

生活就是一场心理较量
一切竞争都是一场心理战

社交中的100个心理 谋略

毛芝海 / 编著

人生就是一场心理博弈,当你资金不如他人,实力不如他人时,并不表示你在实际生活中就要甘拜下风,只要你能掌握对方的细微心理,并实施恰当的心理策略,就一定能掌握人际交往的主动权,一步步地落实自己的人生计划,获得事业的成功和生活的幸福。



中国致公出版社

中国致公出版社

谋略

社交中的100个心理



中国致公出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

社交中的 100 个心理谋略/毛芝海编著. —北京:
中国致公出版社, 2010. 6
ISBN 978 - 7 - 80179 - 933 - 3

I. ①社… II. ①毛… III. ①人间交往—社会心理学
IV. ①C912. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 078404 号

社交中的 100 个心理谋略

编 著 者: 毛芝海
责任编辑: 刘 秦

出版发行: 中国致公出版社

(北京市西城区德胜门东滨河路 11 号西门 电话 66168543 邮编 100120)

经 销: 全国新华书店
印 刷: 香河宏润印刷有限公司

开 本: 710 × 1000 1/16 开

印 张: 17

字 数: 260 千字

印 数: 7000 册

版 次: 2010 年 6 月第 1 版 2010 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 80179 - 933 - 3 定价: 32.80 元

版权所有 翻印必究

前言

在生活中，也许你经常会有这样的疑问：为什么帮助了一个原来自己并不喜欢的人，却会变得逐渐喜欢他？为什么商场里的人越多，购买商品的人越多？为什么有些商品标价很贵反而卖得更好？为什么我们会答应别人原本自己并不想答应请求？……

其实，这些都是由于别人对我们运用了心理学的结果。心理学是社会科学中最实用、最贴近生活的一门学问。这是因为人们的生活活动主要是由人的心理与行为支撑的。无论是生活中的衣食住行，还是工作中的交流沟通，都离不开心理学，都需要心理学的帮助和引导。心理学所涉及的方面渗透于各个领域。

社会生活的本质就是人与人之间的交往。不管是经商也好，从政也好，都要与人交往，都需要得到他人的支持与帮助。只有正确地把握别人的心理，才能使人趋利避害，与他人之间建立良好的沟通，使目标和计划能得到他人的协助，并进而打开事业成功的大门。

从政者需要准确领会上级的想法，这样才能正确地执行命令，同时会让上级感到这是一个有能力的、值得信赖的下属，从而得到适时地提拔与重用。经商者也要了解顾客的心理，尽量经营顾客喜欢的商品，这样生意才能兴隆。管理者懂点心理学会更加善解人意，也就更加能知道如何施加影响力了。

在快节奏、高压力的现代职场，与人打交道多的职业，如营销员、教师、咨询师、媒体人员等，往往更容易发生倦怠。面对职业中的负面因素，学一学心理学，对外可以更好地沟通、协调、应对冲突，对内可以更好地减压、放松、调节情绪，把自己调节到一个最好的状态，确实是一件



双赢的事情。

在生活中，每时每刻都在上演着一幕幕心理战。正确揣摩人的心理绝对不是一件容易的事情。但这并不是说人的心理是难以捉摸的，而是说对于人的心理的观察和正确把握需要很高的技巧和手段。可以说，心理学不仅是一门揭示人的心理活动规律的科学，也是一门能让人变得更加聪明的学问。

心理学的目的在于采用巧妙的策略，而不仅仅是分析。我们学习心理学的目的，不是为了享受心理分析的过程，而是在于建设更积极的人际关系。人际关系中的各种问题，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策略，许多生活和工作中的难题就会迎刃而解。

本书尝试从心理学的角度着手，结合生动、实际的生活案例，对为人处世中可能遇到的各种心理现象进行了较为详尽的分析，帮助人们在了解各种人际关系现象的同时，更指点人们去了解其背后的深层次的心理原因。从而避开心理陷阱，走出心理误区，发挥心理优势，使自己避免遭受挫折和损失，更有效地发挥自身的影响力。

人生就是一场心理博弈，生活就是一场心理较量，一切的竞争都是一场心理战。当你资金不如他人，实力不如他人时，并不表示你在实际生活中就要甘拜下风。只要你能掌握对方的细微心理，并实施恰当的心理策略，就一定能掌握人际交往的主动权，一步步地落实自己的人生计划，获得事业的成功和生活的幸福。

