

《优势说服力》

图书基本信息

《优势说服力》

内容概要

《优势说服力》

作者简介

书籍目录

第1章

从说服自己开始 1

内心平静，才不会盲目出招 4

观察和聆听，为说服捕捉更多信息 14

第2章

找到共识，对方才欣然听你说 17

店员为何总能吸引到顾客？ 19

“万事通”可不一定是说服高手 20

警惕！不可踏入“共识雷区” 25

从对立到中立，再并肩而立 26

第3章

拿什么打通你的心和他的心？ 29

沟通的招式和心法一样重要 31

情景式魅力，让你在交往中尽显“魔力” 32

真性情比“假面具”更有影响力 35

如何让对方感受到重视？ 40

气氛不对，说什么都是白费 44

第4章

讲故事其实是最高效的“思路引导术” 47

如何用一句话令他兴趣盎然？ 48

说话，也需要借力打力 52

为何金宝汤的汤料广告只提“亲情”？

第5章

一张名片，能写下你的观点吗？ 65

观点需要精炼，更需要善用 67

在脑袋里斗智，在嘴巴上斗技 70

广告语中的魔法数字“3”

第6章

说服实战：如何让孩子爱上写作业 75

对话中的“凉拌”与“热炒” 76

8大方法，让她乖乖写作业 78

第7章

善用修辞，少花力气，还可多得成果 81

比喻让论点升级为“引爆点” 82

瞬间激活形象化思维 83

如何让枯燥的数字吸引眼球？ 84

改一个字，结果就会大不一样 85

第8章

说服实战：用提问的方式向酒店争取赔偿 89

既然设置陷阱，就别忘记伪装 91

一个同样的问题，答案总是千差万别 92

暗示性“投降” 94

第9章

击中情感软肋，温柔必定战胜刚强 95

满足对方情感需求 96

一句话说到他的心坎上 111

第10章

- 轻松打破僵局，化劣势为优势 115
- 吵架是沟通杀技，需慎用 117
- 高手先让人出招，关键时不急于说 119
- 拒绝也有方法 120
- 5把钥匙，温柔地打开心扉 121
- 第11章
- 亲友关系，更要小心处理 125
- “我觉得……”，最没有力道的开场白 126
- 营造一些假想的经历 128
- 赞美，就要大声说出来 128
- 第12章
- 文字的火力比语言更强大 131
- 写出要说的话 133
- 读出所写的字 139
- 展现文采，但不卖弄文采 141
- 标题党，媒体背后的文字推手 142
- 文字也可以玩“混搭” 147
- 沟通有效率，也要有效果 149
- 第13章
- 给朋友或客户打电话，就这几招 151
- 留言，还是托人捎口信？ 152
- 遇到这种情况，千万别打电话 154
- 掌握11个绝招，再不惧怕打电话 155
- 第14章
- 演讲，最短时间征服最多听众 159
- 语调、手势与气氛，一个都不能少 161
- 目光接触，其实是心灵互动 163
- 从“无聊透顶”到“有料有真相” 165
- 以柔克刚，才是掌控全场的妙招 168
- 把关键词写在小纸条上 170
- 互动环节，别让观众牵着鼻子走 174
- 4种防御战术，反制诘问者 175
- 第15章
- 会议室里的柔道术 177
- 如何求同？如何存异？ 178
- 主持人的气场修炼术 180
- 第16章
- 20个优势技巧，竟能说服各种人 183
- 小题大做 技巧1 185
- 变卦 技巧2 186
- 操纵期望值 技巧3 187
- 一言中的 技巧4 188
- 巧发脾气 技巧5 188
- 让对方感到绝望 技巧6 189
- 吸引力 技巧7 189
- 竞拍 技巧8 189
- 造势 技巧9 190
- 狼群战术 技巧10 190
- 既成事实 技巧11 190

《优势说服力》

设套 技巧12	191
这是我们的规定 技巧13	192
出尔反尔 技巧14	192
最后通牒 技巧15	193
设定期限 技巧16	194
拖延 技巧17	194
创造不确定性 技巧18	195
营造稀缺性 技巧19	195
威胁 技巧20	196
第17章	
不花钱也能讨回公道	197
调解：求和与不求战	198
仲裁：在对抗中约束对方	208
协商：借助外力，寻求共识	210
第18章	
如何与来自不同文化背景的人交流？	213
“软文化”胜过“硬道理”	215
时间是资源，也是工具	216
个人决定，还是团队决定？	219
文化中的“冒险”与“不确定性”	220
对方有没有弦外之音？	221
妥协不一定是上策	223
后记 温柔说服别人，愉快达成共识	224
编辑的话 《优势说服力》创作中的花絮与曲折	227
附录 19个技巧让你说服各种人	229

