

ПСИХОЛОГИЯ

LIFE
STYLE

ПЕРЕГОВОРЫ С УДОВОЛЬСТВИЕМ

САДОМАЗОХИЗМ В ДЕЛАХ И ЛИЧНОЙ ЖИЗНИ

Александр
Кичаев



ВСЕ

Александр Александрович Кичаев
Переговоры с удовольствием.
Садомазохизм в
делах и личной жизни
Серия «Психология LifeStyle»

Текст предоставлен правообладателем.

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=9004758

*Кичаев А. А. Переговоры с удовольствием. Садомазохизм в делах и личной жизни.: Книжковый Клуб "Клуб Семейного Дозволения"; СПб; 2014
ISBN 978-5-9573-2724-0*

Аннотация

Успешный исход переговоров вдвойне приятен, если общение с партнером доставляет удовольствие, не так ли?

Новая книга популярного российского психолога Александра Кичаева станет для вас проводником в мир секретных психологических трюков, планирования победных стратегий и алгоритмов выгодных сделок, причем не только в деловой, но и в личной жизни. С ее помощью вы научитесь воздействовать на партнера таким способом, чтобы он с удовольствием уступал вам, а вы с неменьшим удовольствием обыгрывали его.

В книге вы также найдете множество полезных рекомендаций по созданию персонального бренда и усилению личной энергетики, а также вопросы и задания для работы над собой.

Готовить, планировать и проводить переговоры – непросто, но всегда интересно и захватывающе!

Для широкого круга читателей.

Содержание

Введение	6
Склонность к садизму и мазохизму в общении	10
Как я спасал рыжего гайшника от тюрьмы	18
Труд делает свободным	26
Особенности агентурной вербовки	32
Резиденты и агенты в бизнес-отношениях.	32
Лайф-резидент	
Понимание конечной цели вербовки	35
Сбор предварительной информации.	39
Планирование развития дальнейших отношений с партнерами по переговорам	
Как построить «карту объектов воздействия»?	43
Принуждение без промедления	45
Подготовка к переговорам с лицом, принимающим решение	50
Общие требования к подготовке и проведению переговоров	50
Структура переговоров	53
Конец ознакомительного фрагмента.	54

Александр Кичаев

Переговоры с удовольствием. Садомазохизм в делах и личной жизни

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

Введение

Случалось ли вам получать удовольствие в ситуации, когда вас вначале к чему-то принуждали, и вы этого не хотели, но потом «входили во вкус» и открывали особые ощущения или заманчивые перспективы?

Практически у каждого было что-то подобное. Ведь не всегда общение изначально комфортно для нас, нередко мы, предвидя трудный разговор, уклоняемся, по возможности, от него, а если отвертеться невозможно, идем на такую встречу с тяжелым сердцем, как жертва на заклятие.

Так уж случилось, что слово «переговоры» прочно ассоциируется с деловым общением. И когда мне заказывают тренинг переговоров, то подразумеваются бизнес-задачи. Участников тренинга нужно обучить:

- как планировать свои действия,
- как отстаивать свои интересы (а значит и интересы компании) перед клиентами или партнерами,
- как выигрывать в, казалось бы, безнадежных ситуациях, имея слабую позицию и испытывая давление оппонентов.

Но ведь и за пределами офиса, хотим мы того или нет, продолжается наше общение, в котором имеются и конфликты интересов (с супругом, родственниками, друзьями, врагами), и несовпадение позиций (включая любимые и нелюбимые позы в сексе). И мы или выигрываем, или проигрываем.

ем в этих скрытых или открытых поединках, беседах, скандалах, выяснениях отношений.

Так что вся наша жизнь состоит из переговоров. А раз так, то каждому очень даже пригодятся знания, заложенные в этой книге, ведь часто отсутствие навыков влияния в деловом общении делает человека таким же неумехой-переговорщиком и в личной жизни. И наоборот, гибкость, умение находить компромиссы легко переносится из офиса в квартиру.

Нам будет что обсудить, поскольку автор провел тысячи тренингов по деловым переговорам и десятки тысяч психологических и коучинговых сессий, тренингов по управлению конфликтами в семейном и межличностном общении. Да и самому приходилось многократно быть участником переговоров во всевозможных форматах, при этом выигрывал я намного чаще, чем проигрывал. Поэтому наша книга будет не только своеобразным пособием и **заочным тренингом переговоров**, но и изложением **историй из личного опыта**.

Это универсальная книга и для опытных переговорщиков, которые съели не один пуд соли и сахара за рюмкой переговорного чая, и для тех, кто пока не может похвастать ощущением удовольствия от общения в сложных (да и в простых) ситуациях.

Также мы коснемся темы **склонностей человека к садизму или мазохизму**. Почему одним нравится мучиться, а другим – мучить, и как это влияет на позиции и стиль че-

ловека в общении?

Прочитав книгу, вы упорядочите систему своих **приемов и тактик в общении**. Создадите свой собственный **образ переговорщика**, где будут учитываться ваши психологические особенности, характер, темперамент. А еще получите набор **схем поведения с разными типами партнеров** и научитесь «включать» ту или иную роль, в зависимости от задач и обстоятельств.

Каждому время от времени попадается жесткий партнер, который пытается сломить вашу волю, добиться серьезных уступок, или манипулятор, играющий на ваших нервах, провоцирующий вас, желающий вывести вас из равновесия или, наоборот, разжалобить, вызвать чувство вины.

!!!

Но теперь все они обречены действовать по нашему сценарию, потому что мы изучим особенности влияния и власти в деловом и личностном общении.

Рассмотрим, как лучше планировать и выбирать правильную стратегию и тактику **переговоров с трудными партнерами, в непростых ситуациях**, как отстаивать и продвигать свои интересы.

В нашей книге также поговорим о **психоэнергетических особенностях боевого искусства айкидо** и приве-

дем аналогии его использования в общении. Вы познакомитесь с авторскими техниками управления внутренней жизненной силой, энергией делового контакта, а также защиты от агрессивного и манипулятивного воздействия.

В результате, вы приобретете **навыки управления своей внутренней жизненной силой** для эффективного влияния и противодействия любым формам психологического воздействия в процессе любых переговоров.

Склонность к садизму и мазохизму в общении

Переговоры должны приносить удовольствие! Наверное, с этим никто не будет спорить. Но ведь бывают переговоры, приносящие неудовлетворенность, дискомфорт, страдания? Бывают. А как у вас, что чаще: удовольствие или неудовлетворенность?

