn đối với các cổ đông, nhưng cũng làm cho chủ tịch bị chần động tâm lý. Cổ đông O đã sử dụng chiến thuật "Câu nệ tiểu tiết" trước khi ra lời phán đối phương hướng kinh doanh.

Một vị chủ tịch có chân trong đại hội cổ đông, chắc chắn phải có nhiều đóng góp đối với việc. kinh doanh của công ty, thì đã có công kích thế nào cũng không thể làm lung lay địa vị của ông ta được. Trong trăm công ngàn việc thì tất nhiên không thể chu toàn mọi thứ, nhưng khi không phòng bị lại bị nước lạnh, tất nhiên ông ta khó có thể chống đỡ. Nhất là những người có học thì lại càng khó kháng cự được kiểu công kích này.

Phân tích ví dụ trên để thấy rằng, trong trường hợp bị đối phương công kích bằng chiến thuật "Câu nệ tiểu tiết" này để chống đỡ bạn đừng tranh thắng thua, làm to chuyện đối với những việc nhỏ, như vậy có tác dụng triệt tiêu chiến thuật của đối phương. Các nhà chính trị là những người biết rất rõ hiệu quả này, họ thường lẩn tránh những ý kiến bé xé ra to, hay họ thường nói: "Tóm lại... , Tóm lại...", có thể nói là họ đã rất am hiểu bí quyết thành công.

12. Mẹo tâm lý tăng hiệu quả đe dọa

Một cảnh sát kể cho tôi một câu chuyện như thế này. Một hôm kẻ trộm vào nhà anh ta. Sau khi anh ta phát hiện tên trộm, anh không lên tiếng mà nấp vào một chỗ. Khi tên trộm ăn trộm được rồi và chuẩn bị ra khỏi cửa, anh

ta chặn tên trộm lại, hét to: "Đứng lại", trong chốc lát tên trộm tối cả mắt, liền cung nhận tội. Sở dĩ tiếng quát này có hiệu quả lớn như vậy là vì đã chọn đúng lúc tên trộm cho rằng đã trộm được và thở phào nhẹ nhõm.

Khi đối thủ cảm thấy có thể thở phào và lơ là cảnh giác, lúc này bạn thừa cơ tấn công thì khẳng định sẽ thu hoạch lớn.

Tất nhiên cách làm này không phải cứ dập khuôn trong mọi trường hợp. Khi cấp trên quở phạt cấp dưới thì có thể đột nhiên hạ giọng không phải là tôi không hiểu tâm tình của các bạn, để cấp dưới kia thở phào một cái, tiếp đó cấp trên lại chuyển sang gay gắt. "Nhưng mọi thứ các anh làm quả là tôi tệ quá" là một cấp trên biết điều mà lại ghi nhớ hơn về lỗi của mình.

13. Lợi dụng sai lầm nhỏ của đối phương

Hồ hẹn hoặc bàn công tác, không ai muốn bỏ lỡ thời gian đã được hẹn trước. Nhưng có khi vì một nguyên nhân nào đó, có thể muộn mất 4, 5 phút. Nói chung chỉ cần cáo lỗi là được. Khi có những cuộc đàm phán quan trọng không ai muốn đến muộn tuy nhiên khi có điều đó xảy ra nắm được tâm lý của đối phương đến muộn sẽ giúp bạn chiếm được ưu thế, chủ động trong đàm phán.

Nhưng bạn không cần phải trực tiếp trách anh ta, nói với anh những câu đại loại như "Sao vậy, tôi đã đợi 30 phút rồi đấy" hoặc "Đến cả thời gian hẹn mà anh cũng không tuân thủ thì sau này làm thế nào?".

Bạn vừa trách thì anh ta lập tức xin lỗi; xin lỗi xong thì tâm trạng anh ta ổn định lại. Có thể lúc đầu vì đến muộn mà anh ta cảm thấy khó nghĩ và hơi khách khí với bạn, nhưng khi nói vào chủ đề chính thì anh ta sẽ đặt cái khách khí đó ra ngoài bàn làm việc.

Nếu bạn hãy khoan nhắc tới chuyện anh ta đến muộn cứ coi như không xảy ra chuyện như vậy. Trước khi đối phương nói lời cáo lỗi với bạn thì bạn chuyển ngay chủ đề câu chuyện sang việc chính. Cho dù đối phương có đưa ra lời giải thích nào về việc tới muộn, bạn có thể cười dửng dưng... như vậy đối phương sẽ rơi vào trạng thái tâm lý bất an và phần nào mất đi sự chủ động trong cuộc đàm phán.

Suy xét căn nguyên, đây là hiện tượng tâm lý thường thấy của con

người. Một khi mình cảm thấy lỗi và sai lầm rõ ràng mà đối phương lại không xem vào đâu, anh ta sẽ có cảm giác sai là toàn bộ nhân cách của mình bị đối phương coi thường. Khi đi giao thiệp hoặc đàm phán mà trong lòng hoài nghi và bất an, anh ta chỉ quan tâm tới vấn đề là tại sao đối phương lại không coi sự tồn tại của mình vào đâu, mà sao những nội dung cuộc nói chuyện còn quan trọng hơn kia. Nhiều người rất tinh thông môn này, họ tới nơi trước thời gian hẹn khi có việc giao thiệp, đàm phán, khi đối phương tới đúng giờ, họ lại nói với anh ta "Tôi chờ anh đã lâu rồi cũng có thể làm cho đối phương đay đút về mặt tâm lý.

Ở công ty, khi cấp dưới đệ trình báo cáo, cấp trên xem xong chỉ lẳng lặng gật đầu, hoặc mỉm cười nhận báo cáo. Thấy thái độ của cấp trên như vậy vô tình tạo cho cấp dưới có cảm giác bất an khó diễn tả nổi. Được thì nói được, không được thì nói không được, nói rõ ngay tại chỗ thì cấp dưới còn được trấn tĩnh một chút, đằng này cấp trên chẳng nói gì thì làm sao anh ta bình tĩnh được. Khi không có lỗi nào mà cấp trên cũng không nói một lời thì khi có một chút lỗi nhỏ sẽ ra sao.

14. Không nên vì bồi rối việc nhỏ mà ảnh hưởng tập trung tâm trí

Ông Nomura, một huấn luyện viên bóng chày đã nổi tiếng một thời, có trình độ chơi bóng chày rất cao, có nghiên cứu sâu về tâm lý, khi ông còn là đội viên, ông thường thích nói thì thầm mấy câu với đội viên đối phương đánh bóng trên sân, chiêu này ông dùng nhiều và đã phần nào giúp ông thành công.

Một cầu thủ ném bóng của một đội nào đó, là một người mà mọi người đều công nhận là yêu vợ, mỗi lần thi đấu đều mời vợ đến xem để cổ vũ. Khi bên ông Nomura bị ép, ông được phái ra sân nghênh chiến với cầu thủ đánh bóng trình độ xuất sắc này, vừa vào sân ông đã nói nhỏ với đối phương câu này: "Vợ anh hôm nay cũng đến à? Xin hỏi người đàn ông vừa rồi tới cạnh vợ cậu là ai vậy?". Vừa nói vậy thì cầu thủ đánh bóng biến sắc mặt, ngoảnh đầu lại nhìn lên chỗ khán giả.

Đối phương đánh bóng rồi, khi gậy vừa giơ lên, ông Nomura lại nói thầm một câu với anh ta: "Này, anh nhìn lại người đang cười kia!". Người đánh bóng không đánh trúng lỗ. Khi đánh bóng tiếp lần sau, ông Nomura

vẫn nhằm đúng lúc như vậy, bảo nhỏ anh ta: "Anh không để ý gì tới việc này à? Nhưng vợ anh lại càng vui khi thấy anh như vậy!" Đối phương lại thất thủ. Lần thứ ba, lần thứ tư, mỗi lần khi đối phương giơ gậy lên, thế công đánh vào tâm lý lại càng mạnh. "Nhìn cái vẻ thân mật của hai người họ kìa, chẳng phải là quan hệ bình thường", tiếp đó "Phụ nữ đẹp làm cho người ta đau đầu, khó mà giữ nổi", lại tiến thêm một bước "Hay là anh phục vụ không đủ?". Làm cho ánh mắt đối phương luôn ngược lên chỗ khan giả, mỗi lần đánh bóng đều không gây uy hiếp gì. Chiến thuật nói thảm của ông Nomura đã giúp cho việc toàn đội giành thắng lợi. Về một góc độ nào đó, có thể nói, không phải ông Nomura đánh bóng bằng gậy, mà ông ấy đã đánh bóng bằng mẹo tâm lý làm đối phương bị rối trí, thiếu tập trung.

Một số người biết rõ mẹo này: Nếu muốn giành thắng lợi phải làm cho đối phương nản lòng trước. Nếu nói với đối thủ "Trình độ anh kém quá, đánh bao năm nay mà vẫn chả khác gì người mới học!", câu này có thể công kích đối phương mà cũng có thể kích động đối phương. Do đó họ thường nói những câu có nội dung không liên quan gì tới thắng thua, như nhìn người như thế là không nên!", "Anh lại lúng cụng với bà xã rồi, phải không?", những việc nhỏ hoặc việc lớn mà đối phương quan tâm. Về điểm này nhiều người không thể cáu giận ngay được, cũng không thể giả câm giả điếc làm ngơ. Sau khi nói một hồi, đối phương sẽ cảm thấy sức giảm lực yếu, khó có thể tập trung sức chú ý; đối thủ đã phân tâm, thì đã có là kinh địch mạnh nhất cũng dễ đối phó. Tất nhiên người bại trận chỉ có thể là người phân tâm, dù sao thì một cái đầu không thể dùng liền vào hai việc. Biết được mẹo này để không dao động, rối trí sẽ khiến đối phương không thể giành thế chủ động.

15. Tránh quyết định lúc cơ thể mệt mỏi

Tại hội nghị các giáo sư, những người tham dự hội nghị thường tranh luận mãi không thôi về một vấn đề Quyết định vẫn chưa được đưa ra mà mọi người đã đều thấm mệt. Lúc này nếu người chủ trì tuyên bố quyết định thì có khi vấn đề lúc trước tranh luận kịch liệt sẽ dễ dàng được mọi người tán đồng.

Tất nhiên, nếu không có thảo luận đầy đủ với thời gian dài như thế thì việc đó không thể xảy ra. Khi đưa ra quyết định mà mọi người đều nhất trí tán thành, quyết không thể coi thường tiền đề là mọi người tham dự đều đã cảm thấy rất mệt mỏi. Nói mạnh hơn chút nữa, những người tham dự lúc này đều đã rệu rã, muốn bỏ xa lấy gậy, thôi thì quyết đi cho xong chuyện. Đó là

tâm lý có thật.

Khi con người ở vào trạng thái bình thường, khả năng phán đoán rất chính xác, đồng thời có thể khống chế bản thân, nhưng sự mệt mỏi về thể xác sẽ có tác động khá lớn tới tinh thần của anh ta. Khi thể lực ai đó không thể chịu nổi, anh ta sẽ khó tập trung tinh thần, suy nghĩ cũng kém mạch lạc đi. Tôi tin rằng kinh nghiệm đó thì ai trong chúng ta cũng đều biết.

Vào lúc mà bộ não hoạt động không còn linh oạt nữa, do khó có thể phê bình phản tỉnh một cách bình tĩnh, nên thường có những chuyện lạ như tỏ ra tán thành những chuyện ngược với ý nghĩ của mình, để rồi sau đó lại ân hận, tại sao lúc đó mình lại đồng tình với quyết định ấy nhỉ? Cảnh giác với tâm lý này để tránh những biểu hiện dễ dãi, buông xuôi của bản thân, nhất là ở thời điểm cơ thể đã mệt mỏi.

16. Cao thủ có cao thủ trị

Ông Nomura mà tôi đã giới thiệu với các bạn từng viết trong một cuốn sách: là huấn luyện viên, thay vì nói "đừng ném bóng vào vòng trong" hãy nói "ném ra phía ngoài" sẽ hiệu nghiệm hơn.

Ông Suduki Mokoto là một người rất giỏi việc dạy trẻ em đàn vi-ô-lông, khi đứa trẻ tập không được, ông thường vừa kéo đàn làm mẫu vừa nói: "Lễ nào âm này cậu cũng không kéo được ư?" thế là đứa trẻ đáp "Đạ được", đồng thời cố sức kéo. Như thế lặp lại nhiều lần, cho tới khi học sinh thành thục âm tiết cuối cùng của bản nhạc mới thôi.

Ví dụ này nói cho chúng ta điều gì? Tôi phát hiện thấy đây chính là tài liệu nghiên cứu tâm lý học cực tốt của chúng ta. Con người là một loại động vật có tập tính khó có thể lý giải: càng những việc cấm đoán thì càng muốn liều thử, hoặc tiến theo hướng cấm một cách vô ý thức. Do đó thường hay xuất hiện những việc như thế này: những cặp nam nữ trong trường hợp hôn nhân bị ngã trở, thì chí lại càng kiên quyết; các cô gái vốn rất nhu mì, do bố mẹ giáo dục quá nghiêm lại có thể bị dụ dỗ vào con đường tội lỗi, gia nhập vào các tổ chức phi pháp.

Khi đã hiểu rõ mẹo này thì bạn có thể làm cho đối phương bất lợi. Chẳng hạn như khi chơi gôn, mọi người đều nói môn gôn là một môn thể thao dùng trí nhiều nhất, tôi cũng thấy điều này. Khi hai người chơi với

nhau, một câu nói vu vơ của đôi phương sẽ có thể làm cho bạn đánh hỏng một quả quan trọng trong khi bạn do dự. Thảo nào những tay chuyên nghiệp "Chơi gön dùng miệng không dùng tay", "Cơ hội thắng của năm lần mở miệng nhiều hơn so với năm lần đánh bóng tất". Trước khi người khác đánh bóng, bạn đừng ngại "mở miệng năm lần" đối với đối phương một cách tự nhiên xem sao.

Trong "*chiến thuật mở miệng*", hiệu quả nhất là nói những lời cảnh cáo trung thực thân thiết, tức là nói với anh ta những điều cấm kỵ, "tốt nhất đừng đánh bóng bổng", "đừng ném gậy". Điều khó hiểu là đối thủ sẽ lại đánh bóng bổng, hoặc ném gậy ra xa.

Khi bàn bạc đối sách trước trận đấu, thường có mời các danh thủ đầy kinh nghiệm bảo ban các cầu thủ "không được như thế này", "không như thế kia", kỳ thực theo kinh nghiệm của tôi, trận đấu ngày hôm đó bên ấy chắc chắn sẽ thua.

17. Chiến thắng số đông địch thủ như thế nào?

Cố minh tinh Henry Fanda đã từng đóng vai chính trong một bộ phim có tên "12 người đàn ông nổi giận". Câu chuyện chủ yếu kể về quá trình đặc biệt, 12 bồi thẩm viên phán quyết một thanh niên bị nghi là giết người xem anh ta có tội hay là không có tội.

Bộ phim này tôi tán phục nhất là mẹo thông minh của vị bồi thẩm viên do Henry Fanda đóng. Trong số 12 bồi thẩm viên chỉ có mình anh ta cho rằng người thanh niên vô tội, ông đã sử dụng các loại biện pháp và cuối cùng đã thuyết phục được 11 người kia, buộc họ từng người một đồng ý với cách nhìn nhận của mình. Rõ ràng là nếu xung đột chính diện, ông chẳng được lợi lộc gì ngoài việc làm cho ý chí của 11 vị kia càng thêm kiên cường. Ông nghĩ mọi cách tìm ra những lỗ hổng bên phía vật chứng và nhân chứng, đồng thời giải thích, thuyết phục từng vị bồi thẩm viên một.

Có nghĩa là cách làm của ông không phải là hỏi: "Các ông thấy cách nhìn nhận của tôi thế nào?!", mà là hỏi "Bản thân ngài thấy cách nhìn nhận của tôi ra sao?". Trong số các bồi thẩm viên vốn ý kiến cũng khác nhau. Có phía cứng rắn thì cho rằng cậu bé có tội; nhưng phần đông là đứng giữa; còn

có người thì im lặng, trong lòng thấy có điểm đáng ngờ, cho rằng vẫn thiếu chứng cứ buộc tội v.v... Vai chính trong phim đã nắm chức sự khác nhau nhỏ và cách nhìn trong tâm lý từng người, cuối cùng làm cho mọi người nhất trí đồng tình với phán quyết của mình thông qua quyết định cậu bé vô tội.

Chúng ta đều có những kinh nghiệm như vậy; có khi chúng ta có ý kiến phản đối hợp lý đối với phương châm, phương hướng của tập thể hoặc tổ chức của chúng ta trực thuộc, nhưng nếu nói ra, kiên trì quan điểm của mình và hòng thay đổi phương châm chung thì quả là khó vô cùng. Song cho dù là một khối đoàn kết nhất trí mạnh mẽ như thế nào, suy xét kỹ, vẫn là do các con người khác nhau tập hợp lại. Muốn làm cho một tập thể như vậy làm theo phương hướng của mình thì không nên nhằm vào cả tập thể, mà cần phải đột phá từng người một trong cái tập thể đó, đây là con đường ngắn nhất. Cũng như nét mặt ai cũng khác nhau, tính cách và tư duy của từng người cũng không hoàn toàn giống nhau. Với cơ sở nhận thức như vậy, thể thuyết phục từng người một tán thành quan điểm của mình qua đó mà làm xoay chuyển ý kiến chung ban đầu. Trong một cuộc chiến nổi tiếng trong lịch sử cánh quân phía Tây vốn chiếm ưu thế tuyệt đối, sở dĩ bị cánh quân phía Đông đánh tan, nguyên do là thủ lĩnh cánh quân phía Đông thấy được sự bất hòa trong nội bộ cánh quân phía Tây, đồng thời nghĩ cách lung lạc một vị tướng của cánh quân phía Tây. Do đó khi quyết chiến, sau khi vị đại tướng của cánh quân phía Tây đầu hàng, quân sỹ hoảng loạn, không đánh mà tự thua.

18. Từ hiệu quả của nghệ thuật quảng cáo

Trước đây không lâu, quảng cáo có tính chiến lược của một công ty tác - xi đã làm cho giới tuyên truyền quảng cáo của Mỹ lặng hẳn đi. Câu quảng cáo này là "Công ty của chúng tôi thuộc hàng thứ hai". Công ty này là một công ty xuất hiện sau trong các công ty cho thuê ô-tô. Trước nó đã có nhiều công ty về cơ bản đã khống chế được thị trường ngành này, do vậy việc mở đường vào ngành này là một vấn đề quan trọng đối với sự tồn vong của công ty. Để đạt được điều đó, tuyên truyền quảng cáo vừa phải có thanh thế to lớn, lại phải đột phá trình độ quảng cáo vốn có, phá bỏ quy tắc thông thường thì mới được.

Nói chung, muốn trở thành công ty hàng đầu, trong hoạt động tuyên truyền luôn đưa ra cờ hiệu "Công ty chúng tôi là công ty hàng đầu. Nhưng

công ty này lại không theo nếp cũ, mà nói thẳng ra "Công ty chúng tôi vẫn đứng hàng thứ hai. Chính vì lẽ đó công ty chúng tôi xin hết lòng phục vụ quý khách". Kết quả là cuộc tuyên truyền thành công lớn, công ty này nhanh chóng có được một phần thị trường.

Suy xét nguyên nhân thành công của phương thức này, không ngoài cái nguồn thông tin mà đối với công ty thì không nên nói ra, bởi nó bất lợi cho công ty. nhưng phương thức quảng cáo này đã để lại một ấn tượng chân thực, thành thực thẳng thắn cho mọi người. Nhất là trong mê cung quảng cáo đầy chất phóng đại, thổi phồng hiện nay, kiểu thành thực này không khác gì một loại kích thích cực kỳ mới mẻ.

Con người bất kỳ là ai, đều hiểu rõ rằng mọi sự việc đều có mặt tích cực và mặt tiêu cực. Do đó chỉ có nhìn sự vật một cách công bằng và khách quan thì mới phát hiện ra rằng không có cái gì thập toàn thập mỹ cả. Hay nói cách khác, chỉ có những thông tin không chỉ toàn là tin tốt mà còn có một số chỗ khiếm khuyết mới có thể làm cho người ta tin. Cũng như cửa hàng bách hóa thường tổ chức đại hạ giá, bán hàng thứ phẩm bán thành phẩm, chỉ cần những khuyết điểm nhỏ kia không làm hỏng tới chất lượng của hàng hóa mọi người lại cảm thấy chất lượng hàng như vậy đáng tin vì đã biết rõ điểm yếu của hàng hóa do đó bị kích thích tới mua.

Cũng như vậy, trong quan hệ giao tiếp, việc chỉ có nói tốt không thôi cũng làm cho người ta khó tin. Khi giới thiệu ai đó, chỉ cần điểm thêm một số khuyết điểm của người đó, thì có thể làm cho người khác dễ tiếp nhận anh ta có thể đánh giá toàn diện, thỏa đáng về anh ta.

Một nhà bình luận thuộc giới kinh doanh từng có cái biệt danh "Quý môn quan của giới thương nghiệp", ông B, bất luận là viết ai, cũng chỉ chăm chăm vạch ra những khiếm khuyết của anh ta. Như vậy lại tăng cảm giác tin tưởng đối với bài đánh giá nhân vật, đánh giá công ty của ông, ảnh hưởng trong xã hội của các nhà doanh nghiệp và các xí nghiệp được viết đó lại càng mở rộng hơn. Khi tôi viết nhận xét cho học sinh, thường không quên chỉ ngay ra một chút khuyết điểm điều đó lại càng dễ làm cho mọi người tin vào những đánh giá tốt về người đó.

19. Đề đối phương thông cảm với bạn

Tôi nhớ rằng đã từng xem một bộ phim của Mỹ kể về một câu chuyện

như thế này: Có một ông ty phú già rất phong thái, nhiệt thành đề nghị cùng một cô gái kết hôn. Kỳ thực cô gái này là một người đàn ông "hóa trang" thành. Đề từ chối lời cầu hôn của ông ty phú, người đàn ông đóng giả nữ đã liệt kê ra các kiểu khuyết điểm của mình, nhưng ông ty phú hám sắc kia tỏ ý chấp nhận tất cả. Cuối cùng vị trai giả gái kia đành phải bảo ông ta "Thân thể tôi có một khiếm khuyết khá lớn". Ông ty phú lại cho rằng là một căn bệnh bất trị nào đó, càng hỏi đồn. Thế là anh chàng kia bỏ bộ tóc giả màu vàng kim ra, để lộ chân tướng, nói "Tôi là một người đàn ông". Ông ty phú kia lúc đó mới thở hắt ra, miệng lầu bầu nói "Bưóc!", câu chuyện tới đó kết thúc.

Theo tôi thấy, người trai ra gái kia không hiểu về cái vi diệu trong tâm lý của người. Nói chung người ta thường có khuynh hướng như vậy, tức khi bạn nói hơi quá về khuyết điểm của mình, thì anh ta sẽ không có chú ý tới các khiếm khuyết khác nữa. Nhân vật trong phim hiểu sai điểm này, cho rằng chỉ cần chỉ ra một khiếm khuyết thì sẽ làm cho lão ty phú phải chùn bước; còn lão ty phú thì ngược lại, không nghe không hỏi gì tới những khiếm khuyết trên con người trai giả gái kia, cuối cùng - thì phải dở mếu dở cười. Nếu như người trai giả gái kia tự cho mình là tuyệt thế giai nhân và cố gắng che đậy những khuyết điểm nào đó, thì cái chân to tướng của anh ta chắc sẽ làm mọi người chú ý. Chẳng cần đến mức phải nói mình là một người đàn ông, cũng có thể làm cho lão ty phú tắt dụi ngọn lửa tình một cách thành công.

