

زندگی و کسب و کار موفق برای همه (۴۳)

موفقیت درون گراها

مؤلف:

نانسی آنکوویتز

مترجم:

خلیل رضوی

فرانک توکلی



ناشر کتاب‌های آموزنده، به زبان ساده، برای همه

موفقیت درون‌گراها

مؤلف: نانسی آنکوویتز مترجم: خلیل رضوی، فرانک توکلی

ناشر: کاهش دانش نوبت چاپ: اول، پاییز ۱۳۹۸

چاپ و حرفه: گاندی تیراژ: ۵۰۰ جلد قیمت: ۶۵ هزار تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۵۲۴-۶۳-۴

مهره‌های دانش: ۰۴۱۳۴۷۶۰۴۵۱ - ۰۹۱۴۳۰۸۹۰۰۱

فروش اینترنتی: www.biziket.com/kahkeshan

چاپ و تکثیر مجدد این کتاب به هر شکل ممنوع است
تمام حقوق نشر برای انتشارات کاهش دانش محفوظ است

سرشناسه: آنکوویتز، نانسی Ancowitz, Nancy

عنوان و نام پدیدآور: موفقیت درون‌گراها/ مؤلف نانسی آنکوویتز؛ مترجم خلیل رضوی، فرانک توکلی

مشخصات نشر: تبریز: کاهش دانش، ۱۳۹۸.

فروست: زندگی و کسب‌وکار موفق برای همه؛ ۴۲.

یادداشت: عنوان اصلی: Self-promotion for introverts: the quiet guide to getting ahead.

موضوع: درون‌گرایان -- راهنمایی -- کلی

موضوع: موفقیت در کسب و کار

موضوع: موفقیت شغلی

ناسه افزوده: رضوی، خلیل، ۱۳۵۴ -- مترجم

شناسه افزوده: توکلی، فرانک، ۱۳۶۴ -- مترجم

رده‌بندی کنگره: HF ۵۳۸۲/۶۹۳

رده‌بندی دیویی: ۶۵۰/۱۴

شماره کتاب‌شناسی ملی: ۵۷۴۴۴۳۴

فهرست مطالب

۱۰	تبلیغ خودتان به طور صحیح
۱۲	قابلیت دیده شدن
۱۳	راهنمایی‌های سریع برای جهشی به سمت دیده‌شدن شما
۱۴	تبلیغ خود در مقابل دیگران
۱۵	خودتبلیغی مؤثر در مقابل لاف زدن
۱۷	سخنی درباره‌ی انواع روان‌شناسی
۱۹	سخنی درباره‌ی درون‌گرایی
۲۱	کم‌رویی در مقابل درون‌گرایی
۲۲	افراد بسیار حساس
۲۳	درون‌گرایان، برون‌گرایان، نااهل‌های بیولوژیکی
۲۵	تعادل ماهیت درون‌گرایی و نیازمان به نیل به برون
۲۵	چرا من این کتاب را نوشتم؟
۲۹	فصل یک: خودگویی منفی شد، گوش ندادن به رادیوی منفی‌بافی
۳۰	درون‌گراها واقعاً ممکن است در ذهن‌شان به شما گفت‌وگو کنند
۳۱	چالشی که ارزش پرداختن به آن را دارد
۳۲	نامرئی، با این حال همه‌ی چشم‌ها به شما
۳۳	چه‌گونه می‌توان شرایط شبکه‌سازی را مطبوع‌تر کرد
۳۴	شما می‌توانید هر تویی را بگیرید
۳۵	کمال‌گرایی
۳۷	حامیان شما
۳۸	تیم رویایی شما
۴۰	مخالفان شما
۴۱	خود را دستاویز افکار دیگران نکنید
۴۱	منفی‌بافی
۴۳	توی رویش بایست، فریاد بز
۴۳	تنظیم به مثبت‌اندیشی
۴۵	چیزی که بر آن تمرکز دارید، رشد می‌کند
۴۹	فصل دو: نقاط قوت شما، تنظیم به رادیوی مثبت‌اندیشی
۵۲	درون‌گرایی به عنوان یک نقطه‌ی قوت
۵۳	اکتشاف نقاط قوت‌تان

