

<<怎么说别人才会听你的>>

图书基本信息

书名：<<怎么说别人才会听你的>>

13位ISBN编号：9787538859409

10位ISBN编号：7538859403

出版时间：2009-4

出版时间：黑龙江科学技术出版社

作者：桑娅·哈姆林

页数：287

译者：陈景荣

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>

<<怎么说别人才会听你的>>

前言

著名成功学家戴尔·卡耐基曾说：“当今社会，一个人的成功，仅仅有15%取决于技术和知识，而其余85%则取决于口才艺术。

”语言是思想的外壳，是与人沟通的桥梁。

任何人际关系的处理都需要靠说话的技巧来协调，任何专业知识的发挥都需要靠说话的艺术来实现。语言在我们的生活和工作中不仅仅是表达与沟通的工具，更是我们生存与发展不可或缺的重要手段，它是人生的财富，是迈向成功的阶梯。

在今天这样的信息时代，探讨学问、接洽事务、交换信息、传授技艺，还有交际应酬、传递情感和娱乐消遣都离不开说话。

说话的根本目的在于表达和沟通，只有说得对方能听懂，并且愿意听，才能赢得令他人羡慕的机遇，受到上司的赏识、同事的尊敬、下属的爱戴、客户的信赖。

同样表达一个意思，但说的方式方法不同，其结果将大相径庭，一个人能否把事情办成，很多时候不在于做了多少，而在于说了多少和怎么去说。

和谁说，说什么，怎么说，是一种文化，更是一门艺术，掌握这门艺术，就能改变你的一生。

会说话的人事半功倍，不会说话的人事倍功半。

如果你是一个推销者，怎么说别人才会听你的？

面对众多竞争对手，你如何说服客户？

作为演讲者，你如何才能抓住听众的注意力。

<<怎么说别人才会听你的>>

内容概要

著名成功学家戴尔·卡耐基曾说：“当今社会，一个人的成功，仅仅有15%取决于技术和知识，而其余85%则取决于口才艺术。

”会说话的人事半功倍，不会说话的人事倍功半。

如果你是一名推销员，怎么说别人才会听你的？

面对众多竞争对手，你如何说服客户？

作为演讲者，你如何才能抓住听众的注意力？

本书是当今美国最受欢迎的管理培训大师桑娅·哈姆林的代表作，是一部告诉你“怎么说别人才会听你的”的实用指南，既能提高你的沟通能力和技巧，又能帮助你解决沟通中遇到的难题和冲突。

你可以从这本书中学到怎样去理解自己的听众，怎样增强他们对你的信任，最终从容不迫、游刃有余地在各种场合展示自我，创造良好的人脉。

<<怎么说别人才会听你的>>

作者简介

桑娅·哈姆林，当今美国最受欢迎的管理培训大师，美国第一位夜间电视新闻文化节目主持人（波士顿WBZ-TV电视台）。

现任教于牛津大学、哈佛法学院、约翰肯尼迪行政学院、麻省理工大学斯隆管理学院，并担任一档获奖的电视脱口秀节目的主持人。

在过去的20年里，桑娅·哈姆林一直致力于为人们提供有关管理和组织有效性方面的培训和咨询服务。

她的咨询工作涉及对职业经理人和执行人员的单独指导，也涉及帮助团队取得更高的工作效率、指导各级组织出色地工作。

她实施的培训计划涵盖领导才能、团队发展、客户服务和有效的沟通等各个方面，她为很多财富100强企业的首席执行官和高级主管人员都提供过指导和咨询，包括摩根大通、美国运通、IBM、拜耳公司、埃克森移动等。

她还经常作为沟通专家出现在网络电视上。

除本书外，她的代表作还有《怎样让陪审团听你的》、《有效沟通》、《处理棘手员工》等。

<<怎么说别人才会听你的>>

书籍目录

第1章 新形势下的交流 第1节 交流的新趋势 你首先应该知道的 第2节 21世纪的新事物 “打招呼”也变了 我们所面临的最大问题 第3节 交流方式发生了怎样的改变 交流方式的革命 历史上的交流 第4节 “讲述”的新技术 电视 电视新闻教给我们什么 第5节 电脑和因特网 因特网对交流的影响 第6节 交流方式的改变进程 启示：商务交流 影响听众的其他因素