《优势说服力》

精彩短评

- 1、可以体会
- 2、说话 沟通
- 3、1/3 有趣的故事书啊，一点也不教条，到处都萌萌的||拖了太久了。。。。。寓教于乐的故事书，用各种轶事小例子讲述如何说服别人。
- 4、哥伦布奖
- 5、很多小故事，读起来比较生动，还有一些提高说服力的技巧。

1、相较于一般的沟通类书籍，本书更侧重于“说服”甚至是带有“谈判”性质的。看到其他读者有说逻辑思路不太经得起推敲，这一点我认同一部分，因为全篇都是故事讲述起来难免显得零碎和不够系统。但其实全书的逻辑倒是蛮清楚的：由方法论到实践。逻辑线应该是：方法论部分：自我认同——找共识——互相打通。实践部分：各种场景下的实践推荐。具体的实践部分确实线索不够明确，也不是我想主要推荐的。其实掌握了书中所提到的20种基本技巧就可大体搞定。但方法论其实才是最重要的，即你是否想要顺利的打动说服对方，是否有这个能力，该怎么做。正好我也有一具体应用场景——面试。当初把这本书摆在书桌上被同门看到，他们说“你还是别看这种书了，你已经够打鸡血了”。当时恰好我参加某金融机构的终面觉得自己表现的太过汲汲营营，虽然目前看来那天表现还是帮助我拿到了一份offer，因为混金融的久了大概都了解的，做业务的总需要打点鸡血，扯远了，这是自我激励的问题了。但我所评价自己的“打鸡血”，其实是也是一种积极的谈判形式，我需要推销自己，希望对方能够接受我的观点，认同“我适合他们岗位”这一根本论点。而在之前的群面中，我说服方面的能力更是表现的可圈可点，群面确实是一个考察应聘者逻辑思维能力、说服能力、合作能力等综合能力的最佳方式了。近几次群面我都几乎包揽了leader、timer、reporter等所有你能数得上名的无领导小组中的角色了。当然，这并非完全的王婆卖瓜。本次求职第一次群面就是献给了同一集团的银行总行，但那次无领导小组简直表现的不能更糟糕了。而我之后的自我反思和提炼正和本书的说服对方的逻辑不谋而合，也就没再在无领导小组中败下阵过。其实基本的逻辑就是“自我认识——找共识——互相打通”。最开始我连自我认识这一步都没有达到，所以不敢表达自己的观点，甚至不清楚自己的观点。后来反思，向其他人讨教，首先就是能够表达清楚自己的观点，不管你的观点是对是错——错了要勇于承认。这也是第一步自我认识的形成。第二步则是找寻你与队友观点的相同之处，甚至主动提出向他的方案靠拢，或者遇到好队友的时候你不需要这么做，如果你做的好他自然就向你看齐了。第三步其实应该是自然而然的了，因为对方感受到了你的真诚，而且由于我一向在亲和力方面表现还是不错的，所以基本就没有太大问题了。以上次群面的案例作为例子。案子是非常简单的选择型案例，关于孩子在铁轨上玩耍，你作为扳道工判断是否需要改道。组内当时共有7个人，都十分优秀，我至今还记得本科复旦数学硕士北大汇丰GPA常年第一的那个妹子，最好的那个逻辑方案也是她提出的，不过她没通过群面，这个待会说。小组气氛十分和谐，6个妹子+1个汉子，基本是依次说自己的观点，没有我在其他面试场合遇到的混乱场面。我当时的初次逻辑框架非常单薄，考虑不全面。北大妹子是第五个发表意见的，她是唯一一个提出分情况讨论的，但提出的框架还比较初级，不够完整。我当时很佩服，觉得这个可以按照这个方案继续发展下去。发言完毕后，一个妹子提出要汇总一下结果，但那个时候基本没有统一意见，每人的框架不一样，不知道该往哪个方向走。北大妹子非常可惜没有试图用她的逻辑框架说服大家。于是，我站出来说，我觉得她的方案不错，可以沿那条线继续往下挖掘，把她的具体内容又阐述了一遍，并提出了挖掘的方向。这个时候基本所有人都认同了我的观点，北大妹子就此弱势了下去（她没有尝试说服大家，是我认为她在面试中被刷掉的主要原因）。于是之后的发展方向基本是在推进了，逻辑一旦有不完善的地方就不断询问别人是否需要补充，记录也是我在做，这个时候基本所有人都十分信任我。于是最后也当仁不让的由我来做了小组总结。甚至直到面试结束出了门，一个西南财大的妹子还不停的跟我说“你的逻辑实在太牛了”。后面回想，那天我的表现已经算是我在所有群面表现中最突出的了。我并不是提出最出色方案的那个人，但我愿意认同别人的，我并不强势但足够把握优势。其实《优势说服力》不就是这样么？自我认识准确，有自己的观点，愿意适时让步，与其他人达成共识，但能够充分把握自己的优势，最后达到说服所有人的目的。