От чего обычно получают удовольствие на переговорах? От игры интеллекта (шлифовки своих мозгов о мозги других), воли, креатива, от решения сложных задач, от предвкушения будущих выгод (повышения статуса, получение ба-рышей, власти, беззаботности, еще больших удовольствий и пр.). Таким образом, в зависимости от мотивации, одни получают удовольствие в большей степени от *процесса*, другие, от *результата* переговоров. Или не получают, если цели не достигнуты, а в общении – вместо ожидаемой роли, вам пришлось сыграть другую, неприятную, неудобную.

В любом общении (даже если оно декларируется как равноправное) **всегда** рано или поздно кто-то начинает доминировать (скрыто или открыто), а кто-то подчиняться (осознанно или неосознанно). Но не каждый хочет и готов подчинить другого, бывает и наоборот: вдруг начинаешь чувствовать зависимость, благоговение и... с удовольствием подчи-

няешься. И если человек испытывает потребность доминировать или подчиняться, что это значит?

А это значит, что нам надо для начала разобраться с садомазохизмом. Почему?

Потому что это две крайности установок: подчинить или подчиниться, возвыситься или унижить, продемонстрировать силу или слабость (физическую, моральную, интеллектуальную, статусную).

!!!

Конечно, ярко выраженных (паталогических) садистов или мазохистов встретишь нечасто. Эти обозначения условны, и обстоятельства могут перемешать полюса, но склонность обычно заметна...

И все же, как вы думаете, кто встречается чаще: садисты или мазохисты?

По результатам личных наблюдений и ряда исследований получается, что **мазохисты преобладают**. Причин несколько. Это и *религиозно-социальные стандарты*, по которым более добродетельно быть наказанной жертвой, чем доминирующим агрессором. А страдания являются неотъемлемой вехой на пути к мудрости, просветлению и очищению от пороков: «Бог терпел и нам велел», «За одного битого двух небитых дают», «БИтие определяет сознание», «Если долго мучиться, что-нибудь получится» и пр.

Вчера ОМОН разогнал демонстрацию мазохистов. Такого удовольствия давно не получали ни те, ни другие.

Это и *закон стада*, по которому альфа-самцов или альфа-самок – единицы, и именно они обладают сильной энергетикой, волей, наглостью, хитростью, дающими возможность и право возвышаться над остальными. А остальные (стадо) готовы терпеть свою зависимость и более низкое (унизительное) положение в общении, и связанные с этим наказания за непослушание или нерасторопность. Ну и, конечно же, весь воспитательный процесс построен на методе кнута (именно кнут стоит вначале!) и пряника. И, тем самым, с младенчества программируется ощущение мазохиста по отношению к более сильному физически, энергетически или социально.

Затем дальнейшая социализация или укрепляет, усиливает эти установки, или, наоборот, разрушает и создает противоположные.

Так, статусные мужчины, проявляющие себя во всех ролях как лидеры, в сексе могут испытывать потребность в ощущениях мазохиста (подробнее об этом мы поговорим позже). И наоборот, «маленький человек», неудачник, классический сантехник или мелкий клерк становится тираном в

семье, с наслаждением унижающим родных и близких. Да и в сексе он может выбирать роль садиста, если, конечно, социум не успел раздавить его либидо. А если с либидо проблемы, но есть неутоленная жажда психологической сатисфакции, тогда это потенциальный маньяк.

!!!

Когда в нас встроено табу на удовольствия, тогда мазохистское поведение избавляет нас от чувства вины и стыда. Ведь человек получает удовольствие одновременно с наказанием, либо вначале страдает, чтобы заслужить, получить право на приятные ощущения.

Обычно в сознании мазохиста наказание неразрывно связано с любовью и заботой. Родители наказывают ребенка, сообщая, что делают это для его же блага, строги с ним, потому что любят. Поэтому любовь и боль в подсознании уравниваются и становятся неразделимы. И получается, что человеку проще, привычнее, приятнее (!) страдать, чем бороться, чтобы устранить причину его страданий...

Садист часто не ощущает своей значимости и в глубине души считает себя ущербным, неполноценным. И пытается опровергнуть это, самоутвердиться, унижая, подчиняя, оскорбляя других. Девочки стараются уязвить насмешками, травлей, игнорированием, мелкими пакостями (что свой-

ственно и мальчикам, не готовым к открытым конфликтам). Мальчики дерутся, хулиганят, мучают животных, обижают девочек (также и девочки при возможности могут мучить и обижать тех, кто слабее, кто зависим от них). И обычно за этим стоит **защитный механизм – базовое неприятие окружающих**, а то и психические отклонения.

Потом, повзрослев, они пытаются моделировать этот стиль отношений в семье. И если мужчине-садисту попадается женщина, склонная к мазохизму, то их союз может быть долговременным и по-своему счастливым. Но если у женщины нет такой склонности или, наоборот, если ей нравится доминировать, то такая семья – в постоянных конфликтах и быстро распадается, зачастую с серьезным морально-физическим ущербом для обоих.

#

Мужик идет мимо песочницы и видит, как маленькая девочка методично разрывает на куски плюшевого медведя и приговаривает: «Уронили мишку на пол, оторвали мишке лапу».

– Девочка, неужели животных не любишь?

Она смотрит на него тяжелым взглядом:

– Я и людей-то не очень...

Существует **парадокс перемены ролей**. Часто при смене статусных отношений садист легко может превратиться

в мазохиста, так же, как и в мазохисте внезапно (?) может проснуться агрессия.

Садиста можно определить по излишней строгости и придирчивости, по частой склонности к наказанию и дурному настроению. Стараются привязать к себе жертву, внушая (или усиливая) комплекс неполноценности. Любит нравоучения, нередко бывает занудлив и скрупулезен и вызывает страх или отторжение. При этом может быть излишне сентиментален и наивен, преклоняется перед силой, т. к. на глубинном уровне испытывает потребность в мазохизме.

Мазохист любит, когда его жалеют (не ожидая или отказываясь от реальной помощи, сомневаясь в искренности), а предварительно может специально провоцировать оскорбления и унижения. Это дает основания считать себя никому не нужным, беспомощным, никчемным, отверженным и лишает права и уверенности отказать в том, что ему не нравится.

Это может быть и взрывом, когда его «довели до этого» по принципу последней капли, а может быть и рациональным включением в другую роль. Некоторые делают это искусственно, принимают какой-нибудь «Озверин», как герой мультика кот Леопольд, у других это получается естественно

и расчетливо, как у графа Монте-Кристо.

#

Сидят мазохист и садист в одной камере:

Мазохист: Уда-а-а-арь меня.