编著者

目 录

第一章 | 巧用心理效应，提升个人魅力

心理效应是社会生活当中较为常见的心理现象和规律。它指的是由于某种人物或事物的行为或作用，引起其他人物或事物产生相应变化的因果反应或连锁反应。它具有积极与消极两个方面的意义。因此，正确地了解、掌握并利用心理效应，对于我们的生活和工作具有非常重要的意义。不同的人际互动情境，有各种独特有效的心理策略，只要你能巧妙地运用神奇的心理效应，就能征服人心、化解冲突，从而更好地发挥个人魅力与影响力。

1. 用好“首因效应”，让第一印象深入人心 / 2
2. 熟谙“近因效应”，用最近的交往，加深别人对你的好感 / 4
3. 运用“禁果效应”，才华半露更能获得崇拜 / 7
4. 借用“名人效应”，扩大自身的影响力 / 9
5. 用好“焦点效应”，让自己脱颖而出 / 11
6. 利用“马太效应”，先立名声后做事 / 14
7. 借助“凡勃伦效应”，让别人对你刮目相看 / 16
8. 巧用“冷热水效应”，可以获得对方的好评 / 19
9. 妙用“凹地效应”，为自己凝聚职场人气 / 21
10. 利用“锚定效应”，在他人心中建立良好形象 / 24

第二章 | 掌握心理原理，增加使人信服的资本

在现实生活中，有些人总是很有“心计”，他们即使不给你什么恩惠，却也会变着法子叫你对他们感恩戴德。这是由于他们掌握

了心理学原理的缘故。其实，人际关系中各种各样的问题，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原理，许多难题就会迎刃而解。可以说，心理学原理是心理学中最实用、最贴近生活的知识。当你资金不如他人，实力不如他人时，只要你能掌握对方的心理，就一定能立于不败之地。

11. “登门槛效应”： “引诱”对方先同意小要求，就有可能同意大请求 / 28
12. “留面子效应”： 想得尺先要寸，往往能达到目的 / 30
13. 运用互惠原理，让对方产生必须回报你的负疚感 / 32
14. 利用“承诺和一致原理”，迫使他人履行自己的承诺 / 35
15. 得失平衡原则： 给人好处，要给得恰到好处 / 37
16. “改宗效应”： 当大多数人赞同的时候，你的反对更具有价值 / 39
17. 先给人一种“占便宜”的感觉，然后再赚取大利 / 41
18. 制造“短缺现象”，从而挑起人们的购买欲 / 44
19. 应用“增减原则”，逐步增加别人对你的好感 / 46

第三章 | 解读心理密码，找到准确的人心透视法

在人际交往中，懂得如何推理和判断是察言观色所追求的顶级技艺。言谈能告诉你一个人的性格、品质及至流露内心情绪。对他人的表情、手势、动作等有较为敏锐细致的观察，是掌握对方意图的先决条件。人的服饰同样有助于我们观人入微，进而识别他人的整体。在日常生活中，我们要养成多听多看的习惯，清楚地了解别人的内心，便会掌握他们的动态，抢在别人之前出手，被动的就不会是自己。

20. 从细微处看人，可以看出一个人的本质 / 50
21. 恰到好处地提问，就能逐步探明对方的本意 / 52
22. 服装语言： 从对方的着装中获得第一手资料 / 54
23. 心理摩意： 以行为和语言相对照，能正确地透视内心 / 57
24. 心理措辞： 从说话中揣摩出对方的内心真意 / 59
25. 察言观色，当人在心情好时，对外界信息很容易接收 / 61

26. 肢体语言：向人提出某种请求，可从体态判断事态 / 64

第四章 | 引发心理共鸣，拉近与他人的距离

人际交往中的喜欢与厌恶，接近与疏远是相互的。因此，要成为受人喜欢的人，必须要把注意力从自己身上转移到别人身上。原则上是要拿对方感兴趣之事当做话题，让他感觉到自己的重要。在满足了别人的自尊心之后，很多难题就会迎刃而解。如果我们能进一步表明自己与对方的态度和价值观相同，就会使对方感觉到你与他有更多的相似性，从而能很快地缩小与你的心理距离，使其更愿意同你接近，从而结成良好的人际关系。