۵۳	نقاط قوت درون گرایانه‌ی شما
۵۴	استخراج گوهرهای شما
۵۵	کاوش عمیق‌تر: کشف بیش‌تر درباره‌ی گوهرهای شما
۵۸	نحوه‌ی دستیابی به ثبات (یا ایجاد اعتمادبه‌نفس)
۵۹	جملات تأییدی
۶۱	روزهای تعطیل و دستکم گرفتن خودتان
۶۲	مقایسه‌ی خود با دیگران
۶۲	تبلیغ خودتان به طور صحیح
۶۳	چه چیزی باعث می‌شود ثبات شخصیت داشته باشید؟
۶۴	بیل رد شما
۶۷	۴ اصل سه: طرح بازی شما، ایجاد یک آمیخته‌ی بازاریابی برنده
۶۸	رشد
۶۹	احتیاج برای افراد
۷۳	استدلال در برابر افراد
۷۴	بهترین نحوه‌ی مابلله چالش
۷۶	اهداف خودتبلیغی شما
۷۹	آمیخته‌ی بازاریابی شما
۸۴	برنامه‌ی بازی شما
۸۵	زمان و انرژی شما
۸۸	پول
۹۰	گزینه‌های خودتبلیغی درون‌گرایان
۱۱۱	فصل چهار: مخاطبین هدف شما، پرداختن به درون و نگاه به برون
۱۱۳	تو، تو، تو
۱۱۳	مجاب کردن و مجاب شدن
۱۱۵	شما و مخاطبین هدف‌تان
۱۱۹	همکاری با مخاطبین هدف‌تان
۱۲۱	کسب مزایای متقابل
۱۲۱	تبلیغ خودتان به کسی با رتبه‌ی بالاتر
۱۲۲	چرا شما افراد را استخدام می‌کنید
۱۲۳	چرا افراد شما را استخدام می‌کنند
۱۲۴	آن‌چه در مورد خودتان بدیهی می‌دانید
۱۲۶	ارتباطات کیفی
۱۲۹	فصل پنج: شبکه‌ی شما، توسعه‌ی حوزه‌ی نفوذتان

۱۳۱	خودتان را در موقعیت یک خبری ارزشمند قرار دهید
۱۳۲	شبکه‌سازی در جوهر اشتراک‌گذاری
۱۳۳	مسئله را شخصی نکنید
۱۳۵	جنبه‌های بین‌فرهنگی خودتبلیغی
۱۳۷	نکته‌های بین‌فرهنگی
۱۳۹	زمان شبکه‌تان را چه‌گونه سپری می‌کنید
۱۴۲	حوزه‌ی نفوذ شما
۱۴۴	درخواست کمک
۱۴۷	کاربرگ تماس تلفنی شبکه‌ای
۱۴۷	سوالاتی که می‌تواند کمک به آمادگی شما
۱۴۸	توجه‌های مربوط به تلفن برای درون‌گرایان
۱۴۹	مصاحبه برای کسب اطلاعات
۱۵۲	باز شدن یخ صحت
۱۵۷	انعطاف‌پذیری عضو شبکه‌تان شما
۱۵۸	«خب، از خودت به من بگو»
۱۶۱	ساختن معرفی آسانسوری شما
۱۶۲	کارت‌های ویزیت
۱۶۳	حقایق پنهان بر ارائه‌تان، زمانی که شبکه ایجاد می‌کنید
۱۶۷	فصل شش: سخن‌رانی شما
۱۶۹	مزایای من به عنوان یک سخن‌ران عمومی
۱۷۱	چالش‌های من به عنوان یک سخن‌ران عمومی
۱۷۳	مزایا و چالش‌های شما به عنوان یک سخن‌ران عمومی
۱۷۴	معرفی به افراد برجسته، رؤسا و عوام
۱۷۵	وحشت‌ها
۱۷۶	مدیتیشن و خودتبلیغی
۱۷۸	نحوه‌ی آماده‌سازی
۱۹۱	نحوه‌ی ارسال پیام‌تان
۱۹۷	در تنگناها چه کار کنید
۲۰۰	سوالات پرتکرار
۲۰۷	فصل هفت: جست‌وجوی شغلی شما، مصاحبه‌ی درون‌گرایان
۲۰۹	انتخاب‌های شغلی درون‌گرایان
۲۱۱	جست‌وجوی شغلی: مزایای شما به عنوان فردی درون‌گرا
۲۱۲	اجزای یک مصاحبه‌ی شغلی خوب