Садист: Не-а.

#

Молодец – против овец, а против молодца – сам овца.

#

– Завтра, товарищи, вас будут вешать! Вопросы есть?

– А веревку свою приносить или профсоюз обеспечить?

В любом обществе имеется целый класс или социальная группа, которую гнобят, которая становится массовым исполнителем мазохистских сценариев. Помните «Униженные и оскорбленные» Достоевского?

Но наступает момент, когда нет сил терпеть, возмущенный разум начинает кипеть, и тогда слышится: «Вставай, проклятьем заклейменный, весь мир голодных и рабов!» Верхи не могут подчинять, низы не хотят подчиняться. Кто был ничем, тот станет – всем! Так что, в основе всех рево-

люций, бунтов и индивидуальных сценариев мести, помимо социально-политических и экономических факторов лежит психологический феномен трансформации мазохистов в садистов.

Долгие и великие страдания воспитывают в человеке тирана.

Фридрих Ницше

Как я спасал рыжего гаишника от тюрьмы

А теперь приведу пример из моей практики на эту тему.
(Имена и обстоятельства в целях конфиденциальности изменены.)

Как-то после тренинга по переговорам ко мне обратился участник – руководитель рекламного агентства, назовем его Сергей. У него в Крыму живут родители, и теперь каждое лето он обязательно приезжает туда на машине с семьей навестить их, оставить на лето детей и немного отдохнуть на море.

Сергей попросил о срочной консультации – хотел посоветоваться, как лучше подготовиться и провести переговоры с... гаишником.

Мы встретились в тот же день.

– Перед постом ДАИ под Харьковом я не заметил и, соответственно, не остановился у знака «стоп». Гайцы забрали документы и отвели в «допросную» на разборки. Я пытался быть честным и просил выписать мне штраф. Но в первой части марлезонского балета рыжий прапорщик с хитрой, наглой физиономией сообщил мне, что по закону он вынужден изъять мои права, выдать временные, а потом, через несколько недель мне необходимо будет приехать в Харьков на заседание суда, где мне выпишут штраф и вернут права. Потом

мне сказали, что можно решить вопрос неформально, по-человечески. И запросили довольно кругленькую сумму. Как я потом выяснил, изъятие прав за это нарушение – наглая ложь, – рассказал Сергей.

Он зло хмыкнул и стал объяснять, что дело не в деньгах, а просто обидно... за себя и всех законопослушных граждан:

– После вашего тренинга я понял, что совершил ошибки на всех этапах переговоров. Настроив на отстаивание своих интересов не было. Энергетика была крайне низкая – укатали Серегу крутые горки, и после 600 км дороги от Москвы я уже был никакой. Я не прояснил, чего реально стоят его аргументы. Хотя этот блеф можно было сразу снять просьбой показать таблицу штрафов. Я подстроился в слабой, невыгодной статусной роли. Не провел торг, поддался на его замкнутый аргумент насчет дальнейшего путешествия без прав. И, самое ужасное, что я внутренне понимал, что это развод. Но мне было *неудобно*.

Я поинтересовался у Сергея, чего он хочет от нашей консультации.

– Я хочу, во-первых, понять, почему я так лоханулся. А во-вторых, хочу обсудить с вами план реванша. Мне нужно теперь провести переговоры по моим правилам и отомстить этому муд...ку! – воскликнул Сергей.

Мы стали анализировать произошедшее.

– Из-за этого прапорщика я, можно сказать, потерял покой и сон!

– Такое бывает или от любви, или от ненависти.

– Пожалуй, вы правы, давно я уже ни к кому не испытывал такой сильной ненависти...

– Диагноз: невроз навязчивых мыслей.

Я попросил Сергея сделать пошаговый разбор своих неудачных переговоров.

– Надо отдать должное прапорщику, он вел себя грамотно: вначале выяснил, куда еду (на отдых, значит, есть «лишние» деньги), с кем (с семьей, значит, не стану их мучать долгими разборками), кем работаю (художник – ну, это безвредные, странные существа). Затем, как по нотам, прошел все этапы разводки вплоть до завершения – получения взятки.

– Значит, он был достойным противником и такому не стыдно проигрывать?

– Во-первых, он действовал по шаблону и просто исполнял все, что у них отработано на сотнях таких же страдальцев, как я. А во-вторых, стыдно, обидно и противно, потому что он использовал нечестные приемы. Он – подл, лжив и алчен... я не считаю его достойным... В былые времена я бы вызвал это ничтожество на дуэль, на поединок, и смысл бы он оскорбление кровью!

– А у вас разные весовые социальные категории, не с руки, вам – условно говоря, художнику-аристократу, состоявшемуся человеку – связываться с не самым успешным представителем гаишной братии.

– Но если плебей-стражник хамит аристократу, как дол-

жен тот поступить? Утереться?

– Раньше вызывать на дуэль дворянин мог только равно-го, а нерадивому стражнику, разночинцу или холопу – или игнор, или по морде, или высечь, – и весь разговор.

После мы поговорили о том, что месть – это способ дока-зать свою значимость, переиграть проигрышную ситуацию, вернуть упущенный шанс.

– Да, упущенный шанс! Пока мы общались с прапорщи-ком, в комнату вошел лейтенант, пожурил меня, сказал, что я их должник и мне надо срочно где-нибудь остановиться и отдохнуть, и уже собирался меня отпустить. Но прапорщик вцепился в меня мертвой хваткой: «Нам еще кое-что надо выяснить», – чуя, что я повелся на его «доводы» про изъятие прав. Наверное, он у них там серый кардинал и имеет вес больший, чем старший по званию. Кстати, я думаю, что он скрысятничал и своей «добычей» не поделился с коллегами, сказав, что отпустил меня, сделав предупреждение, – объяс-нил Сергей.

Мы выяснили, что у Сергея была подстройка снизу (по об-разованию он художник-дизайнер, и, назвавшись художни-ком, рассчитывал на снисхождение и великодушие). Но про-считался и лишний раз убедился, что «художника обидеть может каждый». В той ситуации эффективнее была бы или подстройка сверху – намеков на связи с местной властью (бла-го, дорогое авто говорит, что он непростой человек), или на равных – например, журналист (с этой категорией предпочи-

тают не связываться).

– Да, у меня был полулегальный лобовик «Пресса», так как я внештатник одной газеты, но он уже давно просрочен и я его снял! – сожалел Сергей.

Мы представили, как если бы ситуация происходила по его сценарию, самый благоприятный исход.

