

本书将为你揭开心理学神秘的面纱

各类心理学都知道

继《实用心理学Ⅱ》之后倾情奉献，重磅推出！



P

PRACTICAL
PSYCHOLOGY

实用心理学³

李 雯 / 编著

为什么有些东西提价反而卖得更好？为什么你会答应别人原本不想答应请求？

为什么电话购物的线路越忙，购买产品的客户越多？

为什么你会听从售货员的推荐买下一堆昂贵却又没什么用的东西？

 企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

实用心理学³

李 雯 / 编著

企业管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

实用心理学 3/李雯编著. - 北京:企业管理出版社, 2010. 5

ISBN 978 - 7 - 80255 - 552 - 5

I. ①实… II. ①李… III. ①应用心理学 IV.
①B849

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 079525 号

书 名: 实用心理学 3

作 者: 李 雯

责任编辑: 丁 力

书 号: ISBN 978 - 7 - 80255 - 552 - 5

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 出版部 68414643 发行部 68467871 编辑部 68428387

电子信箱: 80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷: 北京东海印刷有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 170 毫米×240 毫米 16 开本 15 印张 255 千字

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

定 价: 30.00 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

走进书店,在心理学书籍的书架前,你可能会发现有关心理学的书种类繁多,这可让有心研究心理学的读者犯了难。选择一本适合自己的心理学读物确实不容易。内容太简单吧,读起来不解渴,总有种意犹未尽的感觉;内容太难吧,又不好理解,读着读着就失去了兴趣。那么,怎样解读心理学既能让它有意思又能学到知识呢?用生活解读心理学,用心理学解读生活。

其实,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。生活中出现的各种问题,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知识,许多生活中的难题就能迎刃而解。

你是不是时常有这样的疑问:为什么帮了一个不喜欢的人,却因此逐渐喜欢他?为什么电话购物的线路越忙,购买产品的客户越多?为什么你会答应别人原本不想答应的请求?为什么有些东西提价反而卖得更好?为什么你会听从售货员的推荐买下一堆昂贵却又没什么用的东西?

其实这些问题,运用点心理学知识都能解释清楚。本书就尝试从心理的角度,运用心理学原理,结合实际生活案例,对生活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现象背后的深层心理原因的同时,也告诉人们怎样才能成为职场上、商场上、情场上有分量、受欢迎、能呼风唤雨的人。

生活中每时每刻都在上演着一幕幕心理战,所以为了不断推陈出新,我继上一本《实用心理学Ⅱ》后又重磅推出此书,不同之处在于本书收录了更多关于生活中处处发现的实用心理学案例,

进一步扩大了心理学在生活中各个领域的应用。与上一本相比,本书更具有实践性和应用性,希望读者朋友能在生活中灵活运用本书。

在此还要感谢在销售心理学方面、管理心理学方面和教育心理学方面带给我丰富的、实践性和现实性很强素材的专家和老师,使我在这些领域方面对心理学的解读得到了锤炼和升华。

鉴于我的水平有限,书中或有疏漏之处,还望读者朋友予以谅解并多多指教。

李雯

2010年5月于北京

第一章 管理心理学

1. 让员工乖乖听话有高招/2
2. 让员工敲希望的钟/4
3. 如何有效地管理员工/7
4. 当你遭遇“带刺”的下属/9
5. 如何调动员工的工作积极性/11
6. 用“心理管理”来管理员工/13
7. 绩效管理,关注员工的心理了吗/18

第二章 教育心理学

1. 拿什么教育你,我的孩子/24
2. 别掉进教育孩子的陷阱/27
3. 为什么你总是和我对着干/32
4. 教育孩子的最佳时刻表/34
5. 现代父母教育孩子的葵花宝典/36
6. 孩子坏习惯会影响他的一生/38

