

# **SIECI WPŁYWU**

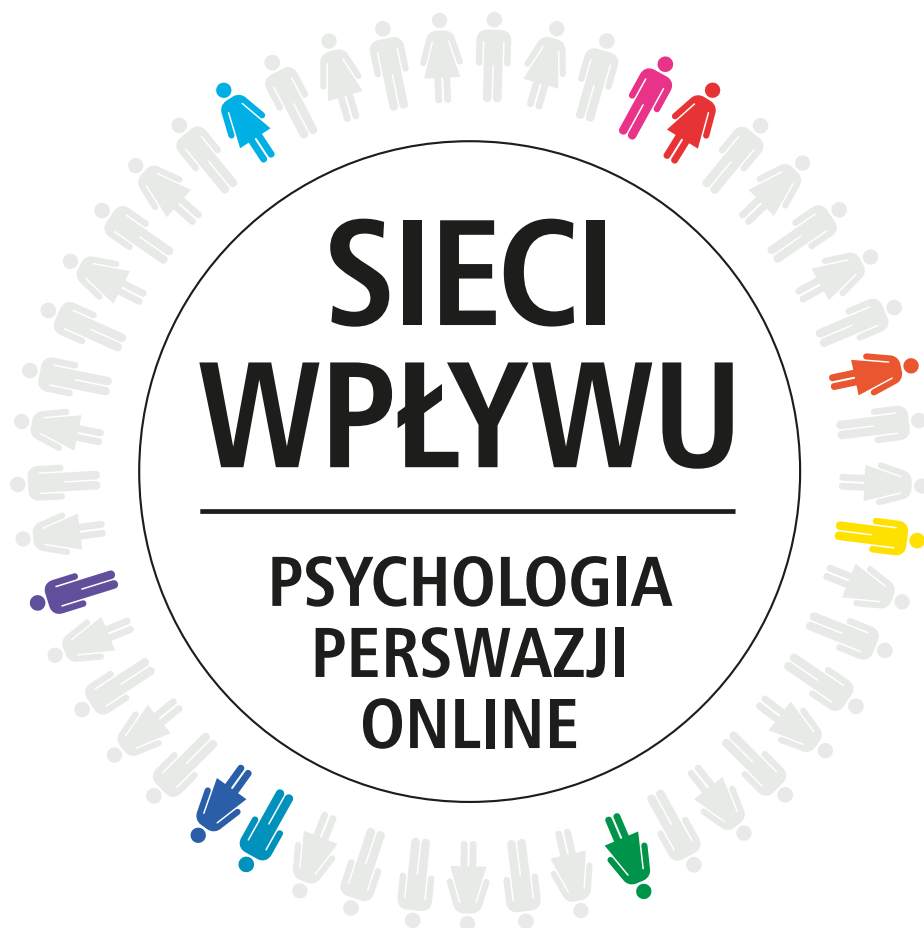
---

**PSYCHOLOGIA  
PERSWAZJI  
ONLINE**



NATHALIE NAHAI

PSYCHOLOG SIECI



PRZEŁOŻYŁA  
MAŁGORZATA GUZOWSKA

 PWN



# OPINIE O KSIĄŻCE

W Unileverze od kilku lat współpracujemy z Nathalie. Dzięki swojej wnikliwości i profesjonalizmowi umożliwiła stopniową zmianę podejścia do komunikacji, co pozwoliło nam na budowanie silniejszych relacji z klientami, a także zwiększenie sprzedaży.

**Joe Comiskey**

eCommerce Innovation, Unilever

Fascynująca podróż w sieć na styku psychologii i technologii. *Webs of Influence* łączy dogłębne badania z praktycznymi wskazówkami, by pokazać ukryte techniki projektowania stron, marketingu i sprzedaży w internecie. Już nigdy nie spojrzysz na sieć tak jak dawniej.

