



Oleh:
Handoko Wignjowargo
 Managing Partner MAESTRO Consulting-Coaching-Sharing
 Mahasiswa Program Doktorat bidang Strategic
 Management FE UI.
Guest Lecturer Program Pascasarjana di sejumlah
 universitas.
 email: handoko@wignjowargo.com

Persuasive Selling ala Roger *(bagian 3)*

Ada yang unik dari pemenang kuis kali ini. Sang pemenang meminta namanya dirahasiakan. Alasannya cukup unik: dia penggemar Roger More sebagai agen rahasia James Bond 007 dan dia sebenarnya tidak suka Roger Moore bermain bukan sebagai agen rahasia, apalagi dalam sebuah *cameo role* saja. Rupanya pemenang ini adalah *fans* berat dari film-film James Bond yang dibintangi oleh Roger Moore. Jawaban yang diberikan adalah 'Curse of the Pink Panther' (2003). Selamat! Hadiah akan dikirimkan dengan cara yang rahasia pula...

Bicara soal rahasia, Roger Dawson terhitung banyak sekali mengungkap rahasia sukses termasuk bagaimana menjadi ahli persuasi yang hebat. Dalam bab 3 bukunya Roger secara khusus membahas tiga hal penting untuk bisa

menjadi *persuader* hebat, yaitu: membangun kharisma, mengembangkan *sense of humor* dan mengingat nama orang. Saya sendiri merasa bahwa resep rahasia Roger ini terlalu se-

tersebut tidak mengenal Anda. Merupakan sebuah kekuatan yang tidak terlihat tetapi bisa membuat orang lain ingin berada di sekitar Anda karena ketertarikan mereka dan yang paling penting

Kharisma adalah sebuah kualitas langka yang membuat orang lain menyukai Anda, bahkan bila orang lain tersebut tidak mengenal Anda.

derhana, tetapi marilah kita bahas satu persatu.

Kharisma adalah sebuah kualitas langka yang membuat orang lain menyukai Anda, bahkan bila orang lain

adalah mereka ini menjadi bisa dipengaruhi. Barangkali kita bisa bandingkan juga dengan Roger Moore saat memainkan James Bond yang demikian berkharisma sehingga orang rela

berduyun-duyun mengantri di bioskop setiap kali film yang dibintanginya ditayangkan.

Menurut Roger (kali ini Roger Dawson bukan Roger Moore) ada 12 rahasia yang dapat membuat Anda memiliki kharisma. Yaitu, buatlah setiap orang yang anda temui spesial, lakukanlah jabatan tangan yang mantap, kenali warna matanya, punyailah pikiran yang positif, berikanlah pujian yang tulus, kenali orang lain dengan baik saat mereka melakukan sesuatu, tampilkan dengan citra tertentu, perhatikanlah tampilan dari leher ke bawah, senyumlah dua detik lebih lama dibanding pelanggan Anda, bekerjalah selalu dengan empati, responlah emosi dari

latar belakang *audiens*, maka perlu sekali disadari bahwa penggunaan humor harus dilakukan dengan hati-hati dan persiapan yang baik. Humor yang lucu untuk *audiens* tertentu, bisa tidak lucu sama sekali untuk *audiens* yang lain. Menceritakan humor yang tidak benar dapat menjadi *boomerang* bagi pencerita humor itu sendiri. Oleh karena itu, antara lain, punya stok humor, memiliki pengetahuan akan *audiens* yang diajak bicara dan menguasai teknik bercerita merupakan hal yang sangat penting.


Bagian ketiga dari bab ketiga buku Roger membahas tentang pentingnya mengingat-ingat nama orang. Rasanya semua orang pernah mengalami perasaan tidak enak hati jika suatu hari

memudahkan kita mengingat nama tersebut. Misalnya saja ada penggemar Tony Curtis dan Anda menghubungkan nama tadi dengan mengasosiasikannya dengan Tony Curtis.

