

สารบัญ

บทนำ	9
หมายเหตุถึงผู้อ่าน	11
1	
กลวิธีทางจิตวิทยาเพื่อให้ได้มา ซึ่งความภักดีที่ไม่เสื่อมคลาย : วิธีป้องกันไม่ให้เสียลูกจ้างหรือลูกค้าอีกต่อไป	13
2	
สุดยอดกลวิธีควบคุมความเสียหาย : วิธีลดผลกระทบจากชื่อเสียงด้านลบอย่างรวดเร็ว	27
3	
วิธีควบคุมความเสียหายในเรื่องส่วนตัว : ตัดวงจรข่าวลือและเรื่องซุบซิบนินทา	39
4	
กลวิธีบำรุงขวัญกำลังใจแบบเต็มสูบเพื่อให้ลูกจ้าง ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีแรงจูงใจ และมีความสุข โดยไม่ต้องเสียเงินสักบาท	51

5

วิธีที่ได้ผลชะงัดในการป้องกัน
ไม่ให้ลูกจ้างลักขโมย

67

6

วิธีทวงหนี้...ไม่ว่าจะค้างชำระ
มานานแค่ไหนก็ตาม

79

7

วิธีเปลี่ยนศัตรู
ให้กลายเป็นมิตรที่ดีที่สุด

93

8

วิธีดึงลูกค้าที่หายไปให้กลับมา
ไม่ว่าพวกเขาจะทิ้งคุณด้วยเหตุผลใดก็ตาม

105

9

วิธีรับมือกับคนที่ชอบสร้างปัญหา :
หลักจิตวิทยาเบื้องหลังความขุ่นเคือง

119

10

วิธีจัดการกับคำร้องเรียนของลูกค้าอย่างฉับไว...
พร้อมวิธีพลิกให้คุณเป็นฝ่ายได้เปรียบ

129

11

วิธีกล่าวคำวิจารณ์โดยไม่ทำให้ลูกจ้าง
ที่มีอารมณ์อ่อนไหวรู้สึกเจ็บปวด

137

12

จะรู้ได้อย่างไรว่าเขากำลัง
เล่นละครบทบาทคุณอยู่

149

13

จะรู้ได้อย่างไรว่าลูกจ้างของคุณเสพยา
หรือดื่มเหล้าขณะทำงาน
ด้วยการคุยกันแค่ 30 วินาทีโดยไม่ต้องกล่าวหาใด ๆ

163

14

ป้องกันไม่ให้ตัวคุณหรือบริษัทของคุณ
ถูกกลั่นแกล้ง

173

15

วิธีโน้มน้ำหนักเสียงส่วนใหญ่ตั้งแต่ในห้องประชุม
ไปจนถึงห้องพิจารณาคดี

189

16

เรียนรู้ศิลปะแห่งการบริหารเสน่ห์ :
สูตรลับทางจิตวิทยาที่จะช่วย
ให้ใครก็ตามชอบคุณในทันที

205

17

เทคนิคอันน่าทึ่งในการเข้ากันได้ดี
กับคนที่มึอารมณ์แปรปรวน

223

18

จะได้อย่างไรเมื่อมีคนไม่ชอบชู้หน้ากัน

231

19

วิธีเปลี่ยนแปลงในเรื่องที่น่าหนักใจ
โดยไม่ทำให้ลูกจ้างหวาดกลัว
คับข้องใจ และโกรธเคือง

237

บรรณานุกรม

253

ประวัติผู้เขียน

259

SAMPLE

บทนำ

หนังสือธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ ความเป็นผู้นำ การพัฒนาตนเอง หรือการบริการลูกค้า ล้วนนำเสนอแนวคิดดี ๆ และคำแนะนำอันปราดเปรื่อง เช่น ยิ้มแย้มและทำตัวให้เข้าถึงได้ รับฟังก่อนได้ตอบ และวางแผนถ้าไม่อย่ากลั้มเหลว ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นคำแนะนำที่ดีและมีประโยชน์ อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางการแข่งขันกันอย่างดุเดือดในปัจจุบัน คนที่จะก้าวขึ้นมาเป็นนายคน...เป็นผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการ...ย่อมต้องการบางสิ่งที่ทรงพลัง จับต้องได้ และใช้ได้จริงมากกว่านั้น

