第一图书网, tushu007.com

<<说服力>>

图书基本信息

第一图书网, tushu007.com

前言

内容概要

百万畅销书《影响力》作者罗伯特·西奥迪尼最新力作，专为商务人士打造！
小小的改变能让您的说服力大大不同。
什么文具能让您的说服力异常有效？
什么单词能让您的说服力提高一半？
为什么声称自己喜欢宝马的人，会最终选择了奔驰？
为什么有那么多牙医都叫"丹尼斯"？
您当然想让同事更多地认同自己，想让孩子听话地去做作业，想让邻居听从劝说，不再乱扔垃圾。
每天，我们都要面对说服他人的挑战。
怎样才能让别人听从我们的意见？
《影响力》作者罗伯特·西奥迪尼，延续社会心理学领域六大原则，联手影响力研究领域三大巨头，告诉你说服力里不能说的秘密。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

<<说服力>>

书籍目录

1 怎样通过为观众制造不便来提高说服力钥2 如何将从众效应转化为说服力钥3 什么样的错误会让说服力大打折扣钥4 什么样的劝说方式会收到反效果钥5 什么时候选择越多购买的人越少钥6 什么样的情况会令赠品变为次品钥7 为什么高端产品的出现会推动次一级商品的销售钥8 恐惧能说服人吗袁或是有相反的效果钥9 在国际象棋上能学到什么样的说服技巧钥10 哪种办公用品会牢牢树立您的影响力钥11 为什么餐馆应该扔掉薄荷篮钥12 野不加附带条件冶含有怎样的说服力钥13 帮助的有效期像面包还是酒钥14 怎样得寸进尺钥15 怎样成为影响力大师钥16 美国总统候选人怎么提高支持率钥17 怎样做能促使承诺兑现钥18 如何用一致性来对抗一致性钥19 从本杰明窑富兰克林身上能学到什么样的说服技能钥20 什么时候提一点点小要求会得到长期满足钥21 高价位起拍或低价位起拍袁哪个更容易让顾客掏钱包钥22 怎样才能不动声色地野自卖自夸冶钥23 成为房间里最耀眼的明星会带来哪些潜在的风险钥24 可以从领导者那里学到什么说服技巧钥25 为什么集体会议会导致一场灾难钥26 魔鬼代言人和真正反对者谁更有说服力钥27 为何正面教材有时不如反面教材钥28 怎样能化劣势为优势钥29 什么样的缺陷能打开人们的钱袋钥30 何时才是承认错误的最好时机钥31 何时服务器的瘫痪反而创造了良机钥32 相似之处如何制造与众不同钥33 何时名字会成为您游戏的筹码钥34 我们能从侍应生身上学到什么钥35 什么样的笑容能让全世界都以笑回应钥36 是什么让人们收集纪念性茶巾钥37 损失能教会我们什么钥38 哪些单词最能增强您的说服力钥39 什么时候刨根问底也会犯错钥40 为什么简单的名字会让您具有优势钥41 为何押韵的语句能增强说服力钥42 关于影响力袁击球练习能教我们些什么钥43 忠诚如何帮助你先人一步钥44 盒蜡笔有什么说服力钥45 怎样防止自己的努力到头来变成他人的嫁衣呢钥46 什么样的东西会让人们注意自己的行为钥47 忧伤会影响您的决定吗钥48 情感因素是怎样增加说服力的钥49 人在疲惫时袁更容易被他人欺骗吗钥50 咖啡因对说服力有何影响钥21 世纪的影响力正当的说服行为的力量工作中的影响力引用文献感谢辞

章节摘录

什么样的错误会让说服力大打折扣？
广告是用来推销产品的，而不是用来感动人的。
但20世纪80年代，“让美国永远美丽”环保组织创作的广告却打动了无数人，并一度被认为是史上最好的公益广告。
这部广告意在为美国的电视屏幕增加道德餐，场景是这样的：一位美国人看见环境遭到大面积破坏后，一滴泪水顺着脸庞悄然流下。
当然，这滴眼泪包含的影响力是无穷的。
多年后，因环保运动的需要，该组织又再次与这位老朋友碰面。
这次镜头对准了在公交车站等车的人们，这些人或喝咖啡，或读报，或抽烟。
车来了，等车的人都上了车。
此时镜头推向没人的候车区：地面上满是空罐、报纸和烟头。
镜头再由右推向左，一幅海报上，那位多年前出现过的美国人正俯看地面，一颗泪珠挂在脸庞。
最后屏幕变暗，推出广告词：是公众的忽视让我归来。
“是公众的忽视让我归来”，这句话和这个广告向我们传达了什么呢？
那就是，尽管人们对乱扔垃圾深恶痛绝，还是有很多人会这么做。
向人们表达对乱扔垃圾的愤怒是种说服方法，它用社会验证（人们作决定时，通常借鉴相同情况下其他人的做法为参考）传达人们对该行为的通常态度。
但正如社会验证法则（当人们不能确定哪种行为更正确时，会假设周围的人对此会有更深的认识，因此更易赞同他们的行为方式）所说，人们容易随波逐流，因此这种做法会有正负两面的影响。
生活中有非常多的这样的例子。
例如，健康中心或医院在候诊区公示爽约的病人人数，令人沮丧的是，这样一来病人的爽约率反而越来越高；政客们责备冷漠的选民，以为这样能让人们多去投票，结果人们更少参与投票了。
还有，亚利桑那国家森林公园的游客经常会看到这样的告示：“您继承的遗产每天都在减少，每年有14吨硅化木失窃，尽管一次只捡一小片。
”看来经常有游客把公园的硅化木捡回家，严重威胁了公园生态，公园方为了制止这种行为才竖起了告示。
这些例子反映的都是生活中的场景，初衷也是好的。
但设计人不明白的是负面案例的弊端，它让人们看到了不当行为的普遍性，因此人们就不会去改正行为。
上面盗窃硅化木的事件是由一位大学生转述给我听的，当时他和未婚妻去该公园游玩。
他表示未婚妻是个非常老实的人，借个回形针都要还。
当她看见公园里要求人们不要偷拿木片的告示后，这位一向循规蹈矩的女孩居然用胳膊肘捣了捣他说：“我们也拿一块吧。
”　　为证实负面案例对说服力的影响，也为了看看能否有更好的说服方法，我们一位研究员连同其他科学家制作了两种内容的告示：一种是负面性的告示，同时也传达了偷窃行为的普遍性，上面写道：“很多游客偷拿了硅化木，破坏了公园内的自然景观。
”文字旁还配有几位游客弯腰捡起木片的图片。
第二张告示则只是单纯告诉人们偷拿木片是不对的，它写道：“为保护本公园的自然环境，请不要带走园内的硅化木。
”文字旁是一位游客偷拿木片的图案，游客手上画了个大大的红色圆圈外加斜杠（表示禁止的图案）。
当然，我们未在园内所有景区都贴上这两类告示，对这些地方我们也会进行观察。
未惊动游客的情况下，我们把做好记号的硅化木放在园内的各个通道上。
同时在某些路口张贴我们制作的告示，来看看效果。
实验结果出乎公园管理方的意料：未张贴告示的地方木片失窃率为2.92%。

