

<<说服力决定成败>>

图书基本信息

书名：<<说服力决定成败>>

13位ISBN编号：9787506034784

10位ISBN编号：7506034786

出版时间：2009-5

出版时间：东方出版社

作者：罗素·葛兰杰

页数：174

译者：张如玉

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>

## <<说服力决定成败>>

### 前言

最近的科学突破帮助我们了解了大脑的实时运作过程。

但是在这之前，我早就想写一本关于说服力的书。

8岁的时候，因为成功说服别人订阅杂志和报纸，我获得了奖励。

自此，我对说服力产生了浓厚的兴趣。

就读大学期间，我获得了心理学学位，对于说服力有了更深入的了解。

在担任了几家大型公司的执行官后，我成立了一家培训公司，旨在与更多的人分享我的知识，帮助他们取得更大的成功。

本书的写作动力可以追溯到20世纪80年代后期。

那个时候，我的公司与AT&T（美国电话电报公司）建立了合伙关系。

AT&T当时的CEO鲍勃·艾伦（Bob Allell）意识到需要更好地运用难以觉察的说服技巧。

为此他投资数百万美元，设立了说服力技巧研究基金。

按照AT&T的要求，获得资金的各项级大学的商学院对说服力进行了研究，并将研究结果提交AT&T培训大学。

在杰克·波什（Jack Bowsher，刚刚从IBM退休，之前担任公司的培训总监）的帮助和支持下，我的公司成功与AT&T签订合同。

我们的任务是整合各大学的研究成果，创建培训项目。

## <<说服力决定成败>>

### 内容概要

《说服力决定成败》的写作动力可以追溯到20世纪80年代后期。那个时候，我的公司与AT&T（美国电话电报公司）建立了合伙关系。AT&T当时的CEO鲍勃·艾伦（Bob Allell）意识到需要更好地运用难以觉察的说服技巧。为此他投资数百万美元，设立了说服力技巧研究基金。按照AT&T的要求，获得资金的各项级大学的商学院对说服力进行了研究，并将研究结果提交AT&T培训大学。在杰克·波什（Jack Bowsher，刚刚从IBM退休，之前担任公司的培训总监）的帮助和支持下，我的公司成功与AT&T签订合同。我们的任务是整合各大学的研究成果，创建培训项目。

