

<<心理学的诡计大全集>>

图书基本信息

书名：<<心理学的诡计大全集>>

13位ISBN编号：9787510411939

10位ISBN编号：7510411939

出版时间：2010-9

出版时间：新世界

作者：陈玲

页数：354

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>

<<心理学的诡计大全集>>

前言

一个年轻人要买车，他就等待时机。

终于有一天下起了暴雨，他觉得时机到了，因为他想：“这么大的雨谁会去买车？

这下我可以狠砍价钱了。

”果不其然，车行内冷清清只有老板。

他正要开口，老板笑呵呵迎上来说：“年轻人，你一定想车想疯啦！

这么大的雨还来买车！

”这是一则幽默故事，但又不仅仅是幽默故事，故事中的场景发生在我们每天的生活当中——每个人都在通过揣测对方的心理来调整自己的行为。

由此可见，心理学是现代生活中人们最广泛涉及的主题，无论生活中的衣食住行，家庭中的为人处世，还是工作中的人际关系，都离不开心理学，都需要懂点心理学。

一对夫妻一起去看房子。

“千万不要让业务员知道你喜欢游泳池，不然我们不好杀价。

”先生对太太说。

可一到现场，太太就无法掩饰自己对游泳池的喜爱。

业务员火眼金睛，自然心中有数。

“啊，这房子漏水。

”先生说。

“太太，你看看后面有这么漂亮的游泳池。

”业务员对太太说。

“这个房子那里好像要整修。

”先生又说。

“太太，你看看，从这个角度可以看到后面的游泳池。

”业务员只顾着跟太太说。

于是，业务员不断地说游泳池的事，太太始终想着游泳池的事。

结果，业务员不费吹灰之力，便高价出售了这栋房。

业务员成功的关键是什么？

一句话：了解人心、擅长攻心。

中国古代兵法强调：“用兵之道，攻心为上，攻城为下；心战为上，兵战为下。

”在现代生活中，这一兵法也大有用武之地。

做人做事，亦如打仗，也要懂点心理学。

<<心理学的诡计大全集>>

内容概要

心理学是一门揭示人的心理活动规律的科学，是一门让人变得更聪明的学问。

人际关系中各种的问题，都与心理学有着千丝万缕的联系，一旦掌握了相关的心理学知识，许多工作和生活中的难题就能迎刃而解。

本书的目标是让你掌握一系列可以立刻派上用场的心理学知识和策略，使你能够迅速地提高说话办事的眼力和心力，掌控人际交往主动权，避免挫折和损失，一步一步地落实自己的人生计划，获得事业的成功和生活的幸福。

<<心理学的诡计大全集>>

书籍目录

第一章 洞悉人性，拿捏分寸 利用“首因效应”，在第一次见面时留下好印象 善用“近因效应”，让对方将不快变成好印象 善于倾听是赢得对方好感的关键 尽量让对方多说，引导对方多说 没有沉默，一切交流都无法进行 恰当地发问，才能获得自己想要的信息 声音是一面镜子，善用声音表现自我 自信是给对方的定心丸，要让自己看上去有自信 幽默是人际关系的“最佳调料” 微笑吧！一展笑颜，就胜过万语千言 你的神态举止会透露许多真实的心理信息 恰当使用肢体语言，让你的表达富有成效

第二章 掌控心理，把握尺度 巧用“移情效应”，建立与对方之间的感情 牢记“互惠原理”，让对方产生必须回报你的负疚感 让人做出承诺，他就有了必须要言行一致的压力 掌握“社会认同原理”，利用周围人的行为来影响别人 多方面运用“喜好原理”，赢得他人的好感 引入“权威效应”，引导对方的态度和行为 制造短缺的假象，可以极大影响对方的行为 激起并满足对方的需要，你可以左右逢源 要正面强化，增强对方对你的好感

第三章 以心交心，互惠互利 相互信任、相互支持是双方互惠互利的前提 讲述相似或相同的经历，让对方有志同道合的感觉 缩短空间距离，拉近彼此的心理距离 必要时替对方背黑锅，对方会回报你更多 见面时间长，不如见面次数多有效 故意效仿对方的动作，引发对方的好感 冷庙高香提前烧，自然会有贵人帮 让受屈者得到过望的回报，自会冰释前嫌 故意先给对方好处，让对方不得不还以人情

第四章 将心比心，换位思考 际为对方着想，对方才会为你着想 看到对方的需要，了解对方的观点 你愿意他人如何待你，你就应该如何待人 请教对方“假设您是我”，令其为你着想 关心对方最亲近的人，更能打动对方的心 从对方易于接受的问题入手 帮助对方要适当，接受对方的帮助也要适当 把稍稍扩大的不利信息尽早告诉对方 将你所期待的选择放在几个问话当中的最后一个

