



MANIPULATIONENS PSYKOLOGI



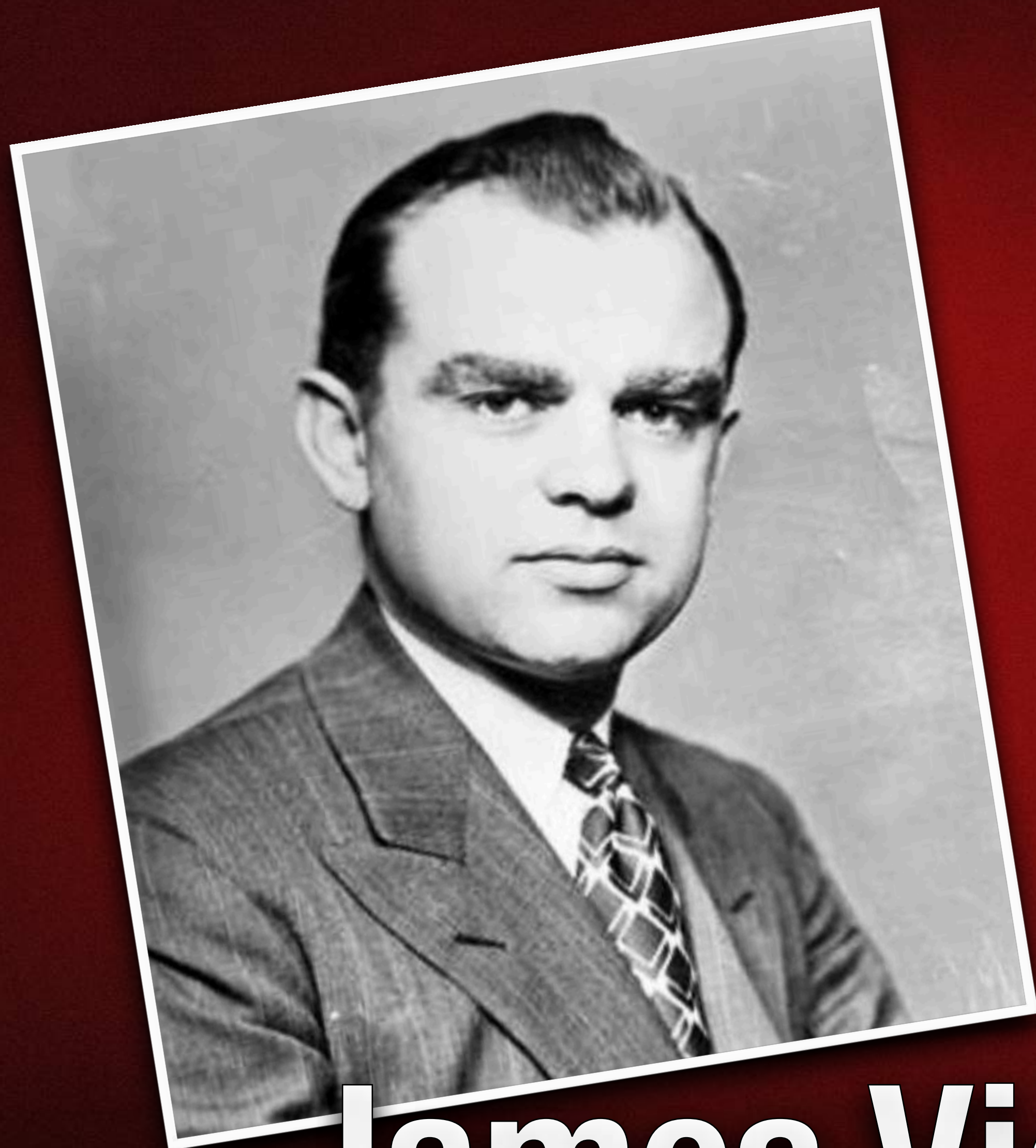
[manipula'ɸo'n]

SWINDELL



A black and white photograph of a soldier in the foreground, wearing a helmet and looking directly at the camera. In the background, several other soldiers are visible, some carrying equipment. The image has a grainy, historical quality.

