<<NSA攻心术>>

图书基本信息

书名：<<NSA攻心术>>

13位ISBN编号：9787801418920

10位ISBN编号：7801418921

出版时间：2011-11

出版时间：台海出版社

作者：罗斯

页数：241

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>

<<NSA攻心术>>

前言

在美国，有一个比FBI更为机密、情报更为广泛的机构——NSA。

它的英文全称是National Security Agency，英文缩写NSA，中文简称美国国安局或者国安局。

它是美国政府机构中最大的情报部门，专门负责收集和分析外国通讯资料，隶属于美国国防部，是根据美国总统的命令成立的部门。

NSA的保密程度不可想象，我们很难获取有关它的更多信息，只能等待它的发言人公开发表信息，我们才能从中获知，因此资料有限。

但是，仅仅从这些“一鳞半爪”中，我们已经能“窥一斑而知全豹”——如今的NSA叱咤风云、呼风唤雨，它甚至参与Vista研发。

构建监控全球的网络信息系统，成为国际情报界举足轻重的角色。

FBI(美国中央情报局)在NSA面前也只能算是一个小角色，它的情报获取量只有NSA的1 / 6。

为什么要关注一个如此神秘又强大的部门，从中我们又可以学到什么?又为什么关注NSA要比FBI更有意义?因为我们不仅仅要学会“读心”，更要学会“攻心”!换句话说。

FBI只能看穿人心，NSA却能“攻人人心”。

NSA就是通过对攻心术的有效应用，从而在美国甚至国际社会创造出又一个又一个传奇。

本书就是让读者在了解NSA的基础上，自动自发地跟我们一起体会——“谋乎上者得乎中”。

如果一个人能以安全局工作人员的标准来要求自己、培训自己，那么他完全可以在生活中做到游刃有余，从容不迫。

<<NSA攻心术>>

内容概要

本书详细介绍了NSA的发展历程以及在美国现代许多重大事件中的主要行动，并且深度分析这些行动背后的读心、识人、博弈、较量、操控与反操控；分析了NSA对人心的洞察、对局势的掌控、对自身恐惧的战胜等等，既真实再现了近百年来NSA不断壮大的发展历程，又教读者“谋乎上者得乎中”——即把NSA的一套权威的攻心术，灵活地结合中国国情，运用到我们的常生活中去。

所以，它不仅仅让你读懂人心，还教你利用“人性的弱点”，像NSA操控情报界一样去操控你的成功！

<<NSA攻心术>>

作者简介

罗斯，西伊利诺伊斯大学人类社会学教授，精通非语言交流和“人类空间行为学”，对心理学有着独特、深入的研究。

他的研究受到全球肯定与欢迎。

他还担任美国银行界与保险界的首席法律顾问，同时他以经营者的身份在国内培商人才方面受到注目，多次接受电视、广播和报纸杂志的采访。

<<NSA攻心术>>

书籍目录

第一课 从美国国家安全局前身——学习如何成立企业“安全局”

美国国家安全局告诉你——人人需要“情报机构”

1. “情报比导弹更重要”——企业要竞争先学攻心

2. “君子不阅他人信件”——个人要成功先学攻心

上将约翰·潘兴告诉你——学好攻心，“可以避免不必要的损失”

1. 小烧饼有大道理——攻入“顾客的需求”

2. 大市场有大目标——攻入“别人想不到的地方”

3. 小激励有大效果——攻入团队的“心”

将军丹尼斯·诺兰告诉你——如何成立企业的“安全局”？

1. 为什么要把“攻心术”做成企业文化？

2. “窃听风云”——企业对外搜集“竞争情报”的几大策略

.....

第二课 从美国国家局招聘——学习如何“测人心”

第三课 从NSA与“克格勃”的较量——学习如何打败竞争对手

第四课 从“史上最强大的情报工厂”——学习攻心“36计”

第五课 从NSA牌术训练——学习用“道具”看透人心

第六课 从NSA“墨迹术”——学习操控与反操控技巧

第七课 从NSA语言攻略——学习“安全”的话术之刃

第八课 从“黑室前传》”——学习如何不被情感蒙蔽眼睛

<<NSA攻心术>>

章节摘录

美国人在经历了“9·11事件”后，深刻而沉痛反思的不是别的，而是——“情报比导弹更重要”。其实，这种说法指向一点，即竞争情报与经济利益是挂钩的。

看看身边大企业、大财团的做法，不难发现，若不是有丰厚回报，精明的商家是不会在“竞争情报”上花费这么多人力物力的。

现有的已经公开的资料表明，全球500强企业中，90%以上建立了较完善的竞争情报系统；20世纪末，全球竞争情报业的总产值达700亿美元；1997年，竞争情报对企业的贡献率，微软为17%、摩托罗拉为11%、IBM为9%、通用电气和惠普为7%、可口可乐和英特尔为5%。

欧元面市前夕，在欧洲的温州商人千方百计搜罗关于欧元纸币大小的资料，并根据获知的纸币规格设计了票夹进行攻心铺垫。

欧元发行后，票夹立即跟着上市，果然大受欢迎。

当然，也有一些企业，一心只想着“独善其身”，以为做好技术方面的工作就可以了，没有及时去搜集信息，没有“入乡随俗”，导致了可悲的下场。

“百思买”就是其中一个——2006年高调进入中国的美国最大消费电子零售商“百思买”，2011年2月宣布关闭其在中国的全部门店及上海零售总部。

关于百思买的退出，大家众口一词——因为百思买未能“读懂人心”。

第一，百思买不懂“顾客的心”。

它一直强调“顾客体验”，导购员身上标志性的蓝T恤，曾被视为中国家电零售业最佳服务的象征。

但百思买其实根本没有“懂顾客的心”——毕竟，价格才是中国家电消费市场最核心的竞争优势。

很多想体验百思买一流服务的顾客，去了以后很满意。

但一问价格就直摇头！第二，百思买不懂“渠道的心”。

与国内其他家电卖场惯用的招租模式(或者叫类金融模式)不同，百思买买断各家电品牌的经营权，规规矩矩扮演一个零售商的角色。

这种经营模式虽然减少了卖场与供货商之间的摩擦，避免了“进场费”问题，但成本却上来了。

此外，家电供应商不需要派促销员，百思买统一聘请导购员，这又是一大笔开支。

而最重要的是，高成本运营下，又赶上中国家电零售业的扩张黄金期已过，百思买的开店速度犹如蜗牛爬行。

P2-3

<<NSA攻心术>>

媒体关注与评论

FBI只能看穿人心，NSA却可以“攻入人心”
是一个小角色，它的情报获取量只有NSA的1/6。
” ——NSA官员

“FBI（美国中央情报局）在NSA面前也只能算

<<NSA攻心术>>

编辑推荐

FBI只能看穿人心，NSA却能“攻人人心”。

NSA就是通过对攻心术的有效应用，从而在美国甚至国际社会中创造出一个又一个传奇。

罗斯编著的《NSA攻心术--美国国家安全局的8堂攻心课》就是让读者在了解NSA的基础上，自动自发地跟我们一起体会——“谋乎上者得乎中”。

如果一个人能以安全局工作人员的标准来要求自己、培训自己，那么他完全可以在生活中做到游刃有余，从容不迫。

<<NSA攻心术>>

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>