ตัวอย่างเช่น คุณรู้ดีอยู่แล้วว่าความภักดีของลูกค้าและลูกจ้างมีความสำคัญมาก แล้วคุณอยากรู้หรือไม่ว่ามีวิธีง่าย ๆ ที่จะช่วยป้องกันไม่ให้พวกเขาทิ้งบริษัทของคุณไป คุณคงเคยอ่านหนังสือเล่มหนาที่พร่ำสอนว่าลูกค้าคือพระเจ้า แต่คุณไม่อยากรู้หรือว่าเทคนิคใดที่ได้ผลร้อยเปอร์เซ็นต์ในการดึงลูกค้าที่จากไปให้กลับมาหาคุณอีกครั้ง ใคร ๆ



ก็รู้ว่าการเปลี่ยนแปลงเป็นเรื่องที่น่าหนักใจ แต่จะเป็นอย่างไรถ้าคุณ
สามารถเปลี่ยนแปลงเรื่องยาก ๆ ในองค์กรโดยไม่ทำให้ลูกจ้างหวาดกลัว
คับข้องใจ และโกรธเคือง แถมยังทำตามด้วยความเต็มใจ!

นั่นเป็นตัวอย่างเพียงบางส่วนที่ปรากฏอยู่ในหนังสือเล่มนี้ กลวิธี
ทางจิตวิทยาทั้งหมดที่คุณกำลังจะได้เรียนรู้ล้วนผ่านการออกแบบมา
เป็นอย่างดี โดยเรียบเรียงให้เข้าใจง่าย มีลำดับเป็นขั้นเป็นตอนชัดเจน
และนำไปประยุกต์ใช้กับสถานการณ์ใด ๆ ก็ตามได้ในทันที มันไม่ได้เป็น
แค่แนวคิด ทฤษฎี หรือกลวิธีที่ใช้ได้ผลกับบางคนในบางครั้งเท่านั้น
แต่ยังเป็นเครื่องมือทางจิตวิทยาขั้นสำคัญที่สุดในการควบคุมพฤติกรรม
มนุษย์ ผลก็คือ คุณไม่เพียงต่อสู้กับคู่แข่งได้อย่างสูสีเท่านั้น แต่มัน
จะพลิกให้คุณเป็นฝ่ายได้เปรียบในทุก ๆ สถานการณ์ด้วย

ด้วยรูปแบบการเขียนที่เข้าใจง่าย ตรงประเด็น สั้นกระชับ และ
ไม่ใช้ศัพท์ทางเทคนิคโดยไม่จำเป็น หนังสือของ ดร.เดวิด เจ. ไลเบอร์แมน
ทุกเล่มจึงได้รับความนิยมอย่างมาก อีกทั้งเทคนิคต่าง ๆ ที่คุณกำลัง
จะได้เรียนรู้ในหนังสือเล่มนี้ก็เป็นเทคนิคเดียวกับที่ใช้กันอย่างจริงจังใน
หน่วยงานเอฟบีไอและกองทัพสหรัฐฯ

ถึงแม้หนังสือธุรกิจส่วนใหญ่จะให้คำแนะนำที่เลื่อนลอยและนำไป
ปฏิบัติได้ยาก แต่หนังสือเล่มนี้จะนำเสนอทางออกที่เฉพาะเจาะจง
ชัดเจน และจับต้องได้ ซึ่งสามารถนำไปใช้ได้กับธุรกิจตั้งแต่ขนาดเล็ก
ไปจนถึงขนาดใหญ่ ไม่ว่าคุณจะเป็นลูกจ้างหรือเป็นเจ้าของกิจการเอง
ก็ตาม

ถ้าพร้อมแล้ว...เรามาเริ่มกันได้เลย



หมายเหตุถึงผู้อ่าน

เนื่องจากในชีวิตจริงมีตัวแปรมากมายจนนับไม่ถ้วน จึงเป็นไปได้ที่กลวิธีต่าง ๆ ในหนังสือเล่มนี้จะใช้ได้กับทุกสถานการณ์ ดังนั้น เพื่อให้หนังสือเล่มนี้นำไปใช้ได้จริงมากที่สุด ผมจึงพยายามนำเสนอกลวิธีและเทคนิคให้หลากหลาย เพื่อที่คุณจะได้นำไปประยุกต์ใช้อย่างน้อย 1-2 ข้อในแต่ละสถานการณ์

