

<<懂社交心理的女人最受欢迎>>

图书基本信息

书名：<<懂社交心理的女人最受欢迎>>

13位ISBN编号：9787506486866

10位ISBN编号：7506486865

出版时间：2012-8

出版时间：中国纺织出版社

作者：子衿

页数：311

字数：283000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<懂社交心理的女人最受欢迎>>

前言

## <<懂社交心理的女人最受欢迎>>

### 内容概要

本书基于实用的心理学技巧，结合实际案例，对日常工作、生活中的各种说话现象进行了较为详尽的分析，有助于女性朋友们在为人处世、交际过程中抓住对方的心理，把话说到对方的心里去，进而改变其意识和认知，从而达到事半功倍的理想效果。

## <<懂社交心理的女人最受欢迎>>

### 书籍目录

#### 第一章 破译社交心理密码，成为交际场上的“魅力女王”

- 1.首因效应：第一印象决定交往的成败
- 2.皮格马利翁效应：没有人不希望被赞美
- 3.马斯洛理论：尊重是人内心深处的第一需要
- 4.相吸原理：人们都愿意与喜欢自己的人交往
- 5.从众心理：人与人之间是相互影响的
- 6.刺猬法则：关系太亲密未必是好事
- 7.互惠定律：合作共赢是职场交往的原则
- 8.双赢效应：吃独食的人没有人喜欢
- 9.约哈里窗口理论：适当的“自我暴露”能获得对方的信任
- 10.攀比心理：人们都喜欢相互模仿和比较

#### 第二章 克服女性心理障碍，开辟社交“绿色通道”

- 1.巴纳姆效应：情绪化会让女人的人际交往很困难
- 2.霍桑效应：女人，要学会适度发泄
- 3.孔雀心态：不要让炫耀和攀比害了自己
- 4.鸟笼效应：抛弃无端的焦虑和烦恼
- 5.嫉妒心理是女性社交的最大障碍
- 6.女人，不要让猜疑毁了你
- 7.拒绝做一个“怨妇”
- 8.抛弃你的虚荣心
- 9.气大伤身，切忌动辄就发怒
- 10.不要让悲观心理控制你的认知
- 11.宽容，才能让阳光照进心里

#### 第三章 提升个人形象，打造女人社交的“最佳名片”

- 1.体貌效应：形象决定女人受欢迎的程度
- 2.名片效应：恰到好处地展示女性的魅力
- 3.微笑--女人社交过程中的通行证
- 4.女人的美丽气质是“妆”出来的
- 5.进行得体的自我介绍
- 6.每一步都要走出女人的优雅
- 7.注意女人握手的细节
- 8.在咖啡与茶中展现自己的高雅
- 9.熟知女性参加舞会的规矩

#### 第四章 一眼看透人心，掌握社交场上实用的“读心术”

- 1.反映法则：外在的世界反映内心的真实
- 2.要想看透人，就要养成研究人的习惯
- 3.通过眼睛窥探人的内心
- 4.通过服饰推测对方的性格
- 5.习惯性的动作最能暴露一个人的内心
- 6.通过面部表情判断人内心活动
- 7.通过签名判断对方的性格
- 8.通过步履感知人的心理活动
- 9.从话题的选择上窥探人心
- 10.通过放手机的习惯洞悉人的内心

#### 第五章 吃透恋爱心理学，轻松找到自己的“白马王子”

## <<懂社交心理的女人最受欢迎>>

- 1.延迟满足定律：即使爱也不要急着去同居
- 2.罗密欧与朱丽叶效应：理解与支持会让爱情更长久
- 3.了解男人的亲密周期
- 4.不做醋坛子，但要适时表达醋意
- 5.爱他，就要爱他的一切
- 6.不要试图改变你的爱人
- 7.期望十全十美的爱情不现实
- 8.不要掉入“暗恋”的陷阱
- 9.女人味，俘获男人心的最佳手段
- 10.抓得越紧，跑得越快
- 11.了解男人最爱听的“情话”
- 12.恋爱不同阶段时男人的心理发展