**Geoff White**

Channel 4 News

Nathalie ma do zaoferowania wyjątkową wnikliwość i zrozumienie dla tych z nas, którzy zmagają się z implikacjami coraz bardziej wirtualnej egzystencji – jak się w niej poruszamy i jak spieniężamy zdobywane tam doświadczenia. Lektura obowiązkowa dla wszystkich doskonalących się w cyfrowej transformacji.

**Joshua Macht**

Group Publisher i Executive Vice President, Harvard Business Review

Jeśli podobała ci się książka Richarda H. Thalera i Cassa R. Sunsteina *Impuls. Jak podejmować właściwe decyzje dotyczące zdrowia, dobrobytu i szczęścia* i pracujesz w marketingu cyfrowym, to jest właśnie książka, której szukasz.

**Stanislas Magniant**

Online Comms Director, Western Europe, Coca-Cola

*Webs of Influence* jest branżowym, kompletnym przewodnikiem po sztuce i nauce cyfrowej perswazji. Nathalie Nahai ponownie dokonuje syntezy najnowszych badań z obszaru neuronauk i uczy nas, jak inspirować odbiorców, aby nawiązali kontakt i zaangażowali się *online*.

**Sarah DeRocher Moore**

VP w Brand and Revenue Marketing, Spreadfast

Fantastyczny, poszerzający horyzonty krok w obszar motywacji internetowej perswazji.

**Shane Parrish**

założyciel Farnamstreetblog.com

Najbardziej przeze mnie polecana książka o perswazyjnym designie autorstwa jednej z moich ulubionych ekspertek. Książka Nathalie Nahai to dar dla naszej branży. Jest wszechstronna, przystępna i wypełniona wiedzą do granic możliwości.

**Nir Eyal**

autor *Hooked: How to Build Habit-Forming Products*

Nathalie potrafi sprawić, że patrzysz na stronę, z którą masz codziennie do czynienia, w kompletnie nowy sposób. Jej wiedza i entuzjazm przenikają stronie tej książki i sprawiają, że cały zespół zaczyna „myśleć jak klient”. Odnieśliśmy wielkie sukcesy dzięki zaproponowanym przez nią pomysłom, ale, co ważniejsze, pomogła nam zacząć właściwie myśleć o doświadczeniach, jakie oferujemy naszym klientom.

**Susannah Ellis**

właścicielka strony uSwitch

Świetne podsumowanie tego, co wiedzieliśmy o psychologii projektowania stron internetowych. Ostatnia książka Nathalie trafia w sedno. Lektura obowiązkowa, jeśli planujesz lub projektujesz stronę www.

**Dr Susan Weinschenk**

Chief Behavioural Scientist, The Team W, Inc., autorka *100 Things Every Designer Needs to Know about People*

Wiedza Nathalie na temat wpływania na zachowania za pośrednictwem internetu i tego, jak powinna ona działać na autentyczność, oryginalność i ogólne podejście marketingowe marki, jest niesamowita; książka niezwykle praktyczna dla wszystkich firm, od tych najmniejszych po wielkie przedsiębiorstwa.

**Toby Daniels**

współzałożyciel i CEO, Crowdcentric

Nikt nie zrobił więcej, by przełożyć badania psychologiczne na praktyczne porady dla projektantów stron internetowych niż Nathalie Nahai. Każdy specjalista od marketingu potrzebuje *Webs of Influence!*

**Roger Dooley**

autor *Brainfluence*

Bardzo użyteczny przewodnik po wykorzystywaniu badań behawioralnych do przedstawiania biznesu w sieci, pełen fascynujących, rzeczywistych przykładów i praktycznych porad.

**Caroline Webb**

CEO, Sevenshift, autorka *How to Have a Good Day*, Senior Adviser, McKinsey & Company

Rzadko trafia się na taką książkę, jak ta autorstwa Nathalie: dobrze napisaną, starannie opracowaną merytorycznie, nigdy nudną i, co najważniejsze, bardzo użyteczną. Zastosuj przedstawione wskazówki, a twoje starania dotyczące treści, marketingu i designu poprawią się na zawsze.