Cũng vậy, những người chào hàng có kinh nghiệm thường không chỉ chỉ ra cái hay của thứ hàng mình muốn bán, mà cũng không quên chỉ ra một số khuyết điểm rõ rệt mà đối phương chú ý đến. Nhân viên bất động sản khi rao bán nhà cửa có thể nói trước với khách hàng rằng căn phòng hơi bị nắng chiếu phía Tây, tiếng ồn ào nhiều v.v... Khách tới xem nhà xét phát hiện thấy tiếng ồn cũng không tới mức đó, đồng thời rất hài lòng về khu phố xung quanh, thậm chí bỏ qua những khiếm khuyết khác như cả việc nhà cách bên xe rất xa.

20. Nói cần chừa đường rút

Tôi đã từng tham dự một cuộc tọa đàm về giáo dục. Tại cuộc tọa đàm có một người phụ nữ phát biểu quan điểm của mình về giáo dục gia đình và giáo dục nhà trường bằng câu mở đầu "Tôi không phải là chuyên gia giáo dục học". Tại hội trường căng thẳng, tranh luận không ngớt, lời phát biểu của

bà đã cuốn hút được người dự, làm cho họ có cảm giác mới mẻ. Sau này tôi phát hiện, kỳ thực ý kiến của bà ta rất bình thường, mà nguyên nhân sở dĩ có thể trong nháy mắt liên cảm thấy đáng nghe có lẽ không phải không có liên quan tới câu mào đầu "Tôi không là chuyên gia giáo dục học".

Những người dự hôm đó về cơ bản đều là các chuyên gia giáo dục học và những người đầy am hiểu về giáo dục, họ tranh luận về những kiến giải của nhau, không ai chịu nhường ai. Trong trường hợp này, câu mào đầu "Tôi không là chuyên gia giáo dục học" làm cho mọi người trong bụng nghĩ "Người này thẳng thắn, khiêm tốn, phát biểu không cố làm ra vẻ trang trọng, đáng nghe lắm", tự nhiên có thể thu hút nhiều người.

Có một sự kiện từng làm xao động giới báo chí, diễn biến cũng tương tự việc này. Tại một buổi dạ hội, một nhà bình luận rất nổi tiếng đã tiết lộ nhiều "sự thực" gần như có thể cướp đi cuộc sống chính trị của một nhà chính trị sau khi mở đầu bằng câu "Chúng cứ chưa xác thực". Kết quả, tất nhiên không phải hoàn toàn là sự thực, nhưng nó vẫn làm cho mọi người có một ấn tượng khá chân thực. Trong các sự kiện sau này, nhà bình luận tỏ ra biết lỗi, đồng thời vì đã nói là chúng cứ chưa xác thực nên tránh khỏi bị khởi tố. Nếu ý đồ của ông ta là có ý làm tổn thương nhà chính trị kia thì với tin xấu này, mục đích của ông ta coi như đạt được. Câu mở đầu "Chúng cứ chưa xác thực" của ông ta có vẻ đầy bí mật nên làm cho mọi người đều chăm chú nghe.

Không chỉ trong trường hợp tin tức báo chí, ngay cả khi truyền đạt tin mà không tiện công khai nguồn tin, nếu vừa mở miệng đã nói "Căn cứ nguồn tin đáng tin cậy, thì e rằng không phải chỉ có một người tỏ ra không tin.

Chẳng bằng nói: "Tin tức chưa được xác thực", "Chúng cứ chưa xác thực" hoặc "Căn cứ nguồn tin chưa được kiểm tra, nói thẳng sự thực chưa đủ xác nhận 100% cho mọi người thì có khi lại có thể thu hút sự chú ý của mọi người. Kỳ thực, phương thức biểu đạt này còn làm cho người ta cảm thấy một thái độ khiêm nhường. Vốn có thể gần tiếp cận được tình hình thực tế, nhưng để tỏ ra sự nghiêm túc, cẩn thận đối với việc kiểm tra tin tức của người truyền tin, nên mới nói "Chưa xác định".

Những kiểu tin "Chưa xác định", "Chưa có bằng chứng xác thực", "Chưa được chứng thực" này làm cho người ta có cảm giác dường như là tin tức mới ra lò, mới tới mức chưa thể kịp xác minh, tin tức mới nóng hổi vậy.

21. Chiến thuật áp lực cao

Chạy ô-tô với vận tốc 100 km/h trên đường cao tốc cũng không cảm thấy nhanh, nhưng chạy như vậy trên đường bình thường thì sẽ cảm thấy rất nhanh, vì những vật xung quanh lùi lại phía sau nhanh như bay vậy.

Loại cảm giác này, nếu dùng một thuật ngữ tâm lý học để giải thích thì đó là do có "Hiệu quả so sánh". Ở trên đường cao tốc, vận tốc của các xe xung quanh đều trên dưới 100 km/h, nên bạn không cảm thấy nhanh là bao.

Thậm chí khi các xe xung quanh chạy tới 120 km/h thì bạn sẽ còn cảm thấy xe mình chạy chậm như rùa vậy.

Còn trên đường bình thường, thông thường các xe chỉ chạy đến 50 - 60 km/h, khi xe bạn chạy với vận tốc 100 km/h, bạn sẽ cảm thấy đường như đó không chỉ là vận tốc 100 km/h mà còn cao hơn thế. Thực tế tốc độ của xe bạn ở cả hai trường hợp là không thay đổi, chỉ là vì các xe khác trên đường bình thường và đường cao tốc làm cho bạn có một kiểu "so sánh" nên mới cảm thấy có độ chênh lệch tốc độ này.

Trong cuộc sống hiện thực của chúng ta, có nhiều ví dụ thể hiện tâm lý so sánh này. Khi cảnh sát thẩm vấn hay dùng câu: "Bây giờ nếu nói thẳng ra thì sẽ giảm nhẹ tội. Nếu càng ngoan cố thì càng nặng tội". Như vậy sẽ làm cho phạm nhân có cảm giác so sánh, nếu bây giờ cung nhận ngay thì tội trạng sẽ giảm, còn sau này mới cung nhận có thể tội sẽ nặng thêm một mức. Phạm nhân cảm thấy áp lực rất lớn nếu tội sẽ tăng thêm một mức.

Cũng có nghĩa là: Khi bạn muốn đối phương chấp nhận một điều kiện khó khăn nào đó, tốt nhất hãy đưa ra một điều kiện khó hơn để đối phương lựa chọn. Như vậy điều kiện khó khăn đưa ra ban đầu sẽ cho cảm giác là không đến nỗi khó khăn lắm, do đó đối phương có thể khẳng khái nhận lời.

22. Mẹo của người có sức thuyết phục mạnh

Ông Sêjima là một chính khách có ảnh hưởng lớn của Nhật Bản. Những người từng gặp gỡ với ông không có ai là không cho rằng ông nói chuyện có

sức thuyết phục hiếm thấy. Bất kể là ai hỏi ông câu gì ông đều đưa vấn đề quy thành ba điểm chính: "Việc này có ba trường hợp", về việc này có ba cách nhìn nhận" v.v... Kết quả người nghe đều có cảm giác mới mẻ khác với những gì đã được nghe từ người khác. Ngay cả những vấn đề khó có thể nhìn thấu được, ông cũng có thể điều chỉnh thành ba điểm như vậy, trả lời một cách trực tiếp và nhanh chóng, rõ ràng. Và tất nhiên càng ngày càng nhiều người thích nghe ông nói.

Ông Sêjima đã từng là chính khách, đương nhiên phải là một nhân vật có đầu óc sáng suốt, phán đoán rõ ràng. Sở dĩ những lời ông nói có sức thuyết phục kỳ lạ, theo tôi thấy, phương pháp đưa vấn đề quy thành ba điểm đã giúp ông rất nhiều. Xét về mặt tâm lý, đây là một loại kỹ xảo "*chọn bỏ*". Kết luận về một việc, một sự vật có tính phán đoán, bỏ đi những phần rườm rà, đưa vấn đề vào một phạm trù hoàn chỉnh thì tự nhiên sẽ thấy thông suốt rõ ràng.

Cách chia vấn đề thành ba điểm thì khá hợp với đặc tính tâm lý con người. Khi suy xét vấn đề, người ta đã quen thuộc với việc xuất phát từ ba góc độ khác nhau. Khi chúng ta trả lời câu hỏi, thường là trả lời đúng, không đúng, khó khăn định; chúng ta thấy nhiều thể do ba thứ tạo nên như quá khứ - hiện tại - tương lai. Thiên - địa - nhân. Tri - tình - ý. Trí - mệnh - dũng, và mệnh đề, chính mệnh đề - phản mệnh đề trong phép biện chứng.

Khi nói chuyện với đối phương, đưa vấn đề về ba điểm thì sẽ vừa làm cho đối phương thấy mình có năng lực tổng hợp cao độ, cũng làm cho đối phương dễ lý giải, tiếp thu. Bất kể là khí bàn luận vấn đề hết sức cao xa, hay khi bạn muốn để lại cho đối phương một ấn tượng tốt về sự thông thạo của mình, thể kỹ năng nói chuyện này là pháp bảo không thể thiếu.

23. Đề đối phương tin bạn

Thành tích học tập của con trai anh bạn tôi tự nhiên tốt hẳn lên từ lúc nào chẳng biết. Nguyên nhân là nó đã thay đổi khác trước, bắt đầu chăm chỉ học tập, kỳ thực bên trong đó còn có một câu chuyện lý thú. Một hôm, em của bạn tôi tới chơi nhà anh ấy. Lâu không gặp nhau, đương nhiên hai người phải uống cho đã. Trong bữa rượu tự nhiên nhắc tới chuyện cậu con, anh bạn tôi nói thẳng với em anh ấy mọi thứ về cậu bé. "Nó bây giờ cả ngày lêu lổng, không chịu học hành, thật đau đầu. Kỳ thực nó rất có cá tính, còn thông minh hơn tôi hồi nhỏ nhiều. Chỉ cần chịu học thì sẽ tiến bộ rất nhanh".

Hôm sau, em anh bạn rủ cậu bé đi câu, vừa câu cá vừa nói chuyện tối hôm trước. "Cháu thật là có hiếu với bố mẹ, tốt lắm. Bố cháu nói cháu còn thông minh hơn cả bố cháu, chỉ cần chịu học chắc chắn sẽ thành đạt, bố mẹ cháu chỉ mong có ngày đó thôi!". Cậu bé nghe xong, nở một nụ cười khoan khoái. Từ đó về sau thái độ của nó khác hẳn trước, học hành chăm hơn nhiều.

Tại sao một cậu bé suốt ngày lêu lổng lại thay đổi thành siêng năng sau khi nghe chú mình nói vậy? Đó là do ông chú đứng trên lập trường người thứ ba không có liên quan trực tiếp tới quan hệ lợi hại giữa hai bố con cậu bé. Chính vì là lời nói của người thứ ba không có quan hệ lợi hại gì nên mới làm cho cậu bé tin là thực. Giả sử nếu anh bạn tôi tự mình nói với cậu bé những lời này thì hiệu quả sẽ thế nào? Chắc chắn rằng cậu bé sẽ không nghe theo, "Hừm, lại bắt đầu khuyên răn mình rồi đây, tôi đây không mắc bẫy ông đâu!"

Đáng buồn là đại đa số chúng ta không tin lời người khác nói nên mới bỏ lỡ nhiều tin tức có giá trị. Trong số đó, số ít tin tức đáng tin thì phần lớn là từ người thứ ba. Chính vì lẽ đó mà tuyên truyền bằng miệng, phương thức truyền từ miệng người này sang người khác và đến tất cả mọi người, có hiệu quả rõ rệt hơn nhiều so với hình thức quảng cáo tuyên truyền rầm rộ, ồ ạt. Các nhà kinh doanh hiểu rõ về hiệu quả không lớn của tuyên truyền trực tiếp thường bỏ công sức nghĩ mọi cách để đạt được sự đánh giá có tính khách quan của người thứ ba như những người có quyền lực, các học giả, cơ quan kiểm nghiệm hàng hóa v.v. . .

Những tên lừa đảo thì lại càng hiểu rõ chỗ diệu dụng này trong tâm lý con người. Có một bộ phim đã từng dựng về một chuyện như thế này: Một tên lừa đảo dẫn một vị khách nước ngoài tới quán bar uống rượu, rủ tai cô phục vụ rằng vị người nước ngoài này là thái tử Ả rập nổi tiếng, đồng thời đề nghị cô ta giữ bí mật.

Mấy hôm sau, anh lại dẫn một cô gái mà anh ta thích vào quán, một lát sau thì anh ta rời chỗ. Cô gái kia hơi lo, vội hỏi cô phục vụ rằng người đó là người như thế nào. Cô phục vụ trả lời rằng anh ta hình như là bạn thân của thái tử Ả rập. Tin tức mà cô phục vụ cung cấp, tức thông tin của người thứ ba, đã làm cho cô ta tin là thực. Đến khi tên lừa đảo hôn nhân kia đưa ra lời cầu hôn thì cô gái nọ đã tự nhiên nhận lời một cách khảng khái. Biết được mẹo tâm lý này, chắc cô gái nọ sẽ tránh được hậu họa.

24. Đề đối phương có cảm giác nhẹ nhàng trong hợp tác

Hai mươi năm trước ông Kami Yoshi, một người nổi tiếng trong giới phát hành sách, đã khuyên tôi viết một cuốn sách với đầu đề là "Độc tâm thuật". Viết bài cho tạp chí thì tôi còn có thể, chứ viết một cuốn sách đối với một người chưa từng có kinh nghiệm viết sách như tôi, quả là một việc khó có thể làm được. Tôi không có một chút tin tưởng nào về việc này. Nhưng ông Kami Yoshi không để ý tới lo lắng của tôi, nhẹ nhàng nói với tôi: "Thế nào? Đầu đề không tồi đấy chứ? Bắt tay vào ngay chứ! 300 trang bản thảo là được rồi, anh mỗi ngày viết khoảng 5 trang là được!" lạ là sau khi ông ta nói như vậy tôi bỗng cảm thấy gánh nặng trên vai giảm nhẹ đi nhiều, cảm thấy sau hai tháng giao nộp bản thảo không phải là điều không thực tế.

Thoạt đầu cứ nghĩ tới thời gian dài hai tháng, bản thảo dày tới 300 trang, tôi không khỏi cảm thấy một áp lực khó mà chịu được. Nhưng nghe ông ta nói "Mỗi ngày viết 5 trang mà", nghĩ tới có khi để kịp gửi bản thảo cho tạp chí, mình một ngày có thể viết mười trang, hai mươi trang, nên bỗng cảm thấy rất nhẹ nhõm. Thực tế bắt tay vào mới cảm thấy định mức 5 trang một ngày là đủ cao rồi; song đã nhận lời rồi thì không thể trì hoãn được nữa. Đợi tới khi tôi, người nghiên cứu tâm lý học, cảm nhận thấy mình đã thất bại trong cuộc chiến tâm lý, thì đã quá muộn. Không ngờ tôi lại mất đi gánh nặng một cách khoan khoái trước bộ mặt cười của ông ta, nghĩ đến ông Kami Yoshi chắc chắn sẽ cười tôi trong bụng, "Đúng, ông bạn ạ, viết một cuốn sách tất nhiên là phải cực nhọc rồi?".

Nghĩ kỹ một chút, đây là một kiểu tác dụng tâm lý làm tôi vui vẻ nhận lời lúc đó. Trong tâm lý học gọi đó là "*kỹ xảo giảm áp*", loại tâm lý này ứng dụng khá rộng rãi trong cuộc sống của chúng ta. Như công ty cho vay vốn dùng lời quảng cáo "Vay 10 nghìn, lợi tức một ngày mới có 25 đồng" để dẫn dụ khách cũng chính là vận dụng kỹ xảo này. Trên thực tế, tính lợi tức một năm thì lên tới hơn 90%; có nghĩa là nấc vay 10 nghìn thì 1 năm sau phải trả hơn 19 nghìn đồng.

Hoạt động tâm lý có liên quan tới con số, ngoài "*Kỹ xảo giảm áp*" ra, còn có "*Kỹ xảo đổi phép tính*". Mọi người đều biết một câu quảng cáo của công ty mua bán bất động sản "Từ nhà mới ngồi xe điện 90 phút đến trung tâm thành phố..." đã dùng phép đổi phép tính. Nếu viết là một tiếng ba mươi

phút, thì sẽ cho mọi người cảm giác thời gian quá dài' cảm thấy đi làm mất nhiều thời gian quá. Nhưng chỉ đổi thời gian thành 90 phút, trong nhịp điệu cuộc sống lấy phút làm đơn vị, thì sẽ cảm thấy 90 phút không phải là quãng thời gian dài. Bất kể là "Kỹ xảo giảm pháp" hay "Kỹ xảo đổi phép tính", kỳ thực đều không thay đổi con số, chỉ là vận dụng kỹ xảo tâm lý vô cùng khéo léo mà thôi.

25. Cách hỏi sẽ chi phối câu trả lời

Giáo sư trường đại học Narishiro, nhà tâm lý học xã hội nổi tiếng Horikawa đã từng làm một cuộc thực nghiệm lý thú về tâm lý con người. Đối tượng của cuộc thực nghiệm là nhiều cảnh sát hình sự ít có tiếng tăm.

Tại cuộc thực nghiệm, ông cho họ xem bức ảnh chụp một chiếc tàu điện chợ và một chiếc xe tải đâm vào nhau, đồng thời bảo họ nhớ kỹ chi tiết cảnh đã nhìn thấy. Sau khi xem một lát rồi, ông hỏi "Có tất cả mấy người thò đầu qua cửa tàu điện chợ?" và một câu hỏi khác. "có hai hay ba kiện hàng rơi từ thùng xe tải xuống đường?" tất nhiên cách hỏi này, tức cách hỏi những việc chưa từng xảy ra và chưa từng có này khá là độc đáo.

Cũng chính là nói không có một ai thò đầu ra ngoài, không có kiện hàng nào rơi từ ô-tô xuống nhưng không một ai khám phá ra mẹo hỏi này cả. Câu trả lời đều là "ba người", hoặc "hai kiện hàng".v.v...

Ông Horikawa gọi hiện tượng bị lừa của các cảnh sát này là "Gợi ý sai", để chứng minh là cách hỏi chi phối câu trả lời như thế nào. Vậy thì điều gì dẫn tới sự nhầm lẫn khi trả lời như vậy? Nguyên nhân là lúc đó tâm lý của chúng ta bắt đầu hoạt động một cơ chế chống đỡ mãnh liệt, tức chống lại việc phủ định những sự việc mà hai bên đều đã hiểu rõ.

Nếu phủ định những gì mà hai bên cùng biết về nó, thì có thể phá vỡ cơ bản tâm lý tín nhiệm của việc cùng biết về nó. Do đó, trong trường hợp này, tâm lý của chúng ta dễ dàng dẫn dắt chúng ta, để duy trì mối quan hệ tín nhiệm lẫn nhau nên đã nén sự nghi vấn đối với sự việc đã xảy ra. Do vậy bên đặt ra câu hỏi "Có tất cả mấy người thò đầu ra ngoài?" để lợi dụng cơ chế tâm lý này, làm cho đối phương có cảm giác nhầm lẫn rõ ràng, mặc nhận về việc "Anh ta cũng rất rõ về việc có người thò đầu ra ngoài".

Gần đây tôi cảm thấy nghe nhầm đối với kiểu nói chuyện mở đầu bằng

"Như ông đã biết đấy". Quả thực trong một số cuộc nói chuyện, có một số sự thực chúng ta đã biết; nhưng lúc đó, sau khi nghe câu chuyện này tôi có cảm giác dường như đã biết cái sự thực mà chúng ta đã biết. Nguyên nhân của hiện tượng này cũng giống như ví dụ ở trên, là vì đã bị cơ chế tâm lý chống đỡ của chúng ta làm lẫn lộn mắt.

Nhìn lại nhiều sự việc xảy ra trong đời sống thì sẽ phát hiện ra đâu đâu cũng có hiện tượng đưa người ta vào cảm giác nhầm lẫn. Câu cửa miệng của nhiều người hay nói là "Điều này đến cả đứa con nít cũng biết", chính là ví dụ điển hình.

26. Mẹo nhỏ điều khiển cuộc họp chung

Một nhân vật quan trọng của một xí nghiệp lớn từng nói với tôi chuyện như thế này. Ông ta nói hội nghị của họ thường thiên về hình thức chủ nghĩa, thường không đem lại những lời phát biểu tự do, có kiến giải; nghĩ tới điểm đó, nhiều khi chủ trì ông còn cổ vũ mọi người vài câu. "Hôm nay mời mọi người tới, hy vọng mọi người bày tỏ những gì mình muốn nói, nói thẳng không sợ gì hết". Song vẫn chẳng thấy hiệu quả, cuộc họp vẫn hoàn toàn trôi qua như một buổi lễ vậy.

Tôi liền hỏi ông ta, đề nghị ông ta nói cụ thể về phương pháp tiến hành hội nghị, thời gian, địa điểm, không khí họp v.v.... Quả như dự đoán, hội trường bố trí hết như phòng họp quốc tế khi họp hội nghị thượng đỉnh 7 nước phương Tây vậy, phòng họp khá sang, không khí trầm lặng, đặt ngay ngắn những chiếc bàn uống nước có phủ khăn trắng toát, sô pha thì mềm tới mức lút hẳn nửa người v.v....".

Không chỉ có thế, chỗ ngồi đã được sắp đặt trước theo chức vị lớn nhỏ một cách cẩn thận, khi ngồi vào bàn cũng theo trật tự từ dưới lên trên. Cuối cùng nhân vật quan trọng nhất của hội nghị xuất hiện, nét mặt nghiêm trang bước vào và ngồi xuống, sau khi ngồi xuống rồi, người điều khiển cuộc họp mới bắt đầu nói.

Với tình trạng cuộc họp sắp đặt một cách hình thức như vậy thì sao có thể mong có những lời phát biểu tự do, có kiến giải cho được? Cho dù trong hội trường có nhiều người tham dự dám nói thẳng. Chẳng cần phải dùng tới tâm lý, mà ngay cả những người bình thường cũng nhận thấy rõ rằng cái không khí trầm trầm này đã áp chế rất mạnh ý muốn và hành động phát biểu

tự do của mọi người. Uống rượu ở quầy bar nhỏ và uống rượu trong phòng kiểu Nhật Bản của một nhà hàng hạng sang, cho dù là cùng một loại rượu nhưng đều cảm thấy khác nhau, nội dung và phương thức nói chuyện do đó cũng có những thay đổi hẳn đi.

Do đó tôi đề nghị vị phụ trách này vứt bỏ toàn bộ cái hình thức trầm trầm đó đi, mọi người tự do ngồi vào, vây quanh một chiếc bàn tròn lớn, trên bàn cũng không cần phủ khăn trắng làm gì, còn đồ uống thì dùng loại cốc nhựa đơn giản mua cơ động ngoài phố rồi rót trà vào là được. Tôi khuyên ông ta đừng ngại làm thử. Quả nhiên sau đó không lâu, ông ta đích thân tìm tôi cảm ơn "Làm theo cách của anh, quả như thần, hội nghị diễn ra sôi nổi, thu hoạch trội hẳn lên!"