– Ну, для начала, я бы заметил этот гребаный знак и остановился – показал бы свое почтение доблестным гаишникам. А если бы не заметил и меня остановили и отвели в допросную в их скворечник, то надо было сказать, что я журналист. И даже потом как художник, когда мне назвали сумму, сказал бы, что моя жена – журналистка и она отказывается платить, а если мы через пять минут не продолжим путь, она будет звонить в Киев своим знакомым и подключать местную журналистскую братию или их службу собственной безопасности. Прапорщик ссылался на третью силу – закон (я бы рад отпустить, но ведется видеозапись на дороге, и стереть будет очень сложно), я – на жену (я бы рад отстегнуть, но сварливая жена не велит), – мечтал мой собеседник.

Сергей еще немного поимпровизировал, дойдя до версий личного знакомства с самим президентом, а потом вздохнул:

– Вот он, закон жизни: едешь на дорогой машине – будь добр, готовься к соответствующему к тебе отношению – зависть и желание тебя поиметь. Выделился, нескромный, успешный, – получай!

Он замолчал, нервно постукивая пальцами по столу.

– Мне надоело постоянно отстегивать тупым и самодовольным людишкам при должности. Надоело играть в их игры, унижаться и чувствовать, как падает самоуважение после каждой такой ситуации! – воскликнул Сергей.

Я предположил, что в лице гаишника он хочет отомстить всем коррупционерам мира.

– Не стоит иронизировать! Начну с гаишника, а потом возьмусь и за более крупных властных падальщиков! – прозвучало в ответ.

Затем Сергей попросил оценить свой план. Он хочет вооружиться скрытой камерой, под видом поиска места для ночлега (устал в дороге), снова встретиться с прапорщиком, получить подтверждение в разговоре факта взятки. Затем выложить видео в «Ютуб» и дать на него ссылку местным силовым структурам. А потом и вовсе создать антикоррупционный видеоканал.

Я заметил, что план достаточно креативный, но стоит ли его воплощать – это другой вопрос. Мы выяснили, почему Сергей тогда не стал бороться, отстаивать интересы. Было *неудобно* перед прапорщиком, застрял в роли жертвы. Так же, как и неудобно было несколько лет назад перед менеджерами автосалона, когда не стал проверять на сервисе б/у машину, повелся на их обиженные лица и, в итоге, «попал» на ремонт двигателя. Сергей вспомнил еще множество *неудобных* ситуаций... А потом снова заговорил о лейтенанте, который уже был готов отпустить Сергея, но тот, как зомби,

велся на манипуляции прапорщика: «затупил» от слов «решим по-человечески», да еще и смалодушничал.

– Я поступил как мазохист, лузер, неудачник, и мне нужно доказать, что это не так! Самому себе!

– Только себе?

– Ну, и ему, наверное...

– Разрушив его карьеру и, может даже, лишив свободы? И что лично вам это даст?

– Я отомщу ему за свое унизительное положение, и мне станет... легче.

– А если не станет, если появится чувство вины – кстати, это не противоречит вашим принципам? А может, и чувство жалости? Вдруг у него большая семья или смертельно больной родственник? А ваши энергозатраты – время, силы – не лучше ли применить к полезному и важному?

– Для меня это – важно.

– А не будет мучать совесть, что оставили его семью без кормильца?

– А о чем он и ему подобные думают, когда вымогают взятки? Вот пусть они тоже подумают о семье и о рисках! С коррупционерами надо бороться, это разрушает веру в справедливость и унижает тех, кто с ними сталкивается!

Сергей произнес это пафосно и усмехнулся, увидев мою улыбку, но потом снова стал серьезным.

Я предположил, что он утратил или не нашел еще значимую жизненную цель, и поэтому так загорелся идеей борьбы

с коррупцией. Сергей горячо закивал и сказал, что это его по-настоящему наполняет и возвышает.

После этого мы сделали раскодировку подсознания Сергея, освободив от заикливания на неприятном воспоминании. (Можно это сделать и самостоятельно, используя такую психотехнику. Представьте навязчивую ситуацию в виде фильма на экране. А теперь обесцвечивайте изображение и сделайте стоп-кадр, так чтобы все персонажи этой ситуации – замерли... Всё – в вашем неприятном воспоминании постепенно исчезнут негативные эмоции и вы спокойно (!) станете анализировать ее, возвращаясь к ней все реже и реже.)

На прощанье я попросил его подумать, какое желание в нем сильнее: отомстить, доказать прапорщику, что он зря с ним связался и что Сергей – круче, доказать себе, что не лох, или внести посильную лепту в борьбу с коррупцией и превратить это в проект, обрести новый смысл? И если все не так значимо, а дело в уязвленной гордости, самолюбии, то нет ли других способов восстановить чувство собственной значимости и самоуважения?

На следующий день Сергей поехал на машине в Крым...

Труд делает свободным

«Arbeit macht frei» (труд освобождает) – этот лозунг висел над воротами концлагеря Освенцим, где роли были четко распределены: садисты и назначенные ими мазохисты. Декларировалось, что удел мазохистов – через мучительный труд очиститься и получить в награду свободу и, соответственно, удовольствие.

Мы не будем углубляться в эту тему, понятно, что это крайнее проявление циничного насилия, переходящее в уничтожение других. Но нередко на форумах можно наблюдать сравнения офиса или производства с концлагерем. И хотя обычно это облекается в иронию (горькую или злорадную), но вызвано все же ощущением собственной униженной зависимости и незначительности. А главное, отсутствием удовольствия от работы.

Как вы думаете, кто чаще выигрывает переговоры, а кто находит оправдания своим проигрышам, и какие выгоды при этом получает проигравший?

Как реагирует мазохист на проигрыш? Жалеет себя, обвиняет других, мучается и лишний раз доказывает себе, что он – недостойный. А садист обычно злится на себя и на других и извлекает уроки, чтобы в следующий раз выиграть.

Труд сделал из обезьяны человека, а из человека –

лошадь.

Надпись в курилке одного из офисов

Формой садизма на переговорах является и жесткий стиль, и иезуитские, нравоучительные пассажи, затянувшийся монолог в присутствии жертв-партнеров.