۲۱۸	نحوه‌ی آماده‌شدن.....
۲۲۷	نحوه‌ی برقراری ارتباط بدون کلام.....
۲۳۳	نحوه‌ی پاسخ‌گویی به سؤالات دشوار.....
۲۳۵	چه طور لباس بپوشید تا تحت تأثیر قرار دهید.....
۲۴۰	نحوه‌ی پی‌گیری.....
۲۴۱	نحوه‌ی درخواست پاداش.....
۲۵۳	فصل هشت: خلاف جهت شما، جهان از دید افراد برون‌گرا.....
۲۵۳	برقراری ارتباط با نیمه‌ی دیگر.....
۲۵۶	حرکات، نمایشی متهورانه با موتورسیکلت برای افراد درون‌گرا.....
۲۵۷	بسی از روزهای زندگی افراد برون‌گرا.....
۲۶۰	غریبه‌ها.....
۲۶۳	یازها، عدد ها، افراد برون‌گرا.....
۲۶۶	چه در خود برای افراد برون‌گرا معرفی و تبلیغ کنید.....
۲۷۱	خودتان را بیشتر در معرض دید قرار دهید.....
۲۷۴	مصاحبه با یکی از چه راه‌های ترسیم دنیای رسانه.....
۲۷۶	پرسش از ثروتمندترین.....
۲۷۸	مجذوب زیورآلات.....
۲۸۰	دنیای وارونه‌ی بیل کلینتون.....
۲۸۳	کسی که از مسیر خود دور شد.....
۲۸۷	نتیجه‌گیری.....
۲۹۵	چرا مربی استخدام کنید.....

مقدمه

من در جلسات تو را ساکت می‌بینم. دیده‌ام که تنها ناهار می‌خوری و حتی شاهد این بوده‌ام که همکاری بلندآوازه و کم‌استعدادتر تو به‌جای تو تبلیغ می‌کنند. با این حال، می‌دانم که چیزی برای گفتن داری. چه چیزی تو را از گفتن چیزهایی که می‌خواهی بگویی باز می‌دارد؟ به‌ویژه هنگامی که مربوط به توست. شاید نمی‌خواهی لاف بزنی و یا توجه زیادی را به خود جلب کنی. به عنوان یک فرد درون‌گرا، ترجیح می‌دهی تا قبل از صحبت کردن فکر کنی و اگر به اندازه‌ی کافی به آن فکر کنی، منطق عجیب و غریبی در مورد این‌که دیگران - عموماً اند نقاط قوت تو را بیرون بکشند بر تو غالب می‌شود. مثلاً این‌که فقط با نگاه کردن به تو قادر باشند شایستگی‌های تو را ببینند. اگر فقط ...

خوب نیست اگر کسی تو رو کشف کنه؟ شانس افتادن این اتفاق چقدره؟ یا توجه به اقتصاد سخت و بازار کار در سال‌های اخیر، چه مدت باید منتظر بمونی؟ انتظار فقط یک گزینه نیست. این کتاب - که توسط یک فرد درون‌گرا برای افراد درون‌گرا نوشته شده است - متعلق به شماست. ما با هم از نقاط قوت شما اجلیل می‌کنیم و مهارت‌های حیاتی اساسی که نیاز دارید تا قابلیت دیده‌شدن خود را افزایش دهید، ایجاد می‌کنیم. شما تصمیم می‌گیرید تا چه حد رویت‌پذیر باشید. آن‌ها را که برای‌تان اهمیت دارد به دست آورید، آنگاه خود را به سمت اهداف‌تان هدایت می‌کنید.

تبلیغ خودتان به طور صحیح

افرادی که در کسب قابلیت دیده‌شدن موفق هستند - از وویی گلدبرگ گرفته تا دونالد ترامپ - به طرق مختلف این کار را انجام می‌دهند. آنچه که برای آن‌ها خوب عمل می‌کند ممکن است برای شما کارساز نباشد، به ویژه اگر شما یک درون‌گرا باشید. درست همان‌طور که تنها یک راه صحیح برای تبلیغ خودتان وجود ندارد، یک هدف صحیح خودتبلیغی نیز وجود ندارد. ما راهی پیدا خواهیم کرد که برای شما کارساز باشد و به شما کمک کند تا هر جا که می‌خواهید بروید.