แม้ว่าเนื้อหาแต่ละบทจะสมบูรณ์ในตัวมันเอง แต่คุณจะพบว่าบางบทมีกลวิธีที่เกี่ยวข้องกัน ซึ่งจะช่วยวางแผนกลยุทธ์โดยรวมได้อย่างครอบคลุมยิ่งขึ้น โดยในตอนท้ายของแต่ละบทจะมีหัวข้อ “อ่านเพิ่มเติม” ที่คุณสามารถพลิกไปศึกษากลวิธีต่าง ๆ ในบทที่เกี่ยวข้องได้อย่างสะดวก

SAMPLE

1

กลวิธีทางจิตวิทยาเพื่อให้ได้มา
ซึ่งความภักดีที่ไม่เสื่อมคลาย :
วิธีป้องกันไม่ให้เสียลูกจ้าง
หรือลูกค้าอีกต่อไป

“ความภักดีแม้เพียงน้อยนิดมีค่าเทียบเท่าความรอบรู้มหาศาล”

— เอลเบิร์ต ฮับบาร์ด (1856-1915)



อะไรเป็นปัจจัยที่ทำให้ใครบางคนยังยืนหยัดอยู่เคียงข้างคุณแม้ในช่วงเวลาที่มีดมนที่สุด ขณะที่คนอื่น ๆ วิ่งหนีเอาตัวรอดไปไกลสุดกู่ตั้งแต่เห็นเค้าลางว่ามีเรื่องผิดพลาดเกิดขึ้น

งานวิจัยจำนวนมากแสดงให้เห็นว่า อันที่จริงแล้ว คุณสามารถทำให้เกือบทุกคนภักดีต่อคุณได้อย่างไม่มีวันเสื่อมคลาย โดยใช้แค่กลวิธีทางจิตวิทยาง่าย ๆ เท่านั้น ไม่ว่าจะเป็นคู่ค้า ลูกจ้าง หรือเพื่อนร่วมงาน คุณสามารถทำให้ใครก็ตามจงรักภักดีต่อตัวคุณ บริษัทของคุณ หรือเป้าหมายของคุณได้อย่างรวดเร็วและง่ายดายมากกว่าที่คุณเคยจินตนาการเอาไว้เสียอีก

อันที่จริงคนส่วนใหญ่ก็รู้เทคนิคขั้นพื้นฐานกันมาบ้างแล้ว ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารกับลูกจ้างและลูกค้าทุกครั้งที่มีโอกาส การมีนโยบายแบบเปิดกว้าง การกล่าวชมเชยและให้การสนับสนุน หรือการพูดคุยกันเป็นการส่วนตัวอย่างสม่ำเสมอ โดยอาจคุยกันแค่สองคนหรือจัดประชุมเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ก็ได้ ตอนนี้อย่างไรก็ตามเราจะมาค้นหาว่าคุณสามารถนำทักษะที่มีอยู่ไปใช้ทำให้คนรอบตัวภักดีต่อคุณอย่างไร

ความภักดีในบัตรเครดิต

บริษัทวิจัยยูปีเตอร์รีเสิร์ชรายงานว่า ปัจจุบันลูกค้ากว่า 75 เปอร์เซ็นต์มีบัตรเครดิตที่ใช้เป็นประจำอย่างน้อยหนึ่งในส่วนลูกค้าที่มีบัตรเครดิตตั้งแต่สองใบขึ้นไปคิดเป็นจำนวนถึง 1 ใน 3 ของผู้ใช้จ่ายใช้สอยทั้งหมด



กลวิธีที่ 1

ดึงเขามาเป็นพวก

ความภักดีของคนคนหนึ่งขึ้นอยู่กับว่าเขามองเห็นตัวเองยืนอยู่ฝั่งใดของสนามรบ ถ้าคุณดึงเขาให้มาอยู่ฝั่งเดียวกับคุณและทำให้เขากลายเป็นพวกเดียวกับคุณได้ เขาจะต่อสู้กับ “ฝ่ายตรงข้าม” ในสนามรบเคียงบ่าเคียงไหล่ไปกับคุณ ในการเปลี่ยนคนนอกให้กลายเป็นคนในนั้น คุณมีสิ่งที่จะต้องทำอยู่สองอย่าง อย่างแรก บอกข้อมูลลับที่แทบไม่มีใครรู้จักเขาเพื่อให้เขารู้สึกมีอภิสิทธิ์และเป็นคนพิเศษ อย่างที่สอง มอบอำนาจหรือหน้าที่บางอย่างซึ่งมีความสำคัญในองค์กรหรือในที่มของคุณให้เขารับผิดชอบ