В таких случаях я рекомендую «жертвам» *отнестись к этому не как к мазохистическому отбыванию повинности, а как к возможности получить максимум информации, чтобы определить сильные и слабые стороны его позиции, и расквитаться за свои мучения, получив итоговый выигрыш в ситуации.*

Представьте, что мазохисту-подчиненному начальник поставил задачу. И тот начинает с того, что проникается тревогой по поводу соблюдения сроков, по поводу, возможно, ненадлежащего качества своей работы и т. п. Потом начинается планирование, определение критериев и встраивание в другие процессы. Но страх не соответствовать ожиданиям руководства с приближением момента истины все чаще дает о себе знать и отвлекает энергию и время сотрудника на рефлексирование и дурные фантазии. Если он сделал работу плохо, то с пониманием и даже с удовлетворением воспримет оскорбительные отзывы шефа. И будет недоволен и встревожен, если репрессий не последует, ожидая позже чего-то еще более ужасного. А если все получилось хорошо и успел он вовремя, то все равно успех покажется незаслуженным и не прочувствованным. То ли дело, если он, постоян-

но перепроверяя и переделывая, притормаживал, опоздал и получил за это взбучку, но поскольку работа была сделана профессионально, то вслед за этим получил благодарность. И вот тогда тревожно-мнительный сотрудник-мазохист ощущает истинное наслаждение от этой ситуации.

Страдание – это побуждение к деятельности.

Иммануил Кант

Подчиненный-садист, получив задание, определит «рабочих лошадок» и «козлов отпущения» (крайних), – постарается перенести работу и ответственность на всех, кто рядом, включая самого начальника. Он может засыпать шефа массой вопросов и предложений или претензий, вызывая у того стресс. В случае неудачи он переводит стрелки, втягивая в мазохистские жернова всех, кого возможно.

!!!

И если сотрудника-мазохиста труд еще больше закрепощает, то сотрудника-садиста он освобождает.

Начальник-мазохист отличается жалостливостью и поэтому в его команде много лодырей-паразитов и манипуляторов-непрофессионалов, среди которых преобладают садисты. Сотрудники-мазохисты обычно исполняют роль рабов на галерах и отдуваются (вместе с начальником) за всех. Рабочие процессы там проходят в обстановке всеобщей скор-

би, уныния и пессимизма с регулярными истериками и покаяниями.

Почему начальники (и не только) регулярно попадают в казалось бы, некомфортные для себя ситуации?

Интересное объяснение этого феномена можно найти у Бернарда Вербера в «Империи ангелов»:

«...В основе мазохизма лежит страх болезненного события. Человек испытывает страх, поскольку не знает, когда наступит это испытание и насколько болезненным оно будет. Мазохист понял, что одним из средств борьбы со страхом является провокация пугающего события. Таким образом, он знает хотя бы, когда и как это произойдет. Вызывая сам это событие, мазохист думает, что руководит своей судьбой.

Чем больше боли причиняет себе мазохист, тем меньше он боится жизни. Ведь он знает, что другие не смогут причинить ему столько боли, сколько он причиняет сам себе. Ему больше нечего бояться, потому что он сам свой худший враг.

Этот контроль над собой позволяет ему затем легче контролировать других.

Поэтому неудивительно, что большое число руководителей и вообще людей, облеченных властью, в личной жизни проявляют более или менее выраженные мазохистские наклонности.

Однако за все надо платить. В силу того что мазохист связывает понятие страдания с понятием управления своей судьбой, он становится антигедонистом. Он не хочет боль-

ше никаких удовольствий, он лишь ищет новые, все более жесткие и болезненные испытания. Это может превратиться в настоящий наркотик...»

Я – мазохист в работе!

Из интервью с Михаилом Прохоровым

По Фрейду, мазохистская конверсия или вторичный мазохизм – садизм, утративший свой внешний объект, и поэтому направленный на самого себя.

Добавлю, что глубинный страх можно сублимировать (преобразовать) в самоотречение, запрет, отрицание страха (оптимизм), вытеснение (игнорирование) и пр.

Как ни удивительно, но мне встречаются чаще начальники-мазохисты, чем начальники-садисты. Почему? Ведь садист стремится к контролю над жертвой, а других контролировать удобнее, чем себя...

Да просто в наше время относительной стабильности начальники-садисты не поднимаются высоко по социальной лестнице, если только их деятельность не связана с работой силовых структур или спецслужб. Хорошую карьеру начальнику-садисту обеспечивает системный кризис и общественные потрясения.

!!!

В каждом начальнике (и подчиненном) уживаются и садист, и мазохист, – и под влиянием обстоятельств

одна из склонностей просто актуализируется (кратковременно, периодически или длительно) и придает соответствующую поведенческую окраску.

А сейчас давайте унифицируем терминологию и будем в нашей книге

- людей со склонностью к садизму называть – **Злодеи**,
- а людей со склонностью к мазохизму – **Жертвы**.

Есть сложность с идентификацией Героя. «Герой-мазохист» звучит как-то не очень. Но и «Герой-садист» тоже режет глаз. Наверное, сделаем так:

- если **Герой** страдает за благое дело (страстотерпец), он – мазохист, если уничтожает зло – садист. То есть он может мучить, но «плохих», и может мучиться ради «хороших».

Особенности агентурной вербовки

Резиденты и агенты в бизнес-отношениях. Лайф-резидент

К Злодеям, Героям и Жертвам мы добавим еще одну важную связку из контекста политики и бизнеса: **«резидент»** и **«агент»**. Один из них (резидент) подчиняет своим интересам, обрекает на риск и преодоление трудностей (мучений) другого (агента). При этом агент получает удовольствие от своих мучений, исполняет свой долг перед резидентом с чувством признательности. Вспомним общение Зевса (резидент) с Гераклом (агент), которого правильно замотивировали (завербовали) на эти самые мучения (подвиги) и сделали Героем, исполняющим великую миссию.

На переговорах и в продажах многие активные участники идентифицируют себя с агентами (торговыми, коммерческими, рекламными и пр.), обслуживающими, «объегоривающими» клиентов, – или с партнерами, желающими прояснить позиции и прийти к соглашению. И это создает особую ментальность, включая стиль общения мазохистов, садирующих своих клиентов и партнеров, или страдая от них. Мы же учтем эту особенность и разделим участников делового

(и неделового) общения на агентов и резидентов.

Если обратиться к энциклопедиям, то:

Резидент (от лат. *residentis* – сидящий) – значит пребывающий, остающийся на месте. В древности представитель государства-метрополии в протекторате, в средние века иностранный дипломатический представитель, постоянно находившийся в данной стране. Еще одна распространенная трактовка: резидент – это представитель разведки, постоянно проживающий в иностранном государстве. Ну и, наконец, на воровском жаргоне резидент – это поставщик наркотиков в ИТУ.