درون‌گرایان	برون‌گرایان
از «زمان بیکاری» بگریزید	از تماس با مردم انرژی دریافت می‌کنند
قبل از صحبت کردن یا اقدام می‌کنند	با صدای بلند فکر می‌کنند
بیش‌تر گوش می‌دهند	بیش‌تر حرف می‌زنند
آهسته‌تر صحبت می‌کنند	تندتر و بلندتر صحبت می‌کنند
تمایل بیش‌تری به ایجاد گفتگوهای عمیق دارند	تمایل بیش‌تری به ایجاد گفتگوی کوتاه دارند
ترجیح می‌دهند با یکی دو نفر در یک لحظه سروکار داشته باشند	مرجع می‌مانند هم‌زمان با همه سروکار داشته باشند
منتظر می‌مانند تا در موقعیت‌های اجتماعی کسی به آن‌ها نزدیک شود	شروع به گفتگو با دیگران در موقعیت‌های اجتماعی می‌کنند
به طور معمول خاموش و محتاط هستند	به طور معمول فعال و پیاپی هستند
از کار کردن به تنهایی و یا با یک نفر لذت می‌برند	از کار کردن در یک گروه لذت می‌برند
چیزهای زیادی درباره‌ی موضوعات محدودی می‌دانند	چیزهای کمی درباره‌ی موضوعات زیادی می‌دانند
می‌دانند	بیش‌تر پر انرژی هستند

منعکس کننده هستند و بیش تر آرام به نظر می رسند	وظایف سریع تر و دارای پیچیدگی کم تر را ترجیح می دهند
بیش تر تفصیل گرا هستند	از تماس با افراد بیش تر لذت می برند - هر چه بیش تر، لذت بخش تر
بیش تر به فضای شخصی نیاز دارند	به سهولت در معرض قرار می گیرند و حالت بسته ندارند
بیش تر پوئ و مرمی هستند و در مورد خود از لگرم بردید دارند	دارای علایق زیادی هستند
علایق عمیق کمی دارند	
کدام فهرست از ویژگی ها بیش از ۵۰ درصد اوقات، شما را توصیف می کند - ترجیحات درون گرایان در سمت راست و بیرون گرایان در سمت چپ؟	

اتصال به هسته‌ی اصلی خود
خودتبلینی با خودانعکاسی شروع می‌دهد، که نیازمند مشاهده‌ی خود فرد در روشنائی آگاهی و بدون قضاوت است. این کار کمک می‌کند تا نسبت به آنچه که هستید یا دارید، به جای تأکید بر آنچه فکر می‌کنید نیستید یا ندارید توجه بیش‌تر کنید. هر چه فرد بیش‌تر به خود متصل باشد، ظرفیت او برای رسیدن بیش‌تر است و کم‌تر کسی انرژی صرف می‌کند تا دنیا را راضی کند.
حالت گایگنو، مشاور آموزشی

ممکن است در ابتدا به نظرتان غیرممکن بیاید که بتوانید خود را بلند کنید. من شما را به ماندن در مسیر و نزدیک شدن به این یادگیری به شدت تشویق می‌کنم، که این هدیه‌ی شما به عنوان یک فرد درون‌گراست. مایل به کشیدن قدم‌هایی که برمی‌دارید به سوی اشتراک هدایای خود با جهان به‌گونه‌ای که برای شما صحیح است، باشید. صدای خود را خواهید یافت، امضای حضور خود را خلق کنید و حقیقت خود را - با صدایی بلند و واضح - بیان کنید. همان‌طور که لئونارد نیموی به درستی با ما به

اشتراک می‌گذارد: «ما می‌کوشیم در درون خود صدای شخصی‌مان را بیاییم که ما را در حالت تأیید قرار می‌دهد.»

قابلیت دیده شدن

خسته شدی از این‌که هیچ‌کس متوجه سخت‌کوشی‌ات نمی‌شود؟
من از عمل تو آگاهم و می‌دانم که حتی «دو برابر» کار می‌کنی. چه فرد دیگری باید
بدهد؟

بده شدن، چالش بزرگی برای درون‌گرایان است. ما اغلب خود را در وظایف‌مان
غوطه‌ور می‌کنیم. در اعماق دنیای خود فرو می‌رویم، فراموش می‌کنیم نفسی
تازه گرفت. شفاف‌سازی‌های جدید را باور کنیم. یک فرد درون‌گرا چه کاری باید انجام
بدهد؟

