

Inhoud

Inleiding –

Macht aan de aardige mens 7

1 De mythe –

Je hebt het of je hebt het niet 9

2 Hoe werkt onweerstaanbaar worden –

De korte psychologie van overtuigen 14

3 De stijlen van overtuigen –

Je charisma en je reputatie 19

4 Overtuigen als Autoriteit –

Hoe word je een krachtig leider 23

5 Overtuigen als Vriend –

Hoe word je een magneet 52

6 Overtuigen als Voorbeeld –

Hoe creëer je volgers 75

Nawoord –

No guts no glory. Deel je ideeën 91

Inleiding

Zou het niet handig zijn om te kunnen overtuigen? Om charisma te hebben? Om een geboren leider te zijn, een soort magneet? Dat anderen aan je lippen hangen en knikken als je iets zegt? Charisma lijkt iets als een magisch gen waarmee je geboren moet zijn; iets wat sommigen van ons hebben en anderen niet.

Het eerste goede nieuws is: overtuigen volgt logica. Er zijn wetmatigheden rond overtuigen, en ik heb ze voor je samengevat in dit boekje. Door de hefboomen te kennen kun je bovendien ook zelf strategieën verzinnen of achteraf terugrekenen waarom je zo succesvol was of waar het juist aan ontbrak.

Het tweede goede nieuws is: charisma kun je vergroten. We hoeven het allemaal niet zomaar te kunnen.

'The difference between ordinary and extraordinary is practice.' – Helen Grosshans

Michael Jordan en Daphne Schippers hebben getraind. Een oester schoon openen doe je niet zomaar en *Für*

Elise vraagt oefening tot je beide broers' oren tuiten. Zo heeft Barack Obama zich bekwaamd in overtuigen vanaf 2000 en traint hij daarnaast nog steeds drie weken op een nieuwe speech. Waarom zouden wij het zomaar moeten kunnen?

Er zijn mensen met goede ideeën die niet gehoord worden. Veel mensen kennen het. Soms zijn we te bescheiden, te abstract of hebben we een te vooruitstrevend plan. Stel dat je een goed idee hebt. Je wilt niet voorbij worden gestreefd door iemand met minder inhoud maar met meer impact, meer macht of met simpelweg een grote bek.

Dat moet stoppen. Alle goede ideeën moeten worden gehoord. Gebruik de wetenschap van overtuigen en *kick ass*.

Macht aan de aardige mens.

Pacelle van Goethem
Haarlem, oktober 2020

1

De mythe – Je hebt het of je hebt het niet

Het hoofd van mijn basisschool, meester Assen, had hét. In Azelo, onze kleine plattelandsgemeenschap in Twente, was hij de man. De go-to-adviseur voor eigenlijk alles. Of mensen nou land aankochten, of er vee ziek was of ruzie thuis, meester Assen was de man bij wie je terecht kon. Hij gaf gevraagd, en overigens ook ongevroegd, advies. Hij was de vader van zeven kinderen en een leraar die prachtige verhalen vertelde. Groot, streng en flamboyant. Ik heb hem nooit in vrijetijdskleding gezien. Tegen een achtergrond van bossen en akkers met koeien kleepte hij zich altijd of hij net van de set van *The Godfather* kwam. Hij was een perfecte mix van John Wayne, Ronald Reagan en de paus. Charisma voor het opscheppen.

We keken allemaal tegen hem op. Zeker ik als verlegen en dromerig kind. Ik zei niet zoveel en als ik al wat zei, dan was het meestal onbegrijpelijk. Ik had ‘het’ duidelijk niet. Maar meester Assen was onze fan; hij spoorde ons aan te doen waar we van hielden. En hij moedigde mij en mijn broers aan, net als mijn ouders, om te gaan studeren.

