

پای لای در!

فریا مؤیدنیا

دبیر شیمی، شهرستان خوی

«تکنیک پا لای در»^۱ است که در توضیح آن گفته شده «قبل از آنکه درخواست اصلی تان را مطرح کنید، ابتدا یک درخواست کوچک و کم اهمیت مطرح بکنید و بعد از گرفتن جواب مثبت، درخواست‌های مهم‌تر و اصلی را مطرح کنید. در واقع وقتی شما خواسته کوچک اولتان را مطرح می‌کنید و پای خود را لای در می‌گذارید، آن‌گاه معمولاً احتمال اینکه درب بسته نشود و شما بتوانید خواسته‌های اصلی و بزرگ‌ترتان را با موفقیت مطرح کنید بیشتر خواهد شد.

البته برای موفقیت بیشتر این تکنیک حتماً لازم است که در انتخاب خواسته کوچک اول و به‌ویژه نحوه مطرح کردن آن هوشمندی و دقت به خرج داده شود و در طرح آن نیازمندی‌ها، پتانسیل‌ها و سلاقی و علائق مخاطب لحاظ گردد. درست به همان شیوه که پسر فروشنده حکایت ما این موارد را لحاظ کرده بود!

جالب اینکه دامنه کاربرد و کارایی این تکنیک موفقیتی تنها به مسائل اقتصادی و مثلاً فروش موفق محدود نمی‌شود و به‌عنوان مثال در مدیریت روابط انسانی و تعلیم و تربیت هم می‌توان از آن بسیار بهره‌مند شد. در همین راستا برای اثربخشی بیشتر این تکنیک در تعلیم و تربیت توصیه پر مغزی منسوب به شهید باهنر وجود دارد که می‌گوید: «در تربیت از جایی شروع کنید که فراگیران دوست دارند و به جایی ختم کنید که خود دوست دارید.» و از آن بالاتر و زیباتر فرمایش امام علی (ع) است که فرموده‌اند: «دل‌ها «گرایشی» است و «گریزی»، پس آن‌ها را آن‌گاه به کاری وادارید که به آن گرایش دارند، زیرا اگر دل را به اجبار به کاری واداری کور می‌شود.»^۲

پی‌نوشت

1. Foot in the door

۲. نهج البلاغه، حکمت ۲۲

در ایالت کالیفرنیا پسری برای پیدا کردن کار به یکی از فروشگاه‌های بزرگ، که همه چیز می‌فروشند، مراجعه کرد. مدیر فروشگاه به او گفت: «یک روز فرصت داری تا به‌طور آزمایشی کار کنی و ما در پایان روز با توجه به نتیجه کار در مورد استخدام تو تصمیم می‌گیریم.» پسر قبول کرد و مشغول کار شد. در پایان آن روز، مدیر به سراغ پسر رفت و از او پرسید که چند مشتری داشته است. پسر پاسخ داد: «یک مشتری.» مدیر با تعجب گفت: «تنها یک مشتری؟! بی تجربه‌ترین متقاضیان کار در اینجا حداقل ۱۰ تا ۲۰ مشتری در روز اول دارند. حالا مبلغ فروشت چه قدر بوده است؟»

پسر گفت: «۱۳۴/۹۹۹ دلار.»

مدیر فریاد کشید: «۱۳۴/۹۹۹ دلار؟! مگر چه فروختی؟»

پسر گفت: «اول یک قلاب ماهیگیری کوچک فروختم، بعد یک قلاب ماهیگیری بزرگ، بعد یک جوراب ماهیگیری گرافیت به همراه یک چرخ ماهیگیری ۴ بلبرینگ دار. بعد پرسیدم شما برای ماهیگیری کجا می‌روید؟ که مشتری پاسخ داد: خلیج پشتی؛ من هم گفتم پس به قایق هم احتیاج دارید و یک قایق توربوی دو موتوره به او فروختم. بعد پرسیدم ماشینتان چیست و آیا می‌تواند این قایق را بکشد؟ که او جواب داد: هوندا سیویک، من هم یک بلیزر دبلو دی ۴ به او پیشنهاد دادم که او هم خرید.»

مدیر با تعجب پرسید: «او آمده بود که یک قلاب ماهیگیری بخرد و تو به او قایق و بلیزر فروختی؟» پسر به آرامی گفت: «نه، او آمده بود یک بسته قرص سردرد بخرد که من گفتم بیا برای آخر هفته‌ات یک برنامه ماهیگیری ترتیب بدهیم، شاید سردردت بهتر شد!»

شاید این داستان کمی به نظر اغراق آمیز بیاید اما پیام مدیریتی قابل تأملی دارد و آن توصیه به استفاده از