- 27. 交互原则：只有你对别人感兴趣，别人才会觉得你有趣 / 68
- 28. “自己人效应”：与人“套套近乎”，使你成为他的“自己人” / 70
- 29. “亲和效应”：配合别人的感受方式，建立自身的亲和力 / 73
- 30. 掌握“空间心理学”，对如何影响别人十分重要 / 75
- 31. 同步行为：用相似的肢体语言，引发对方的好感 / 78
- 32. “多看效应”：见面时间长，不如见面次数多更有效 / 80
- 33. “幽默效应”：用自嘲的方式自谦，营造良好的交际氛围 / 83
- 34. “同情心效应”：激发别人的同情心，争取利益就容易成功 / 85
- 35. “互酬互动效应”：常说“谢谢”，能引起人际关系的良性互动 / 87

第五章 | 妙用心理暗示，间接地达成目的

所谓心理暗示，是指在无对抗的条件下，通过语言、行动、表情或某种特殊符号，对他人的心理和行为发生影响。积极的心理暗示具有一种巨大的能量，它能够使人获得一种向上的动力。所以，如果要影响一个人的行为，不如给他一个积极的暗示，引导他成为一个真正出色的人。在人际交往中，任何一种意思都可以含蓄隐晦地表达，委婉地表达自己的意思，就有可能收到预期的效果。

- 36. “罗森塔尔效应”：对人的评价和期望，能直接影响到对方的成

长 / 92

- 37. “贴标签效应”：当人被冠以某种名誉，就会使自己的行为与名誉相一致 / 94
- 38. “模糊暗示”：弹性表达要比明确命令更有效果 / 97
- 39. “权威效应”：想改变对方的态度，权威的力量远远胜过自身 / 99
- 40. 委婉地表达自己的意思，令听话者感到你是在为他着想 / 102
- 41. 在不经意中让对方唱“主角”，你才是真正的主角 / 104
- 42. 先表示你的同情，再拒绝就不会伤害他 / 106
- 43. 坚持自己的原则，不一定要伤害别人的面子 / 108

第六章 | 洞察心理需求，用低姿态换取实际价值

在人际交往中，你的言行要考虑到对方的感受，且不可使对方心理失衡。在指出别人错了的时候，应该放低姿态，这样将会收到神奇的效果。要想进一步矫正某人的缺点，不妨先赞美其优点。巧妙地令对方觉得自己很重要，能使你赢得友谊与合作。与他人交往，你更要学会观察对方，倾听对方的心声，通过这些情况来掌握并满足他人内心深处真正的需要。先照顾好别人的欲望，自己才有获得更多利益的可能。

- 44. 指出别人错了的时候，不要说我比你更聪明 / 112
- 45. 想增加自己的利益，必须先正视别人的欲望 / 114
- 46. “需求效应”：请求别人帮一个忙，为自己赢得友谊 / 116
- 47. 把自己的得意事放在心里，说出别人的得意事 / 119
- 48. “夹心饼”策略：想矫正别人的缺点，不妨先赞美他的优点 / 121
- 49. 若要指挥一个人，最大的秘诀就是服从他 / 123
- 50. 费斯诺定理：不要喋喋不休，会倾听的人其实收获最大 / 126
- 51. 你的感谢与谦卑，正好让别人吃下一颗定心丸 / 128

第七章 | 善于用心理感化，从情感上打动对方

我们几乎总要不停地与他人打交道，为了协调人际关系，把各

种事情办好，就必须运用好心理感化。心理学家认为，要争取别人赞同自己，光是观点正确还不够，还要掌握微妙的感化技巧。感化的过程是说服者对被说服者攻心的过程，也是被说服者心理渐变的过程。心理感化最基本的要点之一，是巧妙地诱导对方的心理或感情，以使得被说服者信服。攻心工作，在很大程度上，可以说是情感的征服。只有善于运用情感技巧，才能打动人心。

- 52. 想改变他人的看法，要站在他的角度说话 / 132
- 53. 利用“温暖法则”，获得别人的衷心拥护 / 134
- 54. 顺着“毛”摸，对方就容易听你的 / 137
- 55. 引导对方说“是”，增加成事的机会 / 139
- 56. “超限效应”：说话简洁，更能把话说到人心里 / 142
- 57. “安慰剂效应”：失意人最需要的不是指点，而是安慰 / 145
- 58. 动之以情，比动之以武力更有效 / 147
- 59. 给别人让开一条路，就是给自己留下一条路 / 150

第八章 | 突破心理防线，让别人从内心里接纳你

如果能成功地消除他人的戒心，你自然就迈出了赢得合作的第一步。为人处世中，要想使别人对你产生亲近之感，你不仅要学会表现得大方与得体，也要学会不露痕迹地在他人面前出点“小洋相”。其实，恰如其分地暴露自己的弱点，不仅不会损坏你的形象，还能使你更容易被他人喜欢和接受。总之，在你处于明显优势的情况下，要淡化自己的光芒，留点余地给别人。这样，你得到的不仅是认同与尊重，更会收获成长与进步。

