

<<说服力>>

图书基本信息

书名：<<说服力>>

13位ISBN编号：9787313077448

10位ISBN编号：7313077440

出版时间：2012-1

出版时间：上海交通大学出版社

作者：吉姆·兰德尔

页数：293

译者：舒建广

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>

<<说服力>>

前言

欢迎您阅读本系列出版物。

本书用图画、对话和文本来传递信息，既简洁明了，又赏心悦目。

在我们这个惜时如金而又信息如潮的时代，大多数人挤不出时间去进行阅读。

因此，我们对重要问题的理解往往浮光掠影——不像长年累月专注于此类研究的思想家和教师那样见解独到、入木三分。

这套丛书旨在解决这一问题。

为了把这套丛书呈现给你，我们的读者和研究人员做了大量的工作。

我们阅读手头可以找到的与主题有关的一切材料，同时与专家作了深入交谈。

然后，结合自己的经验，提炼出这一系列丛书，期望你读后能有所受益。

我们的目标就是为了你的阅读。

故此力求聚集要点、提取精华，集教育意义和阅读乐趣于一书。

本书设计简约，但我们对待其中的信息却极其严肃认真。

请不要把形式和内容混为一谈。

你阅读本书投入的时间，必将会换来无数倍的报偿。

<<说服力>>

内容概要

本书为“简单有趣的个人管理”丛书之一。
本书作者阅读了大量关于如何说服别人的书籍，提炼其精华，写成本书。
本书用讲故事的形式来介绍说服力，行文生动有趣，配有精美插图，适合对如何说服别人感兴趣的读者阅读。

<<说服力>>

作者简介

吉姆·兰德尔(Jim Randel)，现年60岁，毕业于哥伦比亚大学法学院。他是一位企业家——购买和销售商业地产，同时拓展新业务。作为一名致力于投资和企业家精神领域的讲演者，兰德尔已经在全美许多场馆作过演讲.其中包括哈佛大学和纽约大学商学院。兰德尔学习和研究成功这一主题长达30年之久。除了阅读所有他能找到的有关这一主题的资料以外.他还不厌其烦地向成功人士请教，了解他们的成功之道(直到他们找理由回绝)。因此，这本书的结论是多年研究、个人试验和向他人学习的结果。兰德尔得出的结论是：成功的秘密就是欲望、努力、钻研、决心和坚持...而这些都需要毅力和自律能力。兰德尔相信，如果你愿意付出代价，一切都是可能的。

舒建广，山东省滨州市人。毕业于山东大学外语系。曾在《山东文学》等全国各地报刊发表诗歌、散文、散文诗及译文等200余首(篇)，系国际翻译家联盟会员、中国翻译协会会员、中国南方诗人协会会员、中国乡土诗人协会会员、国家二级笔译。现为英语教师、东莞语通天下签约译员。

<<说服力>>

章节摘录

版权页：插图：在荷兰的实验中，女服务生们并不知道这项活动的目的是什么。她们对所有的客户一视同仁——唯一的差别在于她们确认顾客菜单的方式。这项实验证实了研究人员的假设。即在同人们进行联系的过程中，即使是细微的差异，也可能会导致人们对你的看法迥然不同。荷兰的顾客们显然对于那些使用同样的词语来重复菜单内容的女服务生们感到更加满意。而且他们还为此支付了高得多的小费！

后记

我们希望你会喜欢这本书。

我们希望能听到你的评论。

我的个人电子邮件地址：jrandel@theskinnyon.com 谢谢您的关注，希望时间永远站在你这一边！

诚挚的问候。

吉姆·兰德尔

<<说服力>>

媒体关注与评论

“这本书用它那丰富翔实、妙趣横生的内容和一小时就可读完的短小篇幅——彻底地征服了我。我强烈地推荐此书！

” ——迈克·戈斯，贝恩资本董事总经理“这套书籍旁征博引、举一反三。作者采用娱乐性的写作手法、简笔人物画，以及漫画书般的布局样式，用浅显易懂的故事情节迅速传达富有价值的信息……我强烈推荐本书。

作家吉姆·兰德尔创作了一套最好的、最有趣的丛书。这样的书我已经很久没有看到了。

” ——《硅谷日报》（The Newspaper of Silicon Valley），水星新闻（Mercury News）“我曾经从一位生意伙伴那里听说过本丛书，所以我决定翻翻这一本有关说服力的书籍。不知不觉间，我已读完并喜欢上了这本书。

我真心地向你推荐它——不管你觉得你的说服力已经有多么强大。

” ——肯恩·所罗门（Ken Solomon），网球频道（The Fennis Channel）

<<说服力>>

编辑推荐

《说服力:如何让他人改变想法》：经过对人们的学习方式进行多年研究，作者推出了这一丛书，旨在用通俗易懂的语言阐释当今世界上最重要的话题。

《说服力:如何让他人改变想法》内容以故事的形式呈现，妙趣横生、发人深省。

阅读《说服力:如何让他人改变想法》，你将学会：
· 具有亲和力 · 建立互惠意识 · 在说话前做好准备
· 利用人们的思维捷径影响他人 · 仔细聆听并察言观色 · 用感情因素影响决策 · 利用稀缺性促使人们采取行动 · 诚信就是最好的说服力。

<<说服力>>

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>