第一图书网, tushu007.com

<<非常影响力-中国人不能不懂 >

图书基本信息

书名：<<非常影响力-中国人不能不懂的人气 人脉 人望修炼法则>>

13位ISBN编号：9787516403358

10位ISBN编号：7516403350

出版时间：2013-5

出版时间：企业管理出版社

作者：蒋建江

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

内容概要

中国人不能不读的“人气”、“人脉”、“人望”修炼法则
影响力是一个点石成金的神话。
“影响力大师”马云、李开复、茅于轼等亲身践行：影响力有多大，一生成就的价值就有多大
影响力能够让人更快地达成目标，走向成功。
然而，影响力并不是天生就有的，世界上每一个有影响力的人，都是从点点滴滴开始培养并坚持下来的。
影响力是一个长期累积的过程，正所谓：“合抱之木，生于毫末；九层之台，起于垒土；千里之行，始于足下。
”一个人只有不懈地塑造自己的影响力，才能够最终一鸣惊人、一飞冲天，真正成为一呼百应的核心人物。

既然影响力的作用如此之大，那么，怎样才能打造一个人的影响力呢？
你或许可以从本书中找到满意的答案。

作者简介

蒋建江，浙江象山人，现从事企业管理工作，职业经理人，骏马行执行董事，青商联合发展中心执行主任。

书籍目录

第一章 多大的影响力，成就多大的个人价值 激活正能量，发掘新的自我 影响力是获得成功的通行证 影响力是对他人心理的一种冲击力 影响力是一种比权力更有效的力量 影响力是个人最重要的“ 软能力 ” 成为核心人物，打造非凡影响力 “ 口牌 ” 是最有力的人才广告 第二章 影响响力的奥秘，在于出众的人格魅力 成大事者都有一种领袖气质 影响力来自言出必行 声誉是一个人最宝贵的财富 有影响力的人要敢于曝光自己 保持真实的本色，打造独特魅力 “ 厚脸皮 ” 也是一种影响力 抵制外界诱惑，不做贪婪之徒 第三章 内心强大与否，决定主导者与追随者的分界 有大志者才能得到他人的尊重 永远保持一种好心情 心有定规，不理会风言风语 任何时候都能笑出来 宠辱不惊，才是真正的淡定 不给负面情绪乘虚而入的机会 保持冷静，远离对手的圈套 保持低调，并不意味着软弱 第四章 针对性措施，帮你找到存在感 有主见，拒绝消极影响力 关键时刻有站出来的勇气 保持独立，让别人依赖你 撕掉身上 “ 小人物 ” 的标签 喋喋不休的牢骚是影响力的大敌 通过表达技巧树立自己的权威 经营优势，用个人品牌征服他人 第五章 气场修炼术，让你的气场无比强大 “ 形象力 ” 是最直接的影响力 专业化词汇，打造职业性气场 重视肢体语言的表达 抛却畏惧的心理，勇往直前 制造神秘感，提高自己的身价 彬彬有礼，处处以 “ 礼 ” 服人 用优雅的谈吐提升你的气场 修炼泰山崩于前而色不变的定力 第六章 幽默感与亲和力，感染身边的每一个人 营造氛围，让对方把你当成自己人 学会在对方的名字上做文章 自嘲不损害你的正面影响 幽默感让沟通充满欢乐 赞美他人，轻松获得好人缘 坦诚大方说话，更能表现亲和力 把亲和力传递给 “ 无足轻重 ” 的人 适当自我爆料，博得他人好感 第七章 保持热忱和自信，然后才能让人信服 先要影响自己，才能影响他人 影响力实战，你需要一种斩钉截铁的力量 影响力的关键是强大的自信心 高瞻远瞩的人才会有人跟随 善用权威效应，树立专家式的影响力 不做破窗户，向自己灌输正能量 相信自己的能力，激活潜在的能量 热情充沛，做事要有主动精神 第八章 成功说服，控制事态发展方向 善于倾听，找到发言的最佳切入点 赢得对方好感，说服更顺利 通过具体事例说服对方 动用数字说话，让自己更有说服力 考虑对方利益，争取双赢效果 充分利用对方的同情心 考虑对方感受，站在他的立场想问题 善用南风法则，化解对方敌意 第九章 有容人之量，化不利因素为有利因素 拿得起是勇气，放得下是度量 善于争取，更要懂得推让 退一步海阔天空，要善于妥协 摆正自己的位置，不要让影响力变成阻力 你的风度决定影响力的高度 猜疑别人容易毁掉自己 多一点能屈能伸能变形的能力 吃亏是福，忍让更受欢迎 第十章 提携后来者，培植隐性的力量 给人实惠，聚拢人心 “ 无限信任 ” 获取对方信任 承担别人不愿意承担的责任，坏事就是好事 给后来者搭好上升的梯子 善于给予，而不是索取 用人可用之处，不求全责备 善待每一个人，让你的影响力蔓延 第十一章 活用心理杠杆，给他人无形的威慑力 了解他，才谈得上影响他 让人相信你是天生的领导者 利用一致性心理去影响对方 制造声势，壮大自己的影响力 表现出坚定的勇气，震慑对手心理 用 “ 摆谱 ” 增加自己的分量 深藏不露，表现得高深莫测 必要时，敢于表达自己的愤怒 第十二章 顺利过渡，让影响力转化为领导力 用个人的品德修养感染下属 学会立威，展示自己强大的一面 “ 独断专行 ” 也有可取之处 想拥有非凡影响力，必须抛弃 “ 妇人之仁 ” 以身作则的领导最有影响力 批评下属时要因人而异 不必过于严厉，水至清则无鱼 恩威并施，既演 “ 阎王 ” 又扮 “ 菩萨 ”