## <<说服力决定成败>>

### 作者简介

罗素·葛兰杰是国际培训咨询公司ProEd的创始人兼总裁。

他是一位管理顾问、培训家、演说家及作家。

ProEd的培训项目遍及全球，客户不仅有数百家小型公司，更有许多财富500强公司。

ProEd与AT & T销售技能培训大学、保诚、花旗集团以及其他多家公司在研究和培训方面建立了合作关系。

罗素·葛兰杰拥有心理学学位以及30多年的管理经验。

他花了数十年的时间研究、写作，并教授他人有关说服力的艺术与科学。

从他的课程中获益的主管、经理、营销人员遍及美国、加拿大、欧洲、澳大利亚、新加坡等地。

## &lt;&lt;说服力决定成败&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 神奇的说服力 试错模式 谁需要说服力 自然科学 说服力是成功的快捷方式 组织如何获益 情商与智商 让人说“ Yes ”的三个选择 共同方案 说服的神话与现实 实用的说服过程 说服力听众 回顾·参考第2章 输赢一线间 失之毫厘 价值两兆美元的发明 天才说服家 说服或失败 回顾·参考第3章 说服力历史 说服力溯源 说服力的大发展 回顾·参考第4章 大突破 科学发现 新的研究工具 大脑“亮起来” 新学科 真有突破吗 积习难除 回顾·参考第5章 决策管理 真正的说服“碰运气” 全新的开始 充满无限可能的金矿 杏仁核决定说服力 打出王牌 回顾·参考第6章 说服力的能量基石 巧辩与说服力 说服力的能量基石——个人信誉、结构推理与情感诉求 心理反应——自动模式还是分析模式 谁处于自动反应模式思不思考让事情变得简单 回顾·参考第7章 说服他人 触媒好比及时雨 启动自动模式 为什么是七个触媒 回顾·参考第8章 友谊触媒 跟听众搏感情 喜欢至关重要 “打成一片”才能成功 启动友谊触媒 穿着当然重要 成为听众的化身 以友谊为基础 回顾·参考第9章 权威触媒 降低风险 权威触发顺从 可信度就是说服力 来源具有说服力 成为专家 权威主导一切 回顾·参考第10章 一致性触媒 探询情感记忆 启动内部导航系统 碰碰运气还不够 背景笑声 符合标准, 领先群伦 一致性会带来收获 回顾·参考第11章 互惠触媒 慷慨有回报 无所不在的触媒 靠互惠大放异彩 无计可施时 送礼让你满载而归 回顾·参考第12章 对比触媒 秀出差异点 客观值并不重要 设置适应水平 哪一个优先 丝毫不具客观性 回顾·参考第13章 理由触媒 给予理由, 获得顺从 给予理由, 改观情势 给予理由, 获得决定 回顾·参考第14章 希望触媒 希望和梦想控制着我们的内部触媒 希望与逻辑 找出听众的希望 找出行动诱因 回顾·参考第15章 说服目标 可衡量性 回顾·参考第16章 有效沟通 什么是有效沟通 告知不等于沟通 问、听、理解 了解听众 问题即答案 价值组合 沟通的另一半 化身他人 回顾·参考第17章 具有说服力的简报 伟大的论点不等于说服力 触媒头脑风暴 好戏登场了 回顾·参考第18章 克服反抗心理 黄金机会 千万别上钩 回顾·参考第19章 获得承诺 决定你的下一步 摊开你的名片 询问他人的意见 回顾·参考第20章 结论

## &lt;&lt;说服力决定成败&gt;&gt;

## 章节摘录

## 第1章 神奇的说服力 谁掌控了世界上最伟大的力量？

谁能够实现伟大的梦想？

最有成就的人往往是那些能够有效完成任务的人。

这些人能够影响他人，并使之顺应他们的要求，进而有效地执行任务、达到目标、实现愿望。

个人及组织的生存与发展都取决于一个要素：说服力，亦即说服他人服从要求、同意或遵照指示做事的能力。

权力也许是上司赋予的，但付诸实施并达到理想结果，却取决于说服、影响他人的能力。

具有说服力的人总是主掌治理大权，这是不变的法则，过去如此，未来也将如此。

伟大的说服家具有无穷的权力，他们激发改变、建立成功团队、鼓舞整个组织；他们创造成长与利润，带领其他人更上一层楼，并在此过程中实现自己的目标，从而名利双收。

人类所有的交往都一再地证明了说服力的重要性。

说服力影响了合作过程以及最终结果。

伟大的领导人提供动机，激发热情，促成行动。

世界上最伟大的成就都是因为成功说服他人得以产生。

毫无疑问，说服力是成败的关键。

问题是，说服他人的过程是否今昔有别？

差异又在哪里？

有什么是我们以前所不知道的？

有什么是值得我们学习的？

实际上，这些差异是简洁的、充满了戏剧性，而且着实令人振奋。

随着近年来“实时实况大脑造影技术”的兴起及其带动出的新神经科学研究领域，我们第一次真正认识了大脑处理信息的过程。

以此为基础，我们最终知道了我们是如何作出决策以及如何影响他人的决策。

这样的认知将永远改变人与人之间的互动方式。

雷斯塔克博士（Dr. Richard Restak）是美国华盛顿特区乔治·华盛顿大学医学中心神经科的临床指导教授、也是一位神经科医师、神经心理学家及研究学者。

他的畅销书——《大脑的神秘生活》（The Secret Life of the Brain），让我们大开眼界。

后来这本书被拍成电视节目，在美国公共电视网（Public Broadcasting Service, PBS）分五集播出。

这位世界顶尖级的神经科学家，曾经荣获李纳克尔人文医学奖章（Linacre Medal for Humanity and Medicine）以及大脑研究十年成果奖（Decade of the Brain Award）。

在该书“成人的大脑——靠感觉思考”一章中，雷斯塔克将近期有关大脑方面的研究发现总结成一个振聋发聩的结论：“我们不是思考机器——我们是会思考的感情机器。”

雷斯塔克在其另一本著作《莫扎特的大脑与战斗机飞行员》（Mozart's Brain and the Fighter Pilot）中，对新知识进行了完整诠释，将我们目前为止所知道的与大脑功能相关的信息，以及人类如何将五官接收到的刺激传达至大脑的过程阐述如下：尽管大众普遍对此存有误解，然而大脑的运作方式不同于计算机或任何其他机器。

因此，我们必须改变强迫大脑违反自然、以无济于事的方式运作的现状。

人类的大脑不是逻辑机器。

事实上，我们对于某件事或某个人的情感反应或感觉，早在我们试图作出有意识的评价前就已经发生。

这真是太震撼了！

几千年来，至少在文明社会中，我们都在学习如何使用逻辑与理智来影响决策与行动。

在此期间，即使是最聪明的人，都一直在强迫大脑作出违反自然且无济于事的动作。

真是太不明智了！

幸好我们现在知道有更好的方式，可以让我们说服、影响他人，从而获得他人对我们的决定与行动的

## &lt;&lt;说服力决定成败&gt;&gt;

支持，为大家带来最大利益。

**试错模式** 众所周知，营销、广告人员等多年来都是以诉诸情感反应来成就事业。但是这样的方法有时成功、有时失败。

一直以来，我们不是靠直觉，就是靠在错误中摸索的方式来达到想要的结果。

现在我们有了具体的例证，可以更清楚地了解说服力这门学科，并且提高我们的技巧。

我们越能够了解大脑处理信息的方式，就越能够进行良好沟通。

这种沟通不是以违反大脑本能的方式进行的，而是由大脑进行的自然处理过程。

随着科学的进步，我们逐渐认识到，人们在说服他人时使用的方法其实是完全错误的。

大部分的人都是学习如何使用最佳的论点、最有力的数据以及最完整的信息来进行说服，亦即以符合逻辑与理智的方法来产生思维、决定以及行动。

企业领导人（事实上我们都是如此）以为需要依赖逻辑与理智才能够制定决策，作出明智的行动。

然而突然之间，出人意料的结果出现了，大脑运作方式并非如以前我们所想象的那样。

美国埃默里大学（Emory University）商学院教授瑞曼（Joseph Reiman）在Business to Business杂志上发表的文章中写道：神经造影技术让我们可以更准确地掌握大脑的活动，因为神经元（neuron）不会说谎。

神经元这些小家伙，数目有100亿那么多，证明了我们的行为其实奠基于化学与生物基础。

它们说：企业界的作法大错特错。

这真是了不起的言论。

现在，我们终于知道人类行为背后的化学与生物基础了。

有了这样的认识后，我们了解到，一直以来，人类的作法有多么错误。

更重要的是，我们知道应该怎么做才能够更有效地影响他人。

但是，如果我们不是思考机器，如果我们受到的影响不依赖逻辑与认知，那么，我们是如何作决策的呢？

此外，我们又是如何影响他人的决策呢？

答案就在这本书里。

简单地说，我们都有一个内部数据库，让每个人都能够对外在刺激立即作出正确的反应。

从一出生，我们就一直在建立自己的内部数据库，也就是个人的立即导航系统。

这个系统针对外来的刺激，可以不经思索，作出最佳的反应，其触发因子就位于我们的大脑之中。

每个人都有一套独特的触发因子。

让他人说出“ Yes ”、“ 好 ”、“ 没问题 ”的过程就是我们协助他人——我们的说服对象，启动他们的决策导航系统的过程。

**谁需要说服力** 美国前国务卿赖斯（Condoleezza Rice）19岁的时候就以优异的成绩从丹佛大学（University of Denver）毕业。

在对自己的从政经验进行总结时，她说道：“权力如果无法转换成影响力，就一点用也没有。”

哈佛商学院教授瓦金斯（Michael D. Watkins）非常赞同这一说法，认为：“单靠权威与其他领导资源绝对无法将事情做好。

领导人需要有说服力才能大有作为。

不论是领导人、主管、经理，还是普通职员，其成就的大小与他们各自的说服能力成正比。

每个人都需要影响组织内部各个级别的人员，并获得他们的支持。

这些人员也包括供货商和客户，这些都是需要我们说服的对象。

我们常常以为，只要告诉他人应该怎么做就能够获得我们想要的结果。

CEO、主管以及经理不都是这样做的吗？

我们不都是这样对待我们的小孩与伴侣吗？

美国总统不是这样对待人民吗？

只要告诉他们应该怎么做，事情就能够做好。

美国前总统杜鲁门可不这么认为。

他说：“我每天坐在这里，都在想应该怎样去说服他人——这就是总统所有的权力。

## &lt;&lt;说服力决定成败&gt;&gt;

” 诺伊斯塔特 (Richard Neustadt) 在其著作《总统权力与今日的总统》(Presidential Power and the Modern Presidents) 中写道：“从一位现任总统口中听到这些话，让我们清楚地意识到问题所在：有‘权，不见得有‘力’。

