

<<影响力>>

图书基本信息

书名：<<影响力>>

13位ISBN编号：9787547012123

10位ISBN编号：7547012124

出版时间：2010-9

出版公司：万卷出版公司

作者：罗伯特·西奥迪尼

页数：286

译者：阎佳

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>

<<影响力>>

内容概要

自出版以来,《影响力》就一直是最为畅销的图书。

由于它的影响,劝说得以成为一门科学。

无论你是普通人还是为某一产品或事业观点游说的人,这都是一本最基本的书,是你理解人们心理的基石。

在这本书中,心理学家罗伯特·B·西奥迪尼博士为我们解释了为什么有些人极具说服力,而我们总是容易上当受骗。

隐藏在冲动地顺从他人行为背后的6大心理秘笈,正是这一切的根源。

那些劝说高手们,总是熟练地运用它们,让我们就范。

<<影响力>>

作者简介

罗伯特·B·西奥迪尼是 (Robert B. Cialdini) 是全球知名的说服术与影响力研究权威。他分别于北卡罗来纳大学、哥伦比亚大学取得博士与博士后学位，投入说服与顺从行为研究逾3年。目前是亚利桑那州立大学心理学系教授。

<<影响力>>

书籍目录

第1章 影响力的武器

为什么无人问津的东西，价格乘以2以后，反而被一抢而空？

为什么房地产商在售楼时，会先带顾客去看没人会买的破房子？

为什么汽车经销商在顾客掏钱买车之后才会建议顾客购买各种配件？

第2章 互惠

为什么精明的政客会让连普通人都能看得出来的愚蠢的“水门事件”发生？

为什么我们明明不喜欢某个人，却对他提出的要求无法拒绝？

为什么超市总喜欢提供“免费试用”？

第3章 承诺和一致

为什么像宝洁和通用食品这样的大公司，经常发起有奖征文比赛，参赛者无需购买该公司任何产品，却有机会获得大奖？

为什么一些二手车经销商在收购旧车时，会故意高估旧车的价格？

第4章 社会认同

在遇到紧急情况时，什么才是最有效的求救方式？

为什么当自杀事件广为报道时，报道所覆盖的地区自杀事件反而增多了？

为什么圭亚那琼斯城的910名教徒会集体自杀？

第5章 喜好

为什么特百惠公司的家庭聚会能使每天的销售额超过250万美元？

为什么在审讯嫌疑犯的过程中“好警察”、“坏警察”搭档的方法巧妙地运用了喜好原理？

为什么狂怒的球迷会在比赛输掉以后杀死运动员和裁判员？

第6章 权威

为什么受过正规培训的护理人员会毫不犹豫地执行一个来自医生的明明漏洞百出的指示？

为什么行骗高手们总是以换装作为一种行骗手段？

第7章 稀缺

为什么面值一元的错版纸币，其价值远远超过了面值的几百倍？

为什么在拍卖场里，人们会不由自主地不停举牌？

青少年反叛的根源在哪里？

<<影响力>>

尾声 即时的影响力

<<影响力>>

媒体关注与评论

<<影响力>>

编辑推荐

《影响力(经典版)》具有以下特色：1.史上最强大、最震撼人心、最诡谲的心理学畅销书。自1986年出版以来，作为获得美国心理协会、美国心理学基金会年度大奖提名的西奥迪尼经典著作，《影响力》已经成为史上最强大、最震撼人心、最诡谲的心理学畅销书，24年来，它被翻译成26种文字广为传播，全球销量超过300万册。

时至今日，《影响力》一书仍位列亚马逊总排行榜Top400之中，并雄踞消费者行为学和应用心理学类畅销书榜首。

也正是在这个畅销版本的基础上，西奥迪尼才衍生出后来为斯坦福大学等多所名校所采用的教材版本。

2.原汁原味，经典呈现。

没有专家解读，没有每章导读，这是一本最原汁原味的《影响力》，醇厚甘甜，久而弥笃。

阅读《影响力》仿佛是与西奥迪尼面对面，请细细聆听，在定格的经典中体味无孔不入的影响力。

3.全新译本，不容错过。

《影响力》由斩获国家级图书大奖“文津奖”的《牛奶可乐经济学》的译者担纲翻译，语言生动流畅，意趣盎然，西奥迪尼式的诡谲与雄辩惟妙惟肖、跃然纸上。

<<影响力>>

名人推荐

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>