



NLP

**Применение техник НЛП для
успеха в продажах и
руководстве**

НЛП = нейролингвистическое программирование

- **нейро** – нейрологическая система (мозг),
– как наши сенсорные впечатления сознательно и бессознательно преобразуются в идеи и мысли.
- **лингвистическое** – речь,
– как мы используем речь, чтобы коммуницировать с собой (внутри) и с другими (внешне).
- **программирование** – шаблоны, процессы, структуры,
- какие внутренние и внешние процессы мы используем, и как мы можем их распознать и целенаправленно изменить.



- **НЛП** было разработано студентом-математиком, а затем психологом **Ричардом Бэндлером** и лингвистом **Джоном Гриндером** в Калифорнийском университете в Санта-Крус в начале 1970-х годов.
- **НЛП** - это набор коммуникативных техник и методов для изменения психологических процессов в людях. НЛП сочетает в себе лучшие методики различных форм терапии.



- **НЛП применяется в различных областях:**
 - коучинг
 - консультирование
 - продажи
 - руководство
 - политика
 - отношения
 - терапия
 - страхи
 - и т.д.



- **Основная цель НЛП** - научиться лучше понимать себя и других (клиентов, сотрудников, коллег, начальников, партнеров и т. д.) со всеми их потребностями, убеждениями, метапрограммами и ценностями (тренировка восприятия)
- и использовать эти результаты для улучшения коммуникации, лучшего достижения целей, дальнейшего развития и, при необходимости, для изменений.





У всех людей
одинаковое базовое
оборудование, но разная
операционная система.

(Мы пытаемся приспособить наш мозг к нашим личным потребностям)

Каждый мозг имеет свой уникальный способ видеть, слышать, чувствовать и реагировать на информацию.



Наш мозг использует 5 каналов для получения информации

- V – Visual – визуальный канал – зрительный канал восприятия
- A – Audial – аудиальный канал – слуховой канал восприятия
- K – Kinesthetic – кинестетический канал – чувственный канал восприятия
- O – Olfactory – олфакторный канал – обонятельный канал восприятия
- G – Gustatory – густаторный канал – вкусовой канал восприятия



- Эти ощущения затем преобразуются в мозге
 - в изображение
 - в звук
 - в чувство
 - в запах/ вкус

Однако в обработке играют роль наши фильтры, которые могут значительно изменить изображение.



Фильтры затуманивают наше восприятие

together on the top

9



- искажение
- погашение
- обобщение
- регуляторы
- воспоминания
- решения
- настройки
- ценности
- убеждения и др.





Тело

Лицо/Жесты

Голос

„Человек не может не коммуницировать.“

Paul Watzlawik



- Общая физиология (осанка, внешний вид, походка)
- Напряжение тела
- Положение стоя и сидя
- Открытый или закрытый
- Поза рук и плеч
- Поза стопы
- Движения головы
- Идеомоторные движения (например, бессознательное подергивание пальцев, дергание за одежду)



Упражнение: приподнятое состояние – подавленное состояние

together on the top

12



Осознайте, как осанка определяет ваше состояние.



1. Лицо и мимика:

- Направление взгляда, зрительный контакт
- Эмоциональное выражение лица
- брови
- улыбка

2. Жестикуляция:

- Поза кистей и рук
- Интенсивность движений, частота движений
- Скорость движений
- Игра с предметами



1. Голос и вербальный уровень:

- высота голоса
- скорость речи
- произношение
- ударение
- паузы
- беглость
- повторения
- использование таких слов-заполнителей, как "кхм.."



2. Содержательный уровень:

- чувства
- Личная история
- Интересы, ценности, убеждения



- Не думайте, что вы знаете, что нужно вашему клиенту (сотруднику)! Задавайте вопросы!
- В чем преимущество вопросов? Люди чувствуют себя ценными.
- Постарайтесь показать серьезный интерес к партнеру.



- Раппорт (от французского «отношения, связь») описывает ситуацию доверительных отношений, поддерживаемые взаимным эмпатическим вниманием, т.е. «хороший контакт» между двумя людьми.
- Цель коммуникативных техник НЛП - создать раппорт в общении.
- НЛП использует отзеркаливание (пэйсинг) как стандартную технику для создания раппорта.