ตัวอย่างเช่น สมมุติว่าผู้จัดการฝ่ายขายมีพนักงานขายคนหนึ่งที่เขายังไม่แน่ใจในความภักดี ระหว่างการพูดคุยเป็นการส่วนตัวในบรรยากาศสบาย ๆ ผู้จัดการอาจพูดบางอย่างในทำนองว่า “คริส ผมอยากให้คุณรู้ว่าบริษัทของเรากำลังจะมีการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ เรื่องของเรื่องก็คือ เรากำลังจะได้บริษัท XYZ มาเป็นลูกค้ารายใหญ่ แต่เรื่องนี้ยังไม่ได้ประกาศออกมาอย่างเป็นทางการนะ เพราะฉะนั้น ผมคงต้องขอให้คุณเก็บเป็นความลับด้วย”

เมื่อคริสตอบรับอย่างเต็มที่ ผู้จัดการอาจขอให้เขาเข้ามารับหน้าที่สำคัญ “และเราคิดว่าคุณน่าจะเป็นเร็วแรงสำคัญของทีมในการหาวิธีที่ดีที่สุดเพื่อให้บริการลูกค้ารายนี้” ถึงตอนนี้คริสก็รู้สึกว่าตัวเองเป็นคนสำคัญแล้ว โดยมีอำนาจเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ส่วนคุณก็เพียงช่วยสร้างลูกทีมที่จะกลายเป็นผู้สนับสนุนที่แข็งแกร่งที่สุดคนหนึ่งขึ้นมา



นอกจากนี้ คุณยังอาจขอให้ลูกค้าทำอะไรบางอย่างให้กับคุณ ซึ่งจะช่วยสร้างความมั่นใจว่าพวกเขาจะรักดีต่อบริษัทของคุณต่อไป โดยพูดในทำนองว่า “ตอนนี้เรากำลังปรับโครงสร้างของแผนกลูกค้าสัมพันธ์ครั้งใหญ่ครับ เราอยากให้คุณช่วยประเมินว่าที่ผ่านมาพนักงานของเราให้บริการตอบคำถามได้ดีเพียงใด ความคิดเห็นของคุณจะช่วยให้เราปรับปรุงบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นครับ”

ลูกค้าไม่ใช่แค่จะรู้สึกชื่นชมที่คุณให้ความสำคัญกับความคิดเห็นและคำติชมของเขาเท่านั้น แต่ยังรู้สึกเหมือนมีอำนาจและ “เชื่อมโยง” กับบริษัทของคุณอีกด้วย จากนั้นคุณสามารถทำให้ความรักดีของเขาแข็งแกร่งยิ่งขึ้น ด้วยการขอให้เขาช่วยตรวจสอบรายงานความพึงพอใจด้านบริการประจำเดือน (ควรเป็นงานที่ใช้เวลาไม่เกิน 10 นาที)

กลยุทธ์ที่ 2

เป็นส่วนหนึ่งของความยิ่งใหญ่

เมื่อว่าด้วยเรื่องกีฬา ผู้ชมจะแสดงตัวในลักษณะที่น่าสนใจมาก กล่าวคือ เมื่อทีมที่พวกเขาเชียร์ชนะ พวกเขาจะพูดว่า “เอาชนะแล้ว!” แต่ถ่าทีมแพ้ พวกเขาจะพูดว่า “พวกเขาแพ้แล้ว!” เราทุกคนอยากเป็นส่วนหนึ่งของความยิ่งใหญ่ อยากอยู่ใกล้ ๆ คนที่ยิ่งใหญ่ และอยากยืนเคียงข้างผู้ชนะ ในการกระตุ้นให้ผู้อื่นจงรักภักดี จงทำให้พวกเขามองเห็นความยิ่งใหญ่ในตัวคุณ

