<<生活中的心理战术>>

图书基本信息

书名:<<生活中的心理战术>>

13位ISBN编号: 9787510400506

10位ISBN编号:7510400503

出版时间:2009-1

出版时间:新世界出版社

作者:白帆,心一 著

页数:200

字数:170000

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

<<生活中的心理战术>>

前言

你是不是时常有这样的疑问:为什么我会听售货员的话买下一堆昂贵却又没什么用的东西? 为什么我们会答应别人原本不想答应的请求?

为什么看到别人排队时,我也跟着排队…… 其实这些都是别人对我们运用了心理战术的结果。 那么什么是心理战术呢?

心理学家告诉我,心理战术是一种抓住对方心理,通过影响对方的潜意识,改变其意识和认知。 以达到自己目的的心理征服战术。

看到这儿,你是不是已经对"心理战术"几个字望而生畏,不敢再往下看了呢? 其实,你大可不必理会心理学家是怎么说的。

通过自己的观察和体会,你也能掌握心理战术的精髓。

心理战术并没有我们想象中的那么神秘和深奥,它只是人们众多心理活动的一些规律性总结。

生活中每时每刻都在上演着一幕幕的心理战。

因为生活主要就是由人的心理和行为支撑的。

有人就有心理,也就离不了心理战术。

说不定现在你的身边就有一个人正在对你使用着心理战术呢。

让我们来看看下面几个真实的片段。

<<生活中的心理战术>>

内容概要

这一本教你如何运用心理学与心理战术战胜自己、也战胜别人的智慧宝典。

一切的战争都是心理战,生活中大部分的竞争都可以牵涉到心里战术,应用到心理战术,心里战术是 心理学中最实用、最贴近生活的一门学问。

当你资金不如人,实力不如人,并不表示你在实际生活中就会落败,只要你能掌握对方的心理,掌握心理战术的运用,就一定能立于不败之地。

你是不是时常有这样的疑问:为什么我会听从售货员的推荐买下一堆昂贵却又没什么用的东西? 为什么我们会答应别人原本不想答应的请求?

其实,这些都是别人对我们运用了心理战术的结果。

生活中每时每刻都在上演着一幕幕的心理战。

因为生活主要就是由人的心理和行为支撑的,有人的地方就有竞争,有竞争的地方就离不开心理战术

说不定现在你的身边就有一个人正在对你使用着心理战术呢!

心理战术是心理学中最实用、最贴近生活的一门学问。 当你资金不如人,实力不如人,并不表示你在实际生活中就会落败,只要你能掌握对方的心理,掌握 心理战术的运用,就一定能旗开得胜!

<<生活中的心理战术>>

书籍目录

第1章 思维定势:别让惯性左右你

别让惯性左右你 见怪不怪、常见不疑 昂贵等干优质?

过去决定了现在的可能 本能不经强化也会消失 自我设限的悲哀

第2章 知觉对比:事物不变,变的只是认知

一杯时冷时热的水 怎样借钱最省事

如何谈判最有效刀

一开始就告诉对方最坏的情况

"折中选项"背后的秘密

不要总觉得邻居的草坪更绿

第3章 从众效应:毛毛虫为什么会饿死?

以多数人的意见为准则 人们最容易受谁的影响?

社会常态的吸引力 毛毛虫为什么会饿死?

投资中的陷阱 谁才是最大的笨蛋?

第4章 威慑策略:不战而屈人之兵

空城计的诡计

怕什么就给他来什么

借题发挥、虚张声势

沉默也是一种威慑力

陌生环境带来的心理压力

害怕,藏在你心中的毒蛇

第5章 权威效应:说什么不重要,关键要看是谁说的

麦哲伦成功的秘密 谎言有时很有效 你只需塑造权威的表象

权威不是"上帝"

第6章 互惠心理:悄悄产生的负债感

吃亏为什么是福?

让人感到意外的薄荷糖 悄悄产生的负债感 看到的都是自己

第7章 竞争效应: 互相牵制的螃蟹

<<生活中的心理战术>>

容不得别人比自己强

二桃杀三士

互相牵制的螃蟹

坐收渔人之利

假如没有竞争,老虎也会失去霸气

妒忌也可以为我所用

第8章 心理暗示:现象背后的真相

心理暗示之谜 运用心灵的力量 暗示愈含蓄,效果愈好 环境的暗示性和诱导性 骗术为什么有人信?

第9章 趋合心理:人们总喜欢办事有始有终

人们总喜欢有始有终

什么是99族?

消费积分的妙用

聪明的犹太人

第10章 外在理由:不给钱了谁还给你喊

不给钱了谁还给你喊

人越多越兴奋

有双眼睛在看你

第11章 短缺效应:机会越少,价值越大

人为制造的短缺

一文不值与重金难求

可口可乐的尴尬

什么是损失厌恶?

