

<<百分百说服力>>

图书基本信息

书名：<<百分百说服力>>

13位ISBN编号：9787508630915

10位ISBN编号：7508630912

出版时间：2012-1

出版时间：中信出版社

作者：内藤谊人

页数：216

译者：王俊

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>

## &lt;&lt;百分百说服力&gt;&gt;

## 前言

前言“想要说服对方！

”“想要打动喜欢的人的心！

”“想要像指挥四肢一样指挥自己的部下！

”如果你有这样的愿望，你就有福了，因为你的愿望马上就要实现了。

也许有人会感到烦恼：“我又不会说话，又不会跟别人打交道，行吗？

”没问题。

笔者将为这样的人介绍为数众多的特别说服技巧。

无论什么样的人，只要读了本书，就一定能马上按照自己的意愿打动对方的心。

需要说明的是，本书所称的“说服”，并不仅仅是指与人说话的技巧。

如果不能打动对方，使之按照自己的想法去做，那就称不上说服了。

如果仅仅依靠说话的话，那就不是“说服”而是“说明”了。

字面相似，但还是应该记住两者之间的区别。

无论多么充满热情地讲述，如果对方不为所动，就不能算是说服。

例如，有这样一个故事。

事情发生在美国罗斯福总统的时代。

当时在白宫的盥洗室里准备了毛巾，由于上面印有“白宫”的字样，便不断有访客将其偷回家去留作纪念。

当局为此深感头痛，于是贴了一张告示与这种现象进行对抗，上面写着：“请不要偷窃用品。

偷窃是犯罪。

”但遗憾的是这张告示一点也不起作用。

从理论上说，偷窃是不好的，这一点人人知道，但大家都未能免俗，还是想要拿走。

于是罗斯福总统提出了非常巧妙的说服战术。

他的做法就是在“白宫”两个字的前面，加上“偷自（Stolen From）”两个字。

偷了这种毛巾，自己的偷窃行为马上就会曝光，而且也没有办法在朋友面前炫耀。

结果，毛巾被偷的情况就再也没有发生了。

也就是说，光靠言语进行说服，并不是真正的能力。

有时，像罗斯福一样用比较精灵古怪的方式进行说服也很重要。

所谓说服，简而言之，就是达到让对方按照自己的想法行事的目的。

本书介绍了很多这样别出心裁的技巧，连不善言辞的人也能轻松使用。

这些法则虽然简单，但成效显著。

本书所要介绍的，是基于科学的心理学数据、具有可操作性的说服术。

“向下属下命令也完全不被放在眼里。

”“总是被交涉的对象轻视。

”“孩子根本不听我（不管你是家长还是老师）的。

”不擅长说服别人的人，在人际关系上总是有着种种烦恼。

但这样的担心完全没有必要。

因为，只要你按照本书的技巧去做，那么要让对方按照自己的想法行事，就不那么困难了。

人生是否能够过得愉快，取决于能不能顺利处理人际关系。

因此，掌握了“说服术”的你，一定能够把人生过得比现在更愉快。

那么，本书都有些什么样的内容呢？

随便翻翻就会发现，几乎所有的页面上都引用了心理学的实验数据。

也就是说，这里所写的并不是笔者自以为是的內容，而都是以科学的专业杂志上发表的值得信赖的数据为基础的。

因此，读者应该也能放心地运用本书所提到的技巧。

在为数不少的同类书中，有太多未经证实的说法，让人看后难免产生“这种方法究竟行不行啊”之类

## <<百分百说服力>>

的担忧，但本书可以保证绝对不会有这种不靠谱的技巧。

所谓说服，可以说是我们必须一直使用的“生活术”。

除了在无人岛独自生活的人以外，我们在日常生活中都必然要跟别人打交道，而只要跟别人打交道，自然就会出现很多必须说服对方的场面。

正因为是我们平时就经常使用的日常性的东西，所以我们更应该掌握这些可以放心使用的方法，也就是经过科学实验证明了的、任何人都可以放心使用的说服术。

本书如果能作为这方面的指南书，为各位起到一定的作用，我将感到不胜荣幸。

希望各位读者能够使用本书的技巧，度过有意义的人生；也希望各位能够沉浸在说服别人按照自己的想法行事的小小喜悦中。

2001年3月内藤谊人

## <<百分百说服力>>

### 内容概要

身处职场，你需要与老板和同事交往，与客户交涉；回归日常生活，你需要维系亲情和友情……所有的人际圈和行为都在要求你具备高明的“说服术”来打动你必须打动的人，稍有不慎，一句话就能让你“遭遇红灯”，跌入谷底；反之，小小一个表情也能让你收获一笔大订单，赢得佳人芳心。

在这里，职场心理学专家内藤谊人要告诉你的，并非高深莫测的“法术”，而是基于科学的心理学数据、深具可操作性的“生活之术”，简单，但卓有成效。连不善言辞的人也能轻松应用，成为一个人人称羨的“说话专家”！

## <<百分百说服力>>

### 作者简介

内滕谊人，日本著名心理学家。  
日本庆应义塾大学社会学研究科博士。  
安捷鲁（ANCJIRUDO）有限公司董事长。  
在对于如何利用丰富的心理学数据，在商业、人际关系和管理中得苗好结果的方法的研究方面颇有成就。  
在心理学基础上，他为大众提出了很多实用性建议，博得了一致好评。  
其著作有：《“蒙混”心理术》、《百分百说服力》、《攻心说话术》、《攻心说服力》、《不会被人怠慢的技巧》、《排队的收银台，哪一队走得快？》、《黑礼仪、潜规则》等。

## <<百分百说服力>>

### 书籍目录

前言

PART 1 你对“说服”一无所知吗?