贴有负面告示的地方失窃率高攀至7.92%，简直是在鼓励偷窃；而张贴另一类告示的地方失窃率仅为1.67%。
　　实验结果说明，当说服过程隐射不当行为的普遍性时，效果可能就会和您的初衷相违背了。
因此这类情况下，最好避免运用反面案例，您可以直截了当地告诉人们该做什么不该做什么。
条件允许的话，不妨告诉人们多数游客都是遵守公园规章的，例如把告示的内容改为：尽管园内每年有14吨的硅化木被窃，和遵守公园规章、保护环境的游客数量相比，那2.92%的偷窃率还是微乎其微的。
　　以上案例对增强说服力有何启发呢？
　　假设贵公司出席例会的员工一次比一次少，这让作为经理的您实在头疼。
那我们的建议是，请不要让员工注意到出席人数减少这一事实。
其实，您可以在表达不满的同时，告诉员工们很多人都出席了会议。
　　同样，我们建议公司领导对拥护新制度，或肯运用新系统或新客服计划的员工数量公开化。
这样，您才能不让员工的缺席率成为说服员工的绊脚石。
　　什么样的劝说方式会收到反效果？
　　石化森林公园的实验表明，人们容易按大多数人的做法行事——即使多数人的做法并不正确。
所以我们建议运用正面案例来说服人们，但这不是在任何场合都可行的。
这时，说服大师们会怎么办呢？
　　来看看我们和维斯·舒尔茨（Wes Schultz）还有其他同事做的调查吧。
首先，我们征得了加州300户家庭的同意，对他们每周的用电量进行记录。
助理研究员会查看各家后院或屋旁的电表，对其周耗电量进行测量。
之后，我们要在每户门前挂个小牌，写上这户人家与周围住户平均用电量的比较。
当然，用电量在平均线以上或以下的家庭数量是各占一半的。
　　接下来几周里我们发现，知道自己用电量超平均线的用户们，后来的电表走速降低了5.7%。
这没什么奇怪的。
真正有趣的是那些原先用电少的住户，他们的用电量反而增加了8.6%。
看来大多数人是受“中间吸引力”（Magnetic Middle）影响的，也就是说，不论人们原来做法是否值得提倡，他们都会努力缩小与平均线的差距，朝中线标准靠拢。
　　那么，怎样防止当人们知道自己不在中线标准时（此处的中线标准对这部分人来讲，是不值得鼓励的）做出向它靠拢的行为呢？
也许可以给他们贴上有象征意义的标志，以表示社会对他们行为的赞赏。
社会的赞赏可不单单表示对他们的认可，还对他们的心理满足有积极意义。
到底要用什么样的标志呢？
一个竖起的大拇指？
还是嘉奖印章？
或者贴个笑脸图案？
　　为证实效果，我们在实验中增加了一个步骤。
根据每户耗电量与平均水平的比较，在反馈卡片上加上笑脸或苦脸的图案。
贴苦脸的结果与原先没有多大差别。
那些用电量较大的住户不管门上有无贴苦脸标志，都把自己的电耗降低了5%。
而那些门上贴笑脸、用电量较低的住户，反应却令我们印象深刻。
未贴笑脸前，他们的用电量如前所述上升了8.6%，贴之后他们的用电量则还保持在平均线下。
　　实验不仅告诉我们，社会常态会像磁铁一样指引着人们的行为，还告诉我们，怎样才能让行为正确的人不受负面的社会常态所影响。
　　再举个例子，某公司公布一份内部调查，员工某段时间内的平均迟到率为5.3%。
这项调查结果的积极意义是：那些迟到率超过平均线的员工会减少迟到次数；但同时这则消息也会带来负面影响：那些平时守时的员工迟到数次有了增加。

上面的实验对这则案例的情况应该是有所启发的：我们可以对守时的员工给予奖励，并告诉他们守时是完全正确的。

在公共部门工作的人也应对此有所注意，要适时地表明对某行为的态度。例如，在逃课率居高不下的情况下，教师应公开赞赏督促孩子上学的家长，同时对少数对孩子不闻不问的家长表示不满。

……

媒体关注与评论

编辑推荐

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