

## Karácsonyi ígéretek

1996-Tickle Me Elmo, 1998-Furby, 2000-Playstation 2, 2001-Shelby, 2006-Nintendo Wii, 2009-Zhu Zhu Pets

Tavaly nálunk a Thomas (gőzmozdony) volt a karácsonyi sláger ajándék. Persze mire eljutottunk a vásárlásig, már nem kaptuk meg azt amit megígértünk a gyerekeknek. Végül, hogy ne kelljen sokat magyarázni és a meggyőzés is könnyebb legyen, valamint már sok választásunk sem volt, egy drágább verziót (de nagyobb doboz!) sikerült megvennünk. Tulajdonképp bevált a terv. Amikor ismét felhozta, hogy mi megígértük a csúszdásat, könnyű volt visszaverni az igényt azzal, hogy de már megbeszéltük, hogy ez sokkal komolyabb, elektromos és ilyen alig van másnak - mert ez drága. Megjegyzem, azóta mi jobban vigyázunk rá mint a gyerek.

Az év közepén azonban olvastam egy régi, játék gyáros szokásról, majd az igazságérzetem miatt több helyen is utána kutattam. Az egyik cikk részletesen taglalja, hogy miként lehet meghosszabbítani a karácsonyi szezon ezzel az "apró" trükkel és így hogyan lehet további pénzt kihúzni a szülők zsebéből. Minden évben van valami sláger gyerekjáték, de az szinte biztos, hogy két-három évenként kijön valami igazán nagy durranás. A karácsony előtt megjelenő hirdetések persze agyonreklámozzák és persze végül hön áhított gyerekajándékká válik. A tortúra ott kezdődik, hogy a gyerek addig nyüstöli a szülőt, míg az ígéretet nem tesz, hogy ott lesz a karácsonyfa alatt (majd hozza valaki - igény szerint). Határozottan emlékszem, amikor egy volt kollégám beszélt a fiával, és azt próbálta megértetni vele, hogy most majd kap mást, de amint lehet újra kapni, akkor azonnal megszerzi neki azt is. Tudom, hogy mennyit telefonált a különböző játékboltokba és nagyon határozottan emlékszem, hogy én szingliként milyen nagyon mosolyogtam rajta.

A fent említett cikk 1998-ban jelent meg ahol a Tiger Electronics (Hasbro) szóvivője, Lana Simon azt mondja, amikor az általuk gyártott Furby babát készlethiány miatt nem lehetett kapni: „Azt gondolom, hogy minden értelmes szülőnek azt kellene mondania a gyerekeiknek, hogy megpróbálom a tőlem telhetőt, de ha most nem tudom megszerezni, akkor majd megszerezzük később”.

Tehát, a pórul járt szülőnek is kell valamit vennie, így vesz valami mást – nyilván hasonló értékben, ha már úgy is arra szánta, meg hát a lelkiismeretet is ki kell egyenlíteni. Majd januárban fél füllel meghallja, hogy ismét megy a reklámja az elfeledett ígéretnak. Sandán nézi a csemetét, de nincs menekvés, természetesen ő is észleli a történeteket és hamarosan a „De hát megígérted, megígérted!” lélek dörzsölő igazsággal szembesít. Mi szülők pedig példát mutatva - ugye, arra neveljük a jövő generációját, hogy amit megígérsz, azt be is kell tartani -, visszamegyünk az üzletbe és másodjára is elköltjük az ajándékra szánt pénzt.

Vajon tudunk valamit tenni annak érdekében, hogy a fentiekből kimaradjunk? Azáltal, hogy a gyerekek ösztönösen jó tárgyalók, össze kell szednünk minden készségünket. A helyzet felismerése ugyanakkor már önmagában fél siker lehet.

Kerüljük el a hitelvesztés csapdáját! Egy nyomás alatti felelőtlen ígéretnél vagy blöffnél - ami előre nem látható következményekkel járhat - sokkal jobb ha inkább „szünetet” kérünk az átgondolásra. Érdemes azon elgondolkodni, hogy tudunk-e valamilyen cserealapot teremteni?



Minél többet kérdezzünk, annál több információhoz juthatunk. Akár azéhoz is, hogy minek a feltételeként tudja elfogadni a későbbi teljesítést? És ha már a kérdések: ha valamit meg akarunk tudni; egyszerűen csak kérdezzük meg!

Strukturáljuk az elvárását! Amennyiben nem fogja megkapni az általa kért játékot, ne hagyjuk, hogy a csomagbontáskor szembesüljön vele és akkor érje csalódás.

Mindezek természetesen az üzleti életre ugyan úgy vonatkoztathatóak. Sokszor a felek nem ismerik fel, hogy együtt kell dolgozniuk, nem egymás ellen. Ha azt látjuk, hogy eltérünk a partnerünk által is megismert tervünktől, legyünk proaktívak. Mondjuk el a lehetőségeinket előre és vonjuk be a megoldás keresési folyamatba.

Sokan „partneri viszony” esetén is próbálkoznak agresszív alkudozással és fenyegetések különböző formáival. Azonban ha kiderül, hogy a feleknek egy oldalon kell ülniük, akkor nyertes-nyertes helyzet csak úgy érhető el ha ezt meg is értik. Ismerjük fel tehát a situációt és megfontoltan nyilatkozunk! Egy ilyen viszony nem engedi meg például azt a blöfföt, hogy „Ez az utolsó ajánlatom!”. Az erőviszonyok megváltozása vagy egyéb később felmerülő körülmények esetén elmozdulásra kényszerülhetünk, hitelvesztésbe kerülünk és oda a partnerség.

A valódi igények, félelmek feltárásával a közösen kijelölt, mindkét fél számára elvárt végeredményként meghatározott cél felé dolgozhatunk. Ez a megközelítés inkább együttműködő, partneri kapcsolatot eredményez és a jelenlegi gazdasági helyzetben talán erre nagyobb szükségünk van.

Én most nagyon jó helyzetben vagyok. Nálunk idén hiába verseng egymással a Monster High, a Rock on Elmo, a Lego Ninjago Lighting Dragon. A fiammal drift versenyeket látogattunk idén, aminek a hatásaként otthon már csak farolva közlekednek a kisautók. Így az ajándék is rally autó lesz - drift autónak nevezve.

Boldog, békés karácsonyi ünnepeket kívánok!

Tollas Attila

konzultáns, Scotwork Magyarország

A fenti módszer bővebb leírása: [Robert B. Cialdini's Influence: The Psychology of Persuasion \(ISBN 0-688-12816-5\)](#), ch.: Commitment and Consistency

A cikket írta: Nora Lockwood Tooher, The Providence Journal, ([link](#))

A driftről bővebben: [www.drifting.hu](http://www.drifting.hu)