



ОСНОВА УБЕЖ- ДЕ- НИЙ

ТОМ АСАКЕР

Как лучшие в мире
маркетологи, дизайнеры,
продавцы, тренеры, учителя,
предприниматели и лидеры
заставляют нас поверить

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

Tom Asacker

The Business of Belief

How the World's Best Marketers,
Designers, Salespeople, Coaches,
Fundraisers, Educators, Entrepreneurs
and Other Leaders Get Us to Believe

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

Том Асакер

Основа убеждений

Как лучшие в мире маркетологи,
дизайнеры, продавцы, тренеры,
учителя, предприниматели
и лидеры заставляют нас поверить
в свои идеи

Перевод с английского Всеволода Иващенко

Издательство «Манн, Иванов и Фербер»

Москва, 2014

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

УДК 316.628
ББК 88.332.0
А90

На русском языке публикуется впервые

Асакер, Т.

А90 Основа убеждений. Как лучшие в мире маркетологи, дизайнеры, продавцы, тренеры, учителя, предприниматели и лидеры заставляют нас поверить в свои идеи / Том Асакер ; пер. с англ. В. Иващенко. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 208 с.

ISBN 978–5–91657–894-2

«Основа убеждений» — это книга для тех, кто хочет понять, как мотивировать себя и других людей. Том Асакер, один из ведущих экспертов в области маркетинга и инноваций, анализирует механизмы возникновения убеждений и описывает скрытую логику мотивов человеческого поведения. Вы узнаете, как в сознании человека укореняется то или иное убеждение, почему наши убеждения важны и как их используют компании и люди, чтобы оказывать на нас влияние. Эта книга поможет вам всегда оставаться на гребне волны, добиваться поставленных целей и существенно улучшить качество вашей жизни.

УДК 316.628
ББК 88.332.0

Все права защищены.

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

Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс»

VEGAS LEX

©Thomas E. Asacker, 2013

©Перевод на русский язык, оформление.

ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2014

ISBN 978–5–91657–894-2

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

Содержание

Предисловие	12
Что делать с истиной?	15

Часть I.

Что они знают

Жить — значит верить	19
Феи существуют	22
Мы выбираем то, во что верим	26
Убеждение — это ставка	29
Убеждение формируется в сознании	31
Мы видим то, что хотим видеть	33
Сознание и мотивация	35
Не спрашивайте Уотсона	38
Убеждение — это мнение	40

Кто прав?	42
Чувства против рассуждений	44
Рифмы движут мыслями	48
Убеждение — это чувство	50
Чувствуете?	52
Значение определяется сознанием	54
Щелчок — срабатывание	56
Как устроена память	58
Мы — рационализаторы	60
Убеждение — это утешение	62
Воспоминания управляют убеждениями	65
Мы мыслим историями	67
Истории управляют нашей жизнью	70
Жизнь — наша история	74
Эволюция сознания	78
Сознание стремится контролировать ситуацию	80
Подчинение — не убеждение	83
Желание — это рынок	87
Желание — это причина	90
Желания управляют убеждениями	92
Верить, чтобы добиваться	94
Резюме	96

Часть II.

Что они делают

Разберемся в наших убеждениях и желаниях	101
Создание убеждений	104
Чувство комфорта	107
Сначала воздействие, потом результат	109
Нарисуйте картину	113
Мечты, а не ужасы	117
Это наше дело	119
Топливо для нашей фантазии	121
Упрощайте	124
Просто, как яблоко	126
Подтолкните нас к действию	129
Убеждения в образовании	131
Прогресс должен быть заметным	133
Позитивные билеты	135
Живите увлеченно	137
Увлеченность заражительна	139
Контролируйте импульсы	141
Не машите палочкой	145
Действуйте незаметно	147
Что я знаю	149
Резюме	152

Часть III.**Что вы можете сделать**

Будьте более сознательными	157
Настоящее определение безумия	159
Отбросьте лишнее	163
Кто вы?	165
Моргните	167
Верить — значит видеть	169
Вера — в поступках	173
Соберитесь!	175
Не теряйте воодушевления!	178
Что случилось с мечтами?	183
Об авторе	187

Посвящается моей матери

Каждый человек окружает себя
успокаивающими убеждения-
ми, что вьются вокруг него,
словно рой мух в жаркий день.

*Бертран Рассел**

* Бертран Рассел (1872–1970) — английский математик, философ, общественный деятель, создатель концепции логического атомизма и теории дескрипций. *Прим. ред.*

Предисловие

Мне очень повезло. В последние 20 лет своей жизни по роду работы мне посчастливилось лично наблюдать примеры лидерства и творческого подхода в бизнесе. Я видел, как на рынок выпускаются новые продукты, мастерски раскручиваются бренды и проводятся мощные маркетинговые кампании.

Я помогал рекламным агентствам в поиске идей, путешествовал с опытными менеджерами по продажам, консультировал энергичных сборщиков средств и работал вместе с лидерами, когда они кардинально меняли свой бизнес. И я сделал два наблюдения по поводу текущей ситуации на современном рынке.