Ví dụ lý thú này cho chúng ta thấy hiệu quả của hội nghị bị không khí vốn có của hội trường chi phối như thế nào. Ngược lại bạn muốn không chế hội nghị, để hội nghị tiến hành theo phương thức bạn đã sắp đặt sẵn thì cũng là điều dễ dàng. Nếu bạn muốn làm cho hội nghị tránh ào ào tranh luận, tranh cãi không ngớt, chỉ cần bỏ chút công phu vào hình thức tạo nên vẻ đầy quyền uy, làm cho hội nghị có không khí trầm xuống là được. Hơn nữa, nếu bạn là người điều khiển cuộc họp thì có thể không chế và ngăn chặn được các phát biểu tự do quá khích mà không tốn sức, buộc cách nghĩ của các thành viên tham dự hội nghị phải đồng điệu với bạn, tán đồng cách nghĩ của cá nhân bạn mà bạn cho là hợp lý, thông qua quyết nghị mà bạn đã chủ động thảo sẵn. Với cơ hội như vậy, bạn vừa có thể chủ động điều khiển được không khí hội nghị, lại có thể nâng cao uy tín của bạn, tạo cơ hội thể hiện sức hút của cá nhân bạn. Đó chỉ là nghệ thuật điều hành để cuộc họp có hiệu quả hơn. Còn tất nhiên kiến nghị của bạn phải phù hợp với quyền lợi của mọi người với công ty.

27. Thuật ra lệnh có thể cải biến đối phương

Tôi còn nhớ hai mươi năm trước có chiếu một bộ phim tên là "Lớp học bạo lực", bộ phim kể về câu chuyện một vị giáo viên thông minh đã buộc học sinh trung học thích đánh lộn nhau phải cải biến lại, kết thúc bộ phim là giữa giáo viên và học sinh đã đi đến sự giao lưu về tinh thần cực kỳ mật thiết. Bộ phim này lúc đó đã tạo nên một cuộc tranh luận sôi nổi.

Người giáo viên trong phim đã phân công cho từng học sinh ngang ngành của lớp đó mỗi người một nhiệm vụ mà học sinh đó không thể không hoàn thành. Học sinh hơi có chút phản kháng thì tỏ thái độ lãnh đạm trừng phạt học sinh rất nghiêm và kiên quyết. Bất cứ trường hợp nào cũng dùng ngữ khí mệnh lệnh để ứng phó. Những học sinh ban đầu có thành kiến với giáo viên kia đã dần dần thay đổi thái độ, bắt đầu tin nhiệm giáo viên.

Trong một số điều kiện nhất định, ví dụ như trong quân đội. Phương thức dùng mệnh lệnh để chỉ huy, buộc đối phương phục tùng sẽ phát huy tác dụng và phù hợp.

28. Biến do dự của đối phương thành kiên quyết quả đoán

Mỗi kỳ nghỉ tôi đều lấy đi xem cửa hàng, xem hàng hóa bày trong quầy hàng làm vui. Do vậy đã thường xảy ra những việc làm tôi hối hận mãi không thôi. Gặp phải những người bán hàng sành sỏi, tôi thường mua phải những thứ mà vốn không nên mua. Có một lần, để điều tra gam màu và kiểu mẫu thịnh hành gần đây, tôi đã tới quầy cà vạt của cửa hàng. Vừa thấy tôi, người bán hàng liền tới bên cạnh, hỏi tôi "Thưa ông, ông đang tìm một chiếc cà vạt phù hợp với bộ âu phục của ông có phải không?".

Tôi không khỏi buột miệng "ừm", dần dà tôi lâm vào cảnh không mua không được. Chẳng biết người bán hàng làm như vậy là cố ý hay không, hay là họ cho rằng tất cả những ai tới quầy cà vạt thì đều muốn mua cà vạt. Họ cũng không hỏi bạn mua hay không mua, mà buộc bạn chọn xem là màu đỏ hay màu xanh. Như vậy, về tâm lý con người ta khó mà có quyết định không mua.

Thông thường khi thuyết phục khách hàng mua đồ, điều kiện đầu tiên là phải buộc khách mua, trên cơ sở đó mới tiến tới điều kiện thứ hai là màu đỏ hay màu xanh. Thế nên, hễ hai bên bỏ qua điều kiện đầu tiên mà tiến vào điều kiện thứ hai, buộc bạn chọn loại màu, kiểu dáng, thì bạn khó tránh rơi vào cảm giác dường như mình đã chấp nhận điều kiện thứ nhất. Cũng tức là, khi đối phương tỏ ra rằng bạn đã chấp nhận điều kiện thứ nhất, thì bạn khó tránh khỏi lầm lẫn, khó mà vứt bỏ cái ám hiệu đối phương truyền cho, đây chính là nhược điểm về tâm lý của con người.

Nói ra thì dài, khi bạn tới thăm nhà bạn thân, anh ta hỏi bạn rằng bạn thích uống hồng trà hay trà Nhật Bản, ngay cả khi bạn không muốn uống một thứ gì, cũng bị lâm vào cảnh không chọn một loại trà không xong. Tất nhiên uống chút đồ uống thì chẳng sao, nhưng mua đồ thì lại khác. Hình thức chào hàng tới tận nhà hiện nay chính là một ví dụ.

Đầu tiên là họ điều tra những gia đình có con học cấp hai hoặc cấp ba, hỏi chủ nhà: "Thi bây giờ khó nhỉ! Con nhà bác số học không đạt hay ngữ văn không đạt?" Hỏi như vậy, gia đình có con thi liền cảm thấy nên mua một số sách tham khảo mà họ đang rao bán, và nói với họ: "Con tôi ngữ văn hơi kém!".

Nắm được tin tức này thì họ khỏi phải lo không bán được bộ sách tham khảo đắt tiền trong tay nữa. Khi chủ nhà cảm thấy giá cao quá khó chấp nhận được và hơi do dự, họ liền chất vấn "Chẳng lẽ bác phải bỏ ra mấy tháng lương sao?" Cuối cùng, bên mua cũng đã mua lấy bộ sách tham khảo khá đắt đỏ.

29. Đề đối phương vui vẻ hợp tác

Hành động của chúng ta có thể có hai dạng: Hoặc kiểu "theo phong trào" hoặc thuộc về hàn ngữ "đi tiên phong", điều đó tùy thuộc vào quan điểm của mọi người, mức độ quan tâm đối với trào lưu xã hội, xu hướng tiêu dùng lúc đó để quy định. Lấy trang phục của phụ nữ là một ví dụ. Một thời là một "mi ni juýp".

Không mặc mi ni juýp thì chẳng ra phụ nữ, còn bây giờ thì cách nhìn có hơi khác, không còn kiểu bảo thủ như trước nữa, tôi cho rằng ngay trong chúng ta cũng có thể nhận thấy rằng, mọi người đều có "tâm lý đồng điệu" rõ rệt, muốn mình giống mọi người, không muốn bị mọi người ghẻ lạnh.

Do đó lợi dụng tâm lý này có thể làm cho đối phương vốn không có ý hợp tác, không có hứng thú, nảy sinh cảm giác "đồng điệu", buộc đối phương vui vẻ tham gia với mình, thành tâm giúp đỡ mình. Chẳng hạn nói "Mọi người đều làm rồi" sẽ có thể làm cho đối phương "chưa làm" rơi vào cảnh không yên tâm, ý thức mạnh đến "mình cũng phải làm thôi".

Mấy ngày trước tôi đi mua vé đường cao tốc. Nhân viên bán vé yêu cầu tôi điền tên, địa chỉ vào phía sau vé. Tôi tỏ vẻ không hiểu, sao lại phải chu

đáo quá như vậy đối với một tấm vé. Trong lúc do dự, người nhân viên nói một câu "Sau khi điền xong, nếu bác gặp phải bất trắc gì thì cũng dễ tìm. Và lại mọi người ai nấy đều viết như vậy". Nghe câu này rồi, tôi cũng nhẹ nhõm và tự nhiên điền đầy đủ vào. Vài ngày sau lại xảy ra một việc tương tự. Vợ tôi đặt mua hàng của công ty sản phẩm điện tín, đối phương yêu cầu vợ tôi thông báo đơn vị công tác và điện thoại của gia chủ. Hàng đưa đến nơi, trả hết tiền là được chứ cần gì phải nói cả đơn vị công tác của gia chủ? Còn đối phương nhấn mạnh rằng đó là thứ không thể thiếu khi công ty làm biểu kế hoạch, hy vọng giúp đỡ tốt hơn cho khách hàng. Vợ tôi đang do dự, lúc này đối phương nói với vợ tôi bằng giọng quen thuộc "Chúng tôi cũng đề nghị các khách hàng khác hợp tác giúp đỡ như vậy", vợ tôi liền khảng khái nhận lời.

Khi bạn cần đối phương hợp tác giúp đỡ, một câu nói "mọi người đều làm cả rồi" sẽ có thể có tác dụng rất lớn. Đối với trẻ con, điều đáng sợ nhất là không có bạn bè. Cũng tức là nói nhân tố dẫn tới tâm lý bất an mạnh của trẻ con là không ai lý gì tới nó. Do vậy, một câu "Đến cả thằng X bên nhà hàng xóm cũng tích cực làm rồi" sẽ có hiệu quả thôi thúc đưa trẻ làm. Đối với người lớn, tuy là không có kiểu bất an do không ai lý đến như trẻ con, nhưng đồng thời với việc hy vọng có thể phát huy cá tính độc đáo của mình, anh ta lại sợ mình quá nổi trội, mọi người đều rời xa, đây chính là nhược điểm trong tâm lý con người.

30. Chiến thuật “gạo sống nấu thành cơm chín”

Người Nhật Bản không thạo việc mua đồ ở nước ngoài. Nguyên nhân là vì người Nhật rất thật thà, trả tiền theo giá đối phương đòi chứ không mặc cả. Điều này xem ra hơi lạ, mặc cả không có gì là mất mặt cả, và lại ngôn ngữ giản đơn này biểu đạt cũng không phải là khó lắm. Tất nhiên về mặt này tôi cũng có cái chả cần giấu làm gì, có một lần tôi bị mắc lõm, thiệt không nhỏ.

Một lần, để mua tặng phẩm tặng bạn, tôi vào một cửa hàng Souvernir, tôi thấy có một hộp đựng thuốc lá rất đẹp và phù hợp. Nhưng hộp thuốc không đề giá. Tay tôi cầm hộp thuốc và hỏi chủ tiệm bao nhiêu tiền hộp thuốc đó. "Hai trăm đô la là đủ", giọng chủ tiệm nói nhỏ nhẹ. Tôi vừa nói "đắt quá", chủ tiệm liền hỏi tiếp "Thế ông muốn trả bao nhiêu?". Mắt ông ta

nhìn tôi chăm chăm, thấy tôi khó trả lời, ông ta thuận tay nhắc vài chiếc khác giải thích với tôi, "Loại này có thể rẻ hơn một chút!". Bất kể là loại nào, chất lượng đều kém hơn hẳn chiếc ban đầu. Cuối cùng tôi đã mua chiếc ban đầu với giá 180 USD. Nguyên nhân quan trọng để bị hớ theo tôi nghĩ là do đối phương nắm quyền chủ động khi quyết định giá.

Nếu lúc đầu tôi quả quyết nói "Hộp thuốc lá này 50 USD có được không?" thì ít ra tôi cũng không bị hớ đến như vậy. Nếu đối phương muốn nâng giá, cho rằng giá đó không thể được, thì cũng cao nhất là 100 USD là có thể mua được. Để chủ tiệm phát giá, tất nhiên giá mà anh ta đưa ra đã thành sự đã rồi, nếu có thay đổi cũng chẳng được là bao. Không hiểu được mẹo này sẽ luôn bị hớ trong chuyện mua hàng. Mua hàng tuy là chuyện nhỏ, nhưng chủ tiệm đã khéo lợi dụng nhược điểm vốn có của tâm lý con người. Kỹ xảo này có thể vận dụng trong rất nhiều mặt của cuộc sống.

Ông A đã từng là đội trưởng đội khảo sát mùa đông ở Nam cực, ông nghiêm cấm các thành viên trong đội chơi mạt chược. Nhưng các thành viên yêu cầu tha thiết quá, ông quyết định cho họ "Thử một lần". Ông hy vọng mọi người sẽ nhận thấy rằng chơi mạt chược có thể ảnh hưởng tới việc hoàn thành nhiệm vụ và tiến trình nghiên cứu. Nhưng kết quả không như ông tưởng tượng, nó hoàn toàn biến thành một chuyện khác.

Được biết có thể chơi một lần, các thành viên hiểu nhầm tưởng đây là hoàn toàn xóa bỏ lệnh cấm, không lâu sau thành nghiện chơi mạt chược. "Thử một lần" không chỉ là thử một lần mà biến thành một sự đã định. Trên thực tế đây là lợi dụng chỗ hờ trong tâm lý con người để đạt yêu cầu mình mong muốn.

31. Nêu rõ đại nghĩa, đề đối phương vui sướng nhận lời

Trước đây đã từng có một câu khẩu hiệu như thế này: Để hỗ trợ kinh phí cho sự nghiệp phúc lợi xã hội, đề nghị mọi người hãy thu thập dải giấy bạc trên vỏ bao thuốc lá. Do vậy, kể cả các cô gái không hút thuốc cũng nhiệt tình thu nhặt thứ đó từ chỗ những người hay hút về.

Tôi nghĩ lý do đã hấp dẫn mọi người thực hiện là vì mục tiêu "vì phúc lợi xã hội". Nhưng người nghĩ ra câu khẩu hiệu này chắc chắn phải là người hiểu rõ tâm lý con người hơn ai hết.

Dùng mục tiêu cao cả hoặc lá cờ chính nghĩa để dẫn dụ mọi người là một thành công của sự việc trên. Mà không chỉ như vậy, nếu dùng nó vào tâm lý học, nó cũng là một kỹ xảo thuyết phục người.

Lại lấy những cú điện thoại không địa chỉ đã trở thành vấn đề xã hội gần đây làm ví dụ, trong đó người bị hại phần đông là phái nữ. Khi đối phương nêu rõ mình nào là tiến hành "Điều tra hành vi và ý thức nữ thanh niên", các cô gái bình thường không dám hé răng, đã nói ra thật lòng, tiết lộ chân tình. Điều này ngoài việc do khi điều tra bằng điện thoại không rõ mặt ra, còn có danh nghĩa *điều tra* hỗ trợ, nên các cô gái mới không để ý tới những xấu hổ vốn có mà lời là cảnh giác. Kỳ thực đây là trò bịp ổi do một tên lưu manh bày đặt ra.

Trước đây, giới tin tức báo chí đã đánh mạnh vào những hành vi xấu câu kết trong ngành xây dựng, vạch ra nhiều chuyện đen tối bợ đỡ nhau khi đàm phán các hạng mục xây dựng. Dư luận một thời đã lên tiếng, có lẽ cũng không ít những viên chức theo ngành xây dựng thừa nhận lợi dụng đàm phán để tiến hành giao dịch tư là một hành vi bất chính. Nhưng một khi kiểu giao dịch này không vì một cá nhân nào, mà là vì "Lợi ích công ty", thì lòng chính nghĩa và lương tâm của họ bắt đầu ngủ một giấc nồng.

Cũng như vậy, kiểu kỹ xảo tâm lý này cũng có thể dùng để thôi thúc mọi người phấn đấu về phía trước. Để cấp dưới chủ động đảm nhiệm những công việc, những nhân viên quản lý giỏi thường thuyết phục họ bằng mục tiêu cao đẹp, ý nghĩa lớn lao của việc làm đó, thậm chí "xét từ góc độ xa hơn, đây là

một công tác cực kỳ quan trọng" nên mới giao cho anh ta làm. Thật có thể nói là vận dụng hết tâm cơ.

32. Mọi nhỏ có thể câu được cá lớn

Nói chung, những người giỏi tâm lý đều là người khéo làm cho đối phương thổ lộ rằng mình, cho dù có là người bản lĩnh siêu phàm, nêu ra lệnh hoặc cưỡng bức đối phương, thì ai cũng rõ là sẽ chẳng có hiệu quả gì, đối phương chỉ có từ từ khép chặt tâm tư lại.

Một trong những phương pháp dụ cho đối phương thổ lộ ý nghĩa thực là cần phải dùng kỹ xảo tiếp xúc tầng sâu, tức áp dụng phương pháp hiểu, đồng tình với đối phương. Ví dụ đối với người mắc bệnh tim nhưng không muốn cho mọi người biết. Bác sỹ nói thẳng với bệnh nhân hiểu tôi đứng ở địa vị ông, tôi cũng làm như vậy" hoặc "Tôi rất hiểu hoàn cảnh của ông" v.v..., thì đa số người bệnh sẽ nói cho ông ta biết về bệnh tim của mình. Con người ta hễ tỏ ra đồng tình và hiểu sâu sắc đối phương thì sẽ làm cho đối phương tin nhiệm bạn về tâm lý và thổ lộ hết chân tình.

33. Tuyên truyền cổ động kiểu lặp đi lặp lại làm cho người ta tin

Từ thực nghiệm chúng ta có thể thấy, bạn chỉ cần lặp đi lặp lại câu nói cùng nội dung cho đối phương nghe, đối phương dần dần cũng tỏ ra tin tưởng. Cũng tức là, sau khi tiếp nhận kích thích cùng một loại nhiều lần, bộ não sẽ lưu lại như một loại ký hiệu trong ý thức, dẫn đến chi phối dần dần ý nghĩ của con người. Lại như khi biểu diễn thuật thôi miên, nhà thôi miên sẽ nói như sau "Bây giờ người anh sẽ dần dần đổ về phía trước", gặp phải những người có phản ứng ám thị chậm chạp, những nhà thôi miên có kinh nghiệm sẽ không để ý tới lần thất bại đầu tiên, mà sẽ ám thị cho bạn nhiều lần. Nói chung qua ba lần, bất kể đối phương là ai, nhà thôi miên cũng có thể khống chế thành công anh ta. Quảng cáo trên ti vi về một loại sản phẩm với việc phát đi phát lại cùng nội dung trong một thời gian, cũng là muốn thu được hiệu quả như vậy.

Có lẽ nói "ám thị" thì có vẻ hơi quá, nhưng nắm được tâm lý này của con người rồi, bạn có thể áp dụng mang lại hiệu quả trong nhiều trường hợp.

Có một lần, một vị huấn luyện viên môn bóng chày nghiệp dư đã kể một câu chuyện như thế này trong tiết mục ti vi. Ông ta nói, trong đám tuyển thủ đội 1 và đội 2 có một điểm chung là họ thiếu một tuyệt chiêu, thiếu một tay ghi điểm “không thể thua một ai”. Do đó, khi vị huấn luyện viên này huấn luyện, chỉ cần tuyển thủ tỏ ra có sở trường là ông ta tán dương, cổ vũ anh ta khổ luyện, để tuyển thủ đó tự cho rằng mình là một chiêu quyết định không thua kém ai khác. Trong số tuyển thủ mà ông đã huấn luyện có không ít người trưởng thành nhanh chóng qua sự cổ vũ, ủng hộ nhiệt tình của ông, kỹ thuật đánh ngày càng thành thục, thậm chí còn giành được chức vô địch hoặc giải thưởng. Do vậy, nói là kích động cũng được mà cổ động cũng vậy, nói chung là không thể xem thường tác dụng của nó.

34. Để đối phương nghe lọt lời thật

Đàn bà con gái thường bị người ta coi là đa sầu thiên cảm, nhất làm dễ xúc cảnh sinh tình. thử nghĩ mà xem, cảnh đêm trước mắt đẹp như vậy, bên cạnh lại có anh bạn đang nói lời yêu đương với cô ta, hai người ngồi sát cửa sổ của một quán bar sang trọng trên một tầng thượng của một toà nhà, bốn bề thoáng đãng, thanh nhã, say lòng người là vậy, thì cho dù ấn tượng đối với người bạn trai nước mắt còn chưa sâu sắc cũng sẽ dễ dàng chồi nụ yêu rồi. Những phụ nữ được dẫn tới những nhà hàng cao cấp hoặc những quán bar sang trọng có phong cảnh thanh nhã, đẹp đẽ thì họ thường hoàn toàn ngất ngây với mọi thứ tươi đẹp xung quanh.

Tất nhiên, xúc cảnh sinh tình, bị ảnh hưởng bởi môi trường không phải là đặc điểm riêng của phái nữ. Mỗi một người đều có loại cảm xúc này, hoặc ít hoặc nhiều. Trời mưa liên miên thường cho người ta cảm giác u ức; trời thu tươi sáng, ai ai cũng đều nhẹ nhõm thoải mái, sôi nổi hoạt bát, chỉ thiếu nước lập tức tham gia ngay vào một môn thể thao hoặc cuộc thi đấu nào đó. Nhân tố thiên nhiên, mà ảnh hưởng của khí hậu lại càng rõ đến tâm lý con người. Tất nhiên, vẫn có nhiều người cứ trơ trơ, hoàn toàn vô cảm trước những thứ đó.

Xét về một số ý nghĩa nào đó, ngày sáng hay đêm mưa đều là những điều kiện tự nhiên có thể lợi dụng để tác động đến tâm lý con người. Trời mưa, sức sống của con người (tâm lý học gọi là sức hoạt động) cũng theo đó mà giảm đi, do vậy mà trời mưa mọi người đều không muốn ra khỏi nhà không muốn thăm bạn bè họ hàng, có người còn cảm thấy khi trời mưa tâm

trạng vô cùng buồn bã còn có người cảm thấy thân thể mỗi mệt đi nhiều. Đương nhiên tính năng động của con người cũng giảm theo. Đối với những người đã bị không khí chi phối như vậy rồi, thì dù có thúc họ đi làm một việc gì đó, e rằng họ sẽ không lấy gì làm vui vẻ. Vì vậy, muốn nhờ ai nên chọn ngày nắng ráo, khi tính tình đối phương vui vẻ là thích hợp nhất.

Đêm mưa cũng là bối cảnh thiên nhiên lý tưởng của các cuộc “chia tay hòa bình”, thường thứ hai bên rất dễ đưa ra quyết định. So với nam giới, nữ giới bị bầu không khí, do nhân tố tự nhiên tạo nên làm ảnh hưởng. Đêm mưa tầm tã, triền miên không ngớt thường tạo cho người ta cảm giác cô đơn buồn bã, đối với phía nữ đã cảm nhận được cảm xúc này, khi đối phương đưa ra lời chia tay khó chấp nhận, thì cảm giác chống đỡ của cô ta đã giảm đi nhiều so với trước. Vì hiện thực sống động đều đã bị bao phủ bởi màn đêm bản thân cô ta cũng có cảm giác khi hiện thực như một nữ diễn viên chính trong một vở kịch buồn. Trong lúc hoang mang, lòng dao động cũng chẳng muốn níu giữ cái gì.

35. Hay gọi điện thoại có thể gia tăng tình cảm

Cuộc điều tra tâm lý của nữ sinh đại học gần đây cho thấy, có 70% số nữ sinh được hỏi cho rằng: Đàn ông ngày nào cũng gọi điện tới thăm hỏi là cho người ta cảm thấy thân thiết hơn so với đàn ông một tuần tới thăm một lần.

Theo trào lưu gần đây thì phái yếu chủ động tấn công phái mạnh gần như không còn là điều mới lạ nữa, nên có thể không ít người cảm thấy ngạc nhiên trước kết quả của cuộc điều tra. Kỳ thực, về yêu thì tâm lý của phụ nữ không hề thay đổi, khuynh hướng chung vẫn là nam giới chủ động, nữ giới ở vị trí tiếp nhận. Về một mức độ nào đó: nam giới quan tâm tới mình vẫn là việc lớn mà nữ giới quan tâm nhất; còn dấu hiệu quan tâm tới mình thì tất nhiên phải là tần số tiếp xúc rồi. Xét từ phía nữ cho dù đối phương có nói gì với cô ta, mà một tuần chỉ gặp nhau một lần, vẫn làm cho cô ta cảm thấy rất không yên. Tự nhiên cô ta sẽ rất quan tâm xem 6 ngày còn lại đối phương nghĩ gì.