KRIGSFANGER FRA KOREA-KRIGEN



James Vicary

**Hungry?
Eat Popcorn**



**Drink
Coca Cola**





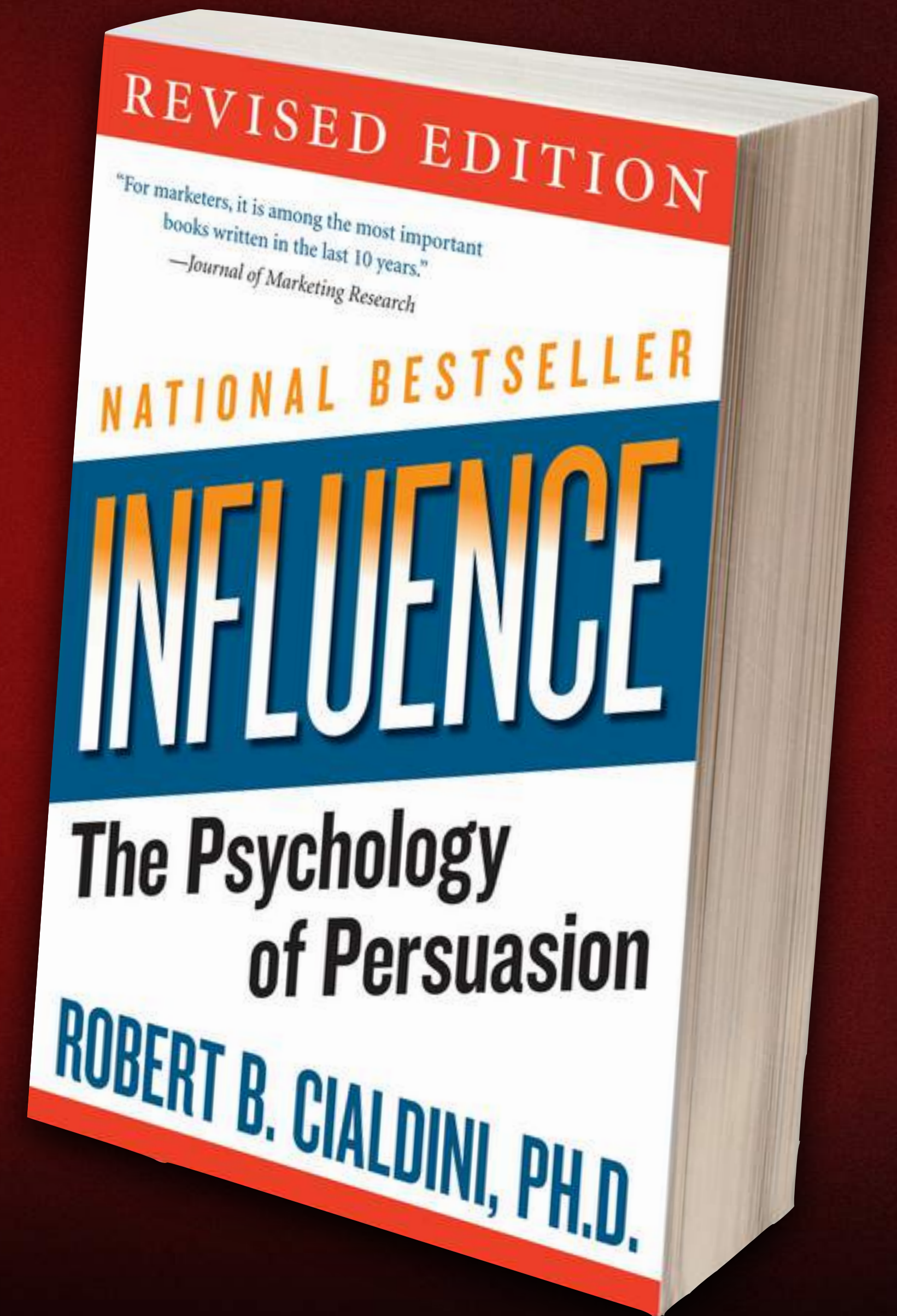
57,8 %

18,1 %





Robert Cialdini



6

**psykologiske
principper
til at påvirke folk
i en positiv retning**

VIRKER DET...?

**Tak for et mega fedt foredrag.
Jeg gik direkte hjem og manipulerede
mig til en overnatning hos naboen ;-)**

Hilsen

Sarah Moore-Simonsen

Cialdinis 6 universelle principper for påvirkning af folk, så de siger “Ja”

- 1. Forpligtelse og konsistens**
- 2. Knaphed**
- 3. Autoritet**
- 4. Gengældelse**
- 5. Sympati**
- 6. Social accept**



**FORPLIGTELSE
OG KONSISTENS**

Lysten til at være i overensstemmelse med det, vi allerede har gjort.

Folk har større tilbøjelighed til at sige JA hvis det hænger sammen med tidligere handling eller tidligere forpligtelser.

Specielt hvis dette sker i offentligheden, og såfremt det sker med personens frie vilje.