第五章 以心攻心，斗智斗勇 打破常规，打乱对方的阵脚，创造取胜的机会 先给自己的说辞披上“公正”的外衣 善用你的视线，干扰对方的思想 封锁对方的信息来源，激发对方的兴趣与需求 利用“心理除法”，激发对方的“达到欲望” 迎合“从众心理”，故意制造群龙之首 故意暴露自己的“弱点”，麻痹松懈对方 以突然的沉默唤起对方的注意 告诉对方事情很难办，激起他的挑战欲 先说一系列的“不”，再说“是” 激发对方的同情心，触动其心灵的薄弱环节 看他说什么，比听他说什么更重要

第六章 韬光养晦，深藏不露 一开始便以优厚的条件诱惑对方，再让对方接受其余的部分 选择自己熟悉的地方作为交涉的场所，以此掌握主动权 选择一个令人心烦意乱的地点交涉，让对方尽快做决定 面对交涉，争取比对方提前到达约定场所 用完全无关的信息岔开对方的话题，避开对方的锋芒 让对方疲惫不堪，动摇对方的判断力 巧妙利用最后时限，迫使对方就范 想要多赢一点，开价时就要夸张一点 如果对方欺软怕硬，显示你寸步不让的决心

第七章 嘴上留情，脚下有路 “片面提示”还是“两面提示”，要因人而异 要想影响对方的言行，谆谆教导不如以身作则 根据工作性质的不同，营造不同的工作环境 不要完全满足对方的需要，让你的地位始终不可替代 唠唠叨叨一大串，有时不如简简单单一句话 通过询问，激发对方“参与意识” 运用“竞争意识”，让对方主动改进 说服没有主见的人，对他说“大家的意见都是这样……” 营造良好的竞争氛围，激发双方你追我赶 给予优秀者更多的荣誉，激励后进生奋起直追 避免“投机心理”，让每个人的责任都一目了然 利用“禁果效应”，吸引对方的注意力

第八章 顾全面子，给人台阶 不要让对方没面子，否则你会更没面子 对方有缺点，要婉转地为其掩饰 表现出委屈的卑下姿态，消除对方的反感 向对方提出忠告时，多“私下”少“当众” 自我嘲笑，可轻松搞好人际关系 沉默化解冲突，显示宽广的胸襟与度量 委婉地说“不”，让被拒绝的人有面子 让同事在交谈中表现得比你优越 在背后说人好话，有事半功倍之效 感激也是一种奖励，如果心中有，就应表达出来 过分地赞美对方，只会加剧对方的防备心理 只需静静地倾听，便可折服对方 以利益来唤起对方的关心 头衔虽然是虚的，但它却很能迷人

第九章 揣摩心理，巧妙迎合 如果想让领导看见你，聚会时最好坐在角落里 与领导保持适当的距离，表示你由衷的敬意 当领导遭受挫折时，与其站在一起 对于听惯奉承话的人，偶尔来个批评，让他对你刮目相看 读懂领导的眼神，了解领导的心思 满足上司的“尊重需要”，切忌自我表现过度 在展现自己的才华时，别忘了消除上司的猜忌 与上司相处，要摆正自己的位置，不要越权

第十章 以情动人，以理服人 掌握好与下属的“临界距离”，树立威严，建立权威 让顽固不化的下属，去说服与其状况相似的第三者 与其抑制人性的弱点，不如唤醒人性的优点 启发对方，让对方认为建议是他自己想出来的 故意责骂其中一个，让其他的自省 “阿伦森效应”：逐渐增强的评价更易博得一个人

<<心理学的诡计大全集>>

的好感 “采纳效应”：首先要接受对方的观念，才能真正理解对方 “反馈效应”：无论是表扬还是批评，都要及时做出反馈第十一章 世事洞明，人情练达 看到对方出丑，最好不露声色 批评是出于爱护而不是怨恨，才会有良效 以出乎意料的方式打动对方，满足其情感需求 增加对方的心理负担，让对方不忍拒绝你 唤起对方需要协助的心理，就可以征服对方 从感情入手，让对方依赖感情而非理智来判断 聆听对方的苦恼，让对方的不良情绪得以宣泄 制造一个共同的假想敌，唤醒对方的协作意识 期望一个人做什么，你就赞扬他什么第十二章 心理暗示，潜移默化 “锚定效应”：起脚不远处即落脚点 “诱饵效应”：螳螂捕蝉，黄雀在后 “对比效应”：货比三家也不能保证你不上当 “竞争效应”：人的天性就是要抢夺资源 “语义效应”：字里行间隐藏着陷阱 “互惠原理”：每个人都不愿意欠人情债 “从众原理”：人人都不愿意被群体孤立 “自我求证心理”：你的言谈举止泄露了你的秘密 “思维定势效应”：用对方的经验影响对方的思维与行动 “饥饿疗法”：人们对得来不易之物会愈加珍惜第十三章 读懂人心，对症下药 “焦点效应”：每个人都是以自己为中心 “重要效应”：每个人都想成为重要人物 “自尊原理”：人人都希望自尊得到提升 “做主原则”：人人都希望能够掌控形势 “感情账户”：每个人心里都有一本存折 “损失规避”：人人都害怕失去大于得到 “安慰剂效应”：人人都想让心理感到平衡 “过度自信”：相信自己是好事，但别过了头第十四章 欲擒故纵，以柔克刚 故意制造些意外，刺激对方想了解更多 面对谣言不辩解，谣言不攻自破 要对方选择乙，只需要强调甲的缺点 故意激怒对方，让对方失去理智，进而满足自己的要求 假扮白脸与黑脸，让对方在软硬兼施的压力下妥协 就对方不想干或不敢于的事情，故意进行相反的劝告 “预防接种效应”：打好“预防针”，给对方留点准备的时间 “乐观成功理论”：坏消息里也有希望的种子，挖出来给对方看第十五章 心理较量，博弈制胜 重复说明一个重要讯息，加深对方的印象，改变对方的看法 以果断坚定的语气说话，让对方无法拒绝你 向对方表示“不达目的誓不罢休”的决心，迫使其让步 让对方接受你的建议，只需告之拒绝建议的不良后果 表示誓不后退的决心，迫使大家全力以赴 可以做好人，但别做老好人，老好人会让人得寸进尺 “以话套话”：故意说错话，探知对方真实的想法 “购物清单法”：目标分散可以隐藏自己的真实意图 制造利益冲突，利用鹬蚌之争为自己扫除“地雷”