限量购买的威力

干涉越多相爱越深

第12章 参与定律:这到底是谁的决定

这到底是谁的决定?

这事与我有关吗?

让别人玩你发的牌

位置选择的玄机

第13章 喜欢原则: 士为知己者死, 女为悦己者容

人们愿意为他们喜欢的人做事

投其所好的效果

为什么要起个好名字

人人爱听奉承话

人们喜欢与自己相似的人

熟悉的就是好的

第14章 沉锚敢应:第一信息的力量

第一信息的力量

<<生活中的心理战术>>

主动承认的小缺点 知识分子=白面书生?

不要被光环遮住了视线 第15章 承诺与一致:生活中怎样"得寸进尺" 人们会调整态度以和行为保持一致 得寸为什么能进尺?

为了不担虚名 承诺好,公开的承诺更好 写在纸上的东西有神奇的力量 后记 参考书目

<<生活中的心理战术>>

章节摘录

第1章 思维定势:别让惯性左右你 别让惯性左右你 有这样一个测试题:公安局长在路边同一位老人谈话,这时跑来一个小孩,急促地对公安局长说:"你爸爸和我爸爸吵起来了!

"老人问:"这孩子是你什么人?

"公安局长说:"是我儿子。

"请你回答:这两个吵架的人和公安局长是什么关系?

在100名被测试者中只有两人回答正确!

后来,对一个三口之家问这个问题,父母没答对,孩子却很快答了出来:"局长是孩子的妈妈,吵架的一个是局长的丈夫,即孩子的爸爸;另一个是局长的爸爸,即孩子的外公。

" 为什么那么多成年人解答如此简单的问题反而不如一个孩子呢?

这就是思维定势在作怪。

按照成人的经验,公安局长应该是男的,从"男局长"这个思维定势去推想,自然得不到正确答案, 而孩子没有这方面的经验,也就没有思维定势的限制,因而立刻就得出了正确答案。

让我们再来看看另外一道脑筋急转弯题,答题者必须是那些受过教育的成年人。

"三点水加个'来'字,念什么?

- " "还念lai。
- ""那三点水加个'去'呢?
- " 被问者至少有一半以上语塞,有的脱口而出"gu,有的甚至说:"根本没这个字!
- "而同样的问题再问小学三四年级的学生,"中招"的人几乎没有。

这是为什么呢?