**Rand Fishkin**  
założyciel Moz

Nathalie ożywia psychologię zachowań *online* dzięki niezwyklej wiedzy, intelektualnej dyscyplinie i towarowi deficytowemu – praktycznym radom. Stymulująca do myślenia autorka, której urok, energia i entuzjazm dla opisywanego tematu inspirują odbiorców i zachęcają do dyskusji.

**Lindsay Spencer**  
Head of Communications, The DTG (Digital TV Group)

Wspaniała książka, lektura obowiązkowa dla każdego, kto poważnie podchodzi do stosowania wiedzy behawioralnej w celu poprawy swojej obecności w cyfrowym świecie.

**Dr Joe Devlin**  
Head of Experimental Psychology, UCL

Po prostu najlepsza, prosta wiedza o tym, jak nasza psychika kieruje naszymi zachowaniami w sieci – i jak to wykorzystać. Nikt nie robi tego lepiej!

**Martin Eriksson**  
współzałożyciel Mind the Product

Cudownie przystępny poradnik, jak poruszać się po skomplikowanym świecie pytań, jak i dlaczego ludzie podejmują takie, a nie inne decyzje *online*. Książka odwołuje się do najnowszych idei psychologii, socjologii, biznesu, designu i innych istotnych obszarów i jest niezbędną lekturą dla wszystkich pracujących w sieci.

**Jamie Bartlett**  
autor *The Dark Net*

Nathalie Nahai jest najinteligentniejszą współczesną autorką piszącą o technologii. Pierwsze wydanie *Webs of Influence* było przełomem dla każdego zainteresowanego zrozumieniem procesów zachodzących na styku psychologii, zachowań konsumenckich i świata cyfrowego. To nowe wydanie jest jeszcze lepsze i przemienia każdego czytelnika w eksperta: fenomenalna książka!

**Dr Tomas Chamorro-Premuzic**  
Profesor Business Psychology, UCL i Columbia University, CEO, Hogan Assessments

Nathalie wielokrotnie kwestionowała moje założenia na temat tego, jak i dlaczego ludzie zachowują się w internecie właśnie w taki sposób. Jej argumentacja jest osadzona w nauce i głębokim zrozumieniu ludzi. Jako ktoś bez przygotowania psychologicznego z jej tekstów i wykładów dowiedziałem się bardzo dużo. Jeśli chcesz zrozumieć powody zachowań w internecie, kup tę książkę.

**Will Critchlow**  
założyciel i CEO, Distilled

Aktualne spojrzenie na technologie i techniki codziennie wywierające na nas wpływ, ukazujące zasady ich działania z niezwykłą jasnością i wnikliwością. *Webs of Influence* to podstawowa lektura dla każdego pragnącego zrozumieć, dlaczego zachowujemy się w sieci w taki, a nie inny sposób, i jak można tę psychologiczną wiedzę wykorzystać w praktyce.

**Phil Nottingham**  
Video Strategist, Wistia

Lektura obowiązkowa dla specjalistów od internetowego marketingu. Marketing staje się coraz bardziej spersonalizowany, dlatego tak ważne jest zrozumienie, co motywuje odbiorców i ich zachowania. *Webs of Influence* ułatwia zastosowanie rezultatów badań i procesów psychologicznych do udoskonalania internetowego marketingu – od tekstów po design, funkcjonalność i politykę cenową.

**Stephen Pavlovich**  
założyciel Conversion

Nathalie w świecie cyfrowego marketingu jest bez dwóch zdań jedną z osób najbardziej elokwentnych i umiejących obserwować. Ma niebywale dogłębne zrozumienie sposobu myślenia ludzi korzystających z internetu. Za każdym razem, kiedy czytam jakiś jej tekst, uczę się czegoś nowego.

**Kelvin Newman**  
założyciel i Managing Director Rough Agenda

Nathalie ma wyjątkową umiejętność przedstawiania badań psychologicznych w sposób przystępny dla szerokiego grona odbiorców. Jest jedną z najbardziej porywających mówczyń i autorek.

