第一图书网, tushu007.com

<<说服你其实很简单>>

图书基本信息

<<说服你其实很简单>>

前言

怎样说服他人买你的东西，心甘情愿地为你效力，或为你支持的人投上一票？
答案就在本书中。
《说服你其实很简单》以详细的调查为根据，综合了多个领域的研完成果，总结出了一些新的结论，旨在帮助读者更加持久而有效地说服他人，影响他人。
《说服你其实很简单》，看到这个书名，读者马上就能嗅到几分神秘难测和不为人知的气息。很显然，这也正是我们想要达到的效果。
本书的首要目标是向读者传授影响他人的技巧和策略。
这些技巧和策略具有隐秘性，能够帮助读者修炼不知不觉说服别人的功力。
在生活和工作中使用它们，不仅合乎道德而且绝对正确，同时对你最终的成功也非常必要。
《说服你其实很简单》旨在告诉读者如何在特定情境下对人们的行为进行精准预测。

<<说服你其实很简单>>

内容概要

生活，其实就是一场说服角力……
你能说服她嫁给你吗？

你能说服面试官雇你吗？

你能说服老板为你加薪吗？

你能说服顾客买你的产品吗？

8大攻心步骤 成功说服对方
55隐秘妙法 他人不觉中招
隐秘提问法、故事黄金法、催眠语言模式……本书中，说服大师凯文?霍根告诉你：说服不仅是一项必备的生存技能，而且是达成目标的最佳途径；说服的最高境界就是要运用“隐秘说服词汇”和“催眠语言模式”，在不知不觉间攻入他人内心，从而让对方满心欢喜地接受你的观点、意见、提议以及任何请求。

凭借自己深厚的学术背景和丰富的实践经验，作者凯文将教会你如何打破刻板的印象，消除说服对象的戒备和抗拒心理。
不管对象是谁：熟人、生人、顾客、生意伙伴、上级、下级……本书都让你神不知鬼不觉地说服对方，乖乖地为你的想法“买单”。

作者简介

凯文·霍根，心理学博士人际沟通学专家，最具影响力的说服大师。

凯文·霍根把自己独特的说服技巧传授给了世界500强企业的职员。
他对克林顿和希拉里等知名公众人物的说服功底的评述常见诸各大公众媒体。
作者出版过七本关于沟通、营销和心理学方面的畅销书。

詹姆斯·斯皮克曼，职业演说家培训师。
Speakman & Associates
LLC公司总裁。
该公司致力于与推销员和其他人共同分享说服经验。

<<说服你其实很简单>>

书籍目录

致中国读者
专家推荐
权威推荐
前言
第1章 一切从心开始
 说服有违道德吗
 诱导提问
 使出分心术
 8个步骤助你说服成功
第2章 拿什么让他点头
 他为什么说“不”
 欧米伽战略
 让他向成见说拜拜
 放干蓄水池的水
第3章 牵着他的鼻子走
 落选情节
 请他吃顿免费午餐
 编写行为剧本
 他被偶然撞了一下腰
 锁定他的想法
 不可思议的人类行为
 白纸黑字写下来
第4章 隐秘说服掠影
 55个隐秘说服策略
 巩固说服战果
第5章 具有魔力的词汇表
 不同的词汇，不一样的感受
 自我评估测验
第6章 聚焦你的目标
 专注于结果
 幸运不会从天而降
 要的就是抢眼
 散发自信的魅力
 垃圾想法请走开
 储备专注的能量
 带着前瞻狂欢
 别让精神悬浮
 画出你的矩阵图
 专题：受害者病毒
第7章 我的故事，你想听吗
 做一个有效的交流者
 20条法则抓住听众
 如何灵活运用20条法则讲述故事
第8章 精心设计你的问题
 非理性思考

可获得性因素
提问是你的杀手锏
甩掉破坏性问题
形成一条问题链
小“因为”，大名堂
提问的10大优点
提问的6大技巧
用问题理清思路
拉拢他，引诱他
提问方式改变了什么
向未来发问
第9章 情感秘密出动
尼尔森家的故事
先谈感情，后讲逻辑
第10章 你不了解的人性
巧妙总结27项人性
第11章 最后的叮嘱
勇敢作出决定
保持好奇
附录1 隐秘说服工作表
附录2 隐秘说服词汇表
附录3 隐秘说服问题清单
附录4 催眠语言模式清单
致谢
译后记