Toen ik ouder werd begon ik het grote plaatje te zien. Dat er mensen zijn die onweerstaanbaar zijn en alles voor elkaar lijken te krijgen. Naar wie we luisteren en wier plannen gehoord worden, of ze nou goed zijn of niet. Maar ook dat veel geweldige ideeën niet gehoord worden; dat veel aardige, hoffelijke mensen, zo ook intelligente, genuanceerde denkers niet gehoord worden. Zo werd Albert Einsteins sollicitatie ooit afgewezen door de Universiteit van Bern en de Universiteit van Zürich en door Kamerlingh Onnes in Leiden.

Het beste idee hebben is geen garantie voor succes. Zoals pokerspelers zeggen: *het zit niet in de kaarten, het is hoe je ze speelt*. Zo zit het ook niet in je idee, maar in hoe je het brengt. En om het ingewikkelder te maken, hebben de mensen die je wilt overtuigen ook nog eigen ideeën.

Ik wilde snappen hoe dat werkt. Wat maakt nou dat we anderen volgen? Ik wilde de magische code kraken van meester Assen en andere zeer overtuigende mensen. Daarom ben ik twee dingen gaan onderzoeken. Ten eerste wat er in onze hersenen gebeurt als we overtuigd raken; ofwel hoe overtuigen werkt. Neuropsychologisch onderzoek bood antwoorden over de hefboomen voor overtuigen. De psychologie van overtuigen bleek te vatten in een Model van Invloed en een Model van Overtuigen. In dit boek vat ik ze voor je samen, in *IJs verkopen aan eskimo's* lees je de uitgebreide toelichting van beide modellen.

Daarnaast wilde ik weten wat het is dat mensen, organisaties en boodschappen overtuigend maakt. Daarvoor onderzocht ik onder andere de klassieken, de argumentatieleer en de retorica, de psychologie en sociale psychologie, taalwetenschap en socio- en psycholinguïstiek. Ook heb ik vijf jaar lang opnames verzameld van speeches, gesprekken en vergaderingen en daarin de best practices onderzocht. Wat deden deze mensen vlak voordat door de ander(en) werd geknikt, geklapt of meegeschreven? Hoe deden ze? Hoe hadden ze hun inhoud georganiseerd? Wat zijn kennelijk triggers om anderen mee te krijgen? Van alle mensen die ik bestudeerde, was er onderscheid te maken in hun manier van overtuigen. Ik verdeelde ze in drie groepen en noemde ze de stijlen van overtuigen: Autoriteit, Vriend en Voorbeeld.

Twee belangrijke conclusies brachten me dichter bij de ontrafeling van het geheim.

Overtuigen heeft logica en charisma heeft best practices. Sterker, we hebben 'het' allemaal in ons. En hoewel er zeker wel voorspellers voor succes in overtuigen zijn – intelligentie, empathisch vermogen en urgentie – is overtuigen te leren. En charisma kun je leren vergroten. Hoe? Door de hefboom voor overtuigen te kennen, door je stijl van overtuigen te kennen en door méér best practices van die stijl en de andere stijlen in te zetten, passend bij jou en de situatie.

Wil je dat jouw idee gehoord wordt? Ken je eigen stijl, gebruik meer van wat bij je past, leer meer stijlen gebruiken en versterk je overtuigingskracht.

In *Ijs verkopen aan eskimo's* staat dit alles uitgebreid beschreven: de neuropsychologie, de modellen van invloed en overtuigen en hoe je mensen persoonlijk en inhoudelijk kunt overtuigen. Met dit boek, dat een deel is uit *Ijs verkopen aan eskimo's*, kun je je eigen overtuigingsstijl ontdekken en hoe je deze en andere stijlen kunt versterken. Alle drie de stijlen kunnen gebruiken is de sleutel tot charisma. Mocht je de smaak te pakken hebben, in *Ijs* lees je uitgebreid over hoe overtuigen werkt in onze hersenen en ook hoe je anderen overtuigt op inhoud.