Khi hai người không ở bên nhau phái nữ luôn quan tâm xem đối phương có nghĩ tới mình như cũ không, hay là đã thay lòng đổi dạ, khó mà biết được. Vì vậy, việc gọi điện thoại tới hỏi thăm, bản thân nó có thể làm cho phái nữ

xác nhận sự thực “Anh ấy vẫn luôn quan tâm tới mình”, có được người đàn ông như vậy là điểm phúc rồi. Trước đây làm gì có những thiết bị thông tin tiện lợi như bây giờ, mà thay vào đó để tỏ tình là những cánh thư hồng. Lúc bấy giờ, mỗi ngày một bức, một năm gửi 365 bức thư tình. Chứng tỏ, chàng trai thật là si tình.

Khi tôi ở một tiệm cắt tóc đã tình cờ đọc được một mẫu tin hồng trên một cuốn tạp chí kể về một câu chuyện anh chàng diễn viên nào đó đã giành được trái tim hồng qua biện pháp "tần số tiếp xúc". Anh chàng diễn viên này tướng mạo bình thường, nhìn bề ngoài không có điểm nào đặc biệt quyến rũ cả Nhưng anh ta có một tuyệt chiêu, đó là bất kỳ bận thế nào, ngày nào cũng gọi điện cho cô gái. Đặc biệt khi cô gái nằm trên giường bệnh, tấm tình ý của anh chàng diễn viên đã làm ấm lòng cô như thế nào, giành được cảm tình của cô ra sao thì khỏi phải nói. Thật là việc làm hay.

36. Cường chế nhưng không mạo phạm

Hiện nay nhiều ông bố bà mẹ rất phiền não về việc con em không nghe lời, e rằng trong số họ chẳng có mấy người chú ý tới phương pháp giáo dục con cái.

Một lần tôi tới nhà bạn chơi, tôi phát hiện thấy cách dạy con của vợ anh bạn rất đáng học tập. Bà mẹ chỉ cần hơi chỉ bảo một chút là những đứa trẻ rất vui vẻ giúp mẹ chúng. Theo tôi thấy, bí quyết của việc làm cho lũ trẻ nghe lời của vợ anh bạn là ở chỗ cô ấy giáo dục có phương pháp. Cô ta không dùng ngữ khí mệnh lệnh để nói với bọn trẻ, mà dùng một ngữ khí ôn hòa theo kiểu thương lượng. Không phải nói "Mau đi rửa bát" mà nói: "Con đi rửa bát một chút có được không?".

Có thể có người sẽ thấy khó hiểu về điều này: “như vậy thì sẽ có thể làm cho bọn trẻ nghe lời ư?” Kỳ thực, những ông bố bà mẹ kêu con không nghe lời kia thường cứ một mực ra lệnh cho con cái, bắt chúng phải nghe lời. Ngược lại, chính vì thái độ cường chế của người lớn đã dẫn tới phản ứng của bọn trẻ.

Không chỉ trẻ con như vậy, mà mọi người chúng ta cũng có phản ứng về tâm lý đối với những lời nói có tính chất cường chế của người khác. Do đó, cùng một việc, tự phát làm hay làm với sự cường chế, hiệu suất sẽ khác nhau một trời một vực Hơn nữa còn để lại sự bất mãn đối với người cường chế.

Sau khi suy nghĩ như vậy, bà vợ anh bạn không dùng mệnh lệnh trực tiếp mà dùng ngữ khí thương lượng để dạy bảo con, cách làm này quả là cao minh, cô ta để đứa trẻ tự mình lựa chọn, tự giác giúp mình. Chỉ ít chỉ cần không gây cho đứa trẻ ấn tượng cưỡng chế thì đứa trẻ sẽ không có lý do gì để có tình cảm chống chế.

Không dùng hình thức mệnh lệnh mà dùng ngữ khí nghi vấn có thể làm cho mệnh lệnh trở nên uyển chuyển, lịch sự, dễ tiếp nhận hơn. Có người nói đây là "tiểu khoa nhi" để bịp bọn trẻ, kỳ thực kỹ xảo tâm lý này cũng thông dụng tương đương trong thế giới người lớn của chúng ta. Chẳng hạn khi nhờ cấp dưới làm một việc mà cấp dưới không muốn nhận, không nói "Cậu, làm cho tôi việc này", mà đổi thành nói "Cậu có thể giành thời gian làm việc này một chút được không?", chắc chắn phản ứng nhận được của cấp dưới sẽ khác hẳn nhau.

Một vị trưởng phòng của một ngành quản lý xí nghiệp thường sử dụng kỹ xảo này khi nhờ cấp dưới làm một việc không thuộc trách nhiệm của anh ta. Hơn nữa, anh ta còn nghĩ rất chu đáo, đích thân tới bên bàn của cấp dưới, nói với cấp dưới "Nếu cậu làm giúp cho việc này mình hết sức cảm kích". Như vậy cho dù là việc mà thường ngày cấp dưới rất ghét, anh ta vẫn sẽ nhận lời "Thủ trưởng, việc này cứ để em làm!". Giống như vậy, nếu đem việc bàn giao có tính chất mệnh lệnh biểu hiện càng gián tiếp, càng uyển chuyển, đôi phương sẽ rất ít có cảm giác bị cưỡng chế mà vui vẻ tuân lệnh. Tất nhiên nhiều vị cấp trên sợ rằng dùng nhiều phương thức này sẽ làm cho cấp dưới khinh nhờn. Kỳ thực, những thủ trưởng giỏi là những người biết ra lệnh, nhưng cũng biết nghe người khác nói.

37. Mẹo làm đối phương vui vẻ đổi ý ban đầu

Tôi đã từng làm một cuộc thực nghiệm nhỏ, một tiết mục đã được phát trên ti vi. Nói là thực nghiệm nhưng thực chất rất đơn giản, tôi mời 20 học sinh trung học tới, cho họ quan sát kỹ hai đường song song, bảo họ từng người một trả lời tôi, đường bên trái dài hay đường bên phải dài. Trên thực tế, trong số 20 học sinh chỉ có một nửa là thực sự được thực nghiệm, 10 học sinh còn lại là những "con mồi" đó tôi đã sắp đặt sẵn. Tôi bảo trước cho các "con mồi" của mình là chỉ được trả lời "đường bên phải dài", kỳ thực đường bên trái dài hơn một chút, đồng thời xếp 10 "con mồi" này ở vị trí phía trước

từ 1 đến 10.

Cuộc thực nghiệm bắt đầu 10 "con môi" cùng trả lời "bên phải" xong từ học sinh thứ 11 trả lời ra sao?

Điều làm người ta kinh ngạc là có đến 8, 9 từ trong số 10 người họ đều trả lời "bên phải".

Tôi muốn thông qua cuộc thực nghiệm này để nói rõ áp lực của tập thể bóp méo ý nghĩ của các cá nhân như thế nào. Suy xét tâm lý của 10 học sinh còn lại trong cuộc thực nghiệm sẽ dễ dàng tưởng tượng ra, điều khác biệt giữa phán đoán "bên trái dài" của mình và "bên phải dài" của tập thể đã làm cho họ rất lúng túng. Để xóa đi sự lúng túng này, cuối cùng họ đã thuận theo phán đoán của tập thể.

Kiểu khuynh hướng tâm lý này đều tồn tại trong mỗi con người, hoặc ít hoặc nhiều, áp lực của tập thể là như vậy đấy, có thể làm lệch đi phán đoán của con người, tự nhiên đứng trước áp lực như vậy, đơn độc một người kiên trì ý kiến của mình là tương đối khó. Chỉ có những người trọng ý thức bản thân, cá tính khá mạnh và có lòng tự tin tuyệt đối về phán đoán của mình mới dám phản bác, phản kháng ý hướng tập thể như vậy.

Mấy hôm trước tôi thấy trên một tạp chí nọ có vẽ bức tranh thể hiện sự lợi dụng áp lực tập thể. Toàn thể nhân viên trong phòng nhất trí, nói với anh trưởng phòng rất nguyên tắc mà họ muốn trêu một vố. "Bây giờ 6 giờ rồi, về thôi!", trưởng phòng xem đồng hồ, lắc đầu "Mới 5 giờ mà?" các nhân viên đều nói là 6 giờ, cuối cùng vị trưởng phòng vừa than vãn rằng chiếc đồng hồ này xem ra phải sửa rồi, vừa cho nhân viên nghỉ sớm một tiếng.

38. Để đối phương đảm nhận những công việc anh ta không thích

Tại làm sao sau khi được người khác khen ngợi, người ta lại cảm thấy trong lòng nhẹ nhõm một chút?

Điều này là vì, bất kể là ai, anh ta tự tin như thế nào, đều cũng cảm thấy không yên về sự tự tin của mình. Vì vậy anh ta hy vọng có người tới giải tỏa sự bất an này. Một lời khen ngợi dù có biết rõ là chưa phải là đã xác thực

nhưng tâm tình cũng vẫn thoải mái hơn nhiều.

Khi cấp trên giao cho cấp dưới công việc, nhất là những công việc không làm cho anh ta thích, họ thường nói câu nói cũ mèm như thế này "Chỉ có anh mới có thể làm được". Sau khi biết mình phải thay đổi cương vị hoặc chức vụ, anh ta thường tỏ ra khó hiểu và đặt câu hỏi là tại sao lại phải điều mình, trong lòng cảm thấy không yên ổn. Lúc này câu tán tụng của cấp trên "Việc này chỉ có anh mới làm được" sẽ lập tức gạt bỏ đi những bất an trong đầu anh ta. Nếu là phân đến cương vị sở trường thì anh ta sẽ càng tự tin; cho dù là phân tới những lĩnh vực mà anh ta không biết, anh ta cũng sẽ vui vẻ nghĩ tới rằng mình sẽ sáng tạo một cái gì mới.

Ở đây tôi cần nói tới chuyện của anh chàng học trò Koka của ông Nomura. Hiện Koka đã là một cầu thủ ưu tú trong làng bóng chày, đồng thời anh đã mở ra một tương lai mới cho môn bóng chày nghiệp dư.

Khi anh ta chưa thành danh, lòng cánh chưa đủ, ông Nomura phát hiện thấy anh ta như một con ngựa bất kham, tính tình rất ngang ngạnh, nhất định kiên trì tới cùng với sự tự tin của mình, hễ ra sân là phải chơi những cú cao điểm, người thường không khỏi cảm thấy anh chàng này có vấn đề. Giao một lĩnh vực mà mình cũng bó tay cho một cầu thủ mới như Koka có thể thấy dụng tâm sâu sa của ông Nomura.

Không ngoài dự đoán, Koka đúng là một con người mang đậm sắc thái chủ nghĩa anh hùng, anh ta nói "Mình nhất định phải tập tốt cú đánh quyết định. Nếu không mình sẽ tự nguyện rút lui". Đến nước này ông Nomura vẫn giảng giải, nói rõ cho anh ta biết rằng luyện được cú đánh này không phải là dễ, đây là một lĩnh vực hoàn toàn mới mẻ không ai dám ngó tới, về lý luận mà nói thì gần như không thể thực hiện được.

Cuối cùng ông bỏ lửng cho anh chàng một câu "Tôi dám nói, ở Nhật Bản, người khai phá lĩnh vực này và làm cho kỹ thuật khúc côn cầu càng thêm hoàn thiện, ngoài anh ra không còn ai". Có lẽ anh chàng Koka kinh ngạc trước sự tán dương này nên đã lập tức vui vẻ nhận lời ông Nomura, bắt đầu khổ tâm khai phá một lĩnh vực mới mẻ này và đã đạt được những thành tựu nháy vọt.

Có lẽ ông Nomura cũng không phải là có ý kích động lòng tự tôn của Koka, muốn anh ta gánh vác trọng trách như vậy; song câu khích lệ "Ngoài

anh ra không còn ai", quả thực đã tạo cho cầu thủ mới toanh này có một niềm tin và dũng khí vô hạn đối với sự nghiệp khai phá mới này.

Những cấp trên bất tài thương không muốn nói những câu có tính chất khích lệ như vậy. Không làm được điều này, anh ta không thể là người lãnh đạo tốt được.

39. Muốn thuyết phục phái nữ cần chủ động tiếp cận

Có một câu nói rất xa, đó là khi nói chuyện với phái nữ cần cố gắng tiến gần cô ta, như vậy sẽ đạt được hiệu quả hơn. Một trong những lý do là khi phái nữ đã cho phép đối phương tiến sát cô ta, cho thấy cô ta đã chuẩn bị tâm lý tiếp nhận đối phương, hơn nữa, ở cự ly gần có thể tạo cho đối phương cảm giác thân mật. Kiểu tâm lý tìm hiểu đối phương, tiếp nhận tình cảm đối phương bằng phương pháp này là một kiểu khuynh hướng tâm lý mà nam giới ít khi có mà nữ giới thì lại vốn có.

Do đó các cửa hàng lấy phái nữ làm khách hàng chính rất am hiểu điều này. Để đạt được, họ khéo léo tạo các kiểu cơ hội để giao tiếp được với khách hàng nữ có cự ly gần.

Một cuốn sách về kinh doanh đã từng giới thiệu một ví dụ như thế này: Nhân viên bán hàng thạo nghề của một cửa hàng giày dép nữ cao cấp thường luôn giúp khách hàng nữ thử giày và còn nhiệt tình hỏi "Giày có vừa không ạ? Có chỗ nào không thoải mái không?", vừa hỏi vừa vuốt nhẹ bàn chân khách hàng. Một số nhân viên bán hàng phục vụ ở quầy trang phục nữ thậm chí còn giúp các khách hàng nữ kéo phéc-mơ-tuya trong phòng thử quần áo. Nhờ vào phương pháp tiếp cận này mà công việc kinh doanh của cửa hàng luôn có lãi.

Song chiến thuật này cũng rất mạo hiểm, một khi sai sót một chút thì hậu quả rất xấu. Nếu nhân viên bán hàng có một điểm mà khách hàng nữ coi không thuận mắt, không hợp ý thì khó tránh khỏi làm méch lòng, e rằng quan hệ cố gắng xây đắp lúc trước sẽ tan tành trong khoảnh khắc. Nhân viên bán hàng ở quầy trang phục nữ trong ví dụ trên cũng chỉ có 7 cô trong số 10 nhân viên bán hàng là thành công, không ít nhân viên từng gặp phải những khách hàng vốn không hề cho phép tiến gần mình. Từ đó có thể thấy, giao

thiếp với phái nữ là điều vô cùng khó. Đến mua hàng còn như vậy thì yêu đương phụ nữ lại càng thận trọng hơn. Tất nhiên chỉ cần bạn thực lòng, phái nữ sẽ có thể dễ dàng nắm bắt được thiện ý của bạn qua trực giác. Giống như khi tình tự, nếu phái nữ để bạn ngồi bên cạnh cô ta chứ không là ngồi đối diện, còn vô ý để bạn có cơ hội chạm vào quần áo hoặc tay của cô ta, thì bạn có thể yên tâm mà tỏ lộ lòng mình.

40. Cảnh giác với bệnh tê liệt lương tâm

Tôi tin các bạn đều là những người có trách nhiệm, thế nhưng tôi dám bảo đảm rằng trong số các bạn tuyệt không có một ai là chưa từng phạm lỗi. Lấy một ví dụ mà đâu đâu cũng thấy, có thể bạn đã từng ngồi ô-tô lậu vé mà trong lòng không chút xấu hổ. Theo các học sinh của tôi kể, ai trong chúng cũng đều đã thử qua. Tất nhiên là chúng chưa hề thử lấy trộm đồ trong cửa hàng.

Tại sao khi ngồi xe lậu vé mà trong lòng không áy náy? Theo phân tích của các em học sinh, đó là vì bên bị bại không phải là một người hay vật cụ thể. Mà ở đây là một ngành ví dụ như giao thông. Nói thì nghe ra có vẻ rộng lớn quá. Từ góc nhìn của một người bình thường thì một ngành như vậy chỉ là một cái rất trừu tượng mà thôi. Tâm lý học cho rằng con người ta khó cảm thấy sai đối với cái trừu tượng.

Ở ví dụ ngồi xe lậu vé cũng vậy. Một tổ chức hay hệ thống với quy mô lớn sẽ là trừu tượng trong óc mọi người, hay nói cách khác, sự tồn tại của chúng thiếu đi cảm giác hiện thực. Tự đáy lòng con người thì đã tiềm ẩn một tâm lý không lương thiện là dám sai phạm với một đối thủ yếu về cảm giác hiện thực này. Tôi muốn khuyên mọi người hãy cẩn thận, đừng để lương tâm bị tê liệt, đừng cho là tiền của công ty thì có thể chiếm dụng, đừng mắc lừa bởi guồng máy tâm lý bất lương trong con người bạn.

41. Tăng cường khả năng hợp tác như thế nào

Bây giờ bình tĩnh nghĩ lại một chút, tôi thấy vào những bữa liên hoan mừng năm mới hay liên hoan kỷ niệm các chiến hữu, thường là rất nhiều người cùng kê vai nhau hát to những bài chiến ca. Cuộc liên hoan phần đông là những người trung niên đã từng nếm trải cuộc chiến tranh, mọi người đều quên đi thân phận địa vị của mình, giám đốc, trưởng phòng, nhân viên cùng nhau vui hát say sưa. Có lẽ vì họ đều nếm trải sự tàn khốc của cuộc chiến tranh nên từ đáy lòng mình mới kết nên tình cảm bạn bè anh em.

Bạn bè vốn là những người chỉ cùng làm một việc như bạn chơi, bạn rượu, bạn leo núi, đồng nghiệp bóng chày v.v... hay nói hai người chỉ nảy sinh ý thức bè bạn trong trường hợp hành động nhất trí, mục tiêu giống nhau. Cũng tức là nói, bất kể về lập trường có đối lập thế nào, những người bạn bè đồng nghiệp có cùng sự từng trải, sự thử nghiệm, họ luôn có môi tình cảm mãnh liệt kiểu chiến hữu. Mà những sự từng trải đó càng đặc biệt, càng không bình thường thì tình cảm đôi bên càng sâu đậm.

Xét từ đặc tính tâm lý như vậy, muốn tranh thủ một người vốn không có ý hợp tác về phía mình không phải là chuyện khó. Một nhân viên của công ty bất động sản nói với tôi, bình thường bán một miếng đất phải mất hai ngày để thuyết phục, làm giấy tờ. Theo ông ta nói, trong nghề của ông, nếu khách hàng đứng ra giúp bên công ty làm giấy tờ về đất đai thì việc đàm phán coi như đã xong một nửa.

Điều này nói lên gì? Đây vốn là cách khéo léo để đối phương tham gia vào công việc mà mình đang tiến hành, nhờ đó mà có được sự cùng thể nghiệm chung. Đề nghị đối phương cầm bản giới thiệu, phân phát tài liệu v.v... để anh ta tự động gia nhập bên mình. Thông qua hình thức để đối phương giúp như vậy sẽ kéo đối phương ngã tâm lý về phía mình. Vị nhân viên bất động sản kia cho rằng hiệu quả của cách làm này hơn cấp 3, 4 lần so với cách giải thích đơn thuần đây là việc gì, cái kia như thế nào. Cách làm này chính là nuôi dưỡng ý thức bạn bè trong lòng đối phương một cách có ý thức.

Từ đó phát triển ra, ở công ty, ngoài xã hội nó đều có tác dụng như nhau.

Đối với những đồng nghiệp có ý kiến khác mình trong công ty, đừng ngại nhờ họ giúp làm một số tư liệu hội nghị, "Nhờ anh dùng máy đập ghim ghim hồ sơ tài liệu này", "Nhờ anh phát chỗ tư liệu này cho mọi người". Nếu bạn nhờ anh ta mà anh ta nhận lời, thì đối phương đã bắt đầu chuyển từ người chống đối ngoan cố của bạn thành người hợp tác của bạn. Bằng những ngôn từ cử chỉ như vậy, bạn đã vun đắp một ý thức bạn bè thân thiết trong lòng anh ta, không phải là phản đối anh ta về mặt tâm lý mà là rộng lượng tiếp nhận anh ta, và anh ta cũng sẽ đáp lại y như vậy.

42. Mẹo cao của người bán hàng

Trong các chương trình du lịch nước ngoài ngắn ngày, mỗi một chuyến chắc chắn đều có bố trí thời gian đi mua quà; nếu như thời gian đó eo hẹp quá thì còn có thể làm cho khách du lịch không hài lòng.

Nhưng sau khi máy bay hạ cánh ở nước nhà, nhiều người phải ngao ngán với đồng hành trang quà tặng chất như núi vậy. Đây là một cảnh rất ngộ nghĩnh. Tôi vốn thường cười nhạo người khác như vậy, nhưng thực tế mỗi lần đi thăm thú nước ngoài cũng thường thích mua một đồng đồ, tất nhiên đồ hữu dụng thì lại càng ít. Sau này nghĩ lại thường hối hận mãi, sao mà những thứ bình thường cũng chả để mắt tới lại cũng mua? Rất cuộc thì cái gì thôi thúc bản thân mua một đồng hàng trong thời gian du lịch nước ngoài?

Tôi nghĩ một trong những nguyên nhân là người Nhật Bản vẫn cho rằng du lịch thăm thú nước ngoài là một dịp đặc biệt, trong vô thức thường sẽ nghĩ tới "Có lẽ sẽ chẳng có dịp tới đây lần nữa?" Do đó về tâm lý học sẽ có một cảm giác thường thấy là bỏ lỡ cơ hội cuối cùng này sẽ chẳng còn có thể mua được những thứ này nữa, họ liền mua một thôi một hồi.

Tất nhiên, đến cả những thứ không cần mua cũng mua chính là điều mà người bán hàng cầu cũng chẳng được, cũng là chủ đích mà họ rất quan tâm. Để làm được điều đó, người bán hàng thường gắng hết sức để đưa khách hàng đến một trạng thái tâm lý như khi đi du lịch nước ngoài vậy.

Tôi cũng từng gặp cảnh như vậy. Chủ nhật, một mình tôi ở nhà, bỗng nghe thấy ngoài cửa có người gọi "Có ai ở nhà không?". Tôi vội chạy ra, một bà bán đồ biển đã đứng ở cửa. Tôi vẫn chưa kịp hỏi bà ta bán gì thì bà ta đã nói với tôi! "Thưa ông, tôi đem tới cá mực và bào ngư vừa mới đánh được

hôm nay đây. Ông xem, chỉ còn có chút này thôi. Bán rẻ cho ông nhé!".

Nhìn thì quả là tươi, làm cho thèm nhỏ nước miếng. "Hôm nay bán rất chạy. Nhà ông là nhà cuối cùng đây. Thôi để cho ông tất cả là 30.000 đồng".

Trong lúc vô tình tôi đã mở ví ra và rút tiền mua chỗ cá đó. Quả thực, cá tôi mua được rất tươi, giá cũng không phải là đắt. Tất nhiên sau đó tôi không hối hận, thay vào đó là thán phục tài bán hàng của bà ta, có thể nói bà ta đã khéo léo lợi dụng chiến thuật tâm lý. Bà ta không nói "Ông mua không" mà nói "Tôi đem đến cho ông đây", lại còn "Hôm nay bán rất chạy. Nhà ông là nhà cuối cùng đây". v.v... Qua câu nói khéo như vậy của bà ta, người hơi thích món hàng đó sẽ cho rằng mua như vậy là rẻ; những người lúc đó vốn không muốn mua lắm cũng dễ dàng rút tiền ra mua.

43. Giá cao không có nghĩa hàng tốt

Tôi không có hứng lắm đối với việc trồng cây trồng hoa nhưng lại có một anh bạn kinh doanh về hoa.

Theo như anh ta nói những chậu cảnh giá đắt bán rất chạy, chẳng biết ngành của họ lấy tiêu chuẩn gì để tính giá, nhưng nếu không cảnh giác điểm này thì có thể sẽ bị hố. Bởi vì ông bạn của tôi đã nảy ra một cách sau khi buồn rầu về việc chậu cảnh giá rẻ bán không chạy, anh ta nâng hẳn một giá đối với những chậu cảnh đó, kết quả bán nhanh hơn hẳn.