2、当今社会的很多年轻人无论是学校刚毕业、还是工作两三年，都不善于与人沟通交流，也大多都有过这样的经历：开会时，他们总是坐在后排或角落里，肚子里有很多好的想法和观点想表达，但他们却选择成为“沉默的大多数”，最终失去了展示自我、让领导发现一匹千里马的机会。谈判时，他们总是精心准备，把任何一个自己认为客户可能会提出的问题都考虑到，然后在客户面前畅所欲言，自信满满，但他们却总是不能让客户满意，顺利签单。当众讲话时，他们总能将准备好的演讲内容倒背如流，数据、道理的精密程度让人无法说“不”，但听众却总是兴趣不大，听完了事。还有人苦恼自己的讲话不能吸引人，言者谆谆听者藐藐，只是自我沉醉，台下要么哈欠连天，要么应者寥寥，怎一个“冷清”了得。这究竟是什么原因呢？在这个网络盛行的时代，人

《优势说服力》

们习惯通过网络进行沟通，殊不知，键对键不如面对面。网络聊天、短信、微信、微博等即时交流方式就是造成沟通不顺畅甚至产生误解的重要因素。所谓沟通，沟的是内容，通的是情感。越简单，越直接，越高效。遗憾的是，大部分失败的沟通都是因为带着情绪，这样的“七分情绪三分内容”的沟通必然会以不欢而散告终。这时，如果你懂得一些沟通的技巧，在沟通时加入一点情趣，融入一点情感，减少一点情绪，你的说服就会瞬间变得更有力量。《优势说服力》这本书就是教你如何用好这张“好嘴”，跟随迈耶学“优势说服策略”，你就能轻松自信地与任何人有效沟通。迈耶还将教会你引导对方思路，精准措词与修饰，将劣势转化为优势，巧妙击中情感软肋等策略。他还将与你一起化解邮件、电话、演讲、会议等不同场合下的沟通中遇到的具体问题，并有针对性地教给你应对技巧。无论你遇到什么人，无论你在哪种场面，你都能清楚知道该说什么，怎么说以及什么时候说。本书探讨的是如何提高理解能力，理解人们包括我们自己的行为背后的逻辑。你会发现，当你四处碰壁时，当你的想法被否决时，当你面临敌意和愤怒时，什么能够派上用场，什么不能。你将学会如何成为一个不妥协的让步者，如何巧施妙计应对不讲理的人，如何勇敢面对你无法容忍的人。你可以学到如何凭借气势和策略战胜对方，这会对你的职业发展大有裨益，也会让你对自己感到更满意。让说服力成为自己晋升的资本

