Påvirkning. Teori og praksis

«Denne fabelaktige boken forklarer på en tydelig og praktisk måte hvordan vi blir overtalt. Den gir selgere utmerkede erkjennelser som kanskje er enda viktigere for oss som forhandler og kjøper.» Roger Fisher, direktør for Harvard Negotiation Project, medforfatter av "Getting to yes"

Vurdering: Ingen kundevurdering ennå.
Pris
Veiledende pris med mva

Pris med rabatt kr. 397

Salgspris med rabatt

Pris: kr. 397

Rabatt

Still et spørsmål om dette produktet

Forfatter: Robert B. Cialdini

Boka Detaljer

Mer enn en million bøker solgt! Hvordan påvirker denne informasjonen følelsene dine for denne boken? Hvis du nå et øyeblikk tenker at en renommert og populær bok som denne kanskje er noe for deg, har du kanskje blitt overbevist ved et kraftfullt påvirkningsprinsipp – i dette tilfellet prinsippet om «sosialt bevis»: å avgjøre hva som er riktig, ved å finne ut hva andre mennesker synes er riktig.

I denne reviderte, oppdaterte og utvidede utgaven av "Influence – Science and Practice" får du ikke bare vite hva som fikk deg til å si ja, du lærer også noen nyttige forsvarsteknikker mot fremtidige tilbud. Cialdini henter eksempler fra alt fra moderne salgssituasjoner til krig og politikk, fra religiøse sekter til barneoppdragelse. Her kombineres enkle lærdommer og råd med grundig vitenskapelighet på en unik måte.

Boken regnes som «state of the art» når det gjelder å forklare de sosialpsykologiske mekanismene knyttet til påvirkning og overtalelse.

«Denne fabelaktige boken forklarer på en tydelig og praktisk måte hvordan vi blir overtalt. Den gir selgere utmerkede erkjennelser som kanskje er enda viktigere for oss som forhandler og kjøper.»
Roger Fisher, direktør for Harvard Negotiation Project, medforfatter av "Getting to yes"

«For markedsførere er dette en av de viktigste bøkene som er skrevet de siste ti årene.»
Journal of Marketing Research

«Dette ville være praktfull lesning for sosialpsykologistudenter.»
David Myers, Hope College

«Boken er fenomenalt underholdende og svært populær blant studentene. Den er utmerket lesestoff for dem som studerer forbrukeratferd og reklamefag.»
Alan J. Resnik, Portland State University

«"Påvirkning" burde være påbudt lesning for alle næringslivsledere.»
Journal of Retailing

«Denne boka vil treffe strenger i hjerte og sinn hos oss alle.»
Best Sellers Magazine

«Det beste salgstipset jeg noen gang har fått, var oppfordringen om å lese "Påvirkning" av Robert B. Cialdini. Den var så dyp og innsiktsfull at jeg leste den tre ganger på rad.»
Greg Renker, direktør for Guthy-Renker

Robert B. Cialdini er Regents' Professor Emeritus i Psykologi og markedsføring ved Arizona State University der han også har fått tittelen Graduate Distinguished Research Professor. Han har sine undergraduate-, graduate- og postgraduatestudier i psykologi fra henholdsvis University of Wisconsin, University of North Carolina og Columbia University. Han har vært president for Society of Personality and Social Psychology.

Sin langvarige interesse for kompleks sosial påvirkning tilskriver han det faktum at han vokste opp i en ren italiensk familie i et hovedsakelig polsk nabolag, i en opprinnelig tyskdominert by (Milwaukee), i en for øvrig landsens amerikansk stat.

Introduksjon
Forord
Innledning

Kapittel 1
PÅVIRKNINGENS VÅPEN
Klikk-snurr
Å satse på snarveier
Profitørene
Jiu-jitsu
Sammendrag
Studiespørsmål

Kapittel 2
GJENSIDIGHET
Hvordan regelen virker

Gjensidige innrømmelser
Avslag-og-så-retrett
Forsvar
Sammendrag
Studiespørsmål

Kapittel 3
INDRE FORPLIKTELSE OG KONSISTENS
Å snurre av sted
Indre forpliktelse er nøkkelen
Forsvar
Sammendrag
Studiespørsmål

Kapittel 4
SOSIALE BEVIS
Prinsippet om sosiale bevis
Dødsårsak: usikker(het)
Apekatter gjør som apekatter gjør
Forsvar
Sammendrag
Studiespørsmål

Kapittel 5
LIKE OG BLI LIKT
Etablering av vennskap for å påvirke mennesker
Hvorfor jeg liker deg? La meg gi deg grunnene
Betinging og assosiasjon
Forsvar
Sammendrag
Studiespørsmål

Kapittel 6
AUTORITET
Autoritetspressets styrke
Den blinde lydighets tiltrekning og farer
Betydning, ikke innhold
Forsvar
Sammendrag
Studiespørsmål

Kapittel 7
KNAPPHET
Mindre er best, og tap er verst
Psykologisk motreaksjon
Optimale betingelser
Forsvar
Sammendrag
Studiespørsmål

Kapittel 8
ØYEBLIKKETS PÅVIRKNING
Primitiv automatikk
Moderne automatikk
Snarveier skal være hellige
Sammendrag
Studiespørsmål

Litteratur
Register

Utgitt i januar 2011 (2. utgave)