

# how to get people to do stuff

เคล็ดลับจิตวิทยา  
ไม่ต้องพูดมาก  
คนก็อยากทำให้คุณ

SUSAN M. WEINSCHENK

เข้าใจคน เข้าใจสถานการณ์ แล้วคุณจะได้ในสิ่งที่ต้องการเร็วขึ้นและง่ายขึ้น



สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

6165422 63

012518657

j22465334

# How to Get People to Do Stuff



สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
CHIANGMAI UNIVERSITY LIBRARY

Susan M. Weinschenk, Ph.D.



# สารบัญ

## 1

### แรงขับเคลื่อนทั้งเจ็ด

แรงขับเคลื่อนทั้งเจ็ดในการจูงใจ	15
จะเป็นการควบคุมผู้อื่นมากเกินไปหรือไม่	21

## 2

### ความต้องการเป็นส่วนหนึ่ง

เมื่อคนรู้สึกเชื่อมโยงกัน พวกเขาจะทุ่มเทมากขึ้น	25
ใช้คำนามแทนคำกริยา	26
ใช้ประโยชน์จากพลังความคิดของผู้อื่น	27
เลือกผู้ร้องขออย่างเหมาะสม	30
สร้างหนีบุญคุณ	36
ทำให้คนปฏิเสธ	39
ใช้การเลียนแบบ	41

ลอกเลียนภาษากายเพื่อสร้างความเป็นมิตร	43
ผู้คนจะเลียนแบบความรู้สึกของคุณ	45
สร้างกระแส	47
วิทยาศาสตร์ที่ว่าด้วยความผูกพัน	49
วิธีทำให้คนไว้ใจคุณ	54
ทำให้สมองของผู้พูดและผู้ฟังทำงานสอดคล้องกัน	55
ช่วงเวลาที่การแห่งเงินใช้ได้ผลและไม่ได้ผล	57
คนเราจะเชื่อฟังผู้นำ	59
คุณใช้มือพูดอะไรได้บ้าง	65
ใบหน้าและดวงตาของคุณก็พูดได้เช่นกัน	68
คุณสื่อความหมายได้ด้วยน้ำเสียง	70
เสื้อผ้าบ่งบอกความเป็นคุณ	72
ทำตัวอย่างไรให้กลายเป็นผู้นำในไม่กี่วันก็	73

### 3

## นิสัย

วิทยาศาสตร์ที่ว่าด้วยนิสัย	77
วิธีสร้างนิสัย	80
วิธีเข้าไปจัดการจิตไร้สำนึก	85
วิธีสร้างนิสัยใหม่ในเวลาไม่ถึงหนึ่งสัปดาห์	89

## 4

### พลังของเรื่องราว

ฉันรู้สึกได้ว่าคุณเจ็บปวด!	100
เรื่องราวที่เรามีต่อตัวเองเป็นตัวขับเคลื่อน	
พฤติกรรมของเรา	103
วิธีกระตุ้นภาพลักษณ์	106
กลยุทธ์ “สร้างรอยร้าว”	110
กลยุทธ์ “หลักในการผูกติดกับภาพลักษณ์”	114
เริ่มจากสิ่งเล็ก ๆ	118
เผยแพร่สู่สาธารณะ	120
การเขียนเพิ่มระดับการผูกมัด	123
กระตุ้นเรื่องราวใหม่	125

## 5

### รางวัลและการลงโทษ

การทำให้ผู้คนทำสิ่งต่าง ๆ โดยอัตโนมัติ	132
สิ่งที่คาสิโนรู้	134
เลือกจากการเสริมแรงพื้นฐานห้าแบบ	137
การเสริมแรงอย่างต่อเนื่อง : วิธีทำให้คนทำสิ่งใหม่ ๆ	139
ตามจำนวนครั้งแบบไม่กำหนดตายตัว :	
วิธีทำให้คนทำสิ่งนั้นต่อไป	140

ตามช่วงเวลาแบบไม่กำหนดตายตัว :	
วิธีทำให้พฤติกรรมคงเส้นคงวา	141
ตามจำนวนครั้งแบบกำหนดตายตัว :	
วิธีทำให้พฤติกรรมพุ่งพรวด	143
ทำไมการเสริมแรงตามช่วงเวลา	
แบบกำหนดตายตัวจึงใช้ไม่ได้ผลมากนัก	146
ให้รางวัลกับก้าวแรกของการเริ่มต้น	148
เลือกรางวัลให้เหมาะสม	152
เมื่อไรที่ควรให้รางวัล	155
การเสริมแรงทางลบ	156
การลงโทษ	159