3、好吧，只能说这个书名起得十分有误导性，与其说是写的让你如何拥有“优势说服力”，倒不如说是在写如何让你成为善与人沟通的人……怎样才能让对方听得进你说的话，就是要自我修炼成为一个看上去就很有谱，值得人信赖的人喽！感觉该书与其说是可以在个人的说服力上加成，不如说是旨在提升个人的公众表达能力。感觉书中的内容方面不是很符合我的诉求，太高端了，不够接地气儿。如果是那些出于工作关系想要自我提升沟通能力的还好，像我这样只是想要改善自己在生活中购物砍价能力的话，就呵呵了（“——”）左右如此了，至少那些从心理学角度出发分析团体或个人的行动策略的示例还是很有意思的，纯当本故事书来看我也不算亏。半天看下来，也就那句“你说的话再有道理，也要对方想听才能听得进去”还算有用。就好比书中那个催着孩子写作业的案例，案例中的孩子能受家长的约束是因为彼此的关系让她有所顾忌，可我和电商能之间有什么呢？我每次交易的金额也没多大，除非遇到的是那种急着出货的卖家，否则，对方完全不可能对我有所顾忌的。而且，网购砍价和打电话沟通一样，在非见面的情况下，对方可以更直截了当的拒绝你。说起来，大概是宅属性的关系，我是常在网上购物的。开始的时候感觉自然很好，方便省事，价格实惠。但是，近来总感觉网店中商品的价格注水情况越来越严重了，我刚开始网购的那会儿，网店标示的商品售价即便不是实价，也不像后来这样的要将标价砍掉一半来看，更不会像现在这样标价将近600元的商品，居然一直在挂着促销的牌子优惠价只有不到150元这么离谱。价格定得太高，自然卖不出去；但是价格定得低了，又担心失了身价。这种怪象的常态化，不知是该归咎于商家的无良，还是怎地。只是再到了网购的时候，我就越发心塞塞的冀求着也能够有我母亲那样强大的砍价能力，要知道她出门购物除非是绝对不可议价的，价格基本都是对半砍，有时甚至能够砍到要价的三成还低呢。做不到视金钱为无物的我，心心念念的想着通过砍价来省钱，但是自身还没有那个本事，每每只能是勉强磨个十几块，甚至是几块的来聊胜于无。稍微琢磨一下就会发现，我和我母亲最明显的差别就在性格上了。不是我说，但她的性格真的不那么讨人喜欢，为人强势自负，总给人自我感觉过于良好的感觉，仿佛天生所有人都低她一等合该是欠了她似的。而我，长久栖居在这样性情母亲的身后，性情说不上是畏畏缩缩，但也只是在勉强自己强作无事的样子。这种贾迎春似的脾性，说得好听点是很能体谅别人，但实质上不过是怕再与人争执罢了。记忆中很深刻的一件事，家中卫生间水管漏水，翌日临时有事母亲出门，只得手机遥控我去找水暖工。出门前母亲预估整个维修费连料在内120元就够了。没成想找来的人张口就要小7/800元，当我拨通电话把手机递给他让他自己和我母亲说的时候，手机那端传来的咆哮声回荡整个走廊，……结果，他的手工费才收了60元啊。只能说，哪怕你按照书上写的把自己打造成为看起来很值得信赖的人，但是在议价这种涉及自身利益的时候，还不如多掌握一些市场价格和相关数据，心里有了足够的底气再去谈才好。我的母亲就是因为长期与这些用工人员打交道，完全掌握了市场价格，才能够有足够的底气对想着捞一笔的水暖工破口大骂的。说白了，优势说服力，不就是强势说服力嘛！果然人就是欠骂的吗？我好声好气的和他商量他寸步不让，我母亲对他破口大骂他却屈服了！由此可见，好脾气好性格固然在与他人相处时令对方感觉舒服，但是想要凭此来说服对方却是远远不够的。后来，我又留意了一下，发现身边不少的人和事都巧不巧的印证了此点——通常性格强势或者是表现强势的人在说服力的方面都有特别的加成来的~不知这是否是因为他们更有气势的缘故，不过通常情况下，更有希望获得成功的人恰恰是风格强势的人。想要说服对方，别管对方是谁，就得凶狠犀

《优势说服力》

利！你在想要通过说服对方的时候，自然是希望对方能够认同己方的观点，这种心理层面的博弈，自然不是靠着谁的嗓门大谁稳赢的。但相对来说，比起靠着语言技巧来步步为营，用气势来压制对方的说服方式，倒是要更简单一些。类似于双方谈判中语言技巧的运用，与其说像西餐的烹饪能够有个具体的标准，何时该怎样做；还不如说是像中餐，具体该怎样运用只能奥妙存乎一心。说白了，就像古人传承的时候，为什么明知道“立长”的制度有很多弊端，还有那么多的人不支持“贤者上，庸者下”的“立贤”。不就是因为后者支持的立贤很难量化，究竟怎么才是最‘贤’的一个。技巧方面也面对着同样的问题，都是属于很难量化的东西，最后还不是只能唯结果论。诚然，强硬的态度并非解决一切的灵丹妙药，有时也会弄巧成拙的鸡飞蛋打。但是在没法做到软中带硬的时候，硬比软好！尤其是在买东西讨价还价的时候，当然，这么做的前提是你确定不买这家的别家也有卖的，否则顾忌鸡飞蛋打之余自然会不自觉的气弱许多。就个人感觉，除了事前的各种信息搜集，在开始议价前给自己预设好一个心理底价也是非常重要的，如果没有这个步骤，很可能店家的三言两语就让你不好意思往下讲了……这可都是这些年下来我的血泪教训啊

4、人与人，近了，有摩擦；远了，有误解；当和舍友有摩擦时，我直接表达指出她哪些行为令我不爽，她却跟你较劲，指出你的同类事件，把它拉出来晾在你眼前，提醒着你的说服毫无力度？如此一来，你不听我讲，我不听你讲，这堵无形的墙就这样子一块一块堆砌出来了？此刻，拿什么来说服他人？优势说服力，在此刻就显得尤为重要。我们之所以不为他人所说服，无非下面几个原因：1.源于外界的影响2.基于主动意愿看待事物3.按自己的预期看世界4.先入为主，把表象视为本质5.自以为是，过于相信你所知道的（认为自己不知道的东西并不重要，很多你所自以为知道的事情都是不确定、不完整或者是完全错误的。）6.易受关联事物影响花了大半个月看完这本优势说服力，我想我找到了处理了我自己的方法。沟通+聆听。沟通，很重要，因为，你和另外一个人使用的参照系是不同的，你们经历不同，价值观不同，看待事物的方式也不同，所以很有可能你们会用不同的语言去描述同一种事物。只有尽可能的去沟通，才会更加接近对方考虑问题站过的位置，从而以类似角度来处理问题。当发生分歧，就能使用她所熟悉的语言，从而进一步的说服她。聆听，同样重要，能让对方感受到你对她的重视，展示你诚意最简单方式。带着心而不仅仅只是耳朵去聆听，把对方的真实意图放大，唯有如此你才能正确解读对方，针对某些争执，采取最优势说服力。说服力，不是体现在声音大就能压倒对方，也不是以暴制暴的说服，这一过程不是你我之间的头破血流之争，仅仅只是两种不同想法的碰撞，然后开出一朵绚烂花朵，不需要你的假意附和，也不需要你的表面敷衍，仅仅只是一同去欣赏那朵花的成长。

5、说服别人靠的不是争得不可开交，面红耳赤，至高境界应该是“洗脑”策略吧，我把优势说服策略说成是洗脑策略，无形的说服是至高境界，能够招纳别人于无形之中。每每看到别人在街上吵得不可开交，就觉得这事肯定没完没了了，谁也劝服不了谁。说服是一门艺术，也是一门技术，既然是技术，那么便有可以学习的方法了，当然说服别人之前，我们要先说服自己，这是开篇便提到的，只有自己认可了的原则或思想，我们才可以把它们推销出去，这个方面考验我们的思想、自制力等等，另外就是要找到共识的范围和联结的点，我们要别人信服我们，前提就是他们跟我们的能够达成基本的共识，要进入到我们的世界中来，而不是截然不同的世界，无共同点可言，那这样子只会各说各的。阅读了整本书，我觉得“情感软肋”这一招特别好用，首先我们可以动用情感，我们可以先致歉或者放低自己，然后进一步靠着对方的情感慢慢地劝说，其次就是找到对方的软肋，这就是需要“知己知彼”了，我们要熟悉对方的一切，才能够拿出打通他们心扉的东西，我们要够真诚，同时也要有策略，熟悉对方，倾听对方，而不是一味地劝说。书中结合着生活的点点滴滴给我们带来了许多实例，也涉及到很多的明星名人，我们都是容易受外界影响的，而“讲故事”是一个不错的策略，书中独立成章，讲述如何动用故事的潜移默化以及动情性来说服别人，之后的章节当然也给我们带来了许多技术，善用修辞、情感软肋、文字火力、演讲诀窍等等，最后一张则是20个优势技巧，有点像中国的《孙子兵法》。其中讲到的“文字火力”确实是一个有用的技巧，有时候我们经常吵得不可开交，面对面争吵越来越凶，但是事后动用文字的方式，借用手机短信等，却能够收到非常好的效果，仿佛阅读能够使人理智和沉静。不要把说服别人的目标耿耿于怀，而是要化除掉自己的功利之心，真心地，真诚地为别人介绍一件自己心爱的东西，那样子往往事半功倍，而且要在行动上体现，更有说服力，身体力行。By江焕明

《优势说服力》

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：www.tushu111.com