Những người hơi có chút khả năng nhận biết sẽ cho là cách biến chậu cảnh giá rẻ thành loại tốt quá hoạt kê. Trường hợp như vậy có thể nói là khá thường gặp trong cuộc sống thường ngày. Những quý bà trên tay đeo những chiếc nhẫn đá rẻ tiền nhưng vẫn dương dương tự đắc; các thương gia ngày ngày thưởng thức với vẻ hài lòng về bức tranh giả treo ở phòng khách v.v... Nhưng ví dụ như vậy thật không kể xiết.

Quả thực, giá trị của hàng tốt, hàng thật tất nhiên phải cao hơn giá trị của hàng chất lượng kém, sản phẩm giả mạo. Do đó muốn nâng cao doanh thu của mặt hàng chất lượng tốt, cách tốt nhất là cố gắng nâng cao giá bán. Nhờ chính sách đó mà các hãng tên tuổi đã nâng cao được độ nổi tiếng của sản phẩm, sản phẩm cao cấp của họ tiêu thụ cả trong nước và cả trên thế giới. Tất nhiên nếu ngược lại thì khác hẳn, cần đặc biệt chú ý rằng hàng hóa đắt giá không hoàn toàn là hàng thật, hàng tốt. Chính vì người mua đều có một

khuyh hướng chung là cảm thấy thiếu những nhãn hiệu nổi tiếng, thường cho rằng những sản phẩm nhãn hiệu nổi tiếng đều là hàng tốt với giá đắt và xịn.

Trước đây, nhóm chương trình "Trí tuệ của cuộc sống" của Đài truyền hình NHK đã làm một cuộc điều tra, mục đích nhằm trải nghiệm tâm lý "nhãn hiệu nổi tiếng của người Nhật. Trước tiên bày mấy cái khăn tay bình thường ra, gán nhãn hiệu Thụy Sĩ cho một số cái, còn số kia gán nhãn hiệu Nhật Bản, hỏi các bà xem loại khăn nào tốt. Hầu như tất cả các bà đều cho rằng khăn tay do Thụy Sĩ sản xuất chất lượng tốt, lý do là chất lượng tốt, hoa văn đẹp, cảm giác tay dễ chịu.

Ngược lại, nếu như bạn gắn lên những khăn tay Thụy Sĩ nhãn hiệu Nhật bản hạ thấp giá xuống một chút, họ liền lập tức chê bai hết chỗ nói những chiếc khăn tay đó. Xem ra nhãn hiệu và giá cả hàng hóa đã làm rối loạn cảm giác của người mua.

Nếu cứ chấp nê, cho rằng hàng đắt giá đều là hàng tốt, thì hàng giả sẽ có cơ hội quấy rối làm cho thị trường không yên một ngày. Còn khi bán rẻ hàng hóa cao cấp thì mọi người sẽ hoài nghi là hàng giả. Thật là thế giới muôn màu muôn vẻ, chẳng cái gì là không có cả.

44. Mẹo giành lấy hảo cảm của đối phương

Trường tiểu học nào cũng vậy, kể cả trường tiểu học gần trường đại học mà tôi đã từng giữ chức hiệu trưởng, đều khai giảng năm học mới vào tháng tư. Một việc mà giáo viên phải làm đầu tiên là nhớ tên của các học sinh nhỏ lớp mới.

Thử nghĩ mà xem, học kỳ vừa mới bắt đầu, mới gặp mặt một lần mà thầy giáo đã nhớ được tên từng học sinh, đối với học sinh điều này thật vui biết bao. Trước khai giảng có lẽ chúng sợ rằng không biết thầy giáo có quan tâm tới đứa trẻ như mình không, giờ đây ý nghĩa căng thẳng đó đã bị xóa sạch và chúng bắt đầu tin nhiệm thầy giáo. Còn thầy giáo có được học sinh tin tưởng hay không thì điều quan trọng là ở chỗ nâng cao thành tích học tập của học sinh, làm tốt các công tác của lớp.

Không chỉ là trẻ con, mà ngay cả người lớn cũng có ước muốn được người khác quan tâm. Tất nhiên lý do không ngoài việc sau khi có người quan tâm, lòng tự tôn của anh ta được thỏa mãn, nhân cách của anh ta được thừa nhận. Đến công ty nào đó liên hệ công tác, nếu như đến lần thứ hai mà cô thường trực đã nhớ tên họ và nét mặt của bạn rồi, thì chắc chắn bạn sẽ có hảo cảm đối với cô ta, hơn nữa còn cảm thấy đây là một công ty không tồi. Tất cả là do việc cô thường trực của công ty quan tâm tới bạn. Như vậy, con người ta thường có hảo cảm với đối phương, người đã kích thích lòng tự tôn của mình.

Cô thường trực kia thật tài tình. Các cao thủ trong kinh doanh cũng chẳng thua kém về mặt này, họ ghi nhớ trong lòng rất nhanh diện mạo và tên tuổi của khách hàng. Thông qua việc nắm được cơ chế tâm lý chung của con người để giành lấy hảo cảm của khách hàng, từ đó thúc đẩy công việc tiêu thụ của anh ta. Trong trường hợp này, cách hay sử dụng nhất là nhấn mạnh "Vì ông". Tức kín đáo nhấn mạnh sự quan tâm của phía tôi đối với ông qua phân biệt so sánh "Không phải là vì người khác, mà chỉ là vì ông".

Trên thực tế, một trong những nguyên tắc cơ bản của buôn bán là tôn trọng lòng tự tôn của khách hàng thông qua "Vì là ông nên tôi mới giới thiệu cái này", "Thứ này phù hợp với ông nhất".

Bước vào cửa hàng vàng bạc, bạn sẽ phát hiện ra ngay điều này. Khi có khách hàng quanh quẩn bên tủ đựng nhẫn, người bán hàng lão luyện sẽ nói với khách hàng "Bà tới thật đúng lúc. Ở đây tôi vừa có chiếc nhẫn rất hợp với bà", vừa nói vừa đeo nhẫn vào tay khách hàng. Chỉ cần khách hàng có cảm giác "Chiếc nhẫn này đúng là đợi mình tới", thì dù là hàng rẻ tiền cũng cho là rất quý, dù có là hàng đắt tiền cũng muốn mua. Trường học, công ty, cửa hàng, mọi ngành nghề, cơ quan và cá nhân đều thích ứng với nguyên tắc "Phục vụ khách hàng" và từ đó thu lợi về mình.

45. Thái độ chủ động hòa giải tranh thủ đối phương

Nhưng khi rồi việc, thỉnh thoảng tôi cũng đi xem phim. Có một bộ phim về miền Tây nước Mỹ đã để lại cho tôi ấn tượng sâu sắc. Đại ý nội dung bộ phim như thế này: Nhân vật chính trong phim là một cảnh sát, vì một chuyện nhỏ mà bất hòa với một tay cờ bạc trong thị trấn, hai người mỗi lần gặp nhau

là hãm hè, quan hệ giữa họ rất căng thẳng. Có một lần cả hai đồng thời được biết có một tên tội phạm vượt ngục chạy trốn, trên đường chạy trốn còn cướp một ngân hàng, hiện đang chạy về phía thị trấn. Anh chàng cảnh sát xuất phát từ chức trách của mình, tay cờ bạc xuất phát từ mục đích kiếm tiền, họ đều quyết tâm sống mái với tên tội phạm. Vì trên báo đã có đăng tin, ai bắt được thủ phạm sẽ được thưởng 5.000 USD.

Rõ ràng xét về nhân tố của phía tội phạm thì đơn thương độc mã khó có thể thắng nổi. Vì quan hệ lợi hại này, hai người đều có ý hợp tác hiệp lực, cuối cùng họ quyết định cùng nhau bắt tên tội phạm. Cao trào của bộ phim vẫn là cảnh đuổi bắt quyết liệt, hai người nhanh nhẹn hoạt bát đã bắt được tên tội phạm kia. Tự nhiên hai vị anh hùng trở thành bạn bè thân thiết.

Bộ phim này cho chúng ta thấy một sự thực là khi đứng trước một địch thủ chung, hai đối thủ sẽ bắt tay hợp tác nhau. Đại địch trước mắt, ai cũng muốn có người khác giúp đỡ. Lúc này, chỉ cần kẻ địch là kẻ thù của hai bên, sự xuất hiện của kẻ địch gây ảnh hưởng lợi hại giống nhau đối với cả hai người, thì hai người sẽ kê vai sát cách chiến đấu. Cho dù trước đó họ có thù hằn với nhau thì cũng sẽ nhanh chóng tỏ ra thành ý hợp tác. Ngược lại, muốn hòa hợp với đối thủ luôn đối lập với mình, chỉ cần đưa ra một kẻ thù chung là được.

Ông Ishikawa Hiroyoshi, nhà tâm lý học xã hội, giáo sư trường đại học Narishiro, đã từng thử cách này và đã thu được thành công.

Khi đó ông Ishikawa sống trong một khu tập thể. Tầng trên là của một nhà sáng tác nhạc trữ tình. Âm thanh tiếng dương cầm từ tầng trên vọng xuống làm ông chẳng viết được gì, cũng chẳng tĩnh tâm để nghĩ ra được cái gì. Ông rất muốn kêu khổ với tay nhạc sỹ kia, nhưng đối thủ lại là người hoàn toàn xa lạ, trực tiếp nói với ông ta thì quả không tiện, làm cách nào để nói với ông ta đây? ông bỗng nảy ra một ý là tìm một địch thủ chung và quyết tâm bắt tay làm ngay. Đối thủ chung tất nhiên là ban quản lý khu tập thể. Lập tức ông gọi điện đến chỗ ban quản lý, đồng thời đưa cho tay nhạc sỹ một thiết bị giảm âm loại nhỏ, bảo ông ta đặt xuống dưới dương cầm. Như vậy ông Ishikawa đã thỏa thuận ngầm được thời gian chơi đàn với tay nhạc sỹ, khéo léo thỏa mãn tâm nguyện của mình.

46. Mẹo làm tiêu tan thái độ bất mãn

Một nhân vật quan trọng của một công ty nổi tiếng đã từng kể với tôi, công ty anh ta có một hình nộm rất kỳ quái, mặt nó giống hệt cấp trên, bạn có thể đánh nó thoải mái. Nhân viên nhìn thấy “hình nộm cấp trên” này nếu muốn phát tiết sự bức bối cá nhân liền đánh mạnh vào hình nộm giả người này, cho tới khi thở dốc, trán toát mồ hôi mới thôi. Lúc đó tâm trạng của nhân viên sẽ đặc biệt nhẹ nhõm, thoải mái, sự bất mãn đối với cấp trên cũng tan đi như mây khói.

Chuyện kể ra thì buồn cười nhưng nó đúng là một cách hay để trút bỏ tâm trạng bất mãn. Không chỉ là ngành thương nghiệp, ngay cả trong một tập thể, khi nhân viên trong lòng chứa đầy bất mãn, không vui thì công việc khó có thể tiến triển tốt, vì khi bất bình, bất mãn hoặc bị dằn vặt, tâm trạng kích động sẽ dẫn tới làm việc theo cảm tính. Vấn đề là phải làm giải tỏa sự oán hận của họ, đồng thời làm cho nó tiêu tan đi. Muốn làm được điều này thì có những cách nào?

Xét về góc độ tâm lý học, muốn phân tán tâm trạng bất mãn có thể xem xét ba phương pháp.

Một là thông qua phát tiết. Kiểu như vừa uống rượu vừa tuôn ra bằng hết những bất mãn bức tức trong lòng. Những người ở vị trí quản lý cấp dưới cần sử dụng ngón này nhiều lần, tạo cơ hội cho những bức tức đầy bụng của cấp dưới phát tán đi.

Loại thứ hai là thông qua hành động, hành vi trực tiếp để tiến hành phát tiết. Phương pháp đánh "hình nộm cấp trên" là một ví dụ điển hình.

Phương pháp thứ ba là viết ra những bất bình, bất mãn. Cách làm này còn một tác dụng khác là có thể tiến hành chỉnh lý, thu thập những điểm bất bình, bất mãn. Như vậy, những mắc mớ hoặc oán giận lúc bình thường không hiểu rõ sẽ được nâng lên ở mức có lý luận, phân tích, vấn đề sẽ trở nên rõ ràng, nổi bật hơn. Khéo để cấp dưới vận dụng cách này còn có thể tăng thêm sức sống cho tập thể hoặc tổ chức của mình. Một ông chủ của một công ty cũng đã làm như vậy.

Ông ta biết một số nhân viên quan trọng của công ty có tâm sự, nếu tâm sự này lan rộng ra thì chắc chắn là bất lợi đối với sự nghiệp của công ty. Thế là ông ta nghĩ đến cách này và lập tức thực hiện, để những người này họ viết những điểm họ coi không thuận mắt cần có ý kiến giao cho ông ta. Hơn nữa

ông ta còn khen thưởng đôi với những cấp dưới có những ý kiến kịp thời, trung thực, có lợi cho phát triển của công ty. Những ông chủ như vậy quả là mưu lược hơn người.

Kết quả tất nhiên là đáng mừng, cách viết ra ý kiến này không chỉ vỗ về tâm trạng của cấp dưới, tránh để họ làm việc theo cảm tính mà ảnh hưởng tới công tác, lại còn rất có lợi đối với sự cải tiến phát triển của công ty. Thật đáng là một mũi tên trúng hai đích.

47. Cần có tinh thần hy sinh bản thân

Trong một gia đình, khi mẹ chồng nàng dâu to tiếng, là con trai, anh ta phải đứng về phía mẹ, nhưng anh ta lại phải bảo vệ vợ khỏi bị tổn thương, vậy phải làm sao đây? Thường trong những trường hợp này, bà mẹ cũng cho rằng con trai sẽ đứng về phía con dâu nên thái độ lại càng cứng rắn. Khi đó người chồng phải hành động trước, trước khi bà mẹ chưa phát động tấn công thì phê bình vợ vài câu trước mặt mẹ. Như vậy tâm lý của bà mẹ già sẽ tương đối thoải mái, cũng từ đó rộng lượng hơn với con dâu.

Đây chính là một loại tâm lý phổ biến của con người. Bất kể đối phương làm bao việc xấu, phạm bao sai lầm, một khi đã rơi vào tình trạng khốn đốn đáng thương thì về tâm lý con người ta thường không nhẫn tâm gây đau khổ thêm nữa. Tòa án khi tuyên án cũng vậy, cách nghĩ của tòa là: "Xét đến bị cáo đã bị dư luận chỉ trích rộng rãi, đã bị xã hội trừng phạt, nên giảm tội một mức". Ở đây lại có thể phát hiện một nguyên tắc tâm lý, một nhận thức quan trọng. Nói hơi quá đi, muốn người bên mình khéo léo tránh được sự tấn công của đối phương, tốt nhất trước đó tiến hành phê phán, trừng phạt anh ta trong nội bộ của mình, đồng thời để đối phương biết được điều đó. Kết quả, đối phương sẽ giảm thiểu công kích đối với người của mình.

48. Đề phòng người dùng lỗi nhỏ lấp liếm lỗi lớn

Nhắc lại tin xấu về KDD (Công ty cổ phần điện tín thế giới) mấy năm trước gây xôn xao dư luận. Sự kiện xảy ra tại sân bay Narita khi một nhân viên KDD tiết lộ số hàng vận chuyển lậu bí mật của công ty, tiếp đó các ngành phối hợp tiến hành điều tra đối với công ty này, công bố hành vi xấu

chiếm dụng số lãi lớn của lãnh đạo công ty, về cơ bản đã làm lay chuyển cả bộ khung của công ty này, phản ứng dư luận rất bất mãn, mạnh mẽ.

Lúc đó các cơ quan báo chí ngày nào cũng đăng đầy các tin về sự kiện này, không ngừng gây khó dễ. Mà điểm tập trung công kích gay gắt nhất là vị giám đốc công ty KDD dùng tiền công mua sắm ngay cả giày và tất cho mình. Khi tin xấu xa về biển thủ công quỹ kiểu bản thủ được truyền đi, một thời gian các cơ quan tuyên truyền chĩa mũi nhọn vào ông ta, báo chí cũng nhận được vô số tài liệu báo cáo tố cáo phê bình ông ta.

Chúng kiến quá trình xảy ra sự kiện, điều tôi thấy hứng thú nhất là góc độ công kích của mọi người. Có thể nói, cái mà đa số người quan tâm lại là việc nhỏ như dùng mấy chục ngàn đồng tiền công quỹ để mua sắm đồ. Kết quả, đối với vụ vi phạm chiếm đoạt hàng trăm triệu đồng tài sản thì lại nói lỏng tấn công và truy kích. Tôi cho rằng công ty KDD đã tiết lộ nhiều tin tức xấu mà nhỏ, kiểu như dùng tiền công quỹ để sắm tư trang là cho số đông người cảm thấy hứng thú để dẫn dụ sự chú ý quan tâm của mọi người, còn che lấp những tội phạm kinh tế to lớn hơn ngay trước mắt mọi người.

Những ví dụ dùng lỗi nhỏ để lấp liếm lỗi lớn như sự kiện KDD ở đây không phải là hiếm. Tại sao vậy?

Tâm lý học cho thấy con người có một cơ chế tâm lý như thế này: Khi lỗi nhỏ đã làm thoả mãn ham muốn công kích của đối phương thì sẽ làm họ quên công kích những sự việc khác. Xét sự kiện KDD, sự kiện chiếm dụng mấy chục ngàn đồng, vì con số nhỏ ai cũng thấy rõ, còn chiếm dụng với đơn vị là trăm triệu, cách quá xa so với cuộc sống thường ngày của con người, họ sẽ cảm thấy loại việc như vậy xa vời quá, khó tưởng tượng, làm giảm công phần về việc này.

Khi ánh mắt công chúng chú ý tới những chuyện yêu đương của mình, các nhà chính trị thường tỏ ra rất yên ổn. Khi những vấn đề nhỏ của ông ta được mọi người chú ý tới, những vấn đề lớn của ông ta sẽ dễ dàng vượt qua tầm tai mắt của công chúng.

49. Phương pháp giải trừ mối nghi ngại của đối phương

Đôi với đôi phương lần đầu gặp mặt, nếu bạn tỏ ra quá thân mật, gần như là giả tạo thì đôi phương sẽ hoài nghi rằng bạn có dụng ý gì đây. Nhưng có những nghề đòi hỏi lần đầu gặp mặt, bạn phải đột phá hàng rào tâm lý của anh ta, như phóng viên chẳng hạn. Tất nhiên, bước vào lĩnh vực sinh hoạt của người khác, đôi đôi phương phải tiếp nhận mình, lại muốn đôi phương nói ra nội tình cho bạn thì các phóng viên phải hết sức vất vả.

Có một phóng viên rất lão luyện, khi phỏng vấn anh rất chú ý tới các cách ăn mặc khác nhau, đến vùng trung tâm thì mặc các trang phục được ưa thích ở vùng trung tâm, đến vùng ngoại ô thì mặc trang phục coi là được ở vùng ngoại ô, cứ tạo ra một bầu không khí hòa nhập với môi trường sinh hoạt của đôi phương, ngay cả dùng từ cũng cần chú ý cho gần giống với người được phỏng vấn. Mục đích cuối cùng của sự nỗ lực này của họ là để đôi phương chú ý đến mình có cùng thể nghiệm cuộc sống giống anh ta, hy vọng đôi phương có thể lập tức tiếp nhận anh ta. Chẳng hạn nếu đôi phương sống ở khu A thì nói "Tôi có người bạn cũng sống ở khu các bạn đây" hoặc "Hồi học đại học tôi đã có thời gian sống ở khu nhà này", cố gắng tìm ra sự từng trải giống như đôi phương. Nhất là nếu khi hai bên đều biết một người trung gian thì phỏng vấn sẽ càng thuận lợi, nói chuyện sẽ càng hợp hơn.

Người Nhật Bản có lẽ vì sống trên đất nước đảo bao bọc kín trong một thời gian dài nên so với người Âu Mỹ, họ khá lãnh đạm với người ngoài. Còn một khi đã hiểu được đôi phương là người của mình, cho dù là lần đầu gặp mặt, cũng sẽ dễ dàng tạo ra bầu không khí dung hòa, hai bên chẳng thứ gì là không nói. Do đó, chỉ cần hai người đều thuộc một cái vòng chung, thì về cơ bản không cần giải thích, trao đổi quá nhiều, tự nhiên sẽ có thể xây dựng nên mối quan hệ tin tưởng nhau. Ví dụ như nhiều người có thể cởi mở tâm lòng đôi với những người cùng trong một cái vòng xuất thân như đồng hương, đồng tông, cùng trường...

Cùng khu vực, cùng thể nghiệm là cách để giải trừ tâm lý hoài nghi của đôi phương, hơn nữa lập tức có thể giành được sự tin cậy của đôi phương. Tất nhiên, kẻ tiểu nhân cũng thường dùng mẹo này để làm quen, lấy lòng tin. Bạn đừng để mắc lừa.

50. Thuật “khách hàng chính là người chào hàng”

Trong thế giới kinh doanh có một nguyên tắc chiến lược là: Mỗi một bên mua đều là người chào hàng của mình. Có một bà vốn cực lực phản đối việc mua xe nhưng lại khổ não vì việc nhà bề bộn, sau thế công lợi hại của nhân viên chào hàng của một công ty ô-tô, cuối cùng bà ta đã động lòng. Người chào hàng này đã liệt kê ra nhiều tiện lợi của việc có một chiếc ô-tô gia đình, thuyết phục thành công người phụ nữ luôn phản đối việc mua xe này. Từ lúc đó, người phụ nữ vẫn đứng ở phía bên kia đã trở thành nhân viên chào hàng quảng cáo có sức thuyết phục nhất của công ty ô-tô.

Người kịch liệt phản đối một ý kiến nào đó chắc chắn phải có lý do sâu xa, thậm chí có thể nói, mọi ý nghĩ, suy xét của phe đối lập đều tập trung tích tụ trong suy nghĩ của người phản đối tích cực nhất này. Hơn nữa thái độ của anh ta càng kiên quyết thì lý do của anh ta càng đầy đủ, càng có thể giành được sự ủng hộ của phe phản đối. Song nếu khéo léo làm cho người phản đối này trở thành người tán đồng thì vai trò của anh ta không gì sánh kịp, anh ta chỉ cần đưa ra lý do mà mình bị thuyết phục thì sẽ có ảnh hưởng lớn, đồng thời có thể dễ dàng thuyết phục được các thành viên khác của nhóm phản đối. Có lẽ bản thân anh ta cũng chưa ý thức được điểm này, tóm lại, người đứng đầu nhóm phản đối chính là người thuyết phục có sức hút nhất.

Các nhà kinh doanh thương nghiệp rất thạo thuật tâm lý này, họ thường sử dụng mẹo này dễ dàng đạt được thành công trong việc thuyết phục phần tử bất mãn.

Ông Gotoseichi, một trong những thủ lĩnh của Công ty Matsushita, đã từng kể một kinh nghiệm trong cuốn sách "Học và dạy người" như thế này. Trong cuốn sách ông viết về câu chuyện ông chinh phục người phản đối kiên quyết sang một nhân vật có sức thuyết phục nhất ra sao. Lúc đó ở công ty Matsushita có một tổ chức hội liên hiệp. Họ có bộ đồng phục thống nhất của mình. Đã quen với bộ đồng phục vốn có của công ty, các nhân viên dị nghị nhiều về điều này, số người phản đối không ngừng gia tăng.