章节摘录

第2章 拿什么让他点头　　他为什么说“不”　　人们往往出于一些即时的反应而说出“不”字。
然而，他们话一出口就会后悔，大约90%的“不”都是这样说出来的。
现在就请你注意了。
说“不”只是一个即时反应，并没有什么意义。
人们也不知道他们为什么要说“不”，不知道自己为何这样做。
人们的行为有时完全不受大脑控制……直到隐秘说服力专家出现。
假设你正在享受一个热水浴，突然间水变冷了。
你急得团团转，把水温调了又调，但是水还是没有热起来。
也许这个房子里有其他人在用热水！
想到这里，你立刻把开关关上了。
这个持续了20分钟的热水浴就这样被搅坏了。
半年以后你仍然记得这段小插曲，有些人简直太无礼了，让人不可思议，那次沐浴糟糕透顶。
对于之前舒适放松的20分钟，你已经完全没有印象了。
第2天，你又洗了一个澡，这次只花了5分钟，但感觉棒极了。
水很暖和，非常舒服。
可是，你害怕一会儿又有人要用热水，所以洗得非常快。
不过尽管时间很短，但很舒服。
过了几天，你再回想起来，仍然觉得这是一次非常愉快的沐浴。
任何人之间的关系都有好坏起落，但大多数时候处于中间状态。
比如你把大部分时间都用在工作和做家务上面，几乎很少考虑和爱人的关系。
然后你们两个进入了关系恶化阶段，开始斗嘴甚至打架。
哦，这简直糟糕透了！
是时候建立一个崭新的关系了。
但你没能成功，争吵反而升级了。
早就知道会是这样！
于是在接下来的日子里，你会不停地跟别人说：“简直难以置信，自己竟然在这种关系中生活了25年！”　　为了学会影响别人，你首先要弄明白人们是如何作决定的，他们怎样回忆过去以及如何看待未来。
许多人都忽略这个，正因为如此，对大多数人来说劝服别人就好像“买彩票”一样是在碰运气。
从上面的例子可以看出：　　人们总是能够记住一些极端的体验，尤其是那些特别不好的经历。
当你向顾客询问竞争对手的情况时，一定要极力引导他们回想一些非常不好的经历(如果他对你的竞争对手完全满意的话，就不会来见你了)。
如果需要改变顾客的想法，就让他告诉你他的极端体验，比如买到称心如意的产品的经历。
他一定记得事情的结局。
人们对于未来并没有清晰的认识。
他甚至不知道如果自己真正期待的事情发生了，会是什么样的感觉。
人们对不明确的未来会产生一种恐惧。
前途扑朔迷离，让人心慌意乱，所以还是“不”了……直到你带他安全地走出那种困境。
你会发现在交流、劝说，还有你的工作和人际关系中，记住以上几点非常重要。
事实上，这也许是你获得的最重要的信息。
你是否有过这样的经历，当你和一个人聊天的时候，他对你说：“你怎么提起这个呢？”