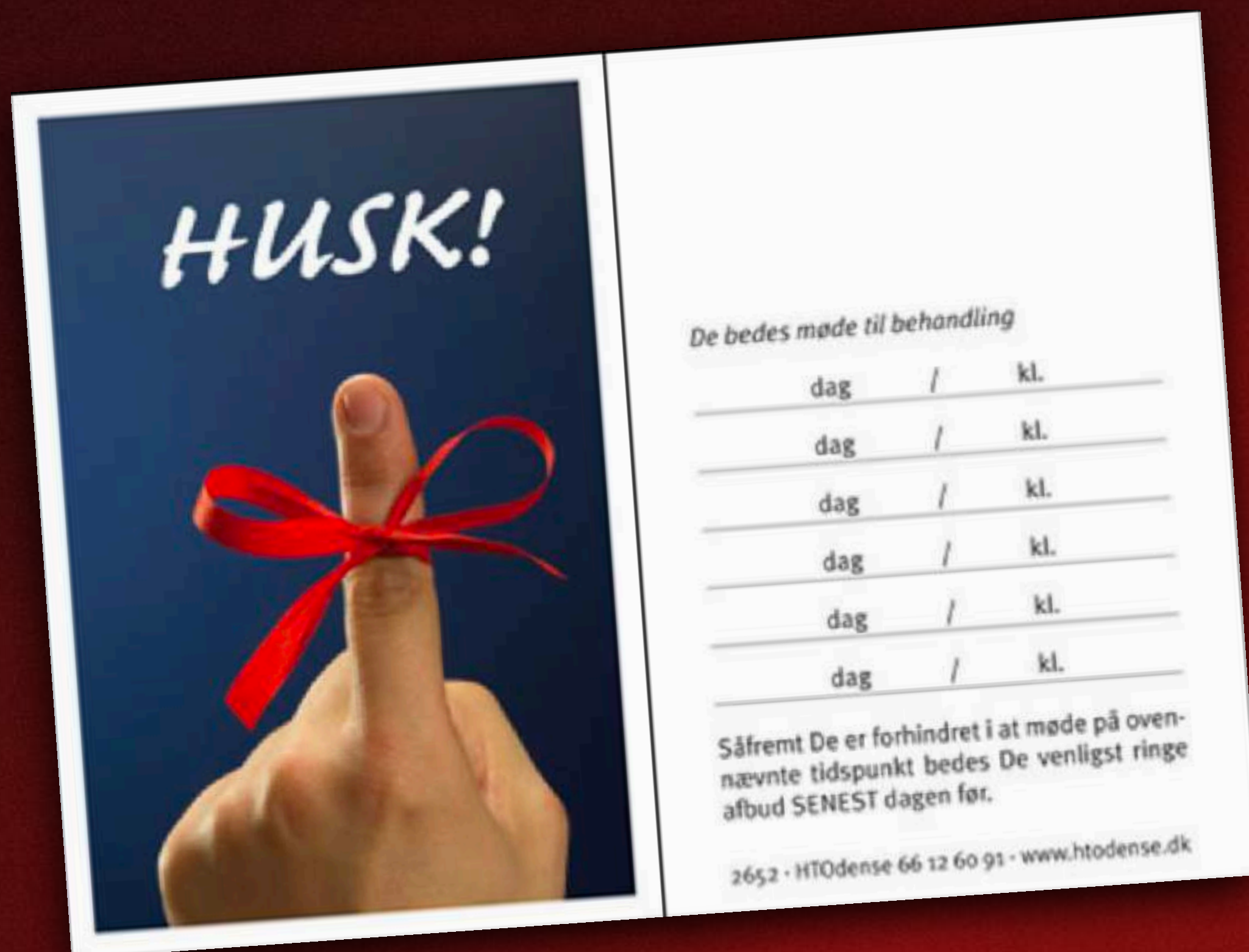




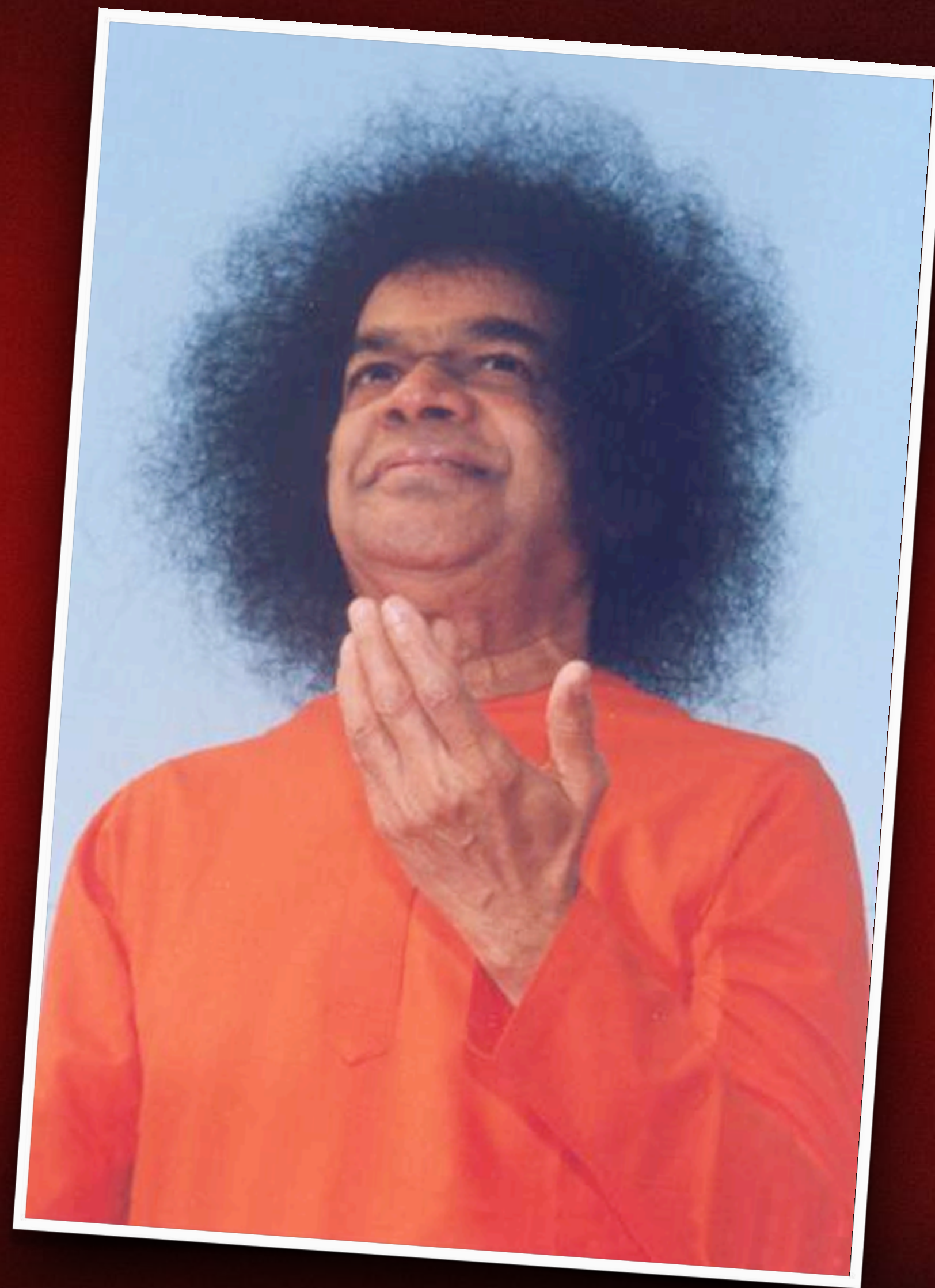
A close-up photograph of a black leather brogue shoe wedged against the handle of a closed wooden door. The shoe is positioned diagonally, with its toe pointing towards the bottom right. The door handle is a metal lever with a circular grip. The shoe's laces are visible, and the brogue pattern on the toe is clearly defined. The door is made of light-colored wood, and the floor is also visible at the bottom.

