

<<习惯的力量>>

图书基本信息

书名：<<习惯的力量>>

13位ISBN编号：9787508638010

10位ISBN编号：7508638018

出版时间：2013-3

出版时间：中信出版社

作者：[美] 查尔斯·杜希格 (Charles Duhigg)

译者：吴奕俊,曹焯

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>

<<习惯的力量>>

前言

<<习惯的力量>>

内容概要

<<习惯的力量>>

作者简介

<<习惯的力量>>

书籍目录

前言 习惯疗法 第一部分 个体的习惯 习惯回路 习惯是如何运作的 第二章 大脑的渴求 如何建立新习惯
第三章 改变习惯的黄金法则 为什么习惯会发生变化 第二部分 成功组织的习惯 第四章 核心习惯 最重要的习惯 第五章 星巴克和让人成功的习惯 让意志力变成自发意识 第六章 危机就是转机 领导者怎样通过事故创造新习惯 第七章 连锁零售商预知消费者的行为 企业如何预测或操纵你的习惯 第三部分 社会的习惯 第八章 蒙哥马利公交车抵制运动 社会运动如何发生 第九章 自由意志的神经学 我们是否要为我们的习惯负责 附录 读者实践指南 译者后记

<<习惯的力量>>

章节摘录

版权页：插图：第二章 大脑的渴求 在十九世纪最初的十年里，有一天，一位叫克劳德·C·霍普金斯（Claude C. Hopkins）的知名美国高管从一个老朋友那里得来一个商业创意。