### 第六章 多些包容和理解，掌握经营婚姻的“心理按钮”

- 1.幸福递减定律：不要让你的幸福随着获得而减少
- 2.示弱效应：适当示弱的女人惹人疼
- 3.婚姻诀窍：吃亏越多，幸福越多
- 4.尊重对方的情感隐私
- 5.做一个会倾听的太太
- 6.让丈夫的铁拳打在棉花上
- 7.处理好婆媳关系
- 8.把自己的丈夫“捧”起来
- 9.不妨撒撒娇
- 10.做一个宽容的娇妻
- 11.家丑不外扬
- 12.不要做一个“教官式”的妻子

### 第七章 用诚心换真心，建立属于自己的“知己圈”

- 1.卢维斯定理：用谦虚的心赢得朋友
- 2.闺蜜是女人的“心理安慰剂”
- 3.人至察则无徒：做一个“糊涂”女人
- 4.找到做“知音”的突破点
- 5.一定要善待朋友
- 6.面对友谊，直言也要有智慧
- 7.以宽容之心来维护友谊
- 8.距离，会让友谊更牢固
- 9.学会维护他人自尊

### 第八章 上演职场攻心计，做上司的“左膀右臂”

- 1.注意力法则：要巧妙地获得领导的注意
- 2.抢了上司的风头，断了自己的前途
- 3.尊重领导，不犯“抗上”的低级错误
- 4.上司也有脆弱的一面，适时关心不可少
- 5.上司出错帮忙要不露痕迹
- 6.故意留点不足让上司挑
- 7.远离上司的隐私，掌握与上司相处的尺度
- 8.摸上司的“逆鳞”你会“死”得很难看
- 9.多个心眼，巧妙应对上司的穿小鞋

### 第九章 巧获同事之心，成为广受欢迎的“白领丽人”

- 1.公平原则：一视同仁，平等对待每一个同事

## <<懂社交心理的女人最受欢迎>>

2.竞争优势效应：善于合作的女人最受同事欢迎

3.显露才华，但不要和同事“抢功劳”

4.故意示弱，低调一点向同事求援

5.出差回来要给同事带小礼物

6.远离小团体，小心上“贼船”

7.掌控情感动向，正确处理办公室恋情

8.不要做“鹤立鸡群”的职场“女明星”

9.当众拥抱自己的竞争对手

第十章 知其心用其人，女领导就该这样“柔腕治国”

1.南风效应：用女性的贴心赢得下属的忠心

2.踢猫效应：不要迁怒于下属

3.权威效应：是女人，更是领导

4.激励下属，为其描绘一幅美好的前景

5.棍棒效应：制造危机，让下属“奔跑”

6.多送给下属一些赞扬

7.不要让“猴子”跳上你的背

8.适当地给下属一些小恩小惠

9.不能心太软，“破窗”要及时堵上

10.恰到好处地帮助别人

第十一章 营销就是营心，快速攻陷客户的“内心堡垒”

1.沸腾效应：不断地刺激客户的购买兴趣点

2.同理心效应：让客户觉得你和他一样

3.证人效应：巧妙利用第三方说服客户

4.面对客户，倾听比劝说更管用

5.运用女人特有的善解人意征服客户

6.用动听的声音敲开客户的心房

7.欲擒故纵，让客户不经意间“上当”

8.投其所好，顺坡赶驴

9.暗示客户：过了这个村就没有这个店了

10.决不能与客户发生无谓的争执

11.反动心理：嫌货才是买货人

12.送客户一顶高帽，收获一份订单

第十二章 发挥女性社交优势，与陌生人“一见如故”

1.自己人效应：迅速缩短心理距离的利器

2.调味品效应：废话是人际交往中的润滑剂

3.发现和强化双方的共鸣区域

4.抓紧见面的最初45秒钟

5.必要的寒暄不可少

6.请求对方帮一个小忙

7.多说“我们”，少说“我”