Во-первых, количество вариантов выбора во всех сферах нашей жизни возросло во много раз (вспомните хотя бы о кабельном телевидении и количестве программ). Чтобы новый товар, услуга, происшествие или идея привлекли внимание, теперь нужны дополнительные усилия. Как я обычно говорю, «это и ежу понятно».

Второй момент упускают из виду многие специалисты. Современные люди очень недоверчивы и легко отвлекаются, их внимание быстро перескакивает с одного на другое. Вспомните, как быстро забывают о глобальных проблемах, например изменении климата и перенаселении Земли. Чтобы заинтересовать людей, нужно много денег, таланта и энергии. Только тогда новая идея или товар станут одним из «успокаивающих убеждений».

Поэтому большинство дальновидных людей и компаний предпринимают массу мер, незаметных широкой общественности. Они четко осознают, что теперь уже недостаточно, чтобы люди

знали о них и их планах на будущее. Теперь нужно, чтобы их выбирали, поддерживали, работали с ними и рекомендовали своим знакомым. Иными словами, нужно, чтобы им верили.

Вера и убеждение — очень запутанные понятия. Наше сознание плавает в море убеждений как рыба в воде. Они затрагивают каждый аспект нашей жизни — как духовной, так и повседневной: начиная от выбора религии и моральных ценностей и заканчивая выбором товаров, благодаря которым мы выглядим модно.

По сути, наше существование — чувства, мысли, цели и действия — определяется убеждениями. Но большинство из нас не замечают, как они формируются. Эта книга посвящена убеждениям. Я объясню, что они собой представляют и как возникают. Также я расскажу, как успешные люди вдохновляют и подталкивают к действиям других — иными словами, используют *силу убеждений*.

Что делать с истиной?

Вот одна из легенд буддизма о демоне Мара.

В буддизме демон Мара — воплощение искушения и тревоги.

Он соблазняет и пугает людей.

Он старается скрыть от них истину.

Демона Мара называют Повелителем зла.

Однажды демон проходил через деревню вместе со своими приспешниками.

Он увидел человека, который медитировал на ходу.

Внезапно лицо человека просияло от восхищения.

Он увидел что-то, лежащее на земле.

Спутники демона Мара заинтересовались.

Они спросили у своего господина, что нашел этот человек.

Мара хладнокровно ответил: «Ничего. Это только часть истины».

Один из его последователей воскликнул: «Но, Повелитель зла, разве тебя не волнует, что кто-то нашел часть истины?»

«Нет. Совершенно не волнует», — загоготал Мара.

«Правда, хозяин? Но почему?»

Мара сказал с усмешкой: «Потому что, как только они находят часть истины, они превращают ее в убеждение».

Часть I

Что они знают

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

Жить — значит верить

Не верьте ничему, независимо от того, где вы это прочитали или кто это сказал, даже если это сказал я, если это не согласуется с вашим собственным рассудком и вашим собственным здравым смыслом.

Будда

Сиддхартха Гаутама Будда жил более 2500 лет назад там, где сейчас расположен Непал. В этой местности обитали племена, каждым из которых правил удельный монарх. Люди не тратили много времени на покупки на рынках и редко выбирались за пределы своего королевства.

У них не было особых источников информации или развлечений. Многие из них могли следовать мудрому совету Сиддхартхи и тщательно контролировать систему своих убеждений.

В наше время это невозможно. От современного рынка голова идет кругом, вариантов выбора стало слишком много. Когда я провел поиск на сайте Amazon.com в разделе книг по ключевому слову «Будда», то получил 16 161 вариант товара. Попробуйте задать собственный критерий на этом сайте (и когда получите результаты, то поймете, что мой список был еще сравнительно коротким).

Разумеется, можно ограничить количество вариантов выбора, действовать осмотрительно и более обдуманно принимать решения. Но если вы не монах, лобная доля коры вашего головного мозга в итоге все равно будет перегружена информацией. Человеческий разум не предназначен для беспристрастной оценки того количества вариантов выбора, которое существует

в современном мире. Если вы попытаетесь это сделать, то кончите так же, как сороконожка из известной сказки.

Лягушка спросила сороконожку: «У тебя так много ног, как же ты ходишь? Какую ногу ты переставляешь первой при ходьбе?» Сороконожка долго думала, но так и не решила. Она устала и сказала: «Я не знаю, я ухожу». Но прежде чем сделать шаг, она снова задумалась: какую ногу ей переставить первой? Так и не смогла сделать ни шагу.

Как же мы выбираем? Открою вам секрет: мы делаем выбор только на основании своих убеждений. А они базируются (или базировались) на наших желаниях.

Оценить это важное свойство человека (выяснить, как и почему так происходит) — значит понять, как мотивировать себя, принимать более правильные решения и добиваться того, чтобы другие выбирали вас (и вашу компанию).



Почитать описание и заказать
в МИФе

Смотреть книгу

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

Взрослые книги:



Проза:



Детские книги:

