第一图书网, tushu007.com

<<说服每一个重要客户>>

图书基本信息

书名：<<说服每一个重要客户>>

13位ISBN编号：9787506038386

10位ISBN编号：7506038382

出版时间：2010-4

出版时间：东方

作者：罗素·葛兰杰

页数：176

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

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）建立了合作关系。
AT&T当时的CEO鲍勃·艾伦（]BobAllen）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，获得资金的各顶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（JackBowsher。
，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。
我们了解到某些要素在说服过程中会发挥作用，但是我们不明白这些要素为什么以及如何发挥作用。
各大学的研究为我们提供了经验信息，其中很多是基于观察和推断得出的猜想、推论和原理。
培训项目设计出来后，效果也不错。
但是我们仍然无法了解背后的管理及运作的方式。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

20世纪90年代后期，借助新技术及神经科学的重大发现，本书的重点及架构开始成形。
这些发现带动了与大脑运作及说服力相关的著作的出版。
但是很遗憾，这些书没有提供应用新知识的步骤和方法，不能帮助我们获得他人的肯定回答。
本书的写作目的不仅仅在于提供突破性的科学信息，更着重于系统地阐述成功说服的过程，帮助你获得他人的顺从、同意，达成共同结论，实现说服目标。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

罗素·葛兰杰，国际培训咨询公司ProEd的创始人兼总裁、管理顾问、培训家、演说家及作家。他拥有心理学学位以及30多年的管理经验。

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

章节摘录

科学发现　　20世纪90年代后期，人类对于大脑的研究有了重大突破。
科技的进步以及新的显影技术为我们提供了更多的机会。
在了解大脑的功能前，我们无法知道听众的大脑如何运作，也就无法说服他作出最佳决定。
但是，如果知道了大脑的运作方式，我们就能够利用这些信息来引导听众的决策过程，进而影响他作出我们想要的决定。
以前因为无法观察到大脑的实际运作，这方面的科学发展陷入停滞。
但是新技术开启了全新的领域。
21世纪前，科学家一直在努力揭开人类基因图谱的奥秘。
他们找出染色体以及DNA，知道它们如何影响我们的身体特征。
与此同时，神经科学家也开始探讨大脑的运作方式，希望了解大脑如何影响我们的思考！
有了这项新技术，我们终于可以掀开面纱，揭开部分大脑长期隐藏且讳莫如深的奥秘了。
这一探求过程除了找出大脑的运作过程外，也找出了决策过程、我们如何影响自己、如何作出判断与决定，以及我们如何影响并说服他人等。
新的研究工具　　新技术、超高速计算机，结合最新的科学发现，终于让我们得以窥见神经学研究的最高殿堂。
科学家发明了可以同步呈现大脑运作过程的新技术，让我们能够对大脑的运作过程实行实时观察。
这些新技术包括正电子发射断层扫描（PET、Scan）、功能磁共振成像（fMRI）、立体几何功能性磁振频谱（fMRS），以及稳态形貌探测仪（SSPT）。
不管是单独使用还是互相结合，这些技术都可以呈现出大脑的运作流程。
借助这些医疗器材，我们得以对人类大脑发出一个刺激，然后依着思考流程，观看化学刺激流进大脑的特定区域。
这是有史以来，我们第一次观察到刺激启动决策与行动的过程。
我们终于有了路径图来搭配地形了。
举例而言，有了SSPT，神经科医师不需要通过解剖就能够探究大脑的功能，以每秒钟13笔数据的速度，搜集头皮上64个点的所有数据。
也就是说，每秒钟可以收集到832笔数据，每分钟记录大脑49920个实际动作。
凭借这些技术搜集来的信息非常宝贵，因为它让我们获得了前所未有的知识。
现在，相关书籍、杂志以及视频，几乎每天都在报道这个新知识。
这些信息不只收录在科学丛书内，就连最受欢迎的大众出版物，也不禁要提一下这个惊人的发现。
最近的《国家地理》杂志（National Geographic）就有一篇封面报道，介绍大脑研究的新技术及其功能。
杂志封面是一个头皮上接满了线路的男人。
《时代》杂志（Time）也在封面上放了同样的照片，并在里面附了一篇介绍大脑功能的文章。
这一信息还在不断扩展。
商学院以及MBA的课程首次将说服力与大脑的功能列入选修课目。
大脑“亮起来”　　这一突破跨越科学、哲学以及心理学，将永远改变我们对于思考与决策过程的看法。
运用这些工具，我们终于可以真实地看到大脑处理刺激的过程，看到大脑特定区域在运行时“亮起来”。
我们可以科学地测量和评估神经驱动过程的生理和心理参数。
我们可以客观地研究产生情感、思想、决策以及行动的大脑功能。
知道刺激如何影响我们每天的生活后，我们就可以非常有把握地启动其他人的大脑内部触媒，造就最佳决策与行动。
我们随后会对这些触媒进行定义，但是现在，我们先将触媒当作是自我导航系统的组件，它让我们针对刺激作出决策与行动。

