

<<说服的艺术>>

图书基本信息

<<说服的艺术>>

内容概要

《说服的艺术》一书撩开了掩住影响心理学的面纱，同时揭穿了世界上最能言善辩的政客、广告商、推销员以及高级幕僚所玩的把戏。

与众不同是，《说服的艺术》即关注那些“潜藏的说客”貌似漫不经心的应答，同时又兼顾他们精心设计、促使人们点头所运用的技巧（如建立信任，游说的语言，听众心理分析）。书中对人类行为的引人入胜的案例分析，选取的诸如丘吉尔、林肯和罗斯福这些20世纪影响最大的说客的生动例子，以及它实用的由浅入深的指导，都将帮助你注入改变他人的惊人力量。

<<说服的艺术>>

书籍目录

前言鸣谢第一部分 说服是怎么回事第一章 精心说服，无形中感化——成功说服的两种路径第二章 说服的效应——影响的四种模式第二部分 精心说服第三章 狐狸、猎犬和驴——三种不同类型的影响施加者第四章 说服始于信用——如何先取得信任，再发挥专长第五章 第一印象，最佳印象——形象管理的艺术第六章 读懂对方——如何利用性格类型来说服第七章 强势说话——如何增强说话的影响力第八章 攻心——隐喻、类比和逸闻趣事的效果第九章 说理——如何建构和包装你的信息第十章 强势推销——如何利用图、表和录像说服第十一章 引而不发——自我说服的微妙艺术第十二章 不同的群体，不同的信息——如何影响不同的目标群体第十三章 谋略——如何智胜你的对手第三部分 无形中感化第十四章 无形中说服——自动感化七种说服的触机第十五章 说服的触机之一：对比——基准尺度的效果第十六章 说服和触机之二：回报——公平交易的法则第十七章 说服的触机之三：承诺与言行一致——一只脚先进门第十八章 说服的触机之四：权威——地位的影响力第十九章 说服的触机之五：稀缺——物以稀为贵第二十章 说服的触机之六：从众——人人皆如此第二十一章 说服的触机之七：好感——朋友不会使你失望第四部分 最佳说客风采第二十二章 大人物——20世纪影响最大的说客

<<说服的艺术>>

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>