**Chris Savage**  
CEO i współzałożyciel Wistia

Książka autorstwa Nathalie jest jednym z najbardziej szczegółowych i kompleksowych poradników pozwalających odnaleźć w najnowszych badaniach naukowych jasne wskazówki, jak zaspokoić najgłębsze potrzeby klientów, zanim oni sami zdadzą sobie sprawę z ich istnienia. *Webs of Influence* pomoże ci zoptymalizować każdy element twojej cyfrowej komunikacji.

**Rich Millington**  
założyciel Feverbee



Nie ulega najmniejszej wątpliwości, że Nathalie Nahai *jest* psycholożką sieci, a ty – kiedy sięgniesz po tę książkę – zyskasz najlepszą możliwą wiedzę. Nieważne, czy twoim zadaniem jest uszczęśliwianie użytkowników strony www, zwiększanie sprzedaży czy jedno i drugie – treść tej książki wzniesie cię na nowy poziom zapewniania lepszych doświadczeń użytkownikom internetu.

**André Morys**

autor, współzałożyciel the Global Optimization Group

Widziałem ponad sto tysięcy stron docelowych, jednak pamiętam nieliczne. Jeśli zastosujesz na twojej stronie podejście do perswazji proponowane przez Nathalie, stworzysz marketing, na który twoi klienci zareagują, który kupią i, zapewne, skopiują.

**Oli Gardner**

współzałożyciel Unbounce

To, co Nathalie ma do powiedzenia, powinno zmienić sposób, w jaki myślisz o marketingu, reklamie i komunikacji w sieci.

**Mitch Joel**

prezes Mirum, autor *Six Pixels of Separation* i *CTRL ALT Delete*

Nauka o tym, jak myślimy, czujemy i się zachowujemy zebrana w jednej książce. Zdobądź ją, jeśli chcesz nauczyć się kontaktować z klientami i wpływać na ich działania.

**Peep Laja**

założyciel ConversionXL

Świat e-handlu nigdy wcześniej nie był tak konkurencyjny i jeśli jesteś sprzedawcą lub producentem, który nie potrafi słuchać i zrozumieć wymagań swoich klientów, szybko zaczniesz się dziwić, dlaczego twoje produkty pokrywają się kurzem. Nathalie wyjaśnia, że perswazja *online* skupia się wokół trzech zasad: wiedzy, do kogo chcesz trafić, perswazyjnej komunikacji i uczciwej sprzedaży.

**Dave Howard**

Global Marketing Director, Brandview

Jeśli masz nadzieję na wywarcie jakiegoś wpływu w sieci, ale nie stosujesz się do wskazówek, które przekazuje Nathalie, niebawem przegrasz. Praktyczne rady, dobrze pokazane i osadzone w wynikach naukowych badań. Ta książka rzadko znika z mojego biurka.

**David Greenwood**

Senior Account Director, This is Pegasus

Ta fantastyczna i praktyczna książka pomoże ci tworzyć doświadczenia użytkowników, które przyniosą efekty. Jako jeden z wiodących głosów w stosowanych naukach behawioralnych, Nathalie Nahai wniesie do twojej pracy naukową wiedzę i dyscyplinę. Lektura obowiązkowa dla wszystkich projektantów i speców od marketingu!

**Alex Osterwalder**

przedsiębiorca i autor, współzałożyciel Strategyzer

Dane oryginału

**Nathalie Nahai**

*Webs of Influence. The Psychology of Online Persuasion*

Copyright © Nathalie Nahai 2012 (print and electronic)

Copyright © The Web Psychologist 2017 (print and electronic)

This translation of *Webs of Influence* is published by arrangement with Pearson Education Limited.

Recenzent

**dr Tomasz Grzyb**

Wydawca

**Aleksandra Małek-Leśniewska**

Redaktor prowadzący

**Barbara Surówka**

Redaktor

**Dorota Polewicz**

Produkcja

**Mariola Iwona Keppel**

Łamanie

**Marcin Szcześniak**

Książka, którą nabyłeś, jest dziełem twórcy i wydawcy. Prosimy, abyś przestrzegał praw, jakie im przysługują. Jej zawartość możesz udostępnić nieodpłatnie osobom bliskim lub osobiście znanym. Ale nie publikuj jej w internecie. Jeśli cytujesz jej fragmenty, nie zmieniaj ich treści i koniecznie zaznacz, czyje to dzieło. A kopiując jej część, rób to jedynie na użytek osobisty.