第三章 销售心理学

1. 教你搞定各种挑剔的顾客/42
2. 一步一个台阶,叫你非买不可/46
3. 没有硝烟的战场/51
4. 别让这些细节影响你的销售/55

目 录

CONTENTS

5. 抓住顾客心理的武林秘笈/57
6. 让客户喜欢你的八大理由/59
7. 销售中怎样设法使对方立即说“是”/61

第四章 情绪心理学

1. 不做郁闷的“易拉罐”/64
2. 找回你遗忘已久的自信/66
3. 换一个角度换一片天/69
4. 你得学会沉得住气/72
5. 说服自己,勇敢面对/74
6. 心理暗示让自己更加积极/76
7. 怎样掌控你的喜怒哀乐/78
8. 跟自己的坏情绪说“拜拜”/80

第五章 职场心理学

1. 学会看老板的脸色/86
2. 找寻适合你的“坑”/89
3. 如何跳出“高压锅”/92
4. 帮你搞定各类型面试官/96
5. 怎样抓住面试的大好机会/98
6. 窥视考官心理,知己知彼/100
7. 你是办公室杀手吗/102

第六章 人际心理学

1. 如何让对方一见面就对你产生好感/108
2. 洞察秋毫的赞美会获得意外的效果/110
3. 把握好幽默的艺术/112
4. 巧妙地转移话题/116
5. 好的批评也能迎合对方的心理/119
6. 用善意的谎言来换取对方的理解/123
7. 见人说人话,见鬼套鬼词/125
8. 两只耳朵竖起来/128
9. 通过心理暗示,让对方知趣/131
10. 如何拒绝难以拒绝的人/135

第七章 婚恋心理学

1. 用委婉的语言浇灌爱情之花/140
2. 学会“勾引”他(她)/143
3. 你到底爱不爱我/145
4. 怎样赢得真心归/148
5. 婚姻是场“双人舞”/150
6. 面对已经出墙的红杏/154
7. 女人何苦为难女人/157
8. 幸福的婚姻是相似的,不幸的婚姻却各有各的不幸/161

第八章 消费心理学

1. 当钱包掉进“代沟”/168
2. “重女轻男”的消费规律/172

目 录

CONTENTS

3. 怎样树立健康的消费心理/174
4. 不要丢了西瓜,捡芝麻/178
5. 一同看看我们普遍的消费心理/180
6. 带你走出消费的心理误区/183

第九章 行为心理学

1. 轻易点头是想拒绝你的要求/186
2. 不断向你提问是为了阻止你提问/187
3. 谈话速度加快可能是由于心中的不安/188
4. 过分热情是表示拒绝的信号/189
5. 表现粗鲁无礼的人可能没有自信/190
6. 细致观察看穿对方的心理/191
7. 怎样看出他在说谎/194
8. 吃吃喝喝隐藏大学问/197
9. 通过对方的站姿,可了解他的真实心理/199
10. 通过观察坐在你身边的他,辨其性格/201

第十章 健康心理学

1. 摆脱焦虑有良方/206
2. 抬起头,不再自卑/209
3. 自负能使万事空/213
4. 死要面子活受罪/216
5. 吃不到葡萄就说葡萄酸/219
6. 破茧成蝶,不再猜疑/222
7. 消除报复心的心灵补品/224
8. 依赖也是一种病/227

第一章
管理心理学

Daily

PSYCHOLOGY

Little

1. 让员工乖乖听话有高招

每个人都愿意听好话，而不希望别人对自己指手划脚，这是人之常情。但身为主管，你的职位注定了你不得不经常扮演这一不太令人喜欢的角色。怎样才能把令人厌烦的评价工作做得让人心服口服呢？

(1) 评价下属的工作要清楚。

描述问题要力求精确，泛泛而谈是不能起到好的效果的。一来你的下属不能知道自己的工作到底是好还是坏，二来泛泛的评价也许根本不能说服你的下属，反而让人觉得你是在敷衍他。与其说，“小姜，你的这份报告做得太马虎了，我实在不能接受。”不如说，“小姜，你的报告中的数据不够准确，市场分析也不够精确，与当前真实的市场情况尚有一定差距……”。这样，你的下属必定会心服口服，无话可说。