Hal lain yang dianjurkan oleh Roger adalah kita menggunakannya dengan segera nama itu. Teman saya mempraktekkan cara ini dengan menyebut nama orang yang baru dikenalnya berulang-ulang saat berbicara dengan orang yang dikenalnya tersebut. Roger juga menganjurkan kita menyebutkan nama orang yang baru kita kenal, bahkan saat mereka sudah pergi setelah berbicara dengan kita. Tentu saja proses repetisi seperti ini akan membantu banyak memindahkan memori jangka pendek kita akan nama orang tersebut ke memori jangka menengah atau panjang.

Hal lain yang diusulkan oleh Roger agar kita bisa mengingat nama orang adalah dengan menyadari apa yang sudah kita pelajari dari orang yang baru kita kenal tersebut. Selain itu Roger juga menganjurkan agar kita mengenali ciri-ciri wajah orang yang baru kita kenal serta menghubungkannya dengan nama orang tersebut. Dengan cara mengasosiasikan seperti di atas, ingatan akan nama orang yang baru kita kenal akan lebih baik.

Dua hal yang penting lain yang diungkapkan oleh Roger sehubungan dengan mengingat-ingat nama adalah bahwa kita harus berlatih serta menyadari sepenuhnya mengapa hal itu penting. Mereka yang sudah diberi bakat alam mudah mengingat-ingat nama tentu saja memiliki kebutuhan berlatih yang berbeda dibanding mereka yang masuk kategori 'susah ingat gampang lupa'. Kesadaran akan pentingnya mengingat-ingat nama orang lain akan mendorong kita berusaha lebih setiap kali kita ketemu orang yang baru kita kenal.

Anda tentu ingat persis nama tokoh yang dimainkan oleh Roger Moore karena dia sering menyebut-nyebutnya dengan kalimat yang populer: "My name is Bond. James Bond". Pertanyaan saya, siapa nama tokoh yang dimainkan oleh Roger Moore dalam 'The Saint'? 

Humor yang lucu untuk *audiens* tertentu, bisa tidak lucu sama sekali untuk *audiens* yang lain. Menceritakan humor yang tidak benar **dapat menjadi boomerang** bagi pencerita humor itu sendiri.

pelanggan Anda bukan sekedar apa yang dikatakannya, dan selalu bergairah seperti layaknya anak kecil.

Bagian kedua dari bab ketiga buku Roger membahas mengenai humor. Roger menekankan pentingnya humor dalam rangka menjadi jagoan persuasi. Ada lima kategori humor menurut Roger, yaitu humor dalam bentuk pengungkapan yang melebih-lebihkan (*exaggeration*), humor yang menekankan permainan kata-kata (*the pun*), humor dalam bentuk pengungkapan menyindir/mengejek (*put down*), humor berbentuk pengungkapan kebodohan atau kecerobohan (*silliness*), dan yang terakhir adalah humor dalam bentuk pengungkapan yang bersifat mengejutkan dengan pengungkapan *punch line* di akhir (*surprise*).

Berdasarkan pengalaman saya melakukan presentasi dalam berbagai kesempatan, dengan aneka macam

kita ketemu seseorang yang kita ingat namanya tetapi orang tersebut tidak ingat nama kita. Perasaan yang sama pula akan dialami oleh konsumen atau pelanggan kita, apabila ternyata kita lupa akan nama mereka. Dan Roger Dawson sekali lagi mengungkapkan rahasia bagaimana agar kita tidak lupa nama orang lain.

Melakukan klarifikasi *spelling* nama adalah sebuah rahasia yang diceritakan oleh Roger. Kalau ada mendengar nama "to-ni", bisa jadi itu adalah Tonny, Toni, atau Tony misalnya. Menanyakan bagaimana mereka ingin dipanggil adalah upaya lain untuk mengingat nama orang lain. Seseorang yang bernama to-ni bisa jadi ingin dipanggil to-ni atau ton saja atau barangkali nama panggilan lain yang bisa jadi tidak berhubungan langsung dengan kata 'to-ni' tadi. Tindakan menghubungkan dengan nama to-ni tadi dengan orang yang terkenal atau Anda kenal baik akan