วิธีที่จะทำให้ใครบางคนหมดความรักดีได้อย่างรวดเร็วที่สุดก็คือทำให้เขาเห็นว่าคุณเป็นคนไม่ซื่อสัตย์หรือไร้ใจไม่ได้ ถึงแม้คนคนนั้น



อาจไม่ชอบในสิ่งที่คุณจำเป็นต้องพูด แต่ความจริงใจของคุณจะพิสูจน์ให้เห็นเองว่าคุณเป็นคนไว้ใจได้ เพราะอย่างไรเสียผู้คนที่เลือกที่จะอยู่กับคนที่มิห้หลักการ มากกว่าคนที่พูดในสิ่งที่พวกเขาอยากได้ยินหรือคนที่พยายามปิดบังอะไรบางอย่าง

นายความผู้ไม่เคยแพ้

เนื่องจากเจอร์รี สเปนซ์ ไม่เคยแพ้คดีเลยแม้แต่ครั้งเดียว นายความระดับตำนานผู้นี้จึงได้รับการว่าจ้างให้ว่าความแก่ต่างให้กับผู้ชายคนหนึ่งที่ถูกกล่าวหาว่าก่ออาชญากรรม และกลายเป็นข่าวครึกโครมในหน้าหนังสือพิมพ์ทุกฉบับของเมือง ชาวเมืองส่วนใหญ่ได้ตัดสินความผิดของชายผู้นั้นเรียบร้อยแล้ว ในระหว่างการคัดเลือกคณะลูกขุน บรรดาลูกขุนที่มีโอกาสได้รับเลือกส่วนใหญ่ต่างยืนยันกรานว่า ถึงแม้พวกเขาจะรู้เรื่องคดีนี้เป็นอย่างดี แต่ก็ยังสามารถวางตัวเป็นกลางได้ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากความเอนเอียงของสื่อมวลชน นายความผู้มากประสบการณ์จึงสรุปว่า ลูกขุนเหล่านั้นอาจไม่ได้พูดประโยคดังกล่าวด้วยความจริงใจ เขารังเกียดใจเสียใจให้ความสำคัญกับบรรดาลูกขุนที่รู้สึกว่า ลูกความของเขามีความผิดจริงและเอ่ยปากว่าพวกเขาอาจวางตัวไม่เป็นกลางได้ ทำไมนะหรือ...ก็เพราะอย่างน้อยพวกเขาก็มีความซื่อสัตย์ เขาเพียงแค่ต้องหาวิธีโน้มน้าวกลุ่มคนที่มีความซื่อสัตย์เหล่านี้ และคำตัดสินที่ออกมา ก็คือ คณะลูกขุนตัดสินให้จำเลยพ้นผิดทุกข้อกล่าวหา

คุณสามารถทำให้ผู้อื่นรักดีต่อคุณอย่างเหนียวแน่นได้ โดยแสดงให้เห็นว่าคุณเป็นคนที่ทำในสิ่งที่ถูกต้อง ถึงแม้จะมีหนทางอื่นที่ง่ายดายกว่าให้เลือกอย่างชัดเจนก็ตาม ดังนั้น จงทำทุกอย่างด้วยความ



จริงใจเสมอ และอย่าบิดเบือนความจริงเป็นอันขาด แล้วคุณลักษณะที่ ยอดเยี่ยมของคุณจะส่องแสงเป็นประกายออกมาราวกับหิ่งห้อยที่ส่องสว่าง ท่ามกลางคำคืนแห่งความหลอกลวง

ความซื่อสัตย์ของคุณอาจเผยตัวออกมาได้หลายทาง ตัวอย่าง เช่น ถ้าคุณกำลังเล่นเกมตอบปัญหาที่สืบคำถามกับเพื่อน ๆ อยู่แล้วเกิดการโต้เถียงกันขึ้นมาว่าคำตอบของใครกันแน่ที่ถูกต้อง *จงเลือกจุดยืนที่ไม่ได้เอื้อประโยชน์ต่อตัวคุณเอง* หลังจากที่เกมจบไปนานจนถูกลืมไปแล้ว คุณจะเริ่มเป็นที่จดจำในฐานะของคนที่ยึดมั่นในความถูกต้อง แม้ว่าบางครั้งตัวคุณเองอาจต้องเสียผลประโยชน์ก็ตาม ผู้คนจะมองหาคุณและอยากเป็นส่วนหนึ่งในสิ่งที่คุณทำ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเรากำลังพูดถึงความซื่อสัตย์ ถึงแม้จุดยืนที่คุณคิดจะเลือกนั้นไม่ได้ให้ผลประโยชน์ใด ๆ กับคุณ ก็ขอให้เลือกด้วยความจริงใจ คุณไม่ควรต้องสร้างสถานการณ์ปลอมขึ้นมาเพื่อให้คนอื่นมองว่าคุณเป็นเช่นไร เพียงแค่รอให้สถานการณ์เหล่านั้นเกิดขึ้นเอง...แล้วเตรียมตัวให้พร้อมก่อนจะได้ใช้ความสามารถทั้งหมดที่มีมาสร้างความเป็นไปได้ให้ได้อย่างเต็มที่