(2) 期望要诚恳。

“小张，你是个很有上进心的青年，我希望你下次做得更好”，“小黄，我发现你的工作每次都有进步，我很高兴，相信你一定能给本部门做出更大的贡献。”不要小看这几句评价的话，它能让你的下属在接受你的评价后备感温暖，工作更有激情。

(3) 夸奖要诚实。

诚实是夸奖的关键。不管是父母对孩子，还是主管对下属，所夸奖之事必须是真实的、发自内心的。子虚乌有、随意捏造的夸奖迟早是会被识破的，同时还会让你的下属心中纳闷：我并没有在这方面做得很好，他却对我大加表扬，这是什么意思？讽刺我还是挖苦我？这种表扬实在比批评还糟糕。

(4) 批评方式要恰当。

在评价下属的工作时，要像夹心饼干一样：先肯定下属的工作成绩，然后再具体地指出他工作中的不足，最后提出你对他的期望。这样将批评夹在

好评之中，巧妙而不失委婉，让被批评者心中有数又不至于大跌面子。

(5) 恩威并施恰到好处。

威就是严格、责备；恩就是温和、奖励。下属做得有失妥当的地方固然应当责备，而对其表现优秀之处，更不可抹煞，要给予适当奖励，这样下属的内心才能平衡。你在评价下属时，必须考虑到他们的心理特点，从而把评价工作这门艺术掌握得恰到好处。

2. 让员工敲希望的钟

管理者要给员工营造积极的工作环境，开发员工积极的情感体验，促使员工的积极性得到充分肯定与发挥，帮助员工获得工作的幸福感，与企业建立一种积极的精神契约。

(1) 让员工怀揣希望工作。

企业需要的是充满希望的员工，而非“做一天和尚撞一天钟”得过且过的员工。企业目标是吸引员工的强磁场，管理者的主要任务之一就是不断地向员工提出目标，激发力量，让员工永远充满希望，使企业顺利成长。

美国心理学家弗鲁姆提出的“期望理论”认为，人们在预期自身行动将会有助于达到某个目标的情况下，才会被激发去行动以达到这个目标。即
$$\text{激发力量} = \text{目标效价} \times \text{期望值}。$$

从这个公式可以看出：激励实质上是选择过程，促使人们去做某些事的心理将依赖于“目标效价”和“期望值”这两个因素。必须将企业目标纳入其中，使员工只能在完成企业目标后才能达到个人目标。目标的设置必须是员工所迫切需要的，必须恰当。如果期望值与目标效价两者之间有一个为零，则激励作用也将消失。

确立目标是管理者的重要工作。一个明确而远大的企业发展目标，就是一个诱饵，促使员工心甘情愿地去敲希望的钟，对企业、对自己的未来充满信心。中国石化的重要战略之一就是不断提出适合企业发展的目标，让员工对未来充满希望。中国石化集团公司当前的战略目标，是力争再用10到15年时间，把中国石化发展成为具有较强国际竞争力的跨国能源化工公司。明确的企业发展目标是调动员工积极性的有效手段，员工越了解公司目标，归属感越强，公司就越有向心力。目标确立之后，针对这个目标，有知识的人贡献知识，有技能的人贡献技能，大家心往一处想，劲往一处使，才能成就

大业。正像中国石化广告歌曲所唱的：“让我们飞，一路梦相随。Just in the way，不要再后退，有爱才完美。”无论面临何种境况，管理者都需要不断地把战略描述给员工，让他们看到确定性因素中最可把握的东西，给他们以美好的希望。