Trong trường hợp đó ông Matsushita đã khéo léo thuyết phục được người phản đối kịch liệt nhất là Gotoseichi, đồng thời để ông ta đảm nhiệm công tác thuyết phục những người phản đối. Gotoseichi viết trong sách "Tôi không biết đó có phải là sự chiếu cố đặc biệt của giám đốc đối với một phần tử chống đối ngoan cố như tôi không, có lẽ ít nhất cũng như vậy. Song lúc ấy tôi cho rằng để mình đi thuyết phục những phần tử phản đối giàu kinh nghiệm kia là một chức mà tôi vừa ghét mà lại vừa thán phục". Quan hệ

trong công ty Matsushita rất ổn định, có lẽ là do nguyên nhân này chăng.

51. Làm tiêu tan nô khí của đối phương

Trong một cuốn tiểu thuyết nổi tiếng của Anh có ghi một câu chuyện như thế này. Một vị phu nhân phát hiện ra trong cuốn từ điển đó công ty Rô-sơn xuất bản có vài chỗ sai liền chạy đến văn phòng công ty này chất vấn, trách công ty "Làm ăn như thế nào vậy". Rô-sơn không đưa ra lời giải thích nào, chỉ một mực xin lỗi, "Thành thật xin lỗi. Nói ra thì ngược, tôi vẫn chưa biết những lỗi bà chỉ ra những lỗi nào". Vị phu nhân hầm hầm tới kháng nghị vừa nhìn thấy Rô-sơn dám nhận sai với thái độ thành khẩn, liền lập tức rút lui.

Trong câu chuyện lý thú này thì Rô-sơn sai, ngược lại, khi lý lẽ ở phía mình, nhưng đối phương cứ hò hét mãi, bạn đừng có thuyết phục anh ta lúc anh ta nóng giận, như thế chẳng khác gì đổ dầu vào lửa. Lúc này điều cốt yếu nhất là nghe giải thích của đối phương.

Thông thường con người ta hễ trút bỏ tâm sự của mình một hồi rồi sẽ tĩnh tâm lại nghe bạn nói. Nếu đúng cơ hội tốt, nói ra cách nghĩ và biện luận của mình rõ ràng, gọn gàng, thì cho dù là người thoát đầu không nhượng bộ chút nào cũng sẽ tỏ ra thông cảm với bạn.

Tôi đã từng được mời đi điều đình một vụ đòi co cho công ty điện tín. Nhiều người dùng điện thoại nêu ý kiến với Cục điện tín, nói Cục điện tín thu thừa phí điện thoại, một số cú điện thoại không từng gọi qua, phí điện thoại như vậy họ không trả. Cục điện tín cũng đã giải thích rõ, nhưng không tìm ra cách nào để người sử dụng đồng ý, sự việc cứ lần nữa mãi. Giải quyết việc này như thế nào là mục đích lần này tôi ra điều đình.

Theo điều tra của tôi, tôi phát hiện thấy tình hình mà người sử dụng điện thoại phản ánh có vấn đề Trường hợp điển hình nhất là "Thời gian gọi và phí điện thoại tôi đã dùng máy tính tính lại rồi, chắc chắn là Cục điện tín tính sai". Trong đó còn có câu trả lời như thế này "Có thể là con trai tôi gọi điện thoại đường dài, nhưng nó không nói với tôi". Những khách hàng như vậy, Cục điện tín đã giải thích rõ ràng qua điện thoại, kết quả chỉ làm cho khách hàng tức giận. Tất nhiên sự việc càng ngày càng phức tạp.

Tôi khuyên người phụ trách điều đình, khi đối phương nói như vậy, tốt nhất anh nói "Để tôi điều tra kỹ lại xem", ngắt điện thoại, một lúc sau lại liên

hệ lại. Sự thực chung quy vẫn là sự thực, mọi cái đều có thể làm rõ được, chỉ cần không nôn nóng, cần có lòng kiên nhẫn. Tóm lại, nếu bạn muốn dùng lý luận dập tắt ngay bầu tức giận của đối phương là nóng vội cần phải đợi khi tâm trạng đối phương bình tĩnh, ổn định, bạn hãy giải thích với anh ta, anh ta tuy bề ngoài không nhận sai, kỳ thực về tâm lý cũng sẽ tỏ ra thông cảm.

52. Khéo léo ngắt lời đối phương

Do công việc nên tôi đã quen phát biểu một cái gì đó trước mặt những người khác, nhưng có lúc diễn giảng cũng bị ngắt ngứ do một chút gây nhiễu bất ngờ.

Trừ những trường hợp cố ý gây nhiễu một cách thô bạo thì không nói. Theo kinh nghiệm của tôi, làm tôi bó tay là những gây nhiễu bất ngờ, thường là những âm thanh nho nhỏ Chẳng hạn bạn đang phát biểu trước đám đông tại một hội trường nào đó, đang cao hứng phát biểu, bỗng nghe thấy một hồi chuông điện thoại, cho dù là âm thanh rất nhỏ cũng làm cho bạn ngừng quay lại. Hơn nữa, loại âm thanh này còn làm ảnh hưởng tới không khí của hội trường, tư tưởng của người nghe đang hết sức lắng nghe đã bị gián đoạn. Sau khi bị ngừng như vậy, bạn sẽ phát hiện thấy muốn đảo lại không khí ban nãy là việc vô cùng khó. Nhiều người đã từng đi diễn giảng trong đó có cả tôi, đều có những kinh nghiệm tương tự.

Nhất thời bị thất thế do âm thanh bất ngờ, xét từ góc độ tâm lý học hiện tượng này là tự nhiên. Vì nghe những âm thanh bất ngờ ngừng ngừng ngắt ngắt, tư duy của con người sẽ bị phân tán, có thể nói đây cũng là một loại phản ứng có tính phản xạ và tự vệ, giống như các con vật nhỏ nghe thấy một chút tiếng động là dựng tai lên quan sát tứ phía một cách cảnh giác vậy. Sự phân tán sức chú ý thường tạo nên sự ngắt đoạn về suy nghĩ.

Cùng một tiếng kêu ấy, nếu tiếng kêu liên tục không dứt và không đột ngột quá thì kết quả sẽ khác hẳn. Vì vậy khi bạn ngồi ở quán trà, vừa uống trà vừa nói chuyện, tiếng động phát ra khi người phục vụ đem cà phê bạn gọi tôi đặt vào bàn sẽ làm cho mọi người nhất thời ngừng cuộc nói chuyện, xuất hiện sự im lặng một hồi.

Mỹ có một cuốn sách giới thiệu cách lợi dụng tiếng động bất ngờ gián đoạn để ngắt đứt dòng suy nghĩ và từ đó chặn đứng những người lăm mồm lại. Trong một cuộc họp cần để bảo đảm ai ai cũng có thời gian tự do phát

biểu ý kiến thì phải ngăn trở những người thích khoe khoang đã vô hình trung cướp đi cơ hội phát biểu của người khác. Do đó, trong giai đoạn chuẩn bị tiếp đón, cần chú ý "đánh dấu đối với những người luôn muốn tỏ vẻ ta đây và thao thao bất tuyệt. Nói chung để làm cho cuộc họp bình đẳng mọi người đều ngồi quay thành một vòng chung quanh chiếc bàn tròn. Chú ý lúc đó phải xếp người đã được "đánh dấu" vào vị trí gần kề người cầm trịch. Khi anh ta nói ánh mắt khó chạm phải ánh mắt của người cầm trịch, vô hình trung tạo cho anh ta cảm giác bị người cầm trịch ghét, hứng nói chuyện cũng giảm nhiều. Hễ khi anh ta bắt đầu múa mép, người cầm trịch sẽ cố ý ném một đồng tiền kim loại xuống nền.

Nghe thấy tiếng leng keng của đồng tiền khi rơi xuống nền thì kể cả những người tự cho mình là đúng, dẻo mồm dẻo miệng cũng phải nhất thời thất thế, dừng lời lại. Người chủ trì hội nghị sẽ không bỏ qua cơ hội chuyển sang đề tài khác hoặc chuyển sang người khác. Khi bên bàn hội nghị chúng ta có thể thấy những người làm như vậy để khéo léo ngắt lời. Có lẽ bạn cứ thử một chút xem sao.

53. Khéo léo hỏi làm mất hứng nói của đối phương

Trong thi đấu quyền anh có một chiến thuật là tránh sự tiến công mạnh mẽ trực diện của đối phương, làm yếu sức tấn công của đối phương. Kiểu chiến thuật dương đông kích tây này không chỉ là để tránh cú đấm nặng ký của đối phương và bảo vệ mình, hơn nữa, nếu vận dụng thích đáng còn có thể tiêu hao sức lực đối phương, tạo cơ sở cho việc giành thắng lợi cuối cùng. Nói tới quan hệ, đạo lý con người cũng như vậy.

Khi quan hệ hai người đang căng thẳng, bỗng xuất hiện một tin tức hay một tình huống không có liên quan gì tới việc căng thẳng giữa hai người, sự chú ý của họ sẽ chuyển sang "vật ngoài trái đất" kia, từ đó mức độ căng thẳng sẽ trực tiếp giảm xuống. Cũng như cái nồi áp suất đang có áp lực ngày một cao bỗng xuất hiện một lỗ rò nhỏ thì áp lực sẽ tụt xuống nhanh chóng.

Nguyên tắc tâm lý này là chiến thuật khéo léo tránh uy thế của đối phương. Nói cụ thể hơn, đưa ra một số câu hỏi không có liên quan gì đến sự truy kích của đối phương. Ban đầu đối phương sẽ kinh ngạc một lát, dừng lại, trước khi tiếp nhận câu hỏi, anh ta sẽ cảm thấy cần trả lời câu hỏi chẳng

đâu vào đâu này hoặc sẽ bị kích động vì bị chọc tức. Bất kể thế nào thì sự chú ý của đối phương chỉ ít cũng đã phân tán, khí thế giảm đi nhiều. Về những sự việc như vậy, một trường hợp làm tôi có ấn tượng sâu sắc:

Việc này xảy ra vào cuối những năm 60 khi phong trào học của Nhật bản đang lên tới đỉnh cao, một vị giáo sư được sự uỷ thác của các ngành đến tiếp xúc với học sinh, mà các phần tử tích cực của phong trào học này thì mồm năm miệng mười làm cho vị giáo sư không biết trả lời thế nào. Ông ta nhận uỷ thác của ngành tới, về danh phận thì không thể trình bày tự do kiến giải của mình được, không thể nói năng thiếu cẩn thận được, ngoài ra, vị giáo sư này cũng cảm thấy chán ngấy với cuộc tranh luận diễn ra đã lâu mà chẳng đi tới đâu này. Sau khi một đại biểu sinh viên đưa ra chủ trương của họ một cách sắc bén, vị giáo sư hỏi lại một câu "Xin lỗi, vừa rồi tôi không nghe câu anh hỏi là gì vậy?" Anh chàng học sinh mau mồm mau miệng kia nhất thời ngớ người ra. Tất nhiên, tiếp theo đó ông ta không thể tránh khỏi sự công kích mạnh mẽ hơn từ phía học sinh, nhưng tác dụng của câu nói này vẫn không thể đánh giá thấp, trong khoảnh khắc nào đó mà đã làm nhụt khí của đối phương.

Còn một ví dụ khác hay hơn. Khi dòng người điều hành công nhiên đôi đầu, giằng co với cảnh sát, cục diện đã tới mức căng thẳng cực độ, bỗng có tiếng loa phóng thanh truyền đến. "Theo tư liệu của Cục khí tượng quốc gia, từ nay tới mai..." hóa ra là dự báo khí tượng. Người điều hành và cảnh sát cùng cười rộ lên. Tất nhiên, không khí cực kỳ căng thẳng cũng dịu đi, cuối cùng đã may mắn tránh được cuộc xung đột có nguy cơ xảy ra. Khi vợ chồng hay bạn bè xảy ra xích mích, bạn của một bên bỗng tới chơi, cũng có thể có hiệu quả giống vậy.

54. Mẹo để đối phương tự chấp nhận

Một học giả về văn hóa nhân loại đã từng sáng tạo ra phương pháp suy nghĩ độc đáo là "Phép tổng hợp toàn diện. phép này đã được nhiều các doanh nghiệp áp dụng trong đó có công ty Sony và đã thu được kết quả tốt. Xét về phương thức ứng dụng của phép này, nó gần giống như kiểu suy nghĩ tập thể, chứ không đơn giản chỉ là một tư tưởng về mặt lý luận, nói rõ hơn, bản thân nó đã mang đậm nét của phép tổng hợp trong quản lý tổ chức.

Căn cứ vào phép này, ông quản lý công ty đề nghị nhân viên công ty viết vào tấm thẻ tất cả những vấn đề, kiến nghị nộp lên trên rồi lại cho mọi người

phân loại, tổng hợp cung tiến hành chỉnh lý, phân tích những ý kiến ghi trên đó. Như vậy, bất kể kết quả cuối cùng thế nào, sự lý giải của toàn bộ nhân viên đều thực sự nâng lên so với sự lý giải những kết luận chỉ đơn thuần từ trên lãnh đạo công ty xuống dưới nhân viên, càng làm cho mọi người đoàn kết nhất trí, bởi vì kết luận chính là sự tổng hợp thống nhất ý kiến của mọi người.

Phương pháp mà công đoàn thường áp dụng là: Các cuộc đại hội công đoàn đều kéo rất dài để công đoàn viên phản ánh ra tất cả, kể cả những ý kiến, yêu cầu, những nỗi khổ cực kỳ nhỏ, sau đó tổng hợp cao độ các loại ý kiến thành mấy câu khẩu hiệu. Cách này quả thực có tần số sử dụng rất cao. Đã là ý kiến thống nhất thì về nguyên tắc không thể cắt xén bất kỳ chủ trương nào của ai. Còn quy nạp thống nhất các ý kiến như thế nào, phản ánh vào câu khẩu hiệu ra sao thì còn tùy thuộc vào tài năng của người tổ chức công đoàn.

Đầu tiên, nghe tất cả các ý kiến phức tạp từ nhiều góc độ, tiếp đó tiến hành quy nạp, trau chuốt, gọt đũa, làm cho dễ hiểu, và như vậy sẽ đề được mọi người hoan nghênh. Do vậy, tự nhiên trong những khẩu hiệu này đã bao hàm một phần suy nghĩ của bản thân họ, mọi người đều cho rằng, nó thể hiện một phần tương đối ý nguyện của mình, thậm chí có cảm giác tự thỏa mãn rằng vì mình đưa ra ý kiến như vậy nên mới có khẩu hiệu như thế.

Vận dụng phép này còn có thể khéo léo phủ quyết những yêu cầu và kiến nghị bất hợp lý, không thích đáng đưa ra trong hội nghị. Tất nhiên, đầu tiên là để tất cả các ý kiến vụn vặt đều có cơ hội biểu đạt, để mỗi người tham dự đều tự do phát biểu, sau đó mời mọi người thảo luận kỹ lưỡng, cuối cùng tập trung lại, quy nạp thành kết luận gọn gàng dễ hiểu. Như vậy, mỗi người tham dự đều không có ý kiến gì về kết luận đó, bởi vì mọi người đều đã phát biểu, đã biểu quyết, kết luận này chính là kết luận của bản thân họ.

55. Thăm dò ý kiến thực của đối phương như thế nào?

Trong lòng đối phương nghĩ gì, tại sao lại ưu phiền, đang hy vọng điều gì, biết được tâm lý này của đối phương sẽ giúp nhiều cho bạn khi tiếp xúc. Nếu đối phương còn chưa biết ngay cả việc bạn đã dò biết được lòng thật của anh ta thì tình hình lại càng có lợi đối với bạn.

Chẳng hạn, khi làm một cuộc trắc nghiệm có một phép gọi là "Phép đầu ảnh". Tức là ra cho đối phương một câu hỏi nước đôi, nghĩ thế này cũng được mà trả lời thế kia cũng xong, sau đó thăm dò tâm lý tầng sâu của đối phương qua câu trả lời, giải thích của anh ta. Ví dụ, khi thăm dò cảm giác hội họa chính thể của trẻ con, có khi đưa ra một bức tranh có vẽ mấy con sóc, có con thì biểu diễn trên sàn diễn được vỗ tay hoan nghênh, con thì do khán giả tự mình nuôi biết vỗ tay chào mừng, con thì cô độc sống xa rời đàn, để đưa trẻ xem xong, hỏi chúng "Các con sóc trong tranh, cháu thấy con nào đáng yêu nhất?". Căn cứ vào câu trả lời của đứa trẻ, có thể biết được tâm lý, thậm chí là cảm giác của đứa trẻ.

Trong đời sống thường ngày của chúng ta, chúng ta thường thấy cảnh mấy người xúm lại với nhau thì thăm bàn luận về người đang đi tới. Thấy cảnh này, người thiếu tự tin sẽ cho rằng họ đang nói xấu mình, còn người tự tin thì cho rằng họ đang ca ngợi mình. Từ đó có thể thấy, khi con người ta quan sát thế giới xung quanh thường vô tình bộc lộ trạng thái tâm lý và tâm lý tầng sâu của mình.

Nắm bắt tâm lý này có thể biết được ý nghĩ chân thực của đối phương, ngay cả những ý nghĩ khó dò biết, không tiện bộc lộ, không tiện công khai mà đối phương không nhận ra. Một cách hữu hiệu là đưa ra câu hỏi nhằm tìm hiểu không phải là ý kiến của bản thân đối phương mà là hỏi về cách nhìn nhận của những người xung quanh anh ta. Vì cho dù là nói về cách nhìn nhận của những người xung quanh, anh ta cũng sẽ có sự chọn lựa, nói ra những cách nghĩ mà mình thích, gây ấn tượng cho mình, đồng thời về tâm lý không ghét bỏ những cách nghĩ này, thậm chí còn ngấm tở ra hoan nghênh, tiếp nhận chúng.

Ví dụ muốn biết cảm giác của đối phương với bạn chẳng hạn, khó có thể trực tiếp hỏi đối phương về vấn đề này, bạn có thể sử dụng phương pháp nói trên: "Xin hỏi, các bạn anh nói về tôi thế nào?" đối phương sẽ trả lời thực, khi trả lời nói là ý kiến của người khác, kỳ thực đó cũng là thực tâm của mình.

56. Để đối phương nghe lời bạn nói

Người ta nói khoảng đất bên dưới thềm nhà của người dân ngày xưa là "thương trường" hay nhất của các bà buôn. Các bà buôn cũng không đẩy cửa phòng đâu mà chỉ đặt đôi quang gánh nặng trĩch xuống thềm nhà. Tất nhiên,

bạc thêm là nơi ánh nắng chiếu nhiều nhất vào mùa đông, họ thường nói vọng vào trong "Có ai ở nhà không?", vừa nói vừa đặt quang gánh xuống.

Họ không hề câu nệ, tuy không vào nhà nhưng kỳ thực đã đi vào cuộc sống của nhà dân. Xét về ý nghĩa này, thực tế nơi bạc thêm đã trở thành phương trường" dễ thâm nhập nhất, cũng là vị trí đặt quang gánh xuống vừa nghỉ ngơi vừa mua bán tốt nhất.

Điều quan trọng hơn là sau khi đặt quang gánh xuống nghỉ ngơi, chủ nhà đó cũng không cho là họ bị làm trở ngại. Họ vừa tán gẫu, đồng thời mua những thứ mình cần. Ở nông thôn ngày xưa, đi mua hàng có nhiều cái bất tiện nên người nông thôn rất hoan nghênh những con người đi bán hàng rong này. Có thể nói, miếng đất đứng trước thêm nhà này là nơi mua bán tuyệt hảo của các bà buôn.

Những người chào hàng thời nay không còn được hưởng cái địa điểm trời cho ấy, chính vì vậy, làm sao để có thể xâm nhập vào cuộc sống khách hàng đã trở thành một vấn đề. Trong các sách chỉ nam kinh doanh do các thương gia tài giỏi viết đều đề cập đến cái khó khi xâm nhập vào cuộc sống của khách hàng, ngồi nói chuyện với khách hàng. Bởi vì nếu có cơ hội cùng ngồi nói chuyện với khách hàng thì cuộc mua bán đã thành công một nửa rồi.

Con người ta ai cũng có khuynh hướng như vậy, có thể cùng ngồi xuống hai mắt nhìn bình thường thì cuộc nói chuyện đó thuận lợi nhiều, hơn nữa bằng ngôn ngữ của mình đi vào cuộc sống của đối phương thì hiệu quả lại càng lớn. Những người không muốn tiếp cận cùng đối phương thường chú ý giữ một khoảng cách nhất định giữa mình và đối phương. Một khi khoảng cách này không còn nữa, đối phương đã bước vào lãnh địa của anh ta thì anh ta sẽ khó mà đuổi được đối phương ra, đành phải tiếp nhận đối phương. Hành động ngồi bên mình với đối phương quả thực đã có tác dụng xóa đi khoảng cách tâm lý giữa đôi bên.

Do đó những người thạo công việc buôn bán thường nghĩ mọi cách để tiếp cận, tới gần đối phương. Chẳng hạn, người tiếp thị có kinh nghiệm sẽ chẳng cần biết là có cần thiết hay không, đầu tiên rút ra quyển sổ ghi chép công tác, vừa nói với đối phương "Tôi thấy chỉ có chuyện này" vừa tìm một chỗ có thể viết được và ngồi xuống. Có nghĩa là nếu tìm được cái cơ bất buộc phải ngồi một cách khéo léo thì đối phương sẽ không thể phản đối việc

bạn ngồi xuống.

Như vậy, cho dù là khách hàng vốn không muốn cũng sẽ tiếp nhận bạn và nghe lời giới thiệu của bạn. Người có kinh nghiệm thường nghĩ cách tìm lấy một cái cớ hay để có cơ hội ngồi xuống mà không bị đối phương phản đối, trong thời gian ngồi xuống, vô hình trung đã buộc đối phương phải nghe mình nói.

57. Biến trí tuệ của người khác thành của mình

Nghe trẻ con nói chuyện đôi khi bạn sẽ phát hiện thấy rằng, khi một đứa trẻ dương dương tự đắc khoe sự tài giỏi hoặc trò chơi mới của mình thì thường có đứa tiếp lời "Cái gì? Cái này tớ đã biết từ lâu rồi" hoặc là "Tớ từ lâu đã nghĩ vậy rồi". Tất nhiên không phải là cái gì nó cũng biết, ý nghĩ nào nó cũng nghĩ qua, mà chỉ là không chịu thua kém mà thôi. Kiểu tâm lý không chịu thua sút này nếu vận dụng khéo sẽ có thể phát huy được uy lực mạnh mẽ.

Cũng giống như những đứa trẻ giới thiệu ở phần đầu, trong cuộc sống, trong công việc cũng thường gặp kiểu người thích biến trí tuệ của người khác thành của mình. Trong một hội nghị, một đồng nghiệp của bạn đang đặc ý nói về một kế hoạch mới. Có thể bạn sẽ kinh ngạc, bởi đó là ý kiến mà bạn mới trao đổi với anh ta. Trong trường hợp này, bạn không thể dùng lý lẽ được, muốn lấy lại ý kiến của mình bạn có thể dùng các cách nói như "Cách nghĩ vừa rồi có người đưa ra, tôi đã nghĩ từ lâu, song góc độ của tôi có hơi khác..." để bịt đường đối phương, sau đó thêm vào cách nghĩ độc đáo của mình.

Có thể thấy, chỉ cần góc độ của bạn mới mẻ một chút so với đối phương thì "vật" sẽ có thể trở về như cũ, bạn sẽ dễ dàng cho đối phương một bài học.