这也是心理学上的思维定势在作祟。

社会心理学家发现,思维定势在人际交往和认知过程中普遍存在。

思维定势一旦形成,思维就会呈现一种惯性状态。

只要某种现象一出现,就会自然而然地顺着过去的习惯去思考,得出结论。

思维定势虽然可以使我们在从事某些活动时相当熟练,甚至达到自动化,但它的存在也会束缚我们的思维,使我们只用常规方法去解决问题,而不寻求其他"途径"。

因此,不管是在学习、工作还是在生活中,我们应该有意识地克服思维定势。

这样才能使思维更开阔、更深刻、更灵活、更敏捷,才能使我们少犯判断上的错误。

思维定势一旦形成,思维就呈现一种惯性状态。

只要某种现象一出现,就会自然而然地顺着过去的习惯去思考,得出结论。

特别是当人们对未知情况不了解时,便会用以往的经验来判断。

见怪不怪、常见不疑 东汉末年,黄巾军进攻北海。

北海太守孔融被黄巾军管亥围困在都昌。

孔融打算向平原太守刘备求救,但敌人围兵重重,无法出城。

这使得孔融一筹莫展。

正在这时,名士太史慈求见,请求突围。

他胸有成竹地对孔融说:"现在敌军围困严密,如果硬往外冲,那无异于羊入虎口,要想成功,须用 奇计。

我如今已想出了一条妙计,定可为您搬来救兵。

现在军情紧急,请您别再犹豫了。

" 孔融虽不愿让太史慈去冒险,但见他胸有成竹的样子,便答应了他的请求。

第二天天刚亮,太史慈匆匆地吃完早饭,然后提了弓箭,骑上快马,扛起一个箭靶,打开城门冲 了出去。

城外的敌军见城中有人冲出来,以为是来挑战的,便急忙调动人马准备迎战。

谁知太史慈下了马,来到城边的一个壕堑里,栽好靶,一个人不慌不忙地练起箭来。

太史慈练了好一阵,然后扛起箭靶,进城去了。

<<生活中的心理战术>>

围观的人嘀咕了一阵子,起初都感到奇怪,便远远地站着不动,后来见他只是练箭而已,这才放下心来。 来。

第二天,太史慈骑上马,又扛着箭靶来到壕堑里练箭。

这一回,围观的敌兵对太史慈不那么警惕了。

他们有的躺着不动,有的还围上来闲看,相互间耳语一番,评论他的箭法如何如何。

太史慈足足练了两个时辰,最后又扛起箭靶,骑马进城去了。

到了第三天,太史慈又扛着箭靶出城了。

围观的人以为这个古怪的人物又出来练箭了,便不再理会他。

谁知太史慈这次却把箭靶一丢,扬鞭策马,径直冲向城外。

当围城大军清醒过来时,太史慈已经冲出重围。

他们气急败坏地派人追赶,太史慈却早已跑得无影无踪了。

太史慈来到平原郡,向刘备求救,请他发出救兵。

刘备于是派出精兵强将3000名,跟随太史慈去解都昌之围。

围城大军得知刘备的援兵到来,再也无心攻城,四散退去了。

人们对司空见惯的事情常常不会产生疑惑。

太史慈正是利用了这一点,以熟视无睹的常见现象来麻痹对手,扼杀了对手思想的灵敏性,而后突然行动,突出重围。

俗话说"商场如战场",同样的计策应用于商场上也可以出其不意地打击对手,就像处于弱势的 顾尔德最后却控制了西联电报一样。

顾尔德是美国商场大玩家。

1878年,他投资100万美元成立了一家电报公司。

在此之前,西联电报公司一直独占着电报市场的生意,因而顾尔德的这家电报公司直接威胁到西联电报公司的利益。

面对顾尔德的威胁, 西联公司的董事决定不惜任何代价收购顾尔德的公司。

他们认为这么一来就可以除掉这个恼人的竞争对手。

然而过了几个月,顾尔德又开了一家电报公司,再一次和西联电报公司展开了竞争。

同样的事情再度发生,西联又出资买下了顾尔德新开的公司。

不久后,这样的事情又发生了。

可是这一次西联电报公司却吃惊地发现,西联公司的经营权已经落入顾尔德的手中。

西联公司的董事们以为顾尔德的目标只是等着被高价收买,从中赚取利润。

其实顾尔德是在转移西联的注意力,并通过西联公司的收购行为在西联内部安插自己的人马。

与此同时,顾尔德出高价在西联公司之前购买了爱迪生的四重发报机专利,进而在故伎重演的掩护下 ,以内部蚕食和专利权作为要挟一步步控制了西联的经营权。

顾尔德使用的就是一个反复模式的诡计,他以重复的行动展现在对手面前,让他们相信自己会继 续保持同样的行为模式。

这种模式掌控着西联电报公司的心理预期,他们认为顾尔德的行为会遵循一个固定的模式。

正是这种观念,使得他们落人顾尔德设下的圈套。

见怪不怪,常见不疑是思维定势在军事、商业、生活中的成功运用。

以重复的行动展现在对手面前,这种模式会掌控着对手的预期。

对手会认为我方还会继续保持同样的行为模式,遵循某一固定的模式。

昂贵等于优质?

有一位朋友在旅游景点开了一间出售珠宝的商店。

她那儿刚刚发生了一件不可思议的事情。

朋友在旅游旺季里进了一批玛瑙石珠宝,售价也不贵,可以说是物超所值。

虽然商店里顾客盈门,生意兴隆,可是那批玛瑙石珠宝却怎么也卖不出去。

我的这位朋友想了各种方法来吸引顾客对这些玛瑙石的注意,希望以此来促进它们的销量,例如将玛瑙石摆放在显眼的位置,告诉店员对它们进行大力推销,但是这些方法的效果都不理想。

<<生活中的心理战术>>

后来,她有事要离开景区。

临走的时候,这位朋友给店员留了一个便条,让店员将那批玛瑙石珠宝以1/2的价格处理掉。

因字迹潦草,店员误将便条上的"1/2"错看成了2。

谁知提价后的玛瑙石珠宝反而受到顾客的欢迎,很快便销售一空。

几天后,朋友回来,看到那批玛瑙石珠宝果真销售一空后,很是高兴。

不过,在得知那批玛瑙石珠宝是以原价两倍的价格卖掉之后,朋友完全惊呆了!