- **Пэйсинг (адаптация, сочувствие, отзеркаливание)** предполагает стать похожим на другого, подражать ему, войти в его мир.
- Чем глубже взаимопонимание между двумя людьми, тем больше их тела и голоса подстраиваются друг под друга «как бы сами по себе»: они «вибрируют на одной волне», они находятся в контакте, в резонансе.
- Тонкий и эффективный способ проверить уровень раппорта в общении - это изменить тело или голос и посмотреть, перенимает ли это изменение другой человек и в какой степени.



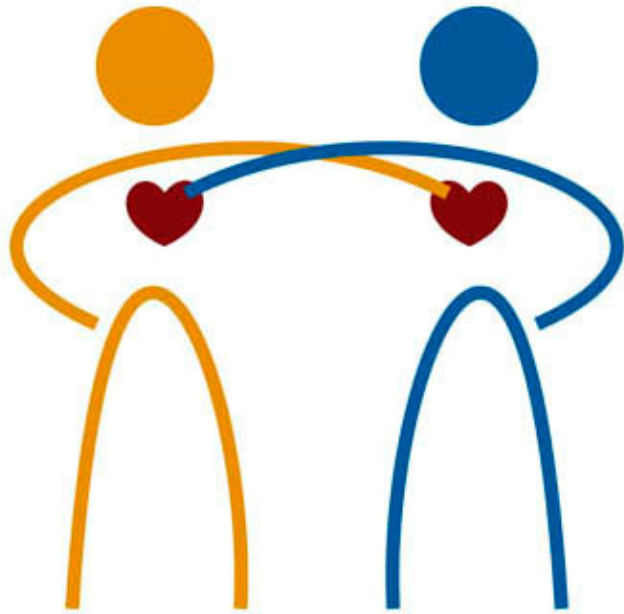
- Если другой человек следует за мной, это означает, что я беру на себя ведущую роль в разговоре, что в НЛП называется «**лидинг**».
- Когда мы наблюдаем, как люди в сфере консалтинга, продаж или управления контактируют со своими клиентами, мы часто видим, что попытки установления контакта ограничиваются лишь содержанием разговора. При этом упускается большая часть дополнительных возможностей.



Как осуществляется пэйсинг?