58. Thỉnh giáo đối phương

Cứ đến tháng công ty tuyển nhân viên mới là các nhân viên già lại vui mừng phấn khởi. Nguyên nhân làm cho họ tăng thêm sức sống là vì những nhân viên mới này cần phải học hỏi họ. Nhất là đối với những người năng

lực cũng bình thường thì những nhân viên mới sắp vào công ty và sẽ thỉnh giáo họ chính là mục tiêu tốt nhất để thỏa mãn "nhu cầu dạy bảo" của họ.

Những nhân viên này có một ước ao là vượt trội người khác, hy vọng được người khác tôn kính. Một cơ hội tốt để đem lại cho ông ta cảm giác nổi trội chính là có thể chỉ đạo người khác, làm thỏa mãn "nhu cầu dạy bảo" nên họ luôn ngóng đợi ngày các nhân viên mới vào công ty. Tất nhiên loại tâm lý này không chỉ giới hạn ở các nhân viên già chờ đợi nhân viên mới vào công ty. Bất kể là ai cũng đều hy vọng có người xin mình chỉ bảo.

Do đó, muốn làm vừa lòng đối phương, để thỏa mãn "nhu cầu dạy bảo" của đối phương, làm cho đối phương có cảm giác nổi trội hiếm có, chỉ cần diễn vai "lính mới tò te" là được. Khi sinh viên tốt nghiệp viết luận văn hoặc các học giả viết báo cáo học thuật, họ thường trân trọng viết ở cuối bài "xin quý vị chỉ bảo" hoặc "hy vọng được sự chỉ bảo của người đi trước".

Như vậy, vừa có thể kích thích, thỏa mãn "nhu cầu dạy bảo" của thầy hướng dẫn vốn muốn được duyệt đọc nghiêm khắc mà vẫn dễ dàng giành được cảm tình của đối phương về mặt tâm lý.

Nếu bạn muốn công phá tuyến phòng thủ kiên cố của đối phương, làm vui lòng đối phương, đừng ngại vận dụng bản năng tâm lý cố hữu của con người - "nhu cầu dạy bảo", muốn thế, phải có tư thái của một học trò nhỏ khiêm tốn học hỏi.

Một ví dụ điển hình nữa là "những người lấy kinh nghiệm từ người già", họ quả là biết cách nhờ dạy bảo. Trong con mắt của những người bình thường thì người già là người bảo thủ, thích bó mồm, khó tiếp xúc; mặt trái của những đặc trưng này, người già lại là người muốn thỏa mãn "nhu cầu dạy bảo" của mình nhất, truyền thụ những kinh nghiệm của mình cho người khác, thích nói về những việc đặc ý trong đời mình. Để thỏa mãn bản năng này của những người già người lấy kinh thường khiêm tốn nhờ chỉ bảo, và cuối cùng họ luôn mở được tấm lòng vốn khó gần của những người già.

59. Mẹo tâm lý dựa vào nhược điểm của đối phương

Một anh bạn thường nhắc lại với tôi rằng anh ta bị hổ với nhân viên chào

hàng và mua một bộ đồ học sinh đắt đỏ như thế nào, anh ta rất phần nộ về việc này. Người bị mắc lõm tất nhiên phải tỏ thái độ, nhưng nghe xong "cú bị lừa" của anh ta thì tôi thậm thán phục mẹo độc đáo của nhân viên chào hàng.

Người chào hàng đó lúc đầu không tự báo tên tuổi, mà gọi tên đứa con học lớp 5 của anh bạn tôi, "Cậu X có nhà không?". Vợ anh ta còn tưởng là thầy giáo phụ đạo tới, vội mời anh ta vào nhà. Đứa bé cũng vội chạy ra, phát hiện ra người này mình vốn chưa từng gặp, song cũng đành tỏ ra vui vẻ đối với vị khách lạ này, vì trẻ con thường thích có người lạ tới. Thế là người chào hàng liền nói với đứa bé rằng bộ đồ dùng học tập này tiện lợi thế nào, tốt thế nào. Trẻ con mà, thường thích những đồ chơi mới, nghe nói các bạn khác đều có bộ đồ dùng học tập này, liền đòi mua một bộ.

Thế là người chào hàng lại chĩa mũi tấn công vào bố mẹ đứa trẻ, "Xem ra cháu rất thích, ông bà thấy thế nào?" đứa bé đứng bên cạnh vào hùa, hét lên "Mua cho con đi! Mua cho con đi!" Đứa bé vừa nũng nịu là ông bố, bà mẹ liền mềm lòng. Tuy họ sợ rằng đứa trẻ sẽ chóng chán, mua thì tiếc, nhưng vẫn muốn cố gắng thỏa mãn yêu cầu của cậu con quý tử, vả lại mua bộ đồ dùng học tập này là để thúc đẩy học tập của con. Thế là ông bố, bà mẹ cứng động lòng, mở hầu bao ra. Quả nhiên không lâu sau đứa bé chán đồ dùng học sinh đó, bỏ một xó không dùng đến. Nghe ngóng, anh bạn phát hiện thấy hàng xóm nhà nào cũng mua bộ đồ dùng học tập chết tiệt đó.

Cách làm của người chào hàng này là hành vi lừa gạt như anh bạn tôi nói hay là biết cách bán hàng thì cần phải xem bạn đứng ở góc độ nào. Chí ít dụng tâm lợi dụng cậu con để thuyết phục ông bố, bà mẹ này của anh ta quả thực làm cho mọi người thậm phục, có thể nói anh ta đã nắm được nhược điểm trong tâm lý người làm cha làm mẹ.

"Bán tương trước hết phải bán ngựa, bắt trộm trước hết phải bắt tên đầu sỏ", đây là chân lý vĩnh hằng, ở đâu nó cũng đúng cả. Bất kể là đối phương mạnh như thế nào cũng phải có nhược điểm, phát hiện những nhược điểm này là mấu chốt của thành công.

60. Chế phục đối phương bằng quyền uy người khác

Có thể nói có nhiều ví dụ điển hình phản ánh hiệu quả tâm lý của việc chế phục người trước. Câu chuyện dưới đây sẽ cho thấy nhược điểm tâm lý chung này của con người.

Một nhà bình luận đã phát biểu như thế này về mấy cuốn sách mà ông ta biên soạn: "Các tiền bối đều đã phát biểu cao kiến về hiệu quả của tuyên truyền trên ti vi, họ cho rằng thông qua tuyên truyền vô số đợt, từ nhiều góc độ trên ti vi, tác dụng của quảng cáo hoặc tuyên truyền chính trị sẽ tăng hơn hẳn. Ngày nay chúng ta đã thực sự bước vào thời đại vô tuyến truyền hình, kiến giải của các vị tiền bối đã ứng nghiệm rồi, sự thực đã chứng minh là họ đúng. Tôi tuân thủ lý luận của các tiền bối, bàn luận một vấn đề từ góc độ khác nhau, viết thành mấy cuốn sách. Căn cứ vào nguyên nhân nói trên, tôi tin rằng sách của tôi cũng có sức thuyết phục giống như lời dự đoán của các vị tiền bối vậy".

Trong số những người đã nghe lời giải thích của nhà bình luận, cũng có không ít người đã thay đổi cách nghĩ ban đầu của họ rằng: "một vấn đề mà viết mấy cuốn sách thì quả là tầm phào", vô hình trung đã cảm thấy "Quả thực, phương pháp suy nghĩ này đáng học tập".

Dùng lời nói của người có uy quyền để chế phục người khác, bất kể là ai cũng khó kháng cự. Trong công ty, khi bạn nói "Giám đốc và các cấp lãnh đạo đều cho là như vậy, ý kiến của anh thế nào?", đa số sẽ đều không dám đi ngược lại, ngay cả những người lúc đầu ra sức phản đối cũng sẽ phải cân nhắc lại lập trường.

61. Khắc phục tâm lý không thừa nhận nhược điểm của mình

Một vị nghiên cứu sinh A mà tôi quen nói với tôi, anh ta đau cả đầu về chuyện yêu đương của anh bạn. Bạn anh ta khoảng 25, 26 tuổi vừa dạy vừa học, chuẩn bị thi vào Bộ tư pháp. Bạn anh ta là sinh viên tốt nghiệp khoa Luật của một trường nổi tiếng, mơ một ngày nào đó trở thành luật sư chính thức, hiện vẫn ra sức học tập, nghiên cứu, thật là một thanh niên khá.

Khi chàng thanh niên này tới thăm phòng nghiên cứu của viện nghiên cứu, anh ta đã yêu một cô nữ nhân viên của phòng nghiên cứu ngay từ cái nhìn đầu tiên, và tự nhiên anh chàng nghiên cứu sinh A trở thành bà mối se duyên. Nhưng A vừa dò hỏi cô nữ nhân viên thì phát hiện cô gái đã có hôn ước, bạn của anh ta chỉ còn nước thôi đi mà thôi. A kể ngọn ngành cho bạn nghe về tình trạng của cô gái, song anh bạn ta lại càng hăng hái, anh ta viết nhiều thư nhờ A chuyển cho cô gái, lại còn liên tục gửi nhiều quà tặng quý. Cứ vậy một vài lần, cô gái rất khó chịu với A, "Tôi không hiểu sao anh lại đối xử với tôi như vậy?", còn anh bạn anh ta chỉ trả lời một câu về chuyện này "Đừng nói đến lời ngốc đó làm gì", thậm chí cuối cùng nghĩ A chuyển sai lời.

Diễn biến tâm lý của chàng thanh niên này rất gần với "nhận thức ngoan cố" trong tâm lý học, tức tâm lý không thừa nhận, không chấp nhận bất kỳ việc gì bất lợi cho mình. Khi nghe một tin sẽ có ảnh hưởng xấu đối với cuộc sống của mình, người ta đều thường cảm thấy "không thể được, thật khó tin". Khi cảm giác nghi ngờ này tới chỗ cực điểm thì sẽ nảy sinh sự hoài nghi sâu sắc về tính chắc chắn của tin tức.

62. Người xa lạ thành bạn bè

Tục ngữ Nhật có câu "Cùng ăn một nồi là bạn tốt", câu này nhấn mạnh mối quan hệ giữa hai người không bình thường. Hai người cùng cấp, lại thêm cùng tham gia các hoạt động ở câu lạc bộ, thực sự đồng cam cộng khổ, tự nhiên tình cảm sẽ sâu đậm. Nếu thời gian dài một chút, những kỷ niệm mà hai người cùng có được sẽ càng nhiều. Chính vì giữa hai người hoặc giữa nhiều người có nhiều chủ đề có thể nói chuyện với nhau nên mới xuất hiện

tình cảm theo thân mật bạn bè.

Cho dù trước đây là người lạ chưa từng gặp mặt, chưa từng qua lại, chỉ cần có một kỷ niệm chung, cũng sẽ có thể trở thành bạn bè thân thiết. Tôi lấy một ví dụ có thực: có một nam một nữ, trước đây họ chỉ có quan hệ quen biết bình thường. Một lần, họ cùng đi dã ngoại với những bạn quen, bỗng có một trận gió lớn, họ lạc đám bạn. Để tránh mưa gió, hai người chạy vào một hang đá cách đó không xa. Sau lần tiếp xúc đó, quan hệ giữa hai người ngày một thân, nửa năm sau họ đã cưới nhau. Tôi có may mắn được dự đám cưới của họ và nghe được câu chuyện này tại đám cưới.

Như vậy, qua hoạt động, giao tiếp, có thể tăng cường tình hữu nghị, kết bạn làm phong phú hơn cuộc sống của mình.

63. Xua tan tâm lý đề phòng của đối phương

Trước đây vài tháng, chúng tôi đã tìm được một địa điểm lập văn phòng ở gần trường đại học. Đồ điện của văn phòng đều mua của một cửa hàng. Tại sao vậy?

Cửa hàng đồ điện thì rất nhiều, chúng tôi nhằm mua của cửa hàng này cũng là có lý do của nó. Thoạt đầu chúng tôi định đi mấy cửa hàng để xem xét mặt bằng giá cả, chúng tôi mặc cả với ông chủ của cửa hàng này về một mặt hàng, song chúng tôi không hoàn toàn thực sự muốn mua. Chủ cửa hàng trả lời rất hóm, vừa nói bằng một giọng địa phương không chút pha trộn, ông ta không muốn giấu giếm, thật thà nói với chúng tôi "Giá những mặt hàng này đều hạ tới mức không thể hạ được nữa rồi, các bác đừng có mặc cả nữa!".

Nói chuyện một hồi chúng tôi cảm thấy con người này đáng tin, ông ta đối xử trung thực với chúng tôi, chúng tôi liền đặt cả việc mua đồ điện ở cửa hàng của ông ta.

Trước đây tôi có nghe một anh chàng cảnh sát giỏi nói về mấy vụ lừa đảo hôn nhân. Người bình thường đều sẽ cho rằng người đàn ông phạm tội này chắc chắn phải là một chàng đẹp trai được các cô mê đắm, anh ta cởi mở, nói năng khéo léo, nhưng thực sự thì gần như hoàn toàn ngược lại. Phải

nữ bị hại phần đông là những người đã bỏ lỡ cơ hội hôn nhân tốt đẹp, hơn nữa hơi tự tin về dung mạo của mình, nên người mà họ tin tưởng là người đàn ông hơi có chút rụt rè. Đối với những người đàn ông vừa có tiền lại vừa có chất đàn ông, họ cho rằng loại đàn ông này mà tiếp cận mình thì phải có dụng tâm nhất định, do đó họ cực kỳ đề phòng, vì thế mà bỏ qua cơ hội hôn nhân tốt, lại dễ bị lừa, bởi quá tin vào các chàng có vẻ bề ngoài nom rụt rè

Chính những thái độ nhìn sơ qua thì hoàn toàn không có toan tính gì, ngô nghê, thẳng băng đã giúp họ rất nhiều, kỹ xảo tâm lý tầng sâu đã phát huy tác dụng lớn.

64. Cố gắng tạo cho đối phương điều kiện ưu đãi

Ông C là một nhà văn được giới thanh niên mến mộ, tôi đã từng được xem bộ phim dựng từ tác phẩm của ông, khán giả trong rạp đều chật ních, thỉnh thoảng họ lại vỗ tay cổ vũ những cảnh thú vị trong phim. Bộ phim là phim phá án, hấp dẫn tôi nhất là kỹ xảo tuyệt diệu khi thẩm vấn phạm nhân trong phim:

viên cảnh sát uy hiếp, dọa nạt phạm nhân đủ kiểu, dồn hẳn ta đến cảnh cùng đường mạt lộ, lúc này lại xuất hiện một viên cảnh sát khác, thái độ của anh ta ôn hòa, tỏ ra rất tin tưởng và thông cảm với tên tội phạm. Cho dù là trong phim hay ở ngoài đời, tôi nghĩ bất kỳ là ai cũng đều bị kỹ xảo này sai khiến, có đến tám, chín phần mười sẽ thẳng thắn nhận tội.

Còn trong hiện thực, sự thẩm vấn của giới cảnh sát tuy không được sinh động hoạt bát như trong phim, nhưng về cơ bản cũng chẳng khác bao nhiêu với phương pháp này. Đầu tiên do một cảnh sát theo mô típ công kích thẩm vấn tội phạm, dùng thế công mãnh liệt làm đối phương thối chí, nói với hẳn ta rằng đã tìm ra chứng cứ, đồng bọn hẳn ta đều khai cả rồi v.v..., bức anh ta tới chỗ tiến thoái lưỡng nan. Sau khi bị thẩm vấn như vậy rồi, có người sẽ khuất phục, nhưng đa số những tên tội phạm ngoan cố thì sự chống đối của chúng lại càng mạnh, thà chết chứ không nhận tội.

Khi đã đến mức này, lại đổi một cảnh sát theo mô típ ôn hòa thẩm vấn hẳn. Viên cảnh sát hoàn toàn.

đứng vào lập trường của tên tội phạm, thật lòng an ủi hẳn, khích lệ hẳn "Gia đình của anh đều hy vọng anh được xử nhẹ, mong anh nghĩ tới họ" v.v... Với kiểu mềm mỏng này, tội phạm thường sẽ cảm thấy xấu hổ, hối hận, cung nhận mọi hành vi tội lỗi của mình.

Thủ pháp này là một phép tâm lý lạ kỳ, còn gọi là "*phép cương nhu kết hợp*". Một bên đầu tiên bức đối phương tới bước đường cùng, buộc anh ta phải bó tay; lúc này một người khác ra mở cho anh ta một lối thoát. Tất nhiên trong trường hợp này đối phương sẽ không do dự chạy vào con đường có thể thoát thân kia.

Kỹ xảo này không chỉ dùng trong những trường hợp đặc biệt như thẩm vấn, mà khi đàm phán kinh doanh nó cũng có tác dụng rất lớn. Khi đàm phán, bên đặt hàng không đưa ra điều kiện thực ngay lúc đầu. Nhất là trong trường hợp bên đặt hàng phái hai người đi tham gia đàm phán, trong đó trước tiên một người cố gắng đưa ra những yêu cầu khắt khe, làm đối phương hoang mang lúng túng, nhất thời không biết ứng phó ra sao; lúc này vị kia đưa ra một phương án chiết chung "tức phương án thực sự", tự nhiên sẽ tạo cho đối phương một lối thoát. Trước thế trận đó cho dù về khách quan thì điều kiện này khá bất lợi, nhưng đối phương sẽ cho rằng phương án chiết chung này hay hơn nhiều, và tỏ ra tiếp nhận.

65. Học cách nhẫn nại

Một cuốn tạp chí của Mỹ đã từng giới thiệu "Phương pháp mua được quần áo rẻ". Vào cửa hàng sau khi đã nhìn thấy quần áo vừa ý, không để lộ ý này ngay mà vừa bắt chuyện với người bán hàng, vừa trình trọng đánh giá quần áo trong cửa hàng, không ngừng' mặc thử, khi thấy nét mặt người bán hàng khó chịu, tỏ ra hết kiên nhẫn, bạn mới hỏi bộ quần áo mà bạn ưng ý rằng có thể rẻ được bao nhiêu, hơn nữa bạn có thể cố gắng hạ giá xuống thấp. Cho dù là cửa hàng bình thường không muốn giảm giá, người bán hàng sẽ cảm thấy bạn hỏi này hỏi nọ tốn thời gian quá, mà bạn không mua cái gì thì lại càng thiệt thòi, nên cuối cùng tỏ ra nhượng bộ, giảm giá bán cho bạn.

Loại thủ pháp này có thông dụng hay không thì còn phải chờ các nhà kinh doanh nghiên cứu. Nhưng tâm lý này, tức trò tâm lý cố gắng làm đối phương nản lòng, làm đối phương hết kiên nhẫn, xuất hiện rất nhiều bên cạnh chúng ta, có lẽ bạn cũng chính là một kẻ bị hại đáng yêu hay đáng thương rồi. Như khi vợ đòi chồng mình, con đòi bố mẹ mua cho một thứ gì,

có lẽ cũng thường dùng cách này, một cách hữu ý hoặc vô ý, để tấn công. Khởi đầu bạn còn thử thuyết phục, từ chối yêu cầu của họ, "Thứ này chẳng có tác dụng mấy!"; nhưng khi đối phương bám riết không rời, bạn thường trả lời một cách miễn cưỡng "Thôi được rồi!".

Trong giao tiếp cũng có một phương pháp là "Nhẫn nại tức là thắng lợi. Đây tuy là một phương pháp hết sức đơn giản, nhưng xét từ góc độ tâm lý học thì là chuyện không đơn giản như vậy. Việc nhẫn nại của bạn sẽ làm cho đối phương nôn nóng, chán ngán, như vậy khả năng phán đoán và đánh giá của đối phương dễ bị giảm sút. Để phá vỡ cục diện căng thẳng này, đối phương thường khó tránh khỏi một tâm lý kỳ lạ, anh ta sẽ tiếp nhận kể cả những điều kiện bất lợi cho họ mà bạn đưa ra.

66. Đề cấp dưới ý thức mạnh đến nguyên tắc quan hệ trên dưới

Gần đây chúng ta thường nghe thấy những câu than thở như cấp trên không chỉ huy được cấp dưới, bố mẹ không bảo được con cái. Hiện tượng này đặt ra cho chúng ta một vấn đề đáng suy nghĩ: Hay là con người bây giờ không còn sợ quyền uy, không còn chịu sự sai khiến của quyền uy nữa? Theo quan sát của tôi, tôi cho rằng trách nhiệm không chỉ ở phía những người chống đối mà cha mẹ và cấp trên cũng phải gánh một phần trách nhiệm khá lớn.

Muốn làm cho đối phương ý thức được quan hệ trên dưới, chắc chắn có nhiều cách. Cách tối nhất là luôn đặt quyền lực của mình nơi cửa miệng, mở miệng là ra lệnh cấp dưới. Tất nhiên, quả thực phương pháp này đã tỏ ra địa vị khác nhau giữa người ra lệnh và người tiếp nhận, song tuyệt không phải là kể lâu dài. Cấp dưới hoặc người ít tuổi hơn sẽ chịu nhẫn chịu một thời gian không lâu sẽ tỏ ra bất mãn thậm chí còn tỏ ý chống đối.

Ngược lại, có những cấp trên lại nhún nhường, khách khí một cách vô lý đối với cấp dưới, nghe cấp dưới lý giải, ca cẩm một cách thân thiện, thông cảm. Tuy phương pháp không đồng nhất, nhưng ở họ lại có một điểm chung là không thể đánh giá cấp dưới chính xác được. Một bên hề thấy cấp dưới là sai bảo, ra lệnh, một bên gặp việc là nhún nhường, hai người đều mất đi điểm cơ bản để đánh giá đúng đắn, đối xử đúng đắn. Tất nhiên người dưới sẽ không phục tùng người trên, trạng thái tinh thần của họ là mặc kệ, không còn

tỏ thái độ cung kính khiêm nhường với cấp trên nữa.

Do đó, những cấp trên tài giỏi có thể nắm chắc điểm cơ bản là đối xử với cấp dưới đáng phạt thì phạt, đáng thưởng thì thưởng, hơn nữa không nên lần lữa. Như vậy sẽ vô tình tăng cường quan hệ giữa chi phối và bị chi phối, mà sự đánh giá đúng mức, chính xác cũng làm tăng thêm sự tín nhiệm của cấp dưới đối với cấp trên.

Do đó, những cấp trên biết cách chỉ huy đôi khi có thể ra lệnh cho cấp dưới làm những việc mà anh ta khó có đủ năng lực, tự nhiên thành tích công tác của cấp dưới không tốt, lúc này có thể khiển trách, đập tắt lòng kiêu ngạo của cấp dưới; có khi lại giao cho anh ta một việc dễ, chẳng cần nói, cấp dưới thực sự làm rất tốt, lúc này cần kịp thời biểu dương anh ta, khích lệ tinh thần của cấp dưới.

Những ông bố bà mẹ thường lắc đầu kêu ca rằng con cái không nghe lời, họ chỉ biết ra sức khuyên răn con phải học tập cho tốt, còn khi con cái giành được thành tích tốt thì lại không biểu dương thích đáng. Toàn là khuyên răn, thậm chí là ép buộc, mà không có biểu hiện khích lệ, thảo nào con trẻ có tâm trạng chống đối.

67. Tạo ưu thế tiếp cận đối phương

Cuộc điều tra đối với những sinh viên tốt nghiệp học viện thương nghiệp trường đại học Havót cho thấy tốc độ thăng tiến của họ gắn liền với dáng vóc lớn nhỏ. Quả thực, những người thân hình cao lớn sẽ tạo cho những người khác cảm giác chi phối.

Có thể nói, sự lớn nhỏ về thân hình, trọng lượng có thể phá hỏng mối quan hệ giao tiếp lẽ ra là bình đẳng kia, về tâm lý hình thành nên quan hệ giữa chi phối và bị chi phối.