(2) 让员工享受过程的快乐。

为什么有的员工看到了希望，实现了自己的目标，升职加薪，却依然不快乐呢？有一个很常见的误解，就是把目标的实现等同于幸福。其实这只是一种幸福的假象。很多时候，目标实现所获得的幸福感是短暂的，关键是如何保持一种持续的幸福感。目标赋予生命一种意义，一种选择，而不是简单的实现与否。除了实现目标，包括朝目标迈进的每一刻都应该感受到幸福。我们应该享受到人生的每一个旅程，而不是目标实现的那一刻。

作为管理者，首先要帮助员工多用自己的主观幸福感来度量工作和生活的价值，减少期待外界所定义的成功。要培养员工积极的工作态度和人生态度，促使他们热爱自己，热爱企业，热爱工作，热爱生活。

其次要帮助员工悦纳自己，不要忽略自己所拥有的。员工只要正确发现自己的优势和热情，倾听自己内心的需求，就会明白自己工作的意义，对工作产生积极的情绪。这样一种积极的情感体验，一方面会提升企业的创新精神，增添企业活力，提高竞争力；另一方面，可以帮助员工更深刻地体验积极情感，不仅可以拓延思想与行为，而且对情感体验本身也有一种拓延的功能。据赛里格曼对美国大都会人寿保险公司筛选出的 1100 名观察对象长达 5 年的追踪后发现：具有积极情绪的经纪人，业绩比消极情绪的人高出 88%。

再次要帮助员工摆脱完美主义，要学会面对失败。管理者不要总是指望一个人积极有为地把每一件事情都去办好，他和员工都要有一种坦然面对现实和勇于接受失败的心态。现代竞争社会，虽然比较的是一个人的能力，但同时也是一个人乐观精神的较量，“谁笑到最后谁才能笑得最好”。

(3) 对员工竖起你的大拇指。

皮格马利翁效应告诉我们，人们会不自觉地接受自己喜欢、钦佩、信任和崇拜的人的影响和暗示。而这种暗示，正是让你梦想成真的基石之一。

赏识会对行为产生不可估量的暗示作用。管理者要充分认识到员工的积极因素，并加以肯定与赞赏。我们平时听到的最多的牢骚是什么？不是“太

累了”或“太苦了”，而是“干了这么多，也没说个好”。类似的牢骚很能说明问题，员工需要得到赏识，而管理者又太吝啬了，舍不得对员工竖起大拇指。尊重员工、相信员工、鼓励员工，可以帮助员工扬长避短，克服自卑、懦弱等消极心理，树立自信心。

莎士比亚曾说过：“我们得到的赞扬就是我们的薪水。”管理者应该及时地、慷慨地把这笔薪水支付给应得的员工。有心理学家统计：普通员工在无激励状态下只能发挥自身能力的10%~30%；在物质奖励状态下，发挥自身能力的50%~80%；对于需求层次要求较高的人来说，精神激励更有利于自身能力发挥。赏识有利于激发员工的积极性，带给员工自我价值实现的愉悦和满足，在获得成功和发展的过程中体验工作带来的乐趣和生活的真谛。

不少中外企业都善于对员工竖起大拇指。IBM公司有个惯例，就是为销售业绩优秀的员工举行隆重的庆祝活动，公司所有的人都参加“100%俱乐部”举办的为期数天的联欢会，而前几名的销售人员还会荣获“金圈奖”。为显示活动的重要性，不仅举办地点的选择十分讲究，而且公司高层自始至终参加，让员工感觉自己在全世界瞩目的焦点，心理需求得到高度满足。格兰仕对员工实施的“赞赏管理”分为四个方面：及时表扬和赞美、好的心理激励与奖励、提拔平台、感恩心态。对待基层工作人员，格兰仕一般采用刚性的物质激励；而对待中高层管理人员，则更注重采用物质和精神相结合的长期激励。