第2章 工作场所的代沟和多样性 第1节 婴儿潮一代、X一代和Y一代 家庭和生活经历的差异 对体制的不同看法 文化偶像所反映的 首要目标和态度的基本差异 职业和工作 信息获取方式的代际差异 对时间的理解 第2节 对信息技术的看法 它们对你意味着什么 第3节 多元化影响下的交流方式 混合种群现象 美国化 移民带来了什么 工作场合的文化差异 跨越语言障碍

第3章 如何吸引听众的注意力 第4章 前期思考图：制订面对面交流的计划 第5章 近距离接触：只有两个的会面 第6章 让别人“看见”你的想法 第7章 一套出色的演讲方案 第8章 一场精彩的演讲 第9章 问答的艺术 第10章 如何引导，如何表达最后一番话

<<怎么说别人才会听你的>>

章节摘录

第1章 新形势下的交流 第4节“讲述”的新技术电视 对我们来说，电视最重要的一个特点就是它能用画面来传递信息。

而在电视中，声音成了附属品——重要性其次。

现在，我们真的不用去“听”了。

电视从它出现的早期就开始塑造我们，让我们在彼此交流时只使用只言片语。

在过去，别人说话的时候我们会停下来仔细地听。

为什么要这样？

难道你不觉得等别人说出要点的过程太过漫长和无聊了吗？

众所周知，现代社会获取信息的速度是越来越快，方法也越来越简单，而且还不会让你有闲着发呆的时候。

它会通过一些电子化的手段呈现一些信息和故事，并会不定时出现几句话外音来补充故事的细节。

相比被动地使注意的焦点落在某个人滔滔不绝的演讲上（这种演讲往往不会很短，而且缺乏系统性），一个人主动沉浸在电视中的乐趣要多很多。

现在都已经让电子图像成为交流的首选方式了，看来我们确实已经改变了人与人之间的关系。

我们不再以别人为传递信息的渠道，而是靠自己独立地进行信息的获取，信息的来源则变成了匿名的第三方，信息的形式则是以视觉信息为主、语音信息为辅。

其实用图像来传递信息并不是什么新鲜事物。

用视觉手段传递信息 从那些史前壁画出现之时开始，“艺术家”就一直通过符号和图像与我们“交谈”。

而且我们一直觉得视觉讯息是最引人注目、最让人振奋且最具说服力的表达形式。

——全球顶级销售培训师杰弗里·吉特默

<<怎么说别人才会听你的>>

媒体关注与评论

不管你是面对大批听众进行演讲，与客户或者同事进行面对面的交流，或者发邮件与对方沟通，哈姆林认为能让他人聆听的关键是找到触动对方的点，并与之互动，换句话说，也就是发现对方的私心。

她在书中教给我们怎样去找到听众的私心，并合理运用，从而使他人能够聆听我们所发出的信息。她还教给我们怎样去使用一些最新的视觉手段，从而增强我们说话感染力。

——《哈佛商业评论》 这是一部既能提高你的沟通能力和技巧，又能帮助你解决沟通中遇到的难题和冲突的实用指南。

你可以从这本书中学到怎样去理解自己的听众，怎样增强他们对你的信任，最终使你能够从容不迫、游刃有余地在各种场合展示自我。

——网上书评 桑娅·哈姆林在书中教给我们怎样抓住他人的注意力，让他们能够聆听、理解并被我们说服，即使我们身处紧张、繁忙、让人眼花缭乱的工作场合。

我认为每一个想提高个人交流能力的人都应该读一读这本书。

——全球顶级销售培训师 杰弗里·吉行默

<<怎么说别人才会听你的>>

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>