## 6

### สัญชาตญาณ

ความกลัว ความสนใจ และความจำ	163
ความกลัวโรคร้ายและความตาย	165
ความกลัวการสูญเสีย	167
จำกัดจำนวน	171
เมื่อคนต้องการยี่ห้อที่คุ้นเคย	173
เราชอบเป็นผู้ควบคุม	176
ความปลอดภัยและการมีส่วนร่วม	179
ฉบับปรับปรุงใหม่!	181
ทำให้พวกเขา “ติดใจ”	182
ความแปลกใหม่และโดพามีน	185
อาหารและเซ็กซ์	186

## 7

### ความปรารถนาที่จะเชี่ยวชาญ

ความเชี่ยวชาญดีกว่าการให้รางวัล	192
ทำให้คนรู้สึกพิเศษ	196
ความท้าทายจูงใจคนได้	197
ความเป็นอิสระส่งเสริมความเชี่ยวชาญ	200
เมื่อการดิ้นรนต่อสู้เป็นสิ่งที่ดี	201
ให้ข้อมูลป้อนกลับเพื่อรักษาแรงจูงใจให้คงอยู่ต่อไป	202
ปล่อยให้ตามภาวะสิ้นโหล	206

## 8

### กลยุทธ์ของสมอง

สมองจอมขี้เกียจของคุณ	215
มองหาสาเหตุ	217
ใช้เรื่องราวที่สอดคล้องกัน	220
พลังแห่งการปูพื้นความคิด	221
พูดถึงความตาย	224
การยึดหลัก : เมื่อตัวเลขไม่ได้เป็นเพียงตัวเลข	227
ความคุ้นเคยสร้างความพึงพอใจ	232
ทำให้อ่านยากเข้าไว้	235
กล่อมด้วยสภาพปัจจุบัน	237

ทำให้คนไม่สบายใจ	239
ความกระหายความแน่ใจ	242
อย่าทำให้คนคิดมากเกินไปหรือนานเกินไป	244
หากอยากให้มีพลังซึ่งต้องใช้คำคล้องจอง	245
ชื่อธรรมดาดีที่สุด	246
วิธีทำให้คนจำได้	247
โครงสร้างทางความคิดในหัวคุณ	252
เปลี่ยนทุกอย่างได้ด้วยคำถาม	257
คำอุปมาอุปไมยพลังในการเปลี่ยนวิธีคิด	258
ใจกว้างช่วงเวลานี้เอาไว้	260
เวลาคือเงิน	261
คนให้คุณค่ากับประสบการณ์มากกว่าสิ่งของ	262
อาการใจลอย	264
ทำให้คนหยุดคิด	267
ถ้ารู้แบบนี้ : พลังของความเสียดาย	269
ถือของหนัก	271

## 9

### กรณีศึกษา : การใช้แรงขับเคลื่อน และกลยุทธ์ในโลกความเป็นจริง

ทำให้คนบริจาการเงิน	277
ทำให้คนเป็นผู้ริเริ่ม	279
ทำให้เขาจ้างคุณเข้าทำงาน	280



ทำให้คนตกลงเข้าทำงานกับองค์กร	285
ทำให้ลูกค้าตัดสินใจว่าจ้างคุณ	288
ทำให้ลูกค้าฝึกซ้อมดนตรี	291
ทำให้ลูกค้าช่วยแนะนำบอกต่อ	295
ทำให้คนลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง	297
ทำให้คนใส่ใจสุขภาพมากขึ้น	300
ทำให้คนใช้รายการตรวจสอบ	303
ทำให้คนรีไซเคิล	306
ทำให้ลูกค้ามีส่วนร่วมอย่างแท้จริง	308
ทำให้คนมองอีกมุมหนึ่ง	311

## 10

### รายการกลยุทธ์

ความต้องการเป็นส่วนหนึ่ง	316
นิสัย	318
พลังของเรื่องราว	319
รางวัลและการลงโทษ	320
สัญชาตญาณ	321
ความปรารถนาที่จะช่วยชาวนา	323
กลยุทธ์ของสมอง	325
<b>บรรณานุกรม</b>	331
<b>ประวัติผู้เขียน</b>	341