2016-06-27

**陳如月**

**因為信服的理由，改變行動**

我們對所有事物尋求理由，這可能是因為與生俱來的好奇心，不明白理由可能會感覺焦慮和沮喪。

三歲的孩子以自我為中心出發，去和周遭的環境互動。幾乎每件事都會問「為什麼？」，想聽理由。當斥責孩子時，我們大人往往諭令「去道歉」，但孩子可能不知道道歉的理由，或是不服氣的理由而回答「為什麼？」，我們大人聽到那樣的回答會更加斥責。不過，冷靜地思考的話，這可以說是「說服對方(孩子)使之設法採取行動，但這是失敗的狀態」。

當試圖讓對食物有好惡的孩子吃他討厭的食物時，我們常會發火，或者安撫，有時甚至拜託直到他吃了。以小孩子而言，自己如果能「了解吃的理由」，即使不喜歡的食物也努力去吃。「理由」是吃了之後有甜點，或是長高這樣的「好處」，不吃的話對身體不好，或是不讓他去玩等的「壞處」，這要根據孩子不同而異。

總之，選擇傳達可以提高對方理解的「理由」，父母親可以達成讓孩子吃的「目標」。同樣地，我們大人在日常生活和職場上，有採取行動的理由，如果是信服的理由可以輕易讓人願意採取行動。

**心理學者的實驗結果**

成年人的我們不論是職場或是私人領域，每天面對各種事物，像「為什麼會這樣」，「怎麼會變成那樣」般地，持續尋找結果與現實的意義和理由。「所有的事物是有理由的」這個想法可說是邏輯思維的前提。也就是所謂邏輯的思考，是尋找理由，就是基於理由思考事物的方法。

或許各位也有過這樣的經驗，包括自己在內，常常無法讓他人如你所想的採取行動。不少公司有過年輕的業務經理得不到資深MR配合的案例，即使自己有管理職位的權力，仍然很少如意地讓對方行動。

根據一項調查，例如社長的致詞影片，如果是讓員工隨意自由觀看的話，結果只有約10％的員工瀏覽影片。這時候如果對相同的員工傳達「這是業務命令，務必觀看」的話，幾乎所有的員工會瀏覽。也就是觀看影片的理由，這種情況如果是有「員工必須聽從命令」這樣的理由的話，人們會按照影響採取行動。如果是令人信服的理由，可以改變人的行動。

哈佛大學心理學教授Ellen J. Langer針對拜託他人時有無給與理由的行為變化進行實驗。實驗環境是在紐約市立大學的研究中心找正在使用影印機的人，並且問他們是否可以讓Langer她們插隊使用影印機。

她分別找了5種理由：  
1.「對不起，我只要印5頁，可以讓我先用這台影印機嗎？」  
2.「對不起，我只要印5頁，可以讓我先用這台影印機嗎？因為我趕時間。」  
3.「對不起，我只要印5頁，可以讓我先用這台影印機嗎？因為我必須影印這份文件。」  
4.「對不起，我要印20頁，可以讓我先用這台影印機嗎？」  
5.「對不起，我要印20頁，可以讓我先用這台影印機嗎？因為我趕時間。」

實驗結果：第一種情況的成功率是60%，而第二種情況的成功率則跳升到94%。有趣的是，不管用的理由是什麼，結果並沒有太大差別，像在第三種情況，用的是一個莫名其妙的理由（因為我必須影印這份文件），竟然還是有高達93%的人讓她插隊。

用「因為……」的理由而插隊成功的類似結果，也發生在第五種情況中，而這次Langer向對方要求的是讓她插隊印20頁！相較於第五種情況的成功率達42%，同樣是影印20頁，未提出任何理由的第四種情況的成功率，只有24%。

這個實驗的結論是，只要給對方一個簡單的理由，就能大幅提升要求的成功機率。以上述情況為例，Langer只說「我趕時間」「我必須影印」，居然就讓對方配合了。

我們可以從這個實驗中得到的知識應用在MR活動中請求醫師處方。畢竟醫師知道MR（期待處方藥物）的真心，只要勤於拜訪處方會增加。在這種情況下，如同上述的實驗給與理由，如果醫師理解並認同這個理由的話，增加更多的處方是可以期待的。

大多數的MR想提高患者的治療效果，都推薦自家的產品，而MR也有業績目標沒有達成，或是不想輸給競爭對手等的理由。不管什麼原因，醫師自己也選定可以接受的理由，透過與對方共享朝目標前進。

※　　　※　　　※

邏輯思考最重要的一句話就是「為什麼？」。在追求本質的過程中重複「為什麼？」，理由浮出，可以明確知道合乎邏輯的理由。

此外，客觀的事實增強了令人信服的理由。上述列舉影印的例子，給的「因為我趕時間。」是主觀的理由。如果是「因為會議快開始，需要印東西。」這樣的客觀事實，會更增加說服力。

這個「付與理由的能力」可以應用在生活中的各種情況。對各種各樣的事情都深入「為什麼？」，可以培養提出令人信服的理由的能力。

–End–