ลองมาดูอีกสักตัวอย่าง ถ้าลูกค้าของคุณต้องการทำอะไรบางอย่างที่ไม่ได้เกิดประโยชน์ใด ๆ กับเขาเลย แต่คนที่ได้รับประโยชน์เต็ม ๆ คือตัวคุณ ตัวอย่างเช่น ในเรื่องของสัญญา ค่านายหน้า หรือการคิดค่าบริการเป็นรายชั่วโมง คุณก็ควรอธิบายให้เขาเข้าใจว่า สิ่งที่เขาคิดจะทำนั้นไม่ได้ก่อให้เกิดประโยชน์ใด ๆ กับเขาเลย พร้อมให้เหตุผลประกอบ (บางทีคุณอาจแนะนำทางเลือกอื่นที่เสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่า) การทำเช่นนี้จะช่วยให้คุณมัดใจลูกค้าไปตลอดกาล

ลองคิดดูสิครับ ถ้าช่างซ่อมรถหรือหมอฟันบอกให้คุณรู้ว่า สิ่งที่คุณคิดจะทำนั้นเป็นการเสียเงินโดยเปล่าประโยชน์ ซึ่งคุณไม่เคยรู้



มาก่อน คุณจะรู้สึกภักดีต่อตัวเขาและบริการของเขามากขึ้นแค่ไหน คนที่มีหลักการจะมีความสามารถโดดเด่นในการทำให้ผู้อื่นภักดีอย่างไม่เสื่อมคลาย

ในหนังสือเรื่อง *Influence* ที่เป็นผลงานระดับชั้นนำของโรเบิร์ต ซือลลิตนี่ เขาเล่าถึงสุดยอดบริการคนหนึ่งที่นำความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรม ความภักดีของมนุษย์ไปใช้ในทางที่ไม่ซื่อสัตย์ เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้า กลุ่มใหญ่สั่งอาหารมากขึ้นแล้วก็ให้ทิปกับเขาเป็นประจำ ตอนแรกที่ บริการคนนี้รับออเดอร์ เขาจะทำท่าลังเล เหลียวมองดูข้างหลัง ก่อน จะกระซิบบอกแขกว่า อาหารจานนั้น “ไม่อร่อยเหมือนคืนก่อน ๆ” พร้อมกับแนะนำอาหารอื่น ๆ อีกสองรายการที่มีราคาถูกกว่าเล็กน้อย บรรดาแขกที่มาทานอาหารจะรู้สึกซาบซึ้งที่มีบริการคนนี้คอยช่วยเหลือ และพวกเขาก็จะมองว่าบริการคนนี้เป็นคนที่ซื่อใจได้ เขาจึงได้รับทิป มากขึ้น เพราะลูกค้ามีแนวโน้มที่จะสั่งไวน์และของหวานราคาแพงกับ บริการที่ดูเหมือนจะซื่อสัตย์คนนี้นั่นมากขึ้น¹

กลวิธีที่ 3 ทีละเล็กละน้อย

ในงานวิจัยระดับคลาสสิกของโจนาธาน ฟรีดแมน และสก็อตต์ เฟรเซอร์² นักจิตวิทยา กลุ่มหนึ่งโทรศัพท์ไปหาแม่บ้านหลายคนในรัฐแคลิฟอร์เนีย และถามว่าพวกเขาจะมีเวลาตอบคำถามสักสองสามข้อเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือนหรือไม่ ซึ่งแม่บ้านส่วนใหญ่ตอบตกลง