Агент (от лат. *agens* – действующий) – это лицо, исполняющее чьи-то поручения, действующее в чьих-то интересах. Агент уголовного розыска. Секретный агент. Дипломатический агент. Страховой, рекламный агент и пр.

Улавливаете разницу между резидентом и агентом?

!!!

Резидент спокойно и уверенно сидит себе, анализирует ситуацию, плетет интриги и дает поручения своим агентам, которые действуют и решают

его задачи.

Вот именно такую концепцию позиций и взаимодействия мы будем рассматривать в нашей книге. Соответственно, вам я хочу предложить **наработать роль резидента**, который для начала создает агентскую сеть, а потом пожинает плоды своих усилий.

Спросите себя, в какой роли вам комфортнее? Можно использовать метафору кукловода и куклы, можно шахматиста и шахматных фигур, можно следователя и допрашиваемого. Если вы пока не ощущаете себя в качестве игрока, значит над этим нужно работать, создавать ментальность **«лайф-резидента»** – предлагаю ввести этот термин для обозначения той роли, которая, на мой взгляд, соответствует концепции этой книги.

Понимание конечной цели вербовки

Определение целевых групп воздействия (ЦГВ), в т. ч. выявление и сотрудничество с агентами влияния.

С какой целью можно вербовать человека? Если вам нужен свой человек (действующий скрытно) в чужой структуре, – это одни задачи. Если вы хотите переманить кого-то в свою структуру, – это другие задачи. А еще вы можете вербовать человека в качестве партнера для секса или создания семьи... Могут быть нюансы по степени открытости и своевременности перехода под ваш контроль, в вашу систему, а также того, что вы декларируете человеку и что на самом деле вам нужно от этого сотрудничества.

!!!

Когда вы *переманиваете клиента или сотрудника* – это **pull**-вариант.

Но если вы хотите оставить все как есть, но вам нужны *люди для получения информации или влияния на процессы в другой структуре* – это вариант **push**.

Ну, и можно использовать человека «в темную», обещая радужные перспективы, но не спешить с выполнением своих обещаний. Но для начала вам надо определить свою **целевую группу воздействия (ЦГВ)**. Кто это?

Целевая группа воздействия – это те люди, которые могут повлиять на решение ваших задач.

Важно определить возможности человека добывать требуемую информацию, оказывать необходимое влияние на нужных вам людей, и, самое идеальное, если этот человек сам в силу своего статуса способен принимать решения, нужные вам.

Но для этого вы должны повлиять на людей (объекты) таким образом, чтобы они захотели действовать в ваших интересах. А для этого нужно понять: **что** и **как** их может замотивировать, и какие выгоды или риски принесет им и вам это сотрудничество.

Как оценивать перспективность человека для решения ваших задач?

Нужно оценить следующее:

- степень его информированности и возможности содействия и влияния на ход событий либо на конкретных лиц;
- степень трудности установления и поддержания с ним контакта;
- возможности риска от его негативной реакции на предложение о сотрудничестве;
- насколько нежелательна ваша «засветка» в качестве вербовщика – последствия для вашей репутации и отношений с компанией;
- степень уверенности, что объект не начнет «двойную

игру» и не сообщит «своим» о ваших действиях.

Кстати, изначально можно обдумать возможность использования объекта не только в качестве информатора, агента влияния, но и дезинформатора, провокатора...

В результате анализа вы можете принять решение либо приступить к немедленной вербовке, либо отложить – нет явной необходимости, нет достаточных зацепок, «клиент еще не созрел». А если шансов на успех крайне мало – то и вовсе отказаться от вербовки – «овчинка выделки не стоит».

#

Генералу КГБ докладывают о внедрении нашего разведчика:

– Операция прошла удачно, если не считать маленькой непонятной детали.

– Доложите подробно.

– Агента начали готовить год назад. По легенде, молодой человек получил наследство в Соединенных Штатах. Через швейцарский банк перевели туда 500 тысяч долларов. Агент несколько месяцев, как это принято, добивался разрешения на выезд. Чтобы не вызвать подозрений, как все стоял в очередях в ОВИР, собирал справки, был исключен из комсомола. В конце концов, визу получил и, простояв месяц за авиабилетом, вчера вылетел в США.

– А что за непонятная деталь?

– Когда он поднимался по трапу, он обернулся и как-то странно помахал нам рукой.

Бывает, что иной раз можно начинать заход от имени совершенно сторонней организации, например, если у объекта вербовки в силу каких-то личных особенностей весьма нелестное мнение о вашей структуре. Так, раньше были предрассудки по поводу советского КГБ, и тогда доблестные советские разведчики представлялись и людьми из европейских или латиноамериканских спецслужб, и идейными борцами за свободу и гуманизм и пр. Но чем запутаннее легенда, тем больше рисков.

В бизнесе под «чужим флагом» можно наладить контакты, если кто-то плохо настроен к вашей компании – прямому конкуренту, считая, что это было бы непорядочно по отношению к коллегам, но слить информацию простому любопытствующему, и даже представителю собственников или силовых структур, подозревающих менеджмент в непорядочности, – совсем другое дело...

Сбор предварительной информации.

Планирование развития дальнейших отношений с партнерами по переговорам

Очень часто сбор информации о компании ограничен **открытыми источниками**, где картина обычно отретуширована и идеализирована.

Более эффективны специализированные **порталы с «желтой» или компрометирующей информацией**, однако там есть другая крайность – ухудшение истинного состояния дел.

Поэтому лучше всего дополнить картину **взглядом изнутри**. Значит, будем действовать так:

- выбираем объекты для нашего дальнейшего воздействия,
- ищем «зацепки» – их привязанности, увлечения, зависимости, вредные привычки, комплексы, недовольство, зависть к коллегам (социальная, профессиональная, возрастная, национальная неполноценность).

После этого переходим к **алгоритму вербовки**, которая идет по следующим этапам.

- Начинаем с составления досье. Ищем «кончик нити»,

которая может либо провести нас сквозь все тернии к лицу, принимающему решение, либо, дернув за которую, можно воздействовать на нужных нам людей. Здесь годится любая информация, которая поможет выяснить степень влиятельности, осведомленности, круг общения, увлечения, биографию, характер объекта.

● Затем решаете – будете действовать сами или привлечете помощников: официальных или неофициальных. Потом ищем подходы, устанавливаем контакт, знакомимся, углубляем контакт, готовим почву, тестируем, корректируем досье и оцениваем перспективность этого человека для вербовки.

При знакомстве выбирается **программа общения**: *симметричная* (равенство сторон по возрасту, статусу и пр.) или *дополнительная* (неравные позиции). Нужно восприятие достигается продуманным выбором своего образа, стиля поведения и ситуации знакомства.