- 60. “从众效应”：当个体受到群体的影响，会转向与众人一致的方向 / 154
- 61. “犯错误效应”：魅力之道并不在于完美，有点小毛病更受他人欢迎 / 156
- 62. 信任游戏：自己主动吃点亏，更能赢得别人的信任 / 158
- 63. “认错效应”：适度地检讨自己，并不会使他人看轻你 / 161
- 64. 自我暴露：透露自己的隐私，消除对方的戒备心理 / 163
- 65. 学会示弱，消除别人的不满和嫉妒 / 166

66. 刺猬法则：保持适当的距离，有助于友谊的持久 / 168

67. 在背后说别人的好话，会被认为发出于内心 / 170

第九章 | 识别心理陷阱，才能避免深陷其中

我们在为人处世中经常会受到心理定势的影响，而一旦走出了定势，就可以创造新的奇迹。人生在世，还经常要面临各类选择和诱惑。认清诱惑，恰当选择，和诱惑保持足够的安全距离才能保证健康的自我发展空间。其实，追求幸福最有效率的方法就是“降低你的欲望”。通过心理调节，摒弃“别人会怎么样说”的顾虑，使自己能够平静地对待目标，从而减轻或消除心理负担，幸福也就会悄然而至。

68. 定势心理：难以突破旧想法，也就难以产生新设想 / 174

69. “蝴蝶效应”：避免小的失误，就能减少大的挫折 / 176

70. 面对多难选择时，别犯“三分之一效应”的错误 / 179

71. 最大的好处，也许是最深的陷阱 / 181

72. “狄德罗效应”：对财富奢求过度，人生会苦不堪言 / 184

73. 吞钩现象：放不下过去的错误，就会成为明天的包袱 / 187

74. “鸟笼效应”：真实地为自己活，而不是活给别人看 / 189

75. “完美效应”：可以追求生活中的美，但不能奢求完美 / 192

第十章 | 进行心理交锋，在心智的较量中战胜对手

做人，凡事都以用智为上。在他人面前显示自己强大的一面，是一种高明的生存智慧。因此，你要在善良的背面有坚定的心理支持，不要给那些挑衅者提供攻击的机会。而当有人求你办事时不要贸然答应他，而应“吊足”他的胃口，这样，对方就更会感激不尽。说到底，人极易受感情的支配，所以你应该设法调动感情的力量。这让你能够按照自己的心意掌控局面，在每一场心理博弈中战胜对手，享受心想事成的快意人生。

- 76. 贝勃定律：看不惯一个人的时候，不要直接和他作对 / 196
- 77. “淬火效应”：引而不发，维持别人对你的依赖心理 / 198
- 78. 心理激将法：以话语相激，挑起对方的成事欲望 / 200
- 79. 以“持久战”的方式，给对方增加心理负担 / 203
- 80. 虚张声势，让人看到你强大的一面 / 205
- 81. “缄默效应”：用沉默的方式，让对方先亮出底牌 / 207
- 82. 变脸策略：做好人还是“恶人”，都只是一种手段 / 210
- 83. “框架效应”：关键不在于说什么，而在于怎么说 / 212

第十一章 | 吃透心理定律，夯实你的成功基础

每个人都渴望得到成功。然而，成功与否在于一个人的心理素质，即自信心、承受力等。一时的忍耐并不是对命运的屈服，而是对未来成功的铺垫和积累。真正的成功，属于那些坚持不懈的人。

在你被看成“蘑菇”时，利用环境尽快成长才是最重要的。因此，每一个盼望成功的人都要站到成功者的队伍里，把自己的武器打造得更加锋利。在成功的道路上要有永不满足的心态，只有这样，才能享受到成功者无穷无尽的乐趣。

- 84. 杜根定理：设定自己是个成功者，会促使你朝着成功迈进 / 216
- 85. “巴纳姆效应”：不忽视长处和优点，也要认清短处与不足 / 218
- 86. 延迟满足：为了追求长远的目标，可以忍受暂时的委屈 / 221
- 87. “鲶鱼效应”：一个人能取得多大的成绩，取决于有什么样的对手 / 223
- 88. “链状效应”：跟成功的人在一起，你就会受到良好的影响 / 226
- 89. 卢维斯定理：如果把自己想得太好，就容易把别人想得很糟 / 228
- 90. “蚂蚁效应”：只有善于与他人合作，才能争取更大的成功 / 231
- 91. 达维多定律：淘汰自我，你能比想象的做得更好 / 233
- 92. 蘑菇定理：在你不被重视时，要利用环境尽快成长 / 236
- 93. 250 定律：人情做足了，自然会赢得别人的万分感激 / 238