افسانه برادوی با نام خود را به یک پند به شما می‌دهد. می‌گوید: «به خود افتخار کنید.
بیش از همه، افتخار کنید به این‌که چه کسی هستید و چه کاری می‌خواهید انجام دهید
و دوستان خود را انتخاب کنید. نام‌ها را به دست خود بگیرید. حاصل کنید که انرژی مناسب و رفاقت‌های
درست پیرامون خود داشته باشید. شما دیگران را تهییج می‌کنید و آن‌ها شما را تهییج
می‌کنند.» که موجب افزایش آن می‌شود. در این‌جا چند توصیه‌ی دیگر از افراد حرفه‌ای
در زمینه‌های مختلف وجود دارد.

آن‌هاول، مدیر ارشد آموزش رهبری در ساکس فیفت ریبو، می‌گوید: «نخست درباره‌ی
آن‌چه که می‌خواهید، مطلع شوید. یکی از افسانه‌هایی که در مورد تبلیغ خود وجود
دارد این است که شما قرار است آن‌جا باشید و در مورد همه‌چیز به آن‌ها سخن صحبت
کنید. این چیزی نیست که در آن‌باره باشد.» یک مراجعه‌کننده‌ی من، امی جیکوبز،
نایب‌رئیس فناوری در یک بانک سرمایه‌گذاری بزرگ، اضافه می‌کند: «به این فکر کنید
زمانی که از کلمه‌ی ما در مقابل کلمه‌ی من استفاده می‌کنیم. برای من طبیعی نیست،
چون دوست دارم به گروه خودم اعتبار بدهم. با این حال، وقتی یک ایده واقعاً مال من

است، به جای این که بگویم ما این ایده را مطرح کردیم، دارم یاد می‌گیرم که بگویم من انجام دادم.»

دکتر لونیس برنشتاین، معاون اجرایی آموزش و پژوهش در کارگاه آموزشی سزیم، می‌گوید: «ما هر یک جهانی کامل، با ارزشی بی‌همتا هستیم و چیزی ویژه برای ارائه داریم.» او می‌افزاید: «بنابراین، مانند دوست خوب من گراور در خیابان سزیم، که طبعاً خجالتی است، همگی باید راه‌هایی بیابیم که اجازه دهد شور و هیجان بالقوه‌ی ما را بیرون کشد. بتوانیم آن‌ها را به اشتراک بگذاریم. گاهی اوقات این کار تمرین، انضباط و آزمون و خطا را می‌طلبد، اما تقریباً همیشه ارزشش را دارد.» اشتیاق و توانایی برنشتاین برای او و کارگاه آموزشی سزیم سه جایزه‌ی امی را به ارمغان آورده است.

راهنمایی‌های سریع برای جهش به سمت دیده‌شدن شما

در حالی که بعداً وارد جزئیات بیشتر می‌شویم، در این جا چند نکته‌ی سریع برای کمک به شما در افزایش دیده‌شدن‌تان وجود دارد:

- مدت زمانی که صرف انجام دادن می‌کنید را با مدت زمانی که صرف فکر کردن یا صحبت کردن درباره‌ی چیزی که در حال انجام آن هستید، برابر کنید.
- با نوشتن دستاوردهای خود از آنچه که به خوبی انجام می‌دید و قرار دادن آن‌ها در یک پوشه‌ی «هورا» یا «آفرین»، حفظ‌شان کنید. سپس در این پوشه ایمیل‌های تبریک، رضایت‌نامه‌ها و بازبینی‌های عملکرد در زمانی که دریافت می‌کنید را نیز بگنجانید.
- تمرین کنید دستاوردهای‌تان را بیان کنید و سپس آن‌ها را توسط یک همکار ارشد مورد اعتماد، مرشد و یا مربی برای بازخورد اجرا کنید.
- دستور کار جلسات را برای انجام یک سخن‌رانی برای ایده‌های خود قرار دهید.

- پس از جلسات، ایمیل‌های پی‌گیری را برای تأیید نکات و مشارکت‌های‌تان و نیز وصول آن‌ها از دیگران بنویسید.
- در طول کار خود با همکاران، مدیران و مشتریان‌تان در ارتباط بمانید. بگذارید رفت‌وآمد شما را بدانند و درباره‌ی آن‌ها جويا شوید و از آن‌ها تجلیل کنید.
- اگر شما، یک فرد درون‌گرای اجتماعی هستید، حداقل به اندازه‌ی لازم، میزبان باشید و حتی در جلسات، کنفرانس‌ها و رویدادهای اجتماعی صحبت کنید تا اعتبار و قابلیت دیده‌شدن شما افزایش یابد.