“Foot-in-the-door”-teknikken



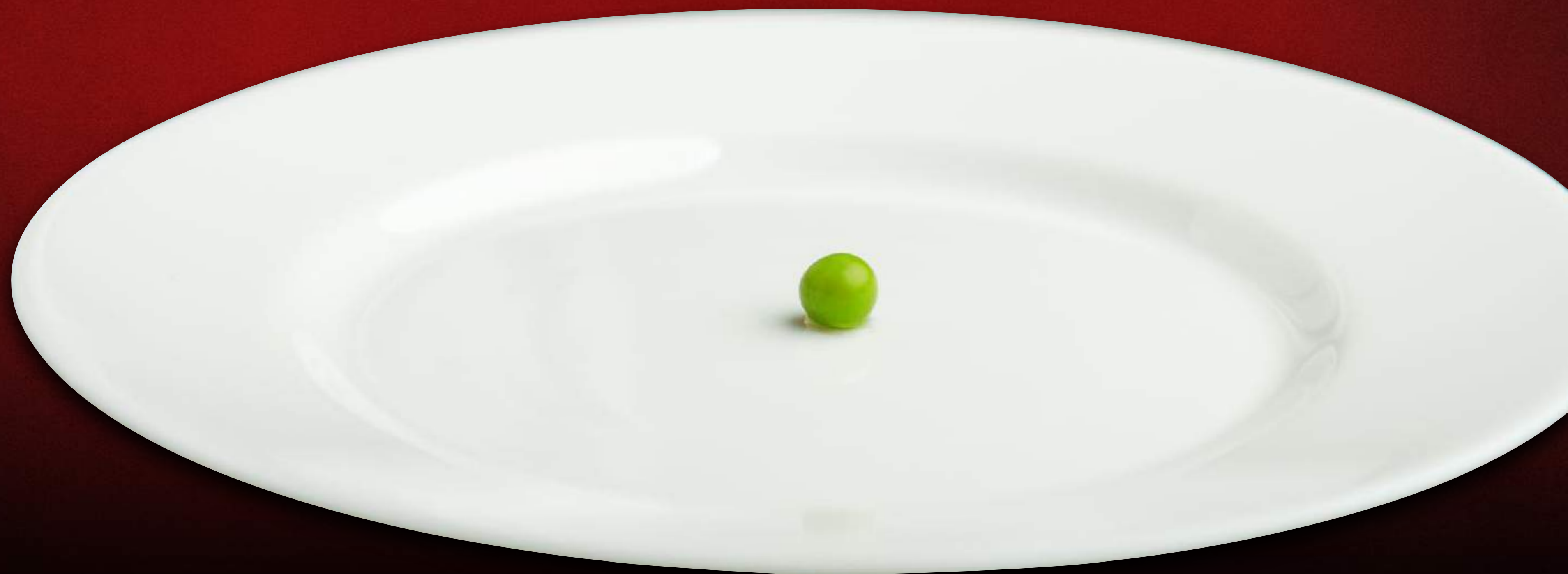


Udeblivelse reduceres med 18% såfremt patienten selv udfylder kortet.



Thorbjørn Meyer 1929-2009
Lektor på Handelshøjskolen i København
Formand for den europæiske Sai Baba bevægelse

KNAPPHED



**Begrænsning øger ønskværdigheden -
folk ønsker at få mere af det de kan
få mindre af.**

**Vi ønsker det endnu mere, når vi
konkurrerer om det.**

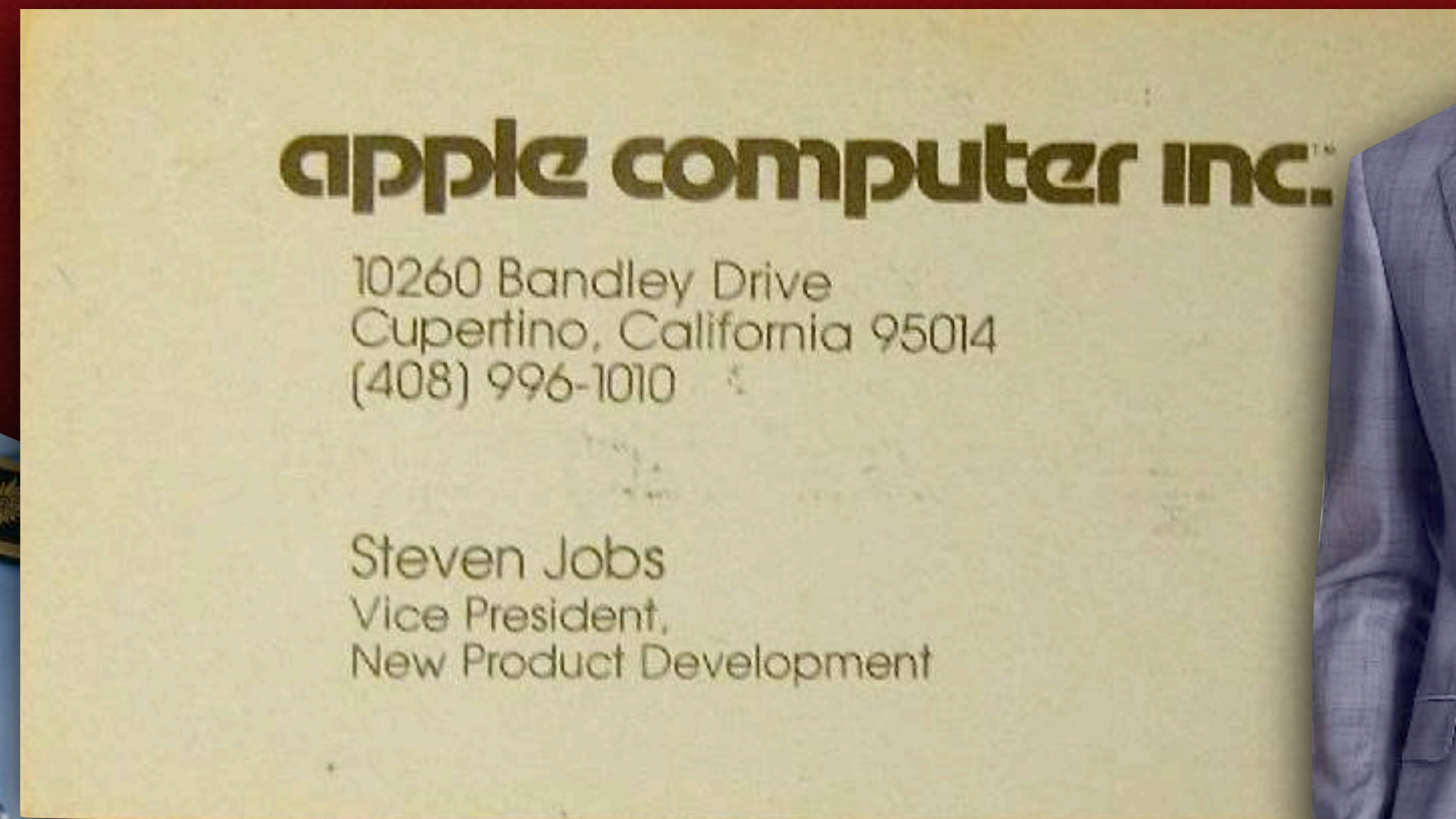
Begrænset mængde - begrænset tid.