Обычно используются такие приемы «подкатывания».

● Провоцирование объекта на оказание помощи вам.

● Ваша помощь объекту.

● Использование общих знакомых.

● Знакомство на различных массовых мероприятиях (в кино, театре, на концерте, лекции, стадионе), в очередях.

● Знакомство на основе хобби (спорт, животные, культура).

● Знакомство через детей (в поездках, парках, детских са-

дах, кафе и т. п.).

- Вызов интереса к себе, показать свою «нужность» или уникальность (инициатива знакомства здесь должна исходить от объекта).

- Засветка некой интересной информации, связанной с вами (в интернете, газете, подъезде, на улице), где она попадет на глаза объекту.

Готовясь к контакту надо:

- определить место, цель, тему и метод (разговор или трюк) зондажа;

- подобрать зондирующую информацию;

- выбрать стиль и тактику (порядок и способ) предъявления этой информации;

- продумать начальную и завершающую фазы общения (это необходимо, чтобы заложить в сознание объекта нужную вам версию разговора, а также стимулировать дальнейшие контакты с ним).

Вероятность вербовки потенциального агента зависит от следующего:

- наличие необходимых внутренних (черты характера, слабости, пороки) и внешних (компромат, значимые, ценные факторы и люди) зацепок;

- знание барьеров (черты характера, идейная убежденность, влияние значимых лиц, трудности прямого контакта)

и возможности их устранения (снижение значимости, обход, переворачивание в свою пользу);

● наличие у вас союзников/противников в его окружении.

В моей практике коучинга нам с клиентами нередко приходится просчитывать возможности креативного установления контакта с нужным человеком.

Один клиент впервые встал на лыжи и за неделю прошел интенсив у лучшего инструктора, узнав, что интересующий его человек собирается через месяц на горнолыжный курорт в Австрию.

Был случай, когда мы выстроили комбинацию, записав ребенка моего клиента на балльные танцы, т. к. в эту группу ходил ребенок нужного человека. И через жен, сблизившихся в ожидании своих пляшущих чад, вскоре познакомились и их мужья.

!!!

«Цепочка влияния»: Сцепщик – Информатор – Серый кардинал – Лицо, принимающее решение.

ГЛК – Группа лоббирования конкурентов и работа с ней

Как построить «карту объектов воздействия»?

Еще одно важное обстоятельство следует учитывать – в каждой комбинации могут иметься люди, выполняющие разные роли. Конечно же, главная задача лайф-резидента – влияние на **Лицо, принимающее решение** (ЛПР). Но в вашей карте воздействия почти всегда должны иметься и Серый кардинал (СК), и Информатор (И), и Сцепщик (С). Кроме того, обычно в компании существует и Группа лоббирования конкурентов (ГЛК), и от того, насколько она влиятельна, во многом зависит ваша стратегия. Ну и, конечно, ГЛК также нужно внести в карту объектов влияния интересующей вас компании.

Нередко кто-то совмещает сразу несколько ролей, упрощая путь к ЛПР. Но хуже, если, например, СК действует в интересах конкурентов. И тогда его нужно перевербовать, а это намного сложнее.

Давайте пройдемся по «цепочке влияния».

!!!

Сцепщик – это тот, который может свести вас с интересующим объектом либо в силу своей должности, либо действуя «втемную», оказывая вам дружескую

услугу.

Хорошо, если Сцепщика можно использовать и как **Информатора**, который расскажет о раскладах в компании, даст характеристику ключевым сотрудникам и пр. Но нередко Информатор – это уже следующее звено на вашем пути.

Выяснив особенности ситуации, вы выходите на **Серого кардинала**. Это уже серьезная фигура, и переговоры с ней нужно готовить так же тщательно (если не более того!), как и с **Лицом, принимающим решение**.

Я знаю случаи, когда удачные переговоры с Серым кардиналом позволяли обойтись без переговоров с Лицом, принимающим решение, или, по крайней мере, это уже была формальная встреча с мало значащими обсуждениями...

Принуждение без промедления

И еще одна ситуация из практики.

(Имена и обстоятельства в целях конфиденциальности изменены)

Мой клиент Андрей – владелец крупной оптовой компании по поставке медицинского оборудования «Д», которая находится в тройке лидеров рынка. Обсуждая с ним все возрастающий рекламный бюджет, я предложил идею создать или купить отраслевое СМИ. Ему эта идея понравилась, и мы решили попробовать сделать его соучредителем отраслевого издания «А», которое читают практически все потенциальные клиенты Андрея. Доля его рекламы в том журнале примерно 1/6 всего их бюджета. Уточнив у компетентных специалистов примерную стоимость типографских и прочих расходов одного номера, мы поняли, что это была возможность при таких же затратах (или даже меньших), которые шли в этот журнал, получить возможность контролировать информационное поле в своей сфере. К тому же, журнал можно было бы сделать более прибыльным, а для Андрея, как минимум, – самокупаемым проектом.

Был запущен процесс подготовки к переговорам в стиле агентурной вербовки. Нужна была детальная информация о журнале и ее владельце для составления «карты объектов воздействия» в редакции с дальнейшим заполнением «це-

почки влияния» и «группы лоббирования конкурентов».

Предварительная информация была следующая.

Юрий – владелец и главный редактор отраслевого журнала (поставка медицинского оборудования), одного из ведущих с большим тиражом. На рынке восемь лет, создал бизнес с нуля. Есть конкуренты – еще один отраслевой журнал и газета, – примерно равные по значимости, плюс десяток небольших или региональных СМИ. Есть коммерческий директор. Есть менеджеры по рекламе и несколько журналистов, работающих по договору. Также техническая служба, отвечающая за производство.

На роль Сцепщика выбрали Антона, менеджера по рекламе этого издания, который регулярно взаимодействовал с компанией Андрея. От нашего пиарщика получили о нем предварительную информацию.

В качестве зацепки для Сцепщика решили использовать либо карьерные предложения, либо материальный бонус. В итоге, основные зацепки для того, чтобы его разговорить, оказались: личное, «дружеское» общение с VIP-клиентом Андреем, лесть его проницательности, тщеславию, раздутым амбициям, возможность поиронизировать над коллегами, ну и перспективы карьерного роста при дружбе с нами.