她怎么也想不通这究竟是怎么一回事。

其实这些顾客只是受到思维定势的影响,再加上他们对玛瑙石没有什么了解,于是习惯性地认为 " 昂贵=优质 " 。

因为在一般情况下,商品的价格与价值是成正相关的。

商品的价值越大,价格自然越高。

因此,这些想买到好珠宝的顾客,在看到玛瑙石珠宝昂贵的价格之后,便认为这些珠宝值得拥有。

这就发生了上面那件让我朋友迷惑不解的事。

由于人们普遍存在着"昂贵=优质"这么一种思维定势,精明的商家便抓住人们的这种心理,提高定价,厚利也可多销。

有一位名叫米尔顿·雷诺兹的企业家就是靠这种方法取得了成功。

一次,雷诺兹发现一家制造铅字印刷机的工厂破产待售。

这种印刷机的用途之一是能够供百货公司印刷展销海报。

雷诺兹看准这点,立即借钱买下工厂,然后把机器重新定名为"海报印刷机",专门向百货公司推销

原来的印刷机,每部售价不过595美元,更名之后,雷诺兹把价钱一下提高到2745美元。

他认定,现在百货店都在大力推销产品,"海报印刷机"正好能够满足他们的特殊需要,而对某些独特产品来说,"定价越高,越容易销售"。

果然 , " 海报印刷机 " 的销路颇好 , 让雷诺兹大赚了一笔。

之后, 雷诺兹又开始寻找新的"摇钱树"。

1945年6月,他到阿根廷商谈生意时,又发现了一个新的目标,也就是今天的圆珠笔。

当时,雷诺兹看准了圆珠笔具有广阔的市场前景。

他立即赶回国内找人合作,昼夜不停地研究,只用了一个多月便拿出了自己的改进产品,抢在了对手的前面。

他还利用当时人们原子热的情绪,将这种笔取名为"原子笔"。

随后,雷诺兹立即拿着仅有的一支样品笔来到纽约的金贝尔百货公司,向公司主管们展示这种 " 原子时代的奇妙笔 " 的不凡之处:它既可以在水中写字,也可以在高海拔地区写字。

这些都是雷诺兹根据圆珠笔的特性和美国人追求新奇的性格,精心制定的促销策略。

果然,公司主管对 " 原子笔 " 深感兴趣,一下就订购了2500支,并同意采用雷诺兹的促销口号作为广 告。

当时,这种圆珠笔生产成本仅0.8美元,但雷诺兹却果断地将售价抬高到12.5美元。

他认为只有这个价格才会让人们觉得这种笔与众不同,配得上"原子笔"的名称。

1945年10月29日,金贝尔百货公司首次销售雷诺兹"原子笔",竟然出现了5000人争购"奇妙笔"的壮观场面。

大量订单像雪片一样飞向雷诺兹的公司。

短短半年时间,雷诺兹生产"原子笔"所投入的2.6万美元资本,竟然获得了155万美元的税后利润。

等到其他对手挤进这个市场,杀价竞争时,雷诺兹已经赚了大钱,抽身而去了。

通常来说,商品的价格都会随着价值的增加而提高,价格越贵,质量就越好,价值就越高。 所以,当人们想买质量好、价值高的某些商品时,便很自然地靠"昂贵=优质"去判断商品的价值。

<<生活中的心理战术>>

媒体关注与评论

- 心理学是社会科学中最实用、最贴近生活的学问 心理战术是心理学中最实用、最贴近生活的知识 看清心理学的种种特征,也许只是为了能够在种种决策中给自己一个理性的氛围。
- ——Globex Sludios 中国区COO姜超 生活从某种角度来看就像一场无休止的博弈游戏,这本书提供了人们在博弈中最得力的道具!
- ——手机游戏门户当乐网创始人张俊彦 对于商务交往而言,心理战术显得更为重要,如果能 恰当地运用心理暗示,往往会收到"不战而屈人之兵"的效果。
- ——互动娱乐门户猫扑网商务总监郝丽烨 从传媒的角度来说,如何抓住群体的心理需求是最为重要的,这本书对于了解这点有着很好的启示作用。
- ———中央电视台资深编导王峰 看完《生活中的心理战术》 , 让我豁然开朗。 其实你只需要做出一点小小的改变 , 就能收获一种富足的人生 , 真希望早日看到本书的出版。
 - ——天涯网友ddw

<<生活中的心理战术>>

编辑推荐

《生活中的心理战术:最妙趣横生的心理学课堂》最妙趣横生的心理学课堂 为什么帮了一个不喜欢的人,却会变得逐渐喜欢他?

为什么电话购物的线路越忙,购买产品的客户越多?

为什么你会答应别人原本不想答应的请求?

为什么有些东西提价反而卖得更好?

一切的战争都是心理战 当你输掉竞争时,可能想不到对手进行了心理暗示; 当你做出决 定时,可能不相信自己掉入了惯性陷阱。

当你无所依凭时,《生活中的心理战术》为你提供了白手起家的机会; 当你愁眉不展时,《 生活中的心理战术》为你提供一种新的思维方式。

<<生活中的心理战术>>

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