正如一句西方谚语所说的，“没有什么比成功更能导致成功的了。”设置荣誉、树立典型、分开等级、奖励先进，是企业最常采取的激励员工的方式。大拇指不是随随便便就能竖起来的，需要精心设计，精心执行，需要高超的技巧。但技巧只是枝节，对员工最根本的激励是企业有没有真正尊重他们。这就需要建设“人人受赏识，人人被尊重”的良好企业文化，在积极和谐的企业文化氛围中，每个员工的贡献才会及时受到肯定、赞赏和褒奖，而不会被淹没。在这种情况下，员工就会时时受到鼓舞，处处感到满意，有了极大的荣誉感和责任心，自觉地为获得新的、更大的成功而瞄准下一个目标。

3. 如何有效地管理员工

如何有效地激发员工的积极性，使员工更加忠诚于企业，尽心尽力地完成工作，是每一个企业领导者都希望解决的问题。

(1) 尊重员工。

在管理工作中，将员工当作工具、封建家长式的作风应当被抛弃。取而代之的是尊重员工的个人价值，理解员工的具体需求，适应劳动力市场的供求机制，依据双向选择的原则，合理地设计和实行新的员工管理体制。将员工看成企业的重要资本、竞争优势的根本，并将这种观念落实在企业的制度、领导方式、员工的报酬等具体管理工作中。

(2) 经常交流。

没有人喜欢被蒙在鼓里，员工会有自己的许多不满和看法。所以，员工之间、员工和领导之间需要经常交流，征询员工对公司发展的意见，倾听员工提出的疑问，并针对这些意见和疑问谈谈自己的看法——什么是可以接受的？什么是不能接受的？为什么？如果企业有困难，应该公开这些困难，同时告诉员工，企业希望得到他们的帮助。

(3) 充分授权。

授权是管理中比较有效的激励方法。授权意味着让基层员工自己做出正确的决定，意味着你信任他，也意味着你和他同时在承担责任。当一个人被信任的时候，就会迸发出更多的工作热情和创意。所以，不要每一项决策都由管理人员做出，完全可以授权的事不要自己去做，管理人员要担当的角色是支持者和监督者。

(4) 建立规范。

订立严格的管理制度来规范员工的行为对每个企业都是必要的。可以对各个岗位做详细的岗位描述，使每个员工都清楚自己应该干什么，向谁汇报，

有什么权利，该承担什么责任。当然这种限制不应过于严格，但一定要有。建立合理的规范，员工就会在规定的范围内行事。当超越规定范围时，应要求员工事前需要得到管理层的许可。

(5) 信守诺言。

也许管理者不记得曾经无意间对什么人许过什么诺言，或者认为那个诺言根本不重要，但员工会记住管理者答应他们的每一件事。身为管理者，任何看似细小的行为都会对其他人产生影响。管理者要警惕这些影响，如果许下了诺言，就应该对之负责。如果管理者必须改变计划，就要向员工解释清楚。如果没有或者不明确地表达变化的原因，员工会认为管理者食言，这种情况经常发生的话，员工就会失去对管理者的信任。

(6) 多表彰员工。

成就感能够激励员工热情工作，满足个人内在需要。要公开奖励标准，使员工了解每一个人获得奖励的原因。要以公开的方式给予表扬、奖励。表扬和奖励如果不公开，不但会失去它本身的效果，而且会引起一些员工的无端猜测，影响工作。奖励的态度要诚恳，不要过火，也不要巧言令色。奖励的时效也很重要，要多奖励刚刚发生的事情，而不是已经被遗忘的事情，否则会大大减弱奖励的影响力。

(7) 允许失败。

要对员工有益的尝试予以支持。不要因为员工失败就处罚他们，失败的员工已经感到非常难过了，管理者应该更多地强调积极的方面，鼓励他们继续努力。同时，帮助他们学会在失败中进行学习，和他们一起寻找失败的原因，探讨解决的办法。批评或惩罚有益的尝试，便是扼杀创新，结果只会导致员工不愿再做新的尝试。