” 诺伊斯塔特说：“美国人民普遍认为，有理的总统只要有符合逻辑的论点即可，不需要用到权力。

” 但是单靠逻辑还不够，即使对于一国元首也一样。

最后，诺伊斯塔特写道：“总统的权力等同于说服力。

” 这让我们对总统的职权有了新的认识。

自然科学 西奥迪尼 (Robert Cialdini) 博士是一位知名的心理学家，主要研究说服力。他在《哈佛商业评论》(Harvard Business Review) 的一篇文章中写道：“不能掌握说服的艺术，领导人就无法取得成功。

但这种技能也牵涉到自然科学 (Hard Science)。

很多心理学的研究指出，结识朋友以及影响他人，有其基本的法则可循。

” 本书的突破之处就在于以上述的“自然科学”以及“心理学研究”为基础。

我们提供了许多与说服、影响他人以取得预想结果的方法的相关科学知识。

神经科学最近发现了有关人类大脑决策、说服、行为以及行动的运作方式的惊人信息。

我们终于能够真正地理解我们对于刺激会作出什么样的反应。

打开这本书就说明你已经踏出了成功说服他人的第一步。

你可以运用自己的天分，学习并应用本书所分享的信息，成为一位杰出的说服家，一位成就伟大事业的领导人。

你也可以成为精英，稳稳地站在成就曲线的顶端。

这项新发现的科学与心理学研究将永远改变我们人际交流、人员管理，以及影响他人决策、行为以及行动的方式。

企业界一直都知道说服力对于个人与企业成功的重要性。

“神奇的说服力一向非常重要，”布拉特 (George W.Pratt) 在《哈佛商业评论》发表的一篇文章中这么说：“尤其是面对现今愈来愈扁平化的管理结构、多元化的团队功能，以及公司间的紧密合作关系。

每一个人，不管是领导还是普通职员，都必须具备说服力。

” 说服力是成功的快捷方式 这些全新的、基于科学发现的说服技巧更加有效。

以这些技巧武装自己，能够使你轻易地获得他人的充分认同、支持，并使他们乐意付诸行动，从而加快你的目标的实现进程。

运用这些技巧将使你获得组织内部各个级别的支持，进而影响他们的行动。

当然，良好的说服技巧也能为人际关系以及个人生活带来各种积极影响，借此达到想要的结果。

组织如何获益 如果组织运用这个有关说服力的新科学，将会如何受益呢？

南加州大学领导力研究所前所长康杰 (Jay Conger) 教授说：“和权力一样，说服力能够让组织受益匪浅。

说服力可以让组织更团结、让每个构想付诸实行、激发改变并缔造具有建设性的关系。

” 康杰发人深省地强调：“作为必备的领导语言，说服艺术遭到误解、未充分发挥效用，但其重要性却日益增加。

”，“遭到误解”且“未充分发挥效用”正好说明我们目前对于说服力认识不清的事实。

但这不能怪我们。

毕竟，以往的科学没有这么发达，未能发现大脑的运作方式，所以我们无从对说服力有深入的认识。



## <<说服力决定成败>>

### 媒体关注与评论

采用最新的技术数据，葛兰杰对复杂的说服艺术以及成功说服的过程进行了清晰的阐释。

——莱斯利·施韦泽·米勒，纽约大学医学院心理分析所医学博士 成功说服的七个关键能够帮助人们更快、更容易地完成任务，并取得更好的结果。

——迈克·T·安德罗，朗讯技术公司移动解决方案总裁兼总经理 葛兰杰对大脑成像研究进行了更清晰、更实用的讲解，为读者提供一种全新的、更有效的说服方法。

——罗伯特·H·米勒，里茨的查尔斯集团前总裁兼CEO 太棒了！  
我简直爱不释手！

现在我知道了如何更有效地去说服他人！

——乔塞亚·史蒂文森，达特茅斯学院前发展主管 本书从说服力这一主题出发，融合了众多伟大领导者的思想，非常值得一读！

——杰哈德·戈什瓦纳，《销售力》杂志的创办人兼出版人

<<说服力决定成败>>

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>