تبلیغ خود در مقابل دیگران

آیا تا به حال متوجه شده‌اید که تبلیغ شخص دیگر چه‌قدر آسان‌تر از آن است که خودتان را تبلیغ کنید؟ رد هولبروک، بازیگر و مجری قدیمی تلویزیون می‌گوید: «وقتی سعی می‌کنم پیش شما بری "باب" بازارگرمی کنم خیلی راحت‌ترم تا وقتی که سعی می‌کنم برای خودم بازارگرمی کنم. پذیرفتن شکست، رد کردن، یا تمسخر از جانب باب، آسان‌تر از آن است که از طرف مال من باشد.»

هیدی رُم، مدیر بازاریابی فدراسیون بی‌جی‌آی نیوبرک اضافه می‌کند: «درعوض این‌که در مقام یک فرد خودخواه، یا خویش‌خدمت عمل کنید، از شخص دیگری که سزاوار آن است حمایت می‌کنید.»

«در طول زندگی حرفه‌ای‌ام، برای افرادی که به من گزارش می‌دادند مبارزه کرده‌ام و تبلیغات آن‌ها را برنده کرده‌ام. با این حال، زمانی که برای تبلیغات خودم آماده شدم، ناگهان چالش بیش‌تری برای اثبات ارزش خود احساس کردم. چرا که خوب من برای خودش عمل نمی‌کند؟ اکنون من همانند کاری که برای دیگران انجام می‌دهم، بخشی از کارم را به شدت برای حمایت از آن در نظر می‌گیرم.»

کسی به شما در یک مهمانی می‌گوید: «در مورد خودت به من بگو.» زمانی که شما مجبورید درباره‌ی خودتان صحبت کنید، ممکن است احساس کنید که کسی به کلید.

روشن روی تمام افکار شما ضربه زده است. پس چرا تقریباً همان قدر دشوار نیست تا دیگران را تبلیغ کنیم؟ علت این جاست:

دیدن و بیان نقاط قوت فردی دیگر نسبت به خودتان آسان تر است.

- زمانی که فرد دیگری را تبلیغ می کنید، آن طور که نسبت به خودتان شک دارید در مورد دستاوردهای او شک ندارید.

- شما مانند قوت های فرد دیگر را نتیجه ی استعداد و تلاش او به حساب می آورید در حالی که برای خودتان را ناشی از بخت و اقبال گنگ می دانید.

- شما از خشنود بودن با رستانتان از طریق تبلیغ کردن شان لذت می برید.

ممکن است تجربه ی گفت و گو درباره ی خودتان مانند سفر به کتابخانه ای زیرزمینی و قدیمی از آرشیوها، گنجینه های رازهای راهروها، پلکان ها و پیچ های کور را داشته باشید، تا وقتی که به یک دیوار در گنجهی سرایدار برخورد کنید. از سوی دیگر، صحبت از افتخارات یک دوست صمیمی، ممکن است به سادگی باز کردن یک در باشد. از آن جایی که شما می توانید در را باز کنید. چرا از آن نیز عبور نکنید؟ ممکن است این کار برخی طرح ها و برنامه ریزی ها را بطلبد. ممکن است تمرین زیادی انجام شود و ممکن است پشتیبانی زیادی داشته باشد. خبر خوب این است که تبلیغ خودتان با تمرین آسان تر می شود.

خودتبلیغی مؤثر در مقابل لاف زدن

در حالی که لاف زدن، آشکارا نامناسب است، حتی شکل های ملایم تر خودتبلیغ انگیز را با خود همراه دارد. شاید غیرممکن بیاید که قابل اعتماد و جذاب به نظر برسید - در عین حال که خود را نیز تبلیغ می کنید. شما توسط افراد دیگری که بیش از حد درباره ی خود صحبت می کنند خسته می شوید و نمی خواهید کسل کننده باشید. اما اگر در مورد دستاوردهای خود صحبت نکنید، باید به دیگران تکیه کنید تا این کار را انجام دهند. این کار به غیر از نامرئی شدن، باعث می شود که احساس ناتوانی و ناامیدی کنید.