--“YES”和“NO”的心理

说服的要点在于“引起注意”

懂得关于说服的“逻辑学”

懂得关于说服的“诡辩学”

坚固的壁垒不妨逐步攻破

关于容易被说服的人

“只说一句”容易被接受

暗示眼前的利益

靠印象行动的人与靠理论行动的人

过度强调优点会反受其害

记住谈判的根本是对等原则

PART 2 跟对方变亲近

--诱发亲近感与连带感的技巧

大量使用“我们”一词

要合作必须强调双方的利益

拉对方入伙

让对方感觉自己拥有同样的经历

以姓名相近的人为交涉对象

人们喜欢说真话的人

尽可能增加会面的次数

找不到话题时的说服术

打开心扉的幽默技巧

PART 3 奉承无人能敌

一自尊攻略技巧

激发对方的荣誉感就能成功说服对方

不要伤了对方的面子

无论如何,首先要表示“同意”

要注意赞扬和批评的顺序

“拍马屁”只对年轻人有效

激发“只给你特别对待”的情感

用逻辑打动精英

让对方产生幸福感的技巧

PART 4 如果不擅长说服,可借用他人的力量

一间接靠近目标的技巧

引用专家或专业的证据

引用名人的例子

.....

PART 5 转移对方的视线——框架技巧与置换技巧

PART 6 用混乱削弱对方的判断力——浑水摸鱼的技巧

PART 7 一口气打动众多对象——打动所有人的技巧

PART 8 不同的说话方式效果截然不同——利用声音的技巧

PART 9 这样的面孔会让对方作出肯定的回答——利用外表的技巧

PART 10 不善言辞就用身体进攻——身体语言的技巧

<<百分百说服力>>

PART 11 适合说服的场所——环境安排的技巧

PART 12 当你被逼入绝境时——“狗急跳墙”的技巧

## &lt;&lt;百分百说服力&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：人们的意见完全一致是不可能的。

既然不是克隆人，那么要求所有人在所有的问题上都拥有相同的意见，就是根本不可能的。

因此，即使同样得出赞成的结论，很有可能A是全面赞成，而B却是部分反对，这种情况非常普遍。

也就是说，在谈判达成协议之前，会有各种各样的反对意见此起彼伏。

但是这里要注意一点，即使你与对方的意见完全相反，也不要一下子就表示反对。

也就是说，无论是多么难以接受的意见或要求，在刚刚听到的时候一定要表现出接受的态度说：“的确，您说得很有道理。

”如果不这么做的话，后面就麻烦了。

这可以说是谈判的“预防接种”。

在突然遭到反对时，人们会对反对者恨之入骨，也就会产生冲动的抗拒心理。

相反，如果对方的第一句回答是肯定性的，就会产生自己已被接受和认可的印象，因此即使后来逐渐出现不同意见，也能比较容易接受。

心理学家门罗和蒂德提出了这样的建议：请先表示出你和对方意见的一致之处，这样你的意见就会显得“更有说服力”，听起来更加“正确”。

简而言之，如果先对对方的想法表示肯定和接受，就会在对方心中形成类似预防接种时产生的“抗体”，之后即使面对激烈的反对意见也能够承受。

先说一声“的确是这样”，然后再加上一句“但是在这一点上我不能同意”，这种技巧心理学家明尼克称之为“YES, BUT定律”。

首先说“Yes”，然后说“But”，这样就会在不伤对方面子的情况下将谈判顺利进行下去。

作为这种技巧更进一步的应用方法，也可以使用“YES, YES, BUT定律”。

我想你应该明白我在说什么吧。

不是只说一句“的确有理”，还要再次表示同意：“正如您所说的那样”，在表示第二次同意之后再反对：“不过……”。

这种做法如同过石桥也要敲三敲一样，虽然未免有些过于谨慎，但绝对是安全的。

一下子伤了对方面子的做法，绝不可能有好结果。

一开始先要表示同意，如果无论如何都不愿意表示同意，也暂且不要反对，先沉默片刻再说。

让孩子的才能得到充分发挥的母亲，无论孩子交出分数多么低的试卷也绝不会发脾气。

她们会先夸上一句，然后鼓励孩子：“不过，再努力一点的话，一定会更棒。

”

## <<百分百说服力>>

### 编辑推荐

《百分百说服力:如何说服别人按照自己的想法行事》编辑推荐：“您是怎么想的？”, 说服的时间尽量选择傍晚, 要从“后面”打招呼, 专业术语能让人觉得“像是那么回事”, 有时候也要试着用粗暴的声音进行说服, 大量使用“我们”一词, 注意赞扬和批评的顺序, 绝对不能支支吾吾.....

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>