我们的大脑会：　　·自动启动内部触媒，作出决策或行动；　　·如果没有启动任何触媒，大脑会进行认知评估。
　　举例而言，当看到其他人拍手或是大声欢呼时，大脑会激发我们一起拍手或欢呼。
　　这项有关大脑信息流动方式的科学发现，跟过时的、不可靠的行为主义方式（借着观察人类行为来推断大脑运作的过程及原因）有极大的不同。
我们现在知道大脑有不同的区域，分别负责处理情感以及理性认知思维。
这些不同的大脑区域虽然彼此相连，但却常常独立行动。
我们现在知道大脑如何将信息传达到这些区域来作出决策。
最重要的是，我们有把握用这一信息来说服并影响他人。
　　新学科　　应用大脑造影技术需要获得数据并对其进行处理。
此外，我们还需要来自不同学科的专家组成一个团队来对这些数据进行解读，而且有些专家的研究领域是我们以前所无法想象的。
这些需求创造了众多新学科，可以说是拜新技术之赐。
　　现在几乎有20个新学科致力于实时大脑功能的研究，以及如何将之运用在思维、决策与行动上。
这些新学科包括磁振造影生理学、神经化学、神经生理学、分子神经生物学、神经放射学、计算神经科学、心理物理学、神经心理学、认知神经科学等，门类还在不断增加。
这些新学科对进一步研究我们对刺激（包括他人的建议与要求）如何作出反应，提供了更多的新信息。
更重要的是，它让我们了解了其他人是如何响应我们的说服与请求。
以往为了解影响力与说服力的凭空猜测、碰运气的方式已经被永远改变。
　　真有突破吗　　这些新发现真是太神奇了。
几千年来，自亚里士多德到20世纪90年代中期前的理性主义者、行为主义者以及心理学家都错了。
直到最近，我们还一直认为心理活动的最高形式——包括理智、认知思维、先见之明以及决定——都是靠运用逻辑与理智进行的。
这并不是说我们一直以来都只使用逻辑与理智，但至少在教育界，我们认为情感会阻碍逻辑与理智。
我们相信，情感是理智的天敌。
在作出重大决定时，我们会保持“理性与理智”。
即便是近期的心理学，基本目标还是在避免决策、行动及行为受到情感及主观思维的影响。
现在我们知道了大脑处理信息的过程，就可以对之前的知识进行全新的诠释。
我们之前都本末倒置了。

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，取得更好的结果。
——迈克·J·兰德罗，朗讯技术公司移动解决方案公司总裁兼总经理　　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　　葛兰杰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

编辑推荐

集合全球最佳商业图书打造企业顶尖培训教材，用神奇的说服力影响每一个决定你成败的人。
1.如何让你的每一个客户说“ Yes ”。
2.真正的说服不是碰运气而是科学。
3.让客户信任变成一种自动反应模式。
4.伟大的论点不等于说服力。
通过完美修炼诱发销售人员天然的潜在力量。

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