Do đó, muốn trấn áp đối phương, chiếm lấy ưu thế về tâm lý, cần phải tốn thời gian chú ý trang phục và thái độ, có thể nói, bộ âu phục kẻ sọc mà các nhà chính trị ưa mặc chính là sự tìm tòi muốn làm cho bản thân mình lớn mạnh một chút. Khi hẹn gặp với một đối thủ khó đối phó ở một quán rượu, cũng cần cố gắng làm cho động tác chậm lại, chậm rãi ngồi xuống ghế, chậm rãi nhấm nháp trà. Sau khi làm như vậy rồi sẽ làm dịu đi cảm giác bị áp bức về tâm lý, giảm đi áp lực của đối phương đối với bạn.

Khi bắt tay với người khác, các nhà chính trị cũng cố gắng ra sức bóp chặt tay đối phương, nhờ đó tạo cho đối phương một cảm giác áp bức. Như vậy sẽ có thể thể hiện ấn tượng lớn mạnh của mình trước mặt cử tri. Ngược lại, để không làm đối phương cảm thấy bạn áp bức người, bạn có thể cố ý thu nhỏ vóc dáng của mình lại. Nhân viên phục vụ nam tại các quán bar hay nhà hàng rất ít người có vóc dáng cao lớn, là vì không để khách hàng có bất cứ cảm giác không thích nào. Những suy nghĩ nhằm làm cho khách hàng được thoải mái dù chỉ là một chút có thể nói là một dạng phục vụ về mặt tâm lý. Các cô ở trường mầm non khi nói chuyện với các cháu thường phải quỳ người xuống, tỏ ra cao bằng các cháu cũng là để các cháu cảm thấy hai bên bình đẳng, từ đó cố gắng xóa tan sự căng thẳng, sợ sệt của các cháu.

Cả hai mặt này đều thấy rất nhiều trong cuộc sống của chúng ta. Mỗi một ai muốn xây dựng một quan hệ bình đẳng với người khác mà nắm được kỹ xảo "phóng to" hoặc "thu nhỏ" hình tượng của mình thì sẽ thu được lợi ích không nhỏ.

68. Chọn chỗ ngồi tốt có thể tăng hình tượng của bản thân

Đứng quay lưng lại chiều ánh sáng sẽ làm cho đối phương nhìn không rõ mặt mình; ngược lại, bên đứng quay lưng lại chiều ánh sáng thì lại nhìn rõ mồn một đối phương, hoàn toàn thấy từng cử động của đối phương. Điều này sẽ có ảnh hưởng rất lớn về mặt tâm lý làm mất đi quan hệ bình đẳng giữa đôi bên, làm cho đối phương cảm thấy căng thẳng, cảm thấy thực lực mình yếu hơn.

Ở Mỹ, phòng làm việc của các tổng giám đốc đều nằm ở một đầu hoặc một góc của tòa nhà, cửa sổ thường mở ra. Ban ngày, ánh sáng ngoài cửa sổ rọi vào từ phía sau vị tổng giám đốc, tự nhiên có một hiệu quả tâm lý là tăng thêm sự uy nghiêm; khi màn đêm buông xuống, căn phòng mờ mờ, chỉ lấp một ngọn đèn chỗ cửa sổ chiếu vào vị tổng giám đốc từ phía sau và cái bàn làm việc cao to của ông ta, có thể nói mọi trang trí trong phòng đều được thiết kế công phu.

Kiểu kỹ xảo tâm lý "*Lợi dụng luồng ánh sáng*" làm cho mình càng cao lớn hơn, làm cho đối phương sinh ra tự ti, căng thẳng này rất thường gặp trong cuộc sống của chúng ta. Phương pháp này có thể giúp giành thế chủ

động trong giao tiếp.

Chọn tốt vị trí ngồi, vị trí đứng, vị trí ánh sáng sẽ tăng thêm ưu thế cho bạn.

69. Mẹo nâng cao địa vị của mình

Tham quan các văn phòng làm việc công ty của Mỹ thì sẽ dễ dàng phát hiện ra rằng khi làm việc mặt của các nhân viên trong văn phòng đều hướng về phía trước, cấp trên ngồi ở một góc kê cửa sổ, quan sát giám sát tình hình làm việc của từng nhân viên từ phía sau của mọi người. Tại các công ty của Nhật, nhân viên rất ít khi cùng làm việc hướng về phía trước, về cơ bản, trưởng phòng hoặc người điều hành đều đặt bàn làm việc tại vị trí có thể nhìn thấy khuôn mặt của toàn thể nhân viên.

Tuy cách ngồi của các công ty ở Mỹ và công ty của Nhật có khác nhau, nhưng mục đích sắp xếp vẫn là giống nhau: người giám sát ngồi ở nơi có tầm mắt tốt nhất có thể nắm bắt được mọi hoạt động của các nhân viên trong phòng. Thói quen này có từ bao giờ thì không biết, nhưng vị trí quan sát toàn cục này có thể nói đó không chỉ vì an toàn, mà cũng là vị trí mà mọi nhà lãnh đạo đều thích chọn; hơn nữa, kết quả của sự lựa chọn này có liên quan chặt chẽ đến cảm giác nổi trội của bản thân.

Có lẽ cũng vì lý do trên mà các nhân vật quan trọng, người có địa vị cao, các nhà lãnh đạo chiếm lấy vị trí "góc" để có thể quan sát tình hình chung. Cũng cùng nguyên nhân trên, trước đây tiếp khách đến chơi cũng thường mời anh ta ngồi vào vị trí phía trong của phòng khách, nơi này ánh sáng yếu, còn chủ nhà thì ngồi ở chỗ gần cửa, nơi mà ánh sáng mạnh hơn, hơn nữa lại ngồi xoay lưng lại chiều ánh sáng.

Lợi dụng chức năng tâm lý của thói quen này sẽ có thể thể hiện mình qua "vị trí" đó, làm cho người khác cảm thấy bạn lớn mạnh hơn, có một thực lực dồi dào hơn.

Chúng ta đều đã từng tham gia tiệc đứng, nếm thử mùi vị của việc đứng ăn. Thỉnh thoảng có dịp tham gia dạ tiệc, tôi phát hiện, khi dự tiệc đứng, các nhà cự phách trong giới kinh doanh, các nhà chính trị phần nhiều thời gian là chiếm cứ một góc phòng tiệc với sự vây quanh của đám nhân viên dưới quyền. Những người có địa vị cao này sau khi đi chúc rượu những nhân vật

lớn có thực lực, có danh tiếng xong, lại trở lại góc mà mình đã chiếm cứ.

Bạn muốn nâng cao mình, nổi trội hơn đối phương về tâm lý, nên ngồi ở góc phòng, dù thế nào cũng đừng ngồi ở vị trí giữa cực kỳ không ổn định kia.

70. Tên đối phương không thể coi nhẹ

Đối với từng người chúng ta, cách xưng hô tên người có tầm quan trọng, có thể thể hiện bạn đối đãi người khác như thế nào. Không nhớ tên của đối phương ở lần gặp mặt thứ hai thì tỏ ra bạn hoàn toàn không thừa nhận giá trị tồn tại của con người này. Bài học đầu tiên của những nhân viên bán, chào hàng là phải nhớ tên của đối phương, như vậy khi gặp nhau gọi tên của đối phương, khách hàng sẽ có cảm giác tự bằng lòng, vì khách hàng được tôn trọng về nhân cách.

Từ đó có thể phát hiện ra một quy luật tâm lý: Nếu không thừa nhận đối phương, muốn giữ vị trí bề trên trong quan hệ qua lại với đối phương, chỉ cần chú ý làm ra vẻ không biết tên anh ta là được. Đối với những người mà khi gặp bị hỏi một câu "Này, cậu tên là gì nhỉ?", là có thể đủ làm anh ta bị sốc, vì câu này giống như một lời tuyên bố cực tuyệt, bằng như nói hoại người như anh tôi xem chỉ là như thứ đồ chơi, đến cái tên cũng không đáng nhớ". Ngược lại, trong giao tiếp, nếu bạn đang cần tăng mối quan hệ giao hảo, mà lại không nhớ được tên đối phương thì đó là sai lầm khó tha thứ.

71. Thể hiện tài cán của bạn tại hội nghị như thế nào

Chắc chắn bạn đã từng bị người khác người lời và cực kỳ hoang mang tại một hội nghị quan trọng, khi bạn đang không biết mở đầu thế nào, chưa tập hợp được các suy nghĩ, kiến nghị đưa ra chưa đủ chín muồi, bạn thường khó tránh khỏi lạc hậu so với người khác, trong hội nghị cứ nghe đối phương phát biểu ào ào. Khi bạn cố gắng lắng nghe ý kiến của các người khác thì lại không khỏi nghĩ tới nhận xét của cấp trên, có khi tự nhận thấy mình là đồ bất tài. Nói tóm lại, bạn khó tránh khỏi nghĩ lung tung.

Tất nhiên, một hội nghị mà không có sự phát biểu sôi nổi thì không thể gọi là hội nghị thành công được. Cách nghĩ thông thường là: Chỉ có những thành viên chủ động phát biểu, tranh nhau phát biểu mới là những thành viên có tài và tích cực tham gia hội nghị. Thế nhưng, đó chỉ là cách làm thông thường, bạn không cần phải tranh lên trước khi hội nghị bắt đầu mà vẫn lại có thể thể hiện đầy đủ năng lực của bản thân bạn.

Cách này là tôi rút ra được từ các nhà tâm lý học, giáo sư học viện ngoại ngữ Tô-ky-ô. Trong đó có một học giả lớn nổi tiếng của Nhật, tư cách tham gia hội nghị của ông hơi khác so với người bình thường. Từ lúc hội nghị bắt đầu cho tới khi các kiến nghị nối tiếp nhau xuất hiện, vị học giả này không vội tỏ ý kiến, mà không ngừng ghi chép trong thời gian hội nghị, và khi các đại biểu tham dự đều cảm thấy hết cao kiến, ông mới đứng dậy, "Tôi phát biểu một câu...". Ông cố gắng phân tích, tập hợp các phát biểu trong hội nghị, do đó lời phát biểu của ông rất có sức thuyết phục, hơn nữa vì ông xem xét một các công bằng các kiến nghị của mọi người, nên mọi người không có lời phàn nàn nào cả. Giai đoạn cuối cùng của hội nghị, mọi người đều tỏ ra khâm phục tài năng lãnh đạo của ông, hội nghị kết thúc thuận lợi.

Đây quả là một kỹ xảo tham dự hội nghị khá cao cấp, muốn phát huy hết kỹ xảo này, cần phải có năng lực chính lý, tập hợp khá tốt. Khi bạn không hoàn toàn là người lãnh đạo hội nghị, bạn cũng có thể rảnh tay phát huy tác dụng của kỹ xảo này, làm chuyển ngược cục diện luôn bị đè nén đó không có cơ hội phát biểu, thể hiện đầy đủ thực lực của mình.

Qua thời gian suy nghĩ, đối chứng các ý kiến, bạn cho rằng kiến nghị của

người này rất hay, hai ý kiến đối lập nhau về một vấn đề được đưa ra trong hội nghị cần phải thảo luận kỹ v.v... lời phát biểu cuối cùng có tính khuyên nhủ mạnh mẽ có thể tỏ rõ tài cán của bạn.

72. Sở trường có thể làm tăng thêm ma lực

Đến các quán bar, bạn sẽ thường phát hiện một số chàng trai tuy không đẹp trai nhưng rất được phái nữ coi trọng. Anh ta có được cảm tình của phái nữ không phải vì anh ta đã tặng món quà gì quý giá. Vậy thì, rốt cục ma lực của anh ta là ở đâu? Chỉ thấy anh ta đang ngồi bên chiếc dương cầm cổ kê ở góc của quán bar, vừa đàn vừa hát bài dân ca Pháp bằng tiếng Pháp.

Tôi hỏi cô gái bên cạnh xem anh ta làm nghề gì cô ta bảo tôi rằng chỉ biết anh ta thường tới đây, nhưng không biết anh ta làm gì cả. Nghe giới thiệu của cô ta, tôi gần như đã rõ làm sao anh ta lại có ma lực lớn đến như vậy. Ma lực có thể nói là do hai nhân tố tạo thành: đó là sự quan tâm đối với sự vật bí ẩn và mơ ước đối với người nổi trội hơn mình. Mà anh ta lại khéo léo nắm lấy cả hai nhân tố này, thảo nào các cô đều rất thích anh ta.

Nếu anh ta là nhạc sỹ dương cầm hoặc nhà thơ, thì việc biết chơi một vài bài dương cầm cũng chẳng có gì lạ. Nhưng chẳng ai biết nghề nghiệp của anh ta, nên sự tồn tại và xuất hiện của anh ta có vẻ khá bí ẩn. Con người là một loại động vật kỳ lạ, sự việc càng bí ẩn thì lại càng muốn biết; hễ khám phá ra sự bí ẩn này rồi thì sự quan tâm sẽ không còn hấp dẫn như lúc đầu nữa. Như vậy, phải chăng những người đàn ông có ma lực đều có những điểm hơi "thần bí".

Sự sáng suốt của anh ta khi biểu diễn là ở chỗ anh ta có thể đàn hát các bài dân ca. Khách hàng bình thường đa phần chỉ có thể ngâm nga vài câu, rất ít người biết đàn vài bài. Còn anh ta thì lại biết hình tượng về anh ta nổi bật lên, nhìn anh ta như một học giả Pháp đích thực. Muốn hấp dẫn người khác, nhất định cần có thứ mà người khác không có nhưng lại mong muốn có; do đó, những người có trình độ nghệ thuật như hội họa, âm nhạc, văn học, cho dù trình độ chưa cao cũng đều là những vũ khí mạnh mẽ lôi cuốn người khác, nhất là phái nữ.

Phái nữ thường có khuynh hướng suy đoán chính thể từ bộ phận. Nếu

bạn mặc bộ đồ không quân, cô ta có thể sẽ cho rằng bạn là người đi đó đây trên khắp thế giới; nếu bạn đội một chiếc mũ bê-rê của Pháp và đem theo một tập thơ của Hai- nơ bên mình, cô ta sẽ ngây thơ vẽ bạn thành một họa sỹ xuất sắc, toàn con người toát lên hơi hướng nghệ thuật.

Để làm cho mình có ma lực, một số người thường sử dụng hai "tiểu đạo cụ" là cảm giác thần bí và khí chất nghệ thuật; do đó chúng ta cùng chú ý, ngoài việc nhìn bản chất thông qua hiện tượng, còn cần phải xem anh ta có thành tâm hay không mới được.

73. Thủ tín có thể tạo cho người khác ấn tượng thành thực

Có một loại thủ đoạn gọi là "Lấy hàng chịu tiền", tức là lấy hàng mà không trả một hào nào. Gặp những tay cao thủ lừa đảo lấy đó làm nghề, có khi chưa có bất kỳ một cảm giác thì bạn đã bị sa vào bẫy của đối phương rồi. Ở đây tôi giới thiệu sơ qua chúng lừa như thế nào.

Để lấy được sự tín nhiệm của đối phương, khi làm ăn chúng chủ động đề nghị thanh toán bằng tiền mặt, tiền trao cháo múc. Hàng đặt không nhiều, tiền mặt thanh toán cũng có hạn, đối với chúng một ít tiền không là cái gì.

Như vậy, mỗi lần khi đặt mua hàng, chúng đều dùng tiền mặt thanh toán, không dây dưa một chút nào, cứ như những thương gia thật thà vậy. Trao đổi buôn bán như vậy độ khoảng một thời gian, tự nhiên bên cung cấp hàng sẽ cảm thấy họ đáng tin cậy. Tất nhiên đến lúc này chúng vẫn chưa vội lộ mặt thật. Thủ đoạn tiếp theo là, vì tiền hàng nhập vào tăng nhiều, chúng yêu cầu khi nhập hàng thanh toán một nửa tiền mặt, một nửa kia chuyển khoản qua ngân hàng. Chắc chắn bạn tỏ ra tín nhiệm, tiếp nhận điều kiện mà hấn đưa. Khởi cần nói, mấy lần đầu thanh toán đều đến đúng hạn, một phần không nhỏ trong số đó được chuyển vào tài khoản của bạn. Bạn khó tránh khỏi hoàn toàn tin tưởng hấn, mà cũng không chú ý đến số tiền mua bán đã từ hơn 1 triệu ban đầu tăng lên hơn 100 triệu. Đã đến lúc tên cao thủ lừa đảo thu hồi vốn đầu tư, con rắn độc bắt đầu phun nọc sang bạn. Đối phương mua của bạn số hàng 200 triệu, điều kiện đặt ra là toàn bộ tiền chuyển khoản qua ngân hàng. Chắc chắn bạn sẽ không từ chối những yêu cầu đó. Kết quả là trong tay bạn chỉ còn tờ giấy trắng, mà số hàng 200 triệu đã bị lừa mất rồi.

Bạn phát giác tài khoản của bạn không có số tiền mà đối phương đưa vào, nhất định sợ chết khiếp, vội vàng điều tra tìm kiếm, nhưng đối phương đã lặn mất tăm, không còn dấu vết gì nữa. Đứng trước đối phương tiến dần từng bước một, ít có ai không mắc bẫy của chúng và phải ngậm đắng nuốt cay. Nhất là bọn người chuyên sống bằng nghề đó, chúng tỏ ra mình thành thực thế nào, thủ tín thế nào, diễn tới mức đạt hơn nhiều so với trang kịch.

Sở dĩ bạn mắc lừa chính là vì bạn luôn cảm thấy loại người này càng ngày càng đáng tin cậy một cách lầm lẫn. Những tay bậc thầy lừa đảo muốn lừa lấy hàng trăm triệu trong chốc lát kia chỉ cần dùng 100 nghìn, vừa xách hộp bánh điểm tâm, vừa thành thực giao tiền mặt vào tay bạn, thế là vụ lừa đảo đã thành công.

74. Thừa nhận lỗi lầm có thể làm đổi phương tín nhiệm

Đây là một câu chuyện lý thú về tổng thống Geogre Washington nổi tiếng trong lịch sử nước Mỹ. Hồi nhỏ, Washington từng chặt đổ một cây anh đào mà cha mẹ ông rất quý, ông không che dấu lỗi của mình mà chủ động nhận lỗi với bố mẹ, cuối cùng được bố mẹ biểu dương. Tục ngữ nói "dám làm dám nhận", "mình phạm lỗi rồi phải nhận lỗi", nói là nói vậy, chứ làm được đâu phải dễ.

Một khách sạn bị hỏa hoạn do khách tạo ra khi ngủ vút bừa bãi đầu mẩu thuốc lá, bị thiệt hại rất lớn. Giám đốc khách sạn tuy có tỏ ý xin lỗi, nhưng sự an ủi của ông lại không như lời hứa hẹn, không tỏ ra chút thành ý nào đối với người bị hại, nên bị người đời chỉ trích làm khó dễ.

Nói chung, bên bị thiệt hại do lỗi của đối phương đều hy vọng đối phương xin lỗi một cách thành thật, khuynh hướng tâm lý này của người Nhật rất rõ. Tất nhiên, xin lỗi không phải là bạn cúi thấp đầu một lát thì có thể tỏ rõ thành ý của mình bạn. Khi đối phương hy vọng bạn xin lỗi năm phần, nếu bạn chỉ tỏ ra hai, ba phần thì sẽ làm đối phương rất tức giận: "Nhìn thái độ của anh kia! Thật chẳng có thành ý gì hết cả". Lỗi bạn đã nhận rồi, nhưng vẫn chưa nhận đủ.

Các nhà chính trị, các nhà sản xuất lão luyện có thể nói rất am hiểu điều đó, vốn đã có lỗi, kết quả do xin lỗi khéo léo, ngược lại trở thành việc có lợi

cho mình. Công ty Mitsukishi từng bị xã hội lên án do "sự kiện làm giả đồ cổ", nhưng do lợi dụng chính xác chiến thuật tâm lý này nên đã vẫn hồi được danh tiếng. Sau khi cách chức vị tổng giám đốc đã gây ra việc này, nhóm lãnh đạo mới đã phát biểu "Lời thề mới của công ty Mitsukishi" trên ti vi và báo chí. Mitsukishi tạm thời quên đi lịch sử vinh quang 300 năm qua, thành khẩn tỏ ý xin lỗi với các giới trong xã hội, từ đó giành được hiệu quả tốt.

75. Năng nổ có thể giành được cảm tình của đối phương

Tôi có một anh bạn, khi anh ta tham gia tiệc tùng hoặc đàm phán với người khác thì thường tới muộn từ 5 đến 10 phút. Vừa tới nơi, anh ta vội vàng rút khăn ra lau mồ hôi, than thở rằng mình càng ngày càng bận, chẳng có chút nào tỏ ra xin lỗi chỉ ra sức nhấn mạnh mình rất bận. Kỳ thực công việc của anh ta không đến mức bận rộn như vậy, hoàn toàn không tới mức mà lần nào anh ta cũng phải tới muộn, đối với anh ta, thời gian rồi là có chứ không phải là không có.

Sau khi quen với cách "đóng kịch" của anh ta, hẳn thấy anh ta là tôi không khỏi cười ruồi trong bụng, nghĩ "chà, lại vẫn trò cũ". Còn những người lần đầu gặp mặt, nói chuyện với anh ta chắc chắn sẽ tưởng anh ta là người thông minh giỏi giang luôn luôn bận rộn công việc. Còn người luôn đến sớm 5 phút như tôi thì có thể làm cho người ta có ấn tượng là một nhà tâm lý học bất tài, rồi việc.

Trong xã hội của Nhật, bình thường người ta đều cho rằng bận rộn chính là tượng trưng của sự tài giỏi. Các nhân vật lớn phải xử lý nhiều việc nên khi tham gia tiệc tùng thường là đến muộn; nếu ngược lại, nói tất cả những ai đến dự tiệc đúng giờ là những nhân vật cỡ nhỏ thì rõ ràng là bất hợp lý. Chỉ đáng tiếc là mọi người thường cho điều ngược lại ấy là sự thật, từ đó cho rằng những người "nhạy cảm" thời gian đều là những người tài năng xuất chúng, nên đến muộn một chút cũng có thể thông cảm được, họ có một sự khoan dung thái quá đối với những người đến muộn.

Do đó, một số người đã làm ra vẻ cực kỳ bận rộn để tỏ ra mình là người có bản lĩnh. Khi hẹn gặp người khác nói chuyện không hẹn đúng 10 giờ mà hẹn 10 giờ 15 phút, làm cho đối phương cảm thấy anh ta sắp xếp thời gian rất chặt chẽ. Sau khi gặp mặt, anh ta lại nói trước với đối phương rằng chỉ

còn 15 phút thời gian, làm ra vẻ bắt buộc phải kết thúc trước 10 giờ 30 phút để tiếp tục đến một cuộc hẹn khác. Còn khi đến một cuộc hẹn khác, bất kể anh ta có tỏ ra nóng ruột thế nào thì cũng tuyệt không thể có chuyện ngược đời nhất thiên hạ là đợi ở chỗ đó trước cuộc hẹn 5 phút cả. Cho dù anh ta có đến địa điểm hẹn sớm 10 phút, anh ta cũng sẽ đến quán trà phía đối diện để giết thời gian, sau khi quá 5 phút mới vội chạy sang. Nhìn cảnh đó, cho dù là ý nghĩ nhất thời, đối phương cũng sẽ cảm thấy anh ta là người được việc trong công ty, tự nhiên có cảm tình tốt với anh ta.

Chẳng cần nói cũng biết, muốn thực sự giành được cảm tình của người khác, điều kiện đầu tiên vẫn phải là thực sự giỏi. Do đó, để đến chỗ hẹn đúng giờ thì cần phải nhanh chóng thành thạo giải quyết tốt công việc phần mình. Chứ không thể đóng mồi vở kịch ta đây là nhân vật quan trọng để đánh lừa tình cảm của mọi người.