章节摘录

版权页： 我们在和别人尤其是陌生人打交道之前，通常都会告诉自己要给别人留下一个良好的印象。
这个印象就是“形象力”。
从影响力的角度来说，“形象力”是最直接的影响力。
只有向别人传递了正面、积极的形象力，才能给人带来好感，让人认定你是一个值得信赖、堪当大任的人。
反之，如果你给别人留下的第一印象非常差，无论你的工作能力多么优秀，你的背景多么雄厚，恐怕别人也懒得再看你一眼。
即便你能给对方带来丰厚的利润或者是其他巨大的利益，也难以激起他人对你的兴趣。
日本漫画家有个奇特的观念：“日本人必须比敌人长得漂亮。
”“比敌人长得漂亮”的意思是说，要比竞争者更酷，更具“软实力”。
虽然说一个人的外表和内在的力量不是100%的对应，但男人把自己包装成得体的绅士，在社会上无疑将会获得更大的发展空间。
行为学家迈克尔·阿盖尔做过一个实验：他本人以不同的打扮出现在同一地点。
当他身穿西服，以绅士模样出现时，无论是向他问路或问时间的人，大多彬彬有礼，而且也差不多都是绅士阶层的人；当他打扮成无业游民时，接近他的多半是流浪汉，或是来对火，或是来借钱、借烟。
无论什么年代，要想成功地影响别人，就需要得到对方的信任与尊重。
如果你在别人眼里一文不名或者形象败坏，那么，你就永远无法成为一个有影响力的人。
一位企业家这样说道：“在商界，企业家最初的合作看什么？
其实，很大的成分是看衣着。
有一次，我想开发一种新的产品，一位朋友给我介绍了一个合作伙伴。
见面的那天，他穿着西装，里面没穿衬衣，只穿了一件圆领衫，手里拎着一个彩色手机。
”“我当时看着就很别扭。
你想想，西装是多正式的着装，他弄了件圆领衫来配。
这简直就是典型的暴发户形象。
我当时就决定，不与他合作。
后来，朋友说，他真的很有钱，而你正缺钱。
我说，我缺钱不假，可是合作伙伴这个人才是主要的。
他出钱，他就要参与，就要管理，就要与我共同决策，他的水平将直接影响我的生意，所以，我不选择他。
”这位企业家仅凭第一印象选人是对是错姑且不论，我们从这则故事中可以看出，第一印象确实至关重要。
当你还没有开口说话的时候，衣服就是你的代言人。
一个人的外在形象留给大家的潜在印象的差别是不可估量的。
如果不想成为同行的笑柄的话，你的服装必须得体，如果不想让同行或客户鄙视的话，你的服装必须庄重，如果不想让人看出你的性格或爱好的话，你的服装必须保守。

编辑推荐

《非常影响力》介绍了中国人不能不懂的“ 人气 ”“ 人脉 ”“ 人望 ”修炼法则。

第一图书网, tushu007.com

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