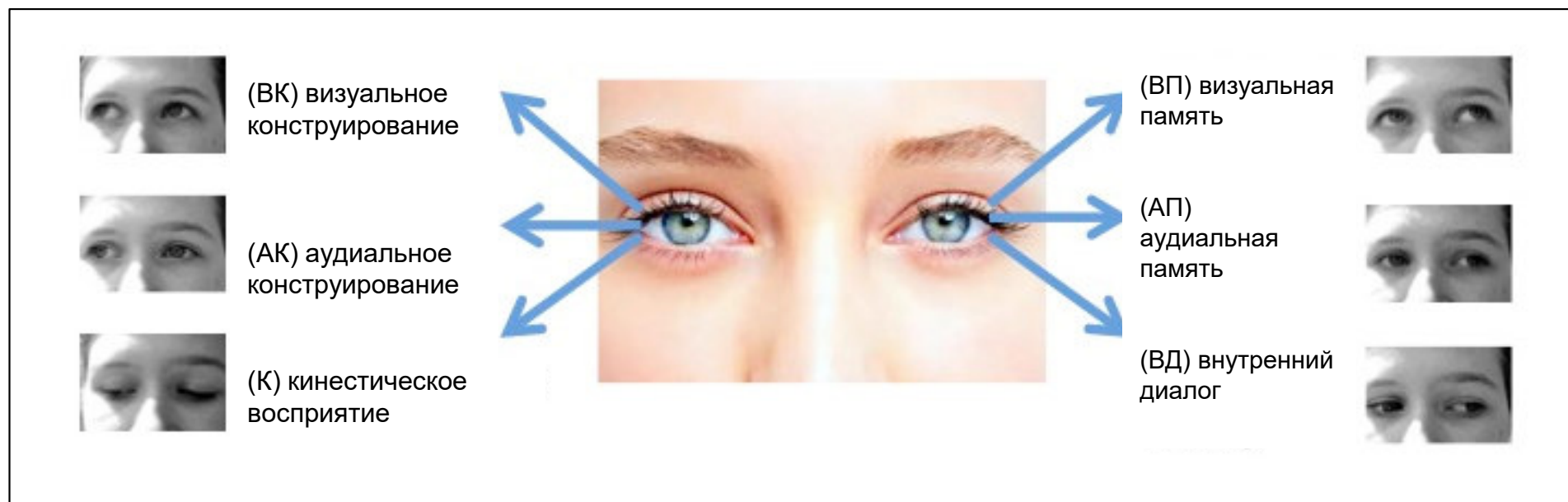
together on the top

20



- Движения тела
- Речь
- Настроения
- Мнения
- Убеждения
- Дыхание
- Высказывания





- Микровыражения впервые были описаны Хаггардом и Айзексом в исследовании 1966 года. Они стали широко известны благодаря работе Пола Экмана, который также разработал систему кодирования FACS в 1976 году, с помощью которой эти длящиеся лишь доли секунды выражения лица могут быть сравнительно легко проанализированы при небольшой практике.
- Особенность микромимических выражений заключается в том, что **7 наблюдаемых основных эмоций** можно найти во всех культурах, независимо от социального происхождения. Они более или менее врожденные и являются частью нашей «комплектации».



7 универсальных эмоций

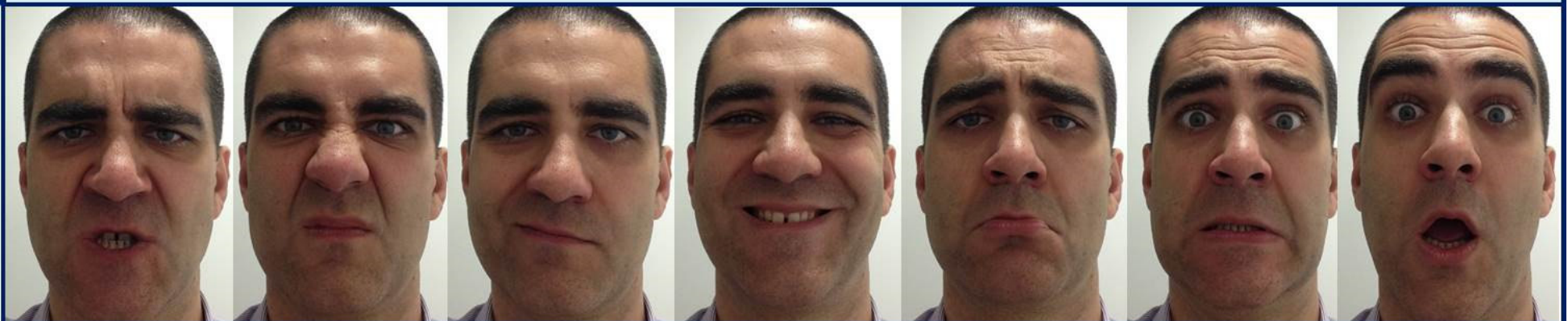


- Гнев
- Отторжение
- Пренебрежение
- Радость
- Печаль
- Страх
- Удивление



- Изображаем и определяем основные эмоции

7 базовых эмоций по Полю Экману



гнев

отторжение

пренебрежение

радость

печаль

страх

удивление



Например, если я задам себе следующие вопросы:

- **Предпочитают ли человек в первую очередь использовать зрительные, слуховые или кинестетические сенсорные каналы? Когда вы это определите, как лучше всего использовать эту информацию для эффективного достижения ваших коммуникационных целей? Как создать презентацию, которая идеально соответствует другому человеку и его потребностям в общении?**



- **Если его сфера интересов – люди, вещи, места, занятия или информация** – внимательно слушайте, когда он рассказывает о последнем отпуске. Тогда вы узнаете, что важно для вашего партнера, и сможете ЭТИМ воспользоваться.
- **Ему важно найти общие черты или различия с Вами?** Как можно ЭТИМ воспользоваться?
- **Что ему важно – детали или общий вид?** Должна ли Ваша презентация быть подробной или краткой и точной?