Szanujemy cudzą własność i prawo.

Więcej na [www.legalnakultura.pl](http://www.legalnakultura.pl)

*Polska Izba Książki*

Copyright © for the Polish edition by

Wydawnictwo Naukowe PWN SA

Warszawa 2018

ISBN: 978-83-01-19801-5

Wydanie I

Warszawa 2018

Wydawnictwo Naukowe PWN SA

02-460 Warszawa, ul. G. Daimlera 2

tel. 22 69 54 321; faks 22 69 54 228

infolinia 801 33 33 88

e-mail: [pwn@pwn.com.pl](mailto:pwn@pwn.com.pl); [www.pwn.pl](http://www.pwn.pl)

Informacje w sprawie współpracy reklamowej: [reklama@pwn.pl](mailto:reklama@pwn.pl)

Druk i oprawa: FORMATOR

**Drogi Czytelniku,  
niech ta książka pomoże ci  
zbudować lepszy biznes  
i sieć o bardziej ludzkim obliczu.**

# SPIS TREŚCI

Podziękowania Wydawcy .....	XIV
O Autorce .....	XV

## CZĘŚĆ 1 WIEDZ, DO KOGO SIĘ ZWRACASZ

1 Wprowadzenie .....	4
2 Psychologia podejmowania decyzji .....	6
3 Do kogo chcesz dotrzeć? .....	9
4 Kulturowe zawiłości .....	11
5 Różnice indywidualne .....	40

## CZĘŚĆ 2 KOMUNIKUJ SIĘ W SPOSÓB PERSWAZYJNY

6 Podstawowe zasady .....	62
7 Optymalizacja strony .....	70
8 Wybór właściwych obrazów .....	92
9 Psychologia koloru .....	100
10 Media społecznościowe i obsługa klienta .....	114
11 Tworzenie perswazyjnych filmów .....	125

## CZĘŚĆ 3 SPRZEDAWAJ UCZCIWIE

12 Wpływ: wprowadzenie .....	134
13 Zasady perswazji <i>online</i> .....	140
14 Zwiększ sprzedaż .....	166
15 Wycena i wartość .....	178
16 Łańcuch behawioralny .....	189

<i>Postówie</i> .....	196
<i>Przypisy</i> .....	197
<i>Indeks nazwisk</i> .....	233
<i>Indeks rzeczowy</i> .....	235

# PODZIĘKOWANIA WYDAWCY

Jesteśmy wdzięczni za zgodę na reprodukcję następujących materiałów chronionych prawami autorskimi:

Zdjęcie na s. xiii: Jo Koralewska; tabele 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, adaptacja za: G. Hofstede, G.J. Hofstede i M. Minkov, *Cultures and Organizations: Software of the Mind*, McGraw-Hill 2010, © Geert Hofstede B. V.

# O AUTORCE

**Nathalie Nahai** jest psycholożką internetu oraz wykładowczynią i konsultantką na arenie międzynarodowej. Współpracowała z firmami z listy Fortune 500, w tym z Unileverem, Google i Harvard Business Review. Pomaga organizacjom zastosować podejście naukowe do tworzenia stron internetowych, marketingu treści i produktów. Nathalie występuje na konferencjach na całym świecie poświęconych naukowym podstawom internetowej perswazji, ma też wkład w krajowe publikacje oraz audycje telewizyjne i radiowe poświęcone tej tematyce. Zasiada w radzie konsultacyjnej Social Media Week oraz w panelu eksperckim Ogilvy Change. Możesz do niej napisać na Twitterze (@NathalieNahai), a także dowiedzieć się więcej na [nathalienahai.com](http://nathalienahai.com).



Fot. Jo Koralewska