第十二章 | 操纵心理影响，通过改变情绪来改变生活

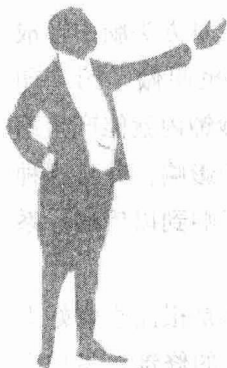
情绪时时刻刻都伴随着我们，我们应该学会理性地控制自己的情绪。生气愤怒是人类最坏的毛病之一，不能原谅自己或他人所出现的失误与差错，就会给自己增加心理上的压力，以至于影响到生活与工作。因此，我们需要学会宽容及改变。一个人充满好情绪并不仅仅是外在的表现，它会在你的内心里形成一种习惯，然后通过言谈举止表现出来，从而再影响他人。这种习惯没有什么可以阻止，它有助于你摆脱阴暗心理的羁绊，走向成功的坦途。

- 94. “白鼠效应”：生气，是拿别人的错误惩罚自己 / 242
- 95. “海格力斯效应”：宽恕别人，是对待自己最好的方式 / 244
- 96. “情绪效应”：做出理性的判断，就能很好地化解不良情绪 / 247
- 97. 杜利奥定律：精神状态不佳时，一切都将处于不佳状态 / 249
- 98. 心理转换：工作中不是没有乐趣，而是缺少感受乐趣的心 / 252
- 99. “齐氏效应”：松紧有度，才是健康的生活之道 / 254
- 100. “角色效应”：用微笑去面对生活，事情会朝着好的方向发展 / 257

主要参考文献 / 260

第一章

巧用心理效应,提升个人魅力



心理效应是社会生活当中较为常见的心理现象和规律。它指的是由于某种人物或事物的行为或作用,引起其他人物或事物产生相应变化的因果反应或连锁反应。它具有积极与消极两个方面的意义。因此,正确地了解、掌握并利用心理效应,对于我们的生活和工作具有非常重要的意义。不同的人际互动情境,有各种独特有效的心理策略,只要你能巧妙地运用神奇的心理效应,就能征服人心、化解冲突,从而更好地发挥个人魅力与影响力。



1. 用好“首因效应”，让第一形象深入人心

在心理活动中，第一次交往时给他人留下的印象，在对方头脑中形成并占据着主导地位，这种效应即为首因效应。首因效应也叫做“第一印象”效应。据心理学研究发现，与一个人初次会面，45秒钟内就能产生第一印象。这一最先的印象对他人的社会认知会产生较强的影响，并且这种先入为主的第一印象是人的普遍的主观性倾向，会直接影响到以后的一系列行为。

首因效应是一个妇孺皆知的道理。例如：为官者，总是很注意烧好上任之初的“三把火”；参加应聘面试时，一定要重视外表的修饰；参加商务宴会时，要着正装等等。每个人都力图给别人留下良好的“第一印象”。

人人都对首因效应有着切身体验，但首次采用实验方法对其进行专门研究的，是美国心理学家洛钦斯。1957年，洛钦斯设计了4篇不同的短文，分别描写一位名叫杰姆的人。第1篇文章的整篇都把杰姆描述成一个开朗而友好的人；第2篇文章的前半段把杰姆描述得开朗友好，后半段则把杰姆描述得孤僻而不友好；第3篇文章与第2篇文章相反，前半段说杰姆的性情孤僻不友好，后半段却又说他开朗友好；第4篇文章的全篇将杰姆描述得孤僻而不友好。洛钦斯请4个组的被测试者分别读这4篇文章，然后在一个量表上评估杰姆的为人到底是友好还是不友好。

研究结果表明，篇幅的前后是至关重要的。开朗友好在先，评估为友好者为78%；在后，则降至18%。在此，首因效应体现得极为明显。

实验证明，第一印象是难以改变的。因此，在日常交往过程中，尤其是与别人的初次交往时，一定要注意给别人留下美好的印象。心理学家认为，由于第一印象主要是性别、年龄、衣着、姿势、面部表情等“外部特征”。在一般情况下，一个人的体态、姿势、谈吐、衣着打扮等都在一定程度上反映出这个人的内在素养和其他个性特征。因此，在交友、招聘、