momondo

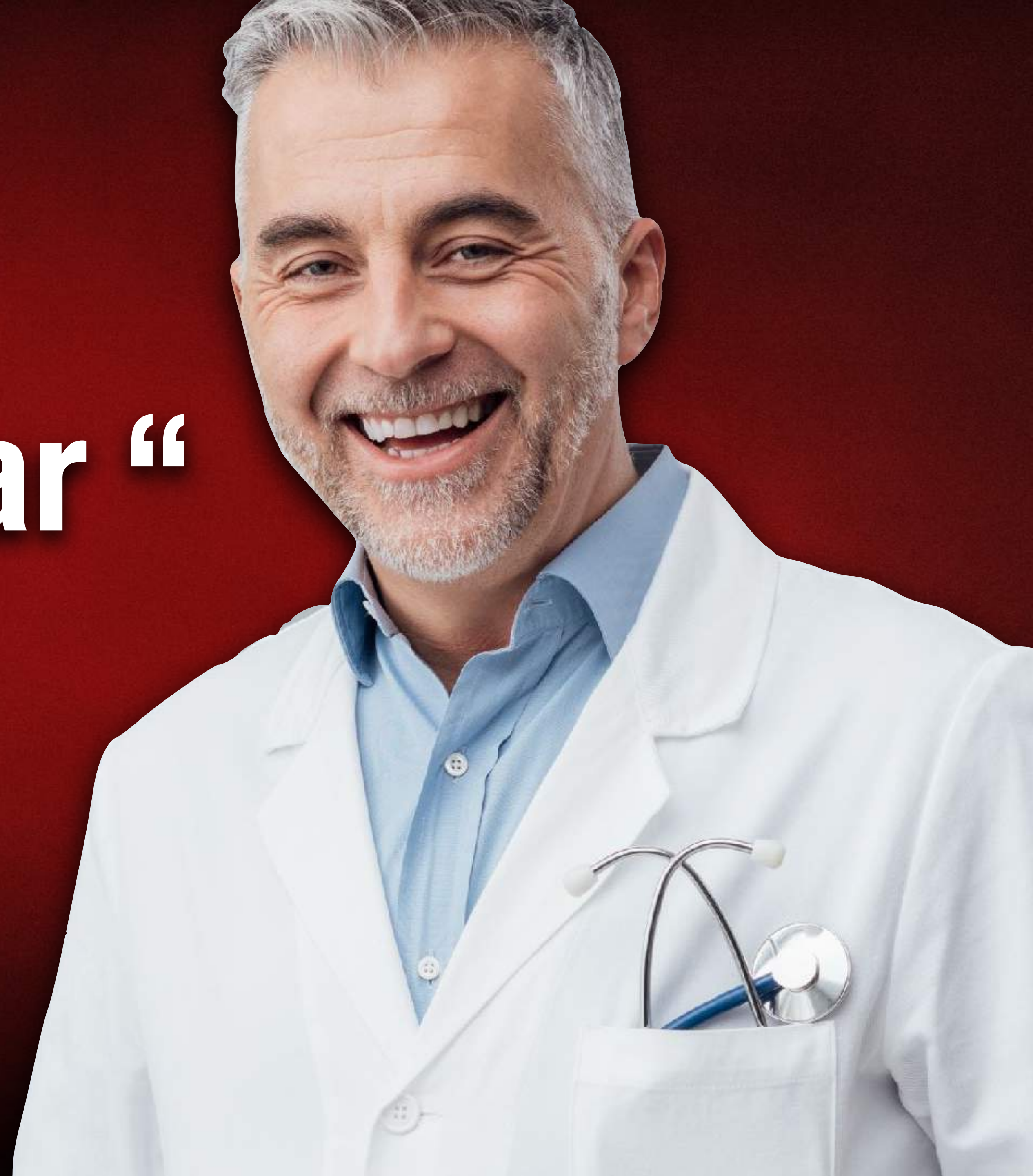


AUTORITET



“ Place i R ear “

Rear = bag

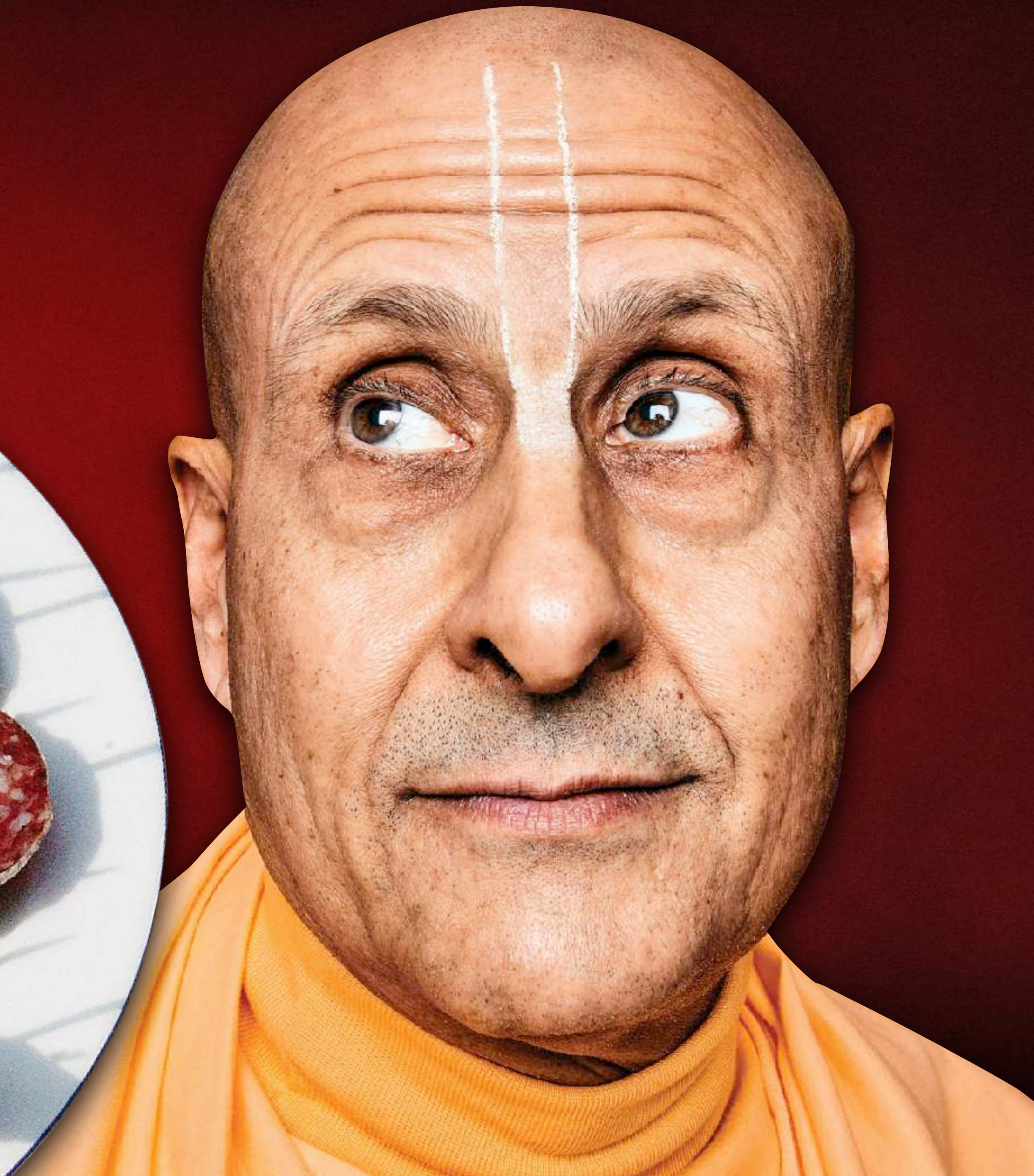




GENGÆLDELSE



**Vi ønsker at “tilbage betale”
hvad andre har gjort for os**





3%

14%



23%

1 Vær den første som giver

2 Gør det uventet

3 Gør det personligt

**“Jeg (sig dit fulde navn)
lover hermed alle mænd i aften,
at jeg en af de kommende dage
vil købe en billig buket
tankstationsblomster til min kone.**