Macht aan de aardige mens

Er zijn zoveel geweldige ideeën die niet gehoord worden. Brilljante mensen die niet begrepen worden. Aardige mensen die genuanceerd vertellen en bestempeld kunnen worden als minder daadkrachtig of als twijfelaars. En dat ernaast iemand zit met een minder goed plan, maar die het krachtig, aanstekelijk en helder brengt. Of macht heeft of grote woorden.

Klaar ermee. Het einde van de grote bek.

Tijd voor macht aan de wijzen, de denkers, de aardige mens.

De wereld zit te springen om goede ideeën. En goede ideeën vragen al je charisma.

Je hebt het in je, dus waarom zou je het niet gebruiken?

In de komende hoofdstukken lees je over de overtuigingsstijlen en welke best practices bij die stijl horen. Disclaimer: ga niet alles wat je in het boek leest tegelijkertijd inzetten. Wees zuinig bij de toepassing. Check of iets bij je past. Oefen eerst met onbekenden, ruk dan op via de bouwmarkt en vage kennissen naar je collega's en huisgenoten. Als het er ook bij hen van opknapt, dan weet je dat het werkt en raak je er vertrouwd mee. Gebruik het daarna waar het gewicht van je functie of de noodzaak van je ideeën vraagt om al je overtuigingskracht.

2

Hoe werkt onweerstaanbaar worden

Iedereen leert overtuigen. Een baby van twee maanden kan zijn of haar ouders al bewegen om uit bed te komen. Vanaf onze vroege jeugd ontdekken we strategieën die werken. We vragen om een snoepje en afhankelijk van de sleutels tot succes bij onze ouders vullen we ons repertoire van overtuigingsstrategieën aan. Na onze ouders ontdekken we wat werkt bij onze vrienden. In ons leven gebruiken we de strategieën die ooit met succes hebben gewerkt, samen ook wel bekend als onze persoonlijkheid.

Ook doen we ervaringen op die onze hersenen opslaan (de kachel is heet, wiskundeleraren zijn streng), en eigenen we ons overtuigingen en verwachtingen toe over hoe de wereld in elkaar zit, wat normaal is en hoe mensen zich zouden moeten gedragen. Dat geldt voor ons allemaal. Zoals wij iemand beoordelen die ons wil overtuigen, of zich gedraagt zoals wij verwachten, zo beoordelen anderen ons als wij hen willen overtuigen, passend bij hun verwachtingen over de wereld.

Ontspanning en betrokkenheid bepalen de invloed die wij op anderen hebben, en daarmee hoe overtuigend we op hen overkomen. Als we anderen willen overtuigen is het van belang dat ze zich openstellen voor ons. Daarvoor moeten kort samengevat drie dingen gebeuren in hun hersenen: hun prefrontale ‘denkende’ cortex moet je beschouwen als passend bij verwachtingen, hun hippocampus moet je herkennen en zien als vertrouwd en hun amygdala mag je niet herkennen als potentieel vervelende stimulus. Die drie dingen samen leiden tot ontspanning bij de ander.

Overtuigen vereist ontspanning; vertrouwen in jou en de welwillendheid om naar jou te luisteren. Als je weet wat de ander denkt en verwacht, kun je bepalen wat je moet doen om hem of haar te overtuigen. Ontspannen zijn we als de wereld draait zoals wij denken dat ze moet draaien, ofwel volgens onze overtuigingen en verwachtingen. Als we iemand willen overtuigen is het dus belangrijk dat we in zijn of haar ogen doen zoals verwacht, passend bij onze rol en bij de situatie.

Als je iemand wilt overtuigen, let dan op of de ander ontspannen is en blijft. Dit geldt ook bij een groep die je wilt overtuigen. Als je merkt dat de ander verstrakt, is kennelijk een verwachting of overtuiging doorkruist. Afhankelijk van iemands betrokkenheid zal hij of zij reageren. Vindt diegene het onderwerp onbelangrijk, dan zal de ander afhaken en kun je hem of haar niet overtui-