<<心理学的诡计大全集>>

章节摘录

无论是谁，在对方的失误使自己蒙受某种程度的损失时，都会有这样一种心理：希望从失误者那里听到与损失程度相当的道歉。

通常，遭受损失者所期待的“期待值”往往与道歉者所给予的“实际值”不十分吻合。

如果遭受损失者期待五分道歉，却得到了十分。

这样，他就会于意外之余，欣然领受道歉者的诚意，不计前嫌。

应该说，珀杜鸡肉厂处理顾客投诉事件是相当成功的。

它抓住了顾客的心理，以给予顾客更多的回报表示了公司的歉意，不仅消除了顾客的怨气，还赢回了顾客的信任与支持。

某出版社也是以这种方式“化干戈为玉帛”的。

该出版社出版了一位作家的全集，其中的一册有一处错误。

当时，出版社决定将那一册重印。

新书印好后，通知那些买了有错图书的人来换。

他们这种做法，大幅度地提高了自己的声望和信誉。

通常，每当某书出了重大的或多处的错误，出版社就给该书附上一个勘误表。

而这家出版社却为了一处小小的失误，重新出书，这无疑是一种超出常规的改过之举。

然而，正是这样的“小题大做”，不仅使失误得以纠正，更使读者从中看到了他们诚恳的态度和极端负责的精神。

相反，如果遭受损失者的期望值是5分，却只得到2分、3分的道歉，那么，他就会认为失误者不负责任，从而加重对失误者的不满。

这也是为什么上级给曾被冤枉的下属更多的好处，父母给受了委屈的孩子更多的零花钱，子女给失望的父母更多的礼物，他们都试图以过望的回报换来对方的冰释前嫌。

平白无故被冤枉的下属，可能精神上遭受损失：委屈、心伤、怨恨，物质上遭受损失：做替罪羊，被扣了奖金。

难过之余，他会有一个期待：期待某一天，领导能明察秋毫，了解自己的委屈，弥补自己的损失。

如果他的期待得到满足，他会对公司更忠诚，对工作更敬业。

相反，如果他的期待落空，他则很可能情绪低落、消极怠工。

鉴于此，如果你是领导，遇到那些平白无故遭受委屈的下属，一定不要袖手旁观或不把它当回事。

正确的做法是：花时间弄清事情的来龙去脉，以恰当的方式还下属一个清白，体谅下属的心情，并尽可能给予他更多。

<<心理学的诡计大全集>>

编辑推荐

《心理学的诡计大全集(超值白金版)》：日常生活中的心理策略心理学的目的在于巧妙的策略，而不是分析。

我们学习心理学的目的，不是为了享受心理分析的过程，而在于建设更积极的人际关系。

做人做事，如果不懂心理学，即便你口若悬河、煞费周章，也可能南辕北辙、毫无效果；相反，如果懂得心理学。

可能只需付出一点点，便能打动对方、化敌为友，迎来柳暗花明又一村。

事实上，人际关系高手往往都是心理学大师。

内容更丰富·策略更全面·案例更生动·理论更透彻《心理学的诡计大全集(超值白金版)》尝试从心理的角度，运用心理学原理。

结合实际生活案例，对为人处事中可能遇到的各种心理现象进行了较为详尽的分析，并提供了操作简便的解决思路与方法。

帮助人们在了解各种人际关系现象背后的深层心理原因的同时，也帮助人们成为职场上、商场上、亲友圈中最有分量、最受欢迎、最能呼风唤雨的人。

2009年度全行业优秀畅销品种《心理学的诡计》超值白金版

<<心理学的诡计大全集>>

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>