**Jeg stoler på Niels Krøjgaard, når han siger,
at 80% af alle os mænd herefter vil få et
JA, næste gang vi spørger konen om noget...”**

SYMPATI



**Vi kan lide personer,
som har ligheder med os.**

**Vi kan lide personer,
som giver os komplimenter.**

**Vi kan lide personer,
som arbejder med os
mod et fælles mål.**



ØVELSE PÅ HARVARD BUSINESS SCHOOL



Gruppe 1 blev primet med:
“Tid er penge”

**55% lavede
en aftale**



Gruppe 2 fik opgaven:

“Før I begynder forhandling
- skal I udveksle personlige
informationer med hinanden

90% lavede

en aftale

A background image showing a person's hand holding a pen over a document, with a speech bubble overlay.

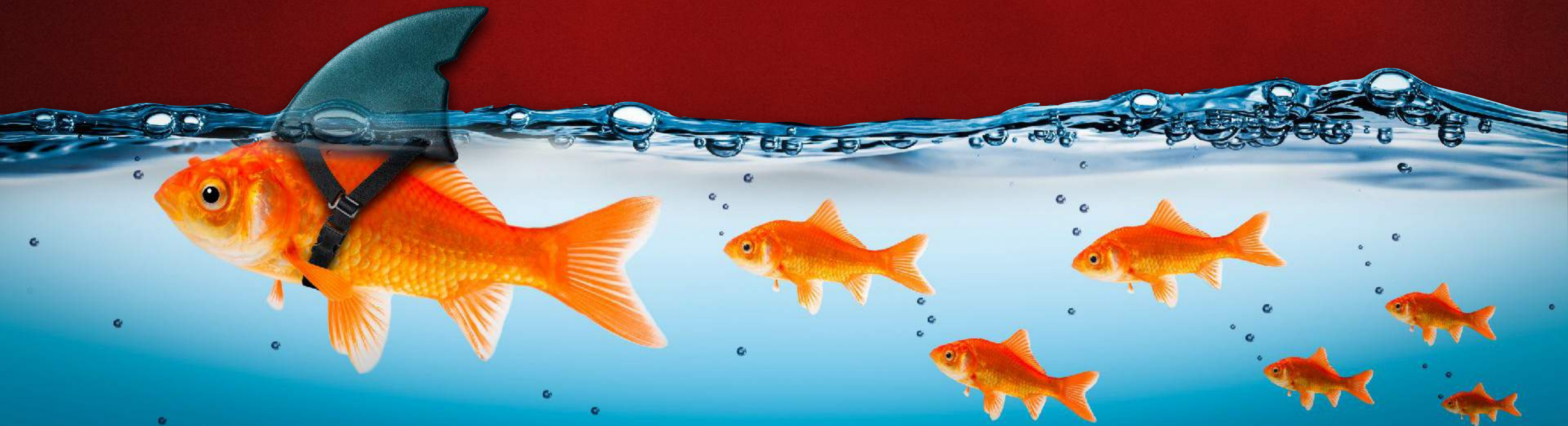
**Jeg kan li
Ale No. 16**

**Nææh - det kan
jeg også...!**

Komplimenter



SOCIAL ACCEPT



Flokkens handlinger

Hvad siger andre...?

**Positive referencer og
anbefalinger**

**Ved at beskrive fordelene for miljøet
genbruger 35% af gæsterne deres
håndklæde.**

**Undersøgelser viser at 75% af
gæster som overnatter 4 eller
flere nætter på et tidspunkt
genbruger deres håndklæde.**



Ved at skrive: “75% af vores gæster genbruger deres håndklæde - så gør venligst som dem”.

Genbrug af håndklæder stiger med 26%.

Ved at skrive:

“75% af de gæster som har sovet i dette værelse genbruger deres håndklæde - så gør venligst som dem”.

Genbrug af håndklæder stiger med 33%.



**Positiv
reference**

**“Jeg kan på ingen måde udtale mig om,
hvad Niels Krøjgaard har hjulpet med ”**

Cand. Psych. Bjarke Overgaard

Rigspolitiet

Politiområdet Nationalt Efterforskningscenter (NEC)

Spørgsmål? Kontakt:

Niels Krøjgaard
niels@humaninvestigator.dk

Lad os mødes på:

