

Inhalt

Andere überzeugen – 50 wissenschaftlich gesicherte Geheimrezepte

Einleitung	11
1 Wie man anderen Unannehmlichkeiten bereitet und gerade dadurch die eigene Überzeugungskraft erhöht	16
2 Was Reisende noch leichter auf den fahrenden Zug springen lässt	20
3 Womit man am sichersten dafür sorgt, dass der Schuss nach hinten losgeht	23
4 Wie man der «magnetischen Mitte» widersteht	27
5 Warum beim Überzeugen weniger manchmal mehr sein kann	30
6 Wieso ein Gratisgeschenk unter Umständen teuer zu stehen kommt	34
7 Wie ein neues, verbessertes Produkt die Verkaufszahlen eines alten Produkts steigern kann	37
8 Motiviert Angst – oder lähmt sie eher?	40
9 Was das Schachspiel uns über besonders geschickte Züge lehren kann	43
10 Welcher einfache Büroartikel dafür sorgt, dass Ihr Einfluss haften bleibt	47
11 Warum Restaurants ihre Körbe mit Pfefferminzbonbons abschaffen sollten	49
12 Wie Sie durch Vorleistungen feste Brücken bauen	52
13 Altert ein Gefallen, den wir anderen tun, wie Brot oder wie Wein?	55
14 Wieso ein Fuß in der Tür zu großen Schritten führen kann	58
15 Wie Sie ein Jedi-Meister des sozialen Einflusses werden können	61
16 Wie eine einfache Frage Ihnen viel Unterstützung bringen kann	64
17 Warum die Schriftform hilft, langfristig am Ball zu bleiben	67
18 Wie sich Konsequenz mit Konsequenz bekämpfen lässt	70
19 Welchen Trick wir uns von Benjamin Franklin abschauen können	72
20 Wann wir um wenig bitten sollten, um viel zu bekommen	75

21	Hoch oder niedrig – welcher Einstiegspreis führt zum besseren Verkaufserfolg?	77
22	Wie Sie angeben können, ohne dass man Sie für einen Angeber hält	84
23	Warum es gefährlich ist, die klügste Person im Raum zu sein	87
24	Was uns die «Captainitis» lehren kann	87
25	Wie eine natürliche Gruppendynamik zu unnatürlichen Katastrophen führen kann	90
26	Wer überzeugt mehr: der <i>Advocatus diaboli</i> oder der wahre Abweichler?	93
27	Wann der richtige Weg der falsche Weg sein kann	95
28	Wie sich Schwächen in Stärken verwandeln lassen	97
29	Mit welchen Schwächen sich am erfolgreichsten werben lässt	99
30	Warum es manchmal richtig viel bringen kann, die Schuld an einer Panne auf sich zu nehmen	101
31	Wann Sie sich darüber freuen sollten, dass Ihr Computer streikt . .	104
32	Warum man gemeinsam selten einsam ist	106
33	Warum Namen mehr sind als Schall und Rauch	108
34	Was wir von Kellnerinnen und Kellnern lernen können	112
35	Welches Lächeln die Welt mit uns lächeln lässt	115
36	Was uns ein Hamsterkauf von Geschirrtüchern sagen will	118
37	Was durch einen Verlust gewonnen werden kann	122
38	Welches einfache Wort Sie auf der Stelle überzeugender macht . . .	127
39	Warum es ein Fehler sein kann, nach allen Gründen zu fragen . . .	130
40	Warum ein einfacher Name die Aktien steigen lässt	133
41	Wie beim Reimen Verkaufshoffnungen keimen	136
42	Was uns das Schlagtraining von Baseballspielern lehren kann	139
43	Wie Sie beim Wettlauf um die Treue Ihrer Kunden schneller zum Ziel kommen, wenn Sie ihnen einen Vorsprung geben	141
44	Was uns eine Packung Buntstifte über wirksame Überzeugungsstrategien verrät	144
45	Wie wir unsere Botschaft so verpacken können, dass sie läuft und läuft und läuft	146

46	Welcher Einrichtungsgegenstand Menschen dazu bringen kann, sich auf ihre inneren Werte zu besinnen	150
47	Warum wir vor jeder wichtigen Entscheidung eine kleine Auszeit nehmen sollten	153
48	Wie Emotionen das Urteilsvermögen trüben können	156
49	Was Menschen dazu bringen kann, alles zu glauben, was sie lesen . .	158
50	Wie Sie mit Ihrem persönlichen Trimethylxanthin-Labor Ihren Einfluss vergrößern können	161
	Einfluss im 21. Jahrhundert	163
	Ethik des Einflussnehmens	181
	Einfluss in Aktion	184
	Einfluss nehmen – Ihre Erfahrungen	190
	Nachweis der zitierten wissenschaftlichen Studien	191
	Danksagung	206
	Register	207