Время переговоров назначили на вечер, чтобы он никуда не спешил, приготовили коньяк и на всякий случай вино, чтобы был разговорчивей. Пообщавшись и оценив его, я решил, что достаточно по минимуму ограничиться намеком на

вакансию в компании Андрея с более выгодными условиями. Для планируемого нами предложения Антону о занятии им топовых позиций в журнале у него не было ни профессионального потенциала, ни амбиций.

В контакте выяснили, что у редактора Юрия имеется жена и двое детей, а также невыплаченный кредит за квартиру. Есть у него любовница, Наталья – коммерческий директор (пришла два года назад, уже год любовница). Заодно выяснили, что пиарщик моего клиента берет с журнала откаты, и даже их размер.

Также выяснили группу лоббирования конкурента. Это была та самая любовница – коммерческий директор.

Выстроилась «цепочка объектов воздействия», где Антон стал Сцепщиком и Информатором, а Наталья была явно Серым кардиналом. Поэтому мы решили готовить переговоры с ней.

Мы подготовили несколько зацепок – «пряник», деньги, карьерные предложения, и «кнут» в виде слива информации об их связи жене Юрия (для него) и связей Натальи с конкурентами (для нее).

Андрей позвонил Наталье и предложил встретиться для корректировки плана рекламной кампании в их журнале. На переговорах я взял на себя роль «злого» и немного прессовал ее, намекая на то, что нехорошо обманывать своего руководителя. Андрей был «добрым» и урезонивал меня, предлагая ей интересные возможности в случае нашего более плотного

сотрудничества. В результате, Наталья согласилась нам помогать при условии, что станет соучредителем этого издания и что ей будет выделено пять процентов в уставном капитале и должность генерального директора издания, – о чем был составлен контракт с ней и дано «честное купеческое слово» Андрея.

И вот Наталья начала «готовить» шефа. Нагнетая тревожность информацией о тяжелом финансовом положении их редакции, привела следующие аргументы.

Сегодня ей позвонили из компании Андрея и сообщили, что не планируют продлевать контракт с нами на рекламу. И ей по секрету сказала пиарщица Андрея, что они хотят купить акции их конкурента или создать свой журнал – уже конфиденциально ведутся переговоры. Но, мол, Наталье удалось убедить Андрея встретиться с Юрием, чтобы обсудить возможности партнерства с их журналом и предложить войти в состав учредителей. Встречаться нужно срочно – сегодня, и переубедить Андрея.

У Юрия не выплачен кредит за квартиру (взял перед самым кризисом), осталось еще шесть миллионов (еще есть три года), при его месячном среднем доходе 250–300 тысяч рублей. Жена не работает, воспитывает дочь (3 года) и сына-школьника.

Мы использовали манипуляцию – цейтнот: сегодня же нужно решить вопрос по партнерству, что не давало Юрию возможность спокойно все обдумать. К тому же сыграл роль

иррациональный страх, внушенный Натальей. Ситуация была для Юрия неожиданной. Но он увидел в этом решение многих проблем.

Мы решили провести переговоры в жестком формате – быстрый темп, безапелляционность, снисходительные интонации. Аргументация была следующая:

- хотим держать руку на «своем» пульсе рынка;
- решили или создать свое издание, или договориться с редакцией о партнерстве;
- но, возможно, мы примем предложение Юрия, ведь с ним работаем уже давно, – старый друг лучше новых двух;
- тем более мы готовы взять на себя вопросы доставки журнала в регионы, т. к. имеем везде своих представителей, снимем с него эту головную боль;
- мы понимали, что такой большой объем оттока нашего рекламного бюджета мог разорить его...

В результате переговоров договорились о покупке 56 % (– 5 % Наталье) акций за сумму в три (!) раза ниже заявленной изначально Юрием. И право контролировать редакционную политику (информация и реклама). Наталья стала соучредителем этого журнала, а позже и генеральным директором.

Подготовка к переговорам с лицом, принимающим решение

Общие требования к подготовке и проведению переговоров

А теперь давайте приступим к изучению системы подготовки и проведения переговоров. Выглядит это примерно так.

Формулировка цели и постановка задач

Этап анализа

- Сбор, накопление и обобщение информации о ситуации на рынке, о конкурентах (наши преимущества или недостатки на их фоне) и т. д.

- Сбор, накопление и обобщение информации о партнере (организации и человеке), о ситуации в отрасли партнера.

- Систематизация и обдумывание информации.

- Инвентаризация **своих интересов**.

- Предположения о возможных **интересах партнеров**.

- Выявление зоны **совместных интересов**.

-

Планирование содержания

Этап планирования

- Ранжирование своих интересов по критерию значимости.
- Выделение возможных приоритетов в интересах партнеров.
- Подготовка вариантов решения: минимум – максимум. Уступки.
- Выработка критериев и способов достижения эффективного соглашения – **айкидо**.
- Анализ возможных препятствий в процессе достижения договоренности, подготовка к возможным вопросам и возражениям.
- Подготовка всех необходимых документов, материалов.
- Планирование процедуры.
- Подготовка плана.
- Подготовка вариантов ведения дискуссии (стратегия переговоров).
- Определение состава и статуса членов переговорных делегаций.
- Распределение ролей в своей команде.
- Характер отношений с партнерами – моя **позиция и тактика**.
- Проработка *метафоры переговоров* (я – оппонент – мое предложение) – **имидж, стиль общения, позиционирование**.

- Определение места встречи.

- Договоренности о времени начала встречи и ее продолжительности.

- Согласование способов обмена необходимой документацией.

Психоэмоциональная настройка на переговоры

Для этого нужно представить самый лучший исход переговоров – прочувствовать *это* состояние!

Выработать и закрепить следующие навыки: быстрого включения в процесс, стрессоустойчивости и командного взаимодействия. Центрирование собственной энергетики. Избавление от блокирующих установок, вхождение в состояние уверенности, ощущение энергетики позиционируемой психоформы.

Также подумайте, как можно расположить значимое лицо к вам на бессознательном уровне?

???

Вспомните, как вы готовились к каким-то важным переговорам, и сравните, какие шаги вы сделали, какие – нет, и как это сказалось на эффективности вашей встречи с ЛПР. А еще лучше проанализировать несколько вариантов: переговоры успешные для вас и неуспешные. Подробнее мы еще поговорим о многих,

изложенных в этой схеме тезисах по ходу нашего общения в книге.

Структура переговоров

Структура переговоров выглядит следующим образом. Все здесь показано достаточно наглядно. Но проиллюстрируем эту схему мы по-особому. Поскольку не все читатели этой книги занимаются бизнесом, в следующем разделе я хочу адаптировать ее также и к отношениям мужчины и женщины, в которых присутствует секс.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.