媒体关注与评论

“说服”二字涵盖了完整的个人营销真义，即更关注受众发自内心的回应。
本书让我们看到，人与人之间的沟通不止是“缘份”形容的那么简单和消极，它背后有着基于心理分析和洞察营销的强大逻辑。
希望通过阅读《说服你其实很简单》这本书，每个人都能成为沟通大师和营销大师。
——知名营销专家，《南方企业家》杂志社总策划和主编段传敏　　人不是处于孤立的荒岛。
我们生活在充满说服的世界里。
《说服你其实很简单》将隐秘的说服技巧生动地展示给读者。
掌握书中所提供的说服策略与技巧，不仅可以使你抵御对他人的盲从，而且会让你更有效地影响他人的思想和态度，从而使你生活中的难题迎刃而解。
——北京师范大学社会心理学教授刘力　　本书是一个思想宝库，你可以在任何销售情景中使用这些珍宝，别人的“不”几乎立即就会被扭转为“好”。
——《吃掉那只青蛙》等销书作者博·崔西　　霍根是一位说服大师。
我觉得你应该赶快说服自己买下这本书，并且买下他所写的和记录的任何东西。
这会帮助你理解自己、理解别人，并且取得成功，你绝对会从中受益匪浅。
——《销售圣经》作者杰弗里·吉特默　　这本书中所蕴含的道理胜过其他许多本书的内容。
不论你是否需要说服你的爱人、你的配偶、你的老板、你的客户、你的朋友或是你自己，这本说服技巧秘笈都会令你身手不凡。
在竞争激烈的今天，这是一本说服奇才的必备手册，你需要用它来控制各种情况，得到你想要的东西。
——乔·瓦伊塔尔(JoeVitale)《引爆吸引力》作者　　这部作品一鸣惊人，推开了过去只有精神导师才可以自由通过的、藏有神话般影响力的大门。
现在，你也可以学会用一副没有大小王的扑克去影响他人了。
如果你希望能够影响和说服别人，《说服你其实很简单》绝对是你的必读之物。
——马克·乔伊纳(MarkJoyner)畅销书《三秒成交》作者　　《说服你其实很简单》就像祖母的烹调秘方一样，味美至极，简直就是无价之宝。
每一个影响他人的窍门都是一块美味的小点心，让人欲罢不能，吃饱了还想要。
两者唯一的区别是，祖母不会透露她的烹调秘方，而霍根和斯皮克曼却向读者揭示了成为影响力大师的所有秘诀。
——艾尔·邓肯(AlDuncan)职业演说家，《释放你的完美潜能》合著者　　读霍根的作品时，你会感觉自己正得到圣者的指点。
你希望其他人每次都能作出对你有利的决定吗？
那么，这本书正是你想要的。
——戴维·加芬克尔(DavidGarfinkel)《助你致富的广告语》作者　　本书提供的关于动态销售和沟通的信息，比你穷其一生亲自探索到的经验还要多。
好好利用这个优势，认真阅读这本书吧！
——托德·D.布拉姆森(ToddD.Bramson)职业理财师，《真正的生活理财计划》作者　　当你非常迫切地想得到他人的认可时，《说服你其实很简单》就是你用来建立同盟的最好工具。
认真读读这本书吧，就算你永远用不上这些技巧，至少也不会在需要它们的时候感觉自己很蠢，甚至陷入他人的掌控之中。
祝贺你踏上影响力的探究之路！
好好品味这本书，并用它来为你服务吧。
——本·麦克(BenMack)《事先想好两种产品》作者　　作为经营多种服务业务的业主，我十分推崇霍根博士关于影响力艺术的所有作品。
借助从霍根博士的课程和书籍中学来的技巧，我多次在商业及法律谈判中取得成功。
他的作品真是我的商业影响力圣经！

我有一个小图书馆，用来收藏霍根博士的作品，里面书籍的数目已经较为可观，大大方便了我和下属员工的查阅和参考。
现在，霍根博士的新作《说服你其实很简单》就要加入我的收藏了，这让我感到十分兴奋。
事实上，我一直要求每个新来的团队成员都要读读霍根博士的作品。
如果没有霍根博士，我就没法开展工作！
——米歇尔·德拉姆·马特森(MichelleDrumMatteson)TheRazorzEdge总裁　　《说服你其实很简单》以严谨的调查为依据，其“如何去做”模式会令每一个希望成功影响他人且不失道德水准的人感到由衷的满意。
——菲尔·汉密尔顿(PhilHamilton)汉密尔顿集团总裁　　霍根和斯皮克曼收集了许多有价值的智慧之言，无一不是全世界最优秀的推销员所应具备的第二天性。
《说服你其实很简单》对于每个人来说都是一本非常有用的人生指南。
——玛莎·罗杰斯(MarthaRogers)博士Peppers&Rogers出版集团的创始人，《顾客至上》合著者

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