8.用适当的赞美拉近彼此的距离

9.幽默的女人更受欢迎

10.要练就“没话找话说”的本领

第十三章 深谙社交潜规则，巧妙规避人际交往的“雷区”

1.奥卡姆剃刀定律：放弃也许是最好的选择

2.投射效应：不要以个人喜好作为衡量他人的标准

3.看透，但千万别说透

## <<懂社交心理的女人最受欢迎>>

- 4.不要将朋友理想化
- 5.不要什么事都要问个明白
- 6.说话时不要哪壶不开提哪壶
- 7.千万不要得罪小人
- 8.不管什么时候，都不要把话说得太满
- 9.男女之间交往不能逾越底线

## <<懂社交心理的女人最受欢迎>>

### 章节摘录

自从人类有了社会的那一天起，人的生存就与社会关系紧密地联系在了一起。

能否破解人们交往时的心灵密码、心理需求，掌握人际关系中的一些基本原则和普遍效应，已成为衡量一个人是否具备社交能力的重要条件。

尤其对于女人来说，能否深谙此中奥秘，更是走出狭隘的个人交际空间，紧跟时代步伐的有力保证。

一个有智慧的女人，一举首、一投足，乃至一颦一笑都能将明媚的光投射给身边的人，都能让别人感受到她发自内心的接纳、宽容和赞美。

只要你认真学习，相信你也会成为交际场中的“魅力女王”。

首因效应：第一印象决定交往的成败第一印象，又称为初次印象，就是指两个素不相识的陌生人第一次见面时所获得的印象。

人与人在生活中相识、交往，总会有它的“第一次”，而这个第一次见面的印象好坏，往往决定着今后交往的成败。

第一印象真的如此重要，以至长时间的影响你对别人的看法吗？

为此，心理学界曾做过这样一个实验来证明：心理学家设计了两段文字，描写一个叫安吉的女孩一天的活动。

其中一段将安吉描写成一个活泼外向的人：她与朋友一起上学，与熟人聊天，与刚认识不久的男孩打招呼等；而另一段则将她描写成一个内向的人。

研究者让一些被试先阅读描写安吉外向的文字，再阅读描写他内向的文字；而让另一些被试先阅读描写安吉内向的文字，后阅读描写她外向的文字，然后请所有的被试共同来评价安吉的性格特征。

结果，先阅读外向文字的被试中，有80%的人评价安吉热情外向；而先阅读内向文字的人，则只有30%的被试认为安吉热情外向。

可以看出，人们在不知不觉中，往往倾向于根据最先接收到的信息来对人做出判断。

可见，第一印象总是第一时间影响着别人对你的评价。

那些先入为主的观念一旦形成，便在很大程度上影响着我们的思维，决定着我们在与这个人交往时的看法。

第一印象所产生的这种先入为主的作用，被称为首因效应。

首因效应一旦形成，通常很难改变。

当第一印象形成了，人们往往会寻找更多的理由去支持这种印象。

有时，尽管你表现的特征并不符合最初留给人的印象，人们在很长一段时间里仍要坚持对你的最初评价。

首因效应还具有“泛化”的特点，它会在对方的心中开辟一个新的领地，以初次印象来取代这个空白。

而对方很容易由于获得初次的一点印象，便会“以偏概全”，并在今后交往中将这第一印象泛化到对方工作生活的方方面面。

首因效应是个妇孺皆知的道理，为此，为官者总是很注意烧好上任之初的“三把火”，平民百姓也深知“下马威”的妙用，每个人都试图给别人留下良好的“第一印象”。



## <<懂社交心理的女人最受欢迎>>

### 编辑推荐

《懂社交心理的女人最受欢迎》为您揭示，为什么有的女人一举手、一投足乃至一颦一笑都招人喜爱，有的女人一说话别人就敬而远之，为什么有的女人左右逢源、顺风顺水，为什么有的女人形单影只、处处碰壁？

答案尽在此书中。

<<懂社交心理的女人最受欢迎>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>