求职等社交活动中，我们可以利用这种效应，展示给他人一种极好的形象，为以后的交流打下良好的基础。

为什么第一印象如此重要？因为第一印象会给人一种直觉，使他认为面前的这个人是否可信。如果你不能在初次见面的关键时刻中，消除别人对你的疑惑和警戒心理，你想继续开展工作，将很难达到理想的结果。

在这短暂的时间内，我们除了能够让自己做到仪表的得体和态度上的礼貌，其他的几乎都来不及做。所以，我们一定要注意仪表，一站出去就是成功的样子，让人眼睛发亮。如果一个人看起来神清气爽，格调高雅，眉宇间透露着自信的神采，那么你基本上就已经成功了一半。

首因效应完全可以解释这样一种职场怪现象：有的人吃了相貌的亏，有的人却占了相貌的便宜。这也是一些大学生在求职前纷纷跑到美容院整容的原因之一。相貌不佳者，其实根本不需要整容。一是可以去谋求不计较相貌的职业；二是可以利用首因效应改变自己的形象，为将来的成功奠定基础，搭好台阶。

专家研究发现，外表能够代表 50% 以上的第一印象。外表是否清爽整齐，是让身边的人认定你是否可信的重要条件，也是别人决定如何对待你的首要条件。通过大量的数据分析，研究人员得出了影响第一印象的因素组成。

外表是影响第一印象形成因素中的重要部分，约占 50% 以上的比例。这里的外表不仅是指漂亮的脸蛋，还指衣着、神情、气质等。

声音是影响第一印象形成的第二大因素，约占 40% 的比例。声音因素包括音调、语气、语速、节奏等。

言谈举止约占不到 10% 的比例。

要想给人留下难忘的第一印象，就要事前把自己准备给对方的印象设计出来，写在一张纸上，每天反复看，并且问自己：“我每一天可以做哪些事情才能符合这样的一个印象？”

这就需要你加强在谈吐、举止、修养、礼节等各方面的素质培养。要做到这一点，首先，要注重仪表风度，一般情况下人们都愿意同衣着干净整齐、落落大方的人接触和交往。比尔·盖茨在行业论坛上总是穿着牛仔褲和 T 恤衫，AVON 创始人钟彬娴则在任何时候都保持着“比生活妆更耀眼”的妆容。想成为职场中的眼缘达人，在形象上不仅仅是要做到通常标

准上的大方得体，更要和你的职业特点有机地结合起来，而且，在找到自己的风格后就要好好保持，把形象打造成你个人品牌的一部分。这样，你就不仅能在第一眼被人注意，而且会在以后的无数瞬间都被人记住。其次，要注意言谈举止，言辞幽默，侃侃而谈，不卑不亢，举止优雅，一定会给人留下难以忘怀的印象。

对于一个人来讲，更要注意其外在的形象与内在之美的相结合。一个人的人品可以从其眼神、笑容、言语、热忱、态度等方面显示出来。所以，你应该多强调自己的内在之美，并懂得如何会发挥这些内在的优点。

总之，首因效应在人们的社会交往中起着非常微妙的作用，只要能准确地把握它，就定能给自己的事业开创良好的人际关系氛围。

2. 熟谙“近因效应”，用最近的交往， 加深别人对你的好感

小智是个相貌平平的年轻人，大学毕业后到一个单位去参加面试。当他进入考场后，考官只是轻描淡写地问了他是从哪个学校毕业的，是哪个地方的人等几个问题后，就说面试结束了。正当他要离开考场时，主考官又叫住了他，说：“你已经回答了我们所提出的问题，但评委觉得不怎么样，对此你怎么看呢？”小智立刻回答道：“你们并没有提出可以反映我的水平的问题，所以，你们也并没有真正地了解我！”考官点点头说：“好，面试结束了，你出去等通知吧。”最后的结果是，小智的录取通知书如期而至。

其实，在此例中，考官第一次说面试结束，只是想借此考查一下应聘者的心理素质和临场的应变能力。如果这一道题回答得很精彩，大可弥补“首因效应”的缺憾；如果回答得不好，则可能会由于这最后的关键性试题而使得应聘者前功尽弃。

最近、最后的印象，往往是最强烈的，可以冲淡在此之前产生的各种