这位老朋友发现了一种令人惊奇的产品，他坚信该产品将轰动市场。

这个产品是一种牙膏，一种带有薄荷味，且泡沫丰富的混合物，他称之为“白速得牙膏（Pepsodent）”。

这个产品吸引了一些风险投资商，其中一位之前做的一连串土地交易都以失败告终，而另一位，据说和黑帮有瓜葛。

但霍普金斯的这位朋友保证这次风险投资能取得不俗的成绩。

如果确实如此，霍普金斯将愿意帮他策划一次全国性的推广活动。

当时，霍普金斯是这个发展迅猛的行业的弄潮儿，而在几十年前，这个行业几乎不存在，这个行业就是广告业。

他通过宣传厂家用“蒸汽流”清洁酒瓶，同时只字不提其他厂家采用完全相同的清洁方法，成功地说服美国人掏钱购买舒立兹啤酒。

他曾全然不顾历史学家们激愤的口诛笔伐，通过在广告中宣传埃及艳后使用棕榄牌香皂沐浴，以此诱导了数百万女性购买该产品。

他还捧红了膨化小麦（Puffed Wheat），宣称这种产品的制作过程是让谷粒膨胀至“正常大小的八倍”，然后再“用炮筒爆谷机打出来”。

他已经将一连串前所未闻的产品变得家喻户晓，比如桂格麦片、固特异轮胎、必胜地毯清扫器和范坎普牌青豆烧肉。

在这一过程中，他身家暴涨，甚至在畅销自传《我的广告生涯》中还大篇幅地诉说钱花不完的烦恼。

克劳德·霍普金斯最出名的要属他创造的一系列能让消费者养成新习惯的营销规则。

这些规则革新了广告业，并最终成为所有营销人员、教育改革者、公共健康专家、政治人物和企业高管的常识。

直到今天，从我们选择清洁用品到政府采用的疾病防治工具，霍普金斯的规则仍然无处不在。

这些规则是创造新习惯的基础。

然而，当霍普金斯的老朋友向他提到白速得牙膏时，这位广告人看上去不太感兴趣。

当时，美国人口腔健康水平的急剧下降已经不是秘密。

随着国家越来越富足，人们开始越来越多地购买含糖量高、制作精细的食品。

等到政府为第一次世界大战征兵时，就出现了大批患有龋齿的新兵，因此政府宣称国民糟糕的牙齿健康状况已经危害到了国家安全。

但霍普金斯知道，做牙膏生意会弄垮自己。

当时已经有一大批人在经营这种业务，他们上门兜售效果存疑的牙粉和洗牙剂，结果大多数都破产了。

问题在于，虽然美国存在全国性的牙齿健康问题，但是因为几乎没人有刷牙的习惯，所以极少有人购买牙膏。

因此，对于朋友的提议，霍普金斯只考虑了一会儿就否决了。

他宁愿继续在香皂和谷物上下功夫。

霍普金斯在他的自传中解释说：“我那时觉得不可能把牙膏的功效向外行们解释清楚，因为专业词汇太多了。

”不过他的这个朋友倒是意志坚定。

他一次接一次的拜访让相当自负的霍普金斯不禁侧目，终于，这个广告人妥协了。

霍普金斯在书中写道：“我最终决定，如果他能给我部分股份六个月的期权，我就同意加入这个项目。

”这位朋友同意了。

这将是霍普金斯一生中最明智的投资决策。

<<习惯的力量>>

在这次为期五年的合作中，霍普金斯终于将白速得牙膏打造成全球最畅销的产品之一，同时还让刷牙的习惯以惊人的速度席卷美国。

很快，从秀兰·邓波尔到克拉克·盖博，每个人都开始展现自己“白速得牙膏式的微笑”。

到1930年，白速得牙膏已经远销至中国、南非、巴西、德国，只要是霍普金斯能打广告的地方，就有白速得牙膏的身影。

在白速得牙膏第一轮营销宣传过了十年之后，民意测验表明刷牙已经成为大半美国人的日常习惯。

霍普金斯让刷牙变成了每天必不可少的事。

霍普金斯后来自豪地说，他成功的秘密在于发现了某种特定的暗示和奖励机制，这两者激发了人的新习惯。

这一机制具有非常强大的魔力，甚至到了今天，其基本法则依然被电子游戏设计师、食品公司、医院以及全球数百万销售人员所运用。

尤金·保利（Eugene Pauly）让我们了解了习惯回路（habit loop）的概念，克劳德·霍普金斯则为我们展现了如何培养与塑造新习惯。

<<习惯的力量>>

后记

本书开篇便告诉我们如果能发现自己的习惯模式，你就能改变自己的生活。

作者强调“你有自由，也有责任”重塑自己的习惯。

依靠习惯的力量，酗酒之人可以戒酒，深陷困境的企业能够重整旗鼓，高中辍学生也能够当上成功的经理。

作者用上述一个又一个的案例，从实验心理学、应用心理学以及神经学的角度解释习惯的奥秘，让读者了解到行为如何变成了习惯，而习惯又如何改变人的命运。

此外，本书还解释了诸多日常生活中的谜团，比如：为什么牙膏会对口腔有刺激性感觉？

空气清新剂是如何发明的？

美国人食用动物内脏的习惯从何而来？

作者用翔实语言，通俗易懂而又不失诙谐的文字，解释了深藏背后的道理。

习惯始于点滴，长于循环重复。

如何去改变根深蒂固的习惯，把握自己的命运？

本书将为你一一解答，为你揭示习惯的力量以及你超越习惯、掌控自己生活的力量，从而让你利用这股力量，最大限度地发挥你的潜力。

本书最后提供的指导框架也为读者的实践提供了参考。

从本书中你可以了解到好习惯应该如何保持，而对坏习惯应该如何做到见微知著，从而可以防微杜渐。

本书得以成稿，要特别感谢所有提出了宝贵意见和建议的朋友，同时也要感谢华南师范大学外国语言文化学院2012级研究生陈丽丽同学在翻译方面的努力。

<<习惯的力量>>

媒体关注与评论

<<习惯的力量>>

编辑推荐

《习惯的力量》作者查尔斯·杜希格荣获2013年美国普利策新闻奖。

疯行全球的“习惯改造指南”2013登陆中国！

国际一流企业：宝洁、谷歌、微软……世界顶尖大学：哈佛、耶鲁、剑桥和MIT……都在竞相研究和使用的最热门的学问！

如果你能发现自己的“习惯模式”，你就能彻底改变自己的生活！

我们吃得太多我们不爱锻炼我们花钱太多，很少攒下钱我们每次身陷错误的职业我们总是爱上不该爱的人……为什么我们无法控制自己呢？

其实，我们每天40%的时间不是选择，而是习惯。

你身上的习惯从何而来？

如何发生？

如何利用习惯的力量改变生意和生活？

学会利用习惯的力量，一个人可以：强化意志力、成功减肥、聪明理财、高效工作……一个企业可以：制造流行新产品、激励工作团队、在市场巨变中成功转型……一个社会可以：改良观念和风气、提升公民幸福感……如果你能诊断自己的习惯，你就有了改变习惯的自由和责任。

如果你能利用习惯的力量，即使你陷入危机，一切皆可翻盘。

<<习惯的力量>>

名人推荐

<<习惯的力量>>

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>