

THE POWER OF MOVING  
这辈子，你能感动多少人？

# 感动

畅销  
经典版  
THE CLASSIC VERSION

## 是最好的影响力

无往不利的绝密法则 + 来源真实的实战事例  
重拾存在感、创造影响力

徐畅◎编著

源自斯坦福热门心理分析课程，世界500强最推崇的培训理念。  
读懂本书，你就能打动身边所有的人！

赢得一切的实质是赢得“人”；  
收获成功的秘诀是你有能力去感动人！  
记住：是有别于常人的巨大感动力帮助你成就一切！

你打动别人了吗？假如你的一言一行、所作所为让同事、客户、爱人、上级或下属，甚至是从未谋面的人，感动得心悦诚服，那么，你还愁得不到一份好工作、赚不到钱、收获不了爱情、做不了领导吗？

中国华侨出版社

013036316

C912.1  
453

THE POWER OF MOVING  
这辈子，你能感动多少人？

# 感动

畅销  
经典版  
THE CLASSIC VERSION

## 是最好的影响力

徐畅◎编著



北航

C1643795

C912.1  
453

中国华侨出版社

318888810

图书在版编目(CIP)数据

感动是最好的影响力 / 徐畅编著. —北京:  
中国华侨出版社, 2013.2

ISBN 978-7-5113-3252-3

I. ①感… II. ①徐… III. ①心理交往-通俗  
读物 IV. ①C912.1-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第024697号

感动是最好的影响力

---

编 著 / 徐 畅

责任编辑 / 尹 影

责任校对 / 孙 丽

经 销 / 新华书店

开 本 / 787×1092 毫米 1/16 开 印张/17 字数/270 千字

印 刷 / 北京建泰印刷有限公司

版 次 / 2013 年 5 月第 1 版 2013 年 5 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5113-3252-3

定 价 / 29.80 元

---

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里 26 号通成达大厦 3 层 邮编:100028

法律顾问:陈鹰律师事务所

编辑部:(010)64443056 64443979

发行部:(010)64443051 传真:(010)64439708

网址:www.oveaschin.com

E-mail:oveaschin@sina.com

## 前言 Preface

感动是情感上的一种共鸣，是一种温情，是一种互动，它能令人心折，沁人心脾，熏人欲醉。心怀感动，便能够影响他人，让人感受到春的暖意，夏的清凉。感动的力量，能够影响自己，影响他人，甚至影响世界。因此，感动是一种最好的影响力，拥有感动的力量，你就找到了一种更能接近成功的路径。

感动需要一种能够感染人的柔性力量。只有当这种力量触及人们内心深处最柔软的地方时，人才会被打动。这种力量需要我们用心去发现、挖掘，并能够将其学以致用。

哲人说“水是至柔至刚之物”。的确，一个水滴、一汪清水，看起来显得很微弱、渺小，但是滴水也能穿石，细流也能汇成江海。在其柔弱的背后潜藏着巨大的力量，能够沐浴众生、滋润万物、开山破石……生生不息。这就是一种柔性的力量，从柔到刚，从单一到联动，用一种温柔的手段演绎出刚强和倔强。

我们将自然界中的这种以柔克刚的力量拿到生活和工作的实际中来，用柔性的力量去维持我们的人际交往，去感动人心，去对抗你认为办不到或者很困难的事情，一定会收到意想不到的效果。那么，到底哪些柔性的力量最容易打动人心呢？比如，感动、真诚、付出、感恩、共鸣，等等，这些情感最容易触动人心，获得人们的好感，从而让人更容易被接纳。

在现在这个浮躁、繁华的世界，人与人之间的交往就更加需要这样的力量。用这些柔性的力量去打动人心，获得共鸣，从而达到被人认同、接纳和拥有的目的。有了这些力量，能够让人变得更加亲切，更能化解固执与偏激，让对立与矛盾消失于无形之中；有了这些力量，就等于有了一把与人交往的金钥匙，它能够迅速地帮你打开心门之锁，获得对方的好感，从而帮你感动他人；有了这些力量，就能够让人化失望为希望，变腐朽为神奇，能够创造你想要的奇迹。

真诚、付出、感恩更是一种情感，是一种不可或缺的情感力量，更是人生的一种领悟，是一种对生命的解读。无论目的是什么，只要用这样的情感去做人、做事，就一定能够感动他人，就一定能够引起共鸣，从而创造奇迹、收获精彩。

所以，别小看了这些力量，如果你懂得挖掘人类的这些感情，并运用好它们，并为自己、为企业服务，那么不管是个人还是企业的发展都将十分顺利！因为，大量的事实已经证明，人们是如何运用这些力量怎样去改写了他们的人生的，这也将在本书中做详细的阐述。

人非草木，孰能无情。人很容易感动，哪怕是一些能够让人感动的小事，也能让平凡无奇的生活增添无限的光彩，能让人更有勇气、有信心去接受生活的挑战，从而创造更加精彩的人生。由此可见，不管是生活、社会还是商业行为，只要善于利用人类的这些柔性的情绪，善用自己的表现去感动他人，那这就是你在人际交往中的制胜法宝。有了这个优势，不管是在生活中还是在工作中，你都能够处理得游刃有余，从而稳步地向自己的人生目标迈进。

本书共 10 章，旨在教读者如何去感动他人，教读者掌握能够迅速影响他人的交际技巧，以及在与他人交往的过程中应该注意的禁区，从而使读者无论是在销售、管理，还是在社交、演讲等方面都能够很好地运用这些影响人心的交际法宝。

## 第1章 打动人心前提源自感动

人类明明很渺小，却可以拥有连自己也不可思议的力量，在人类的力量中，涵盖了许许多多的各种因素，这些因素相互作用，才造就了伟大的力量。这些因素就包括感动与共鸣。感动就是触动感情、引起同情；共鸣就是大家的想法达成一种一致的态度。

- 要诀1 感动了一切，就赢得了一切 ..... 2
- 要诀2 消费力源于感动力 ..... 8
- 要诀3 共鸣力，是凝聚团队的灵魂力量 ..... 11
- 要诀4 用感动赢得成功 ..... 18
- 要诀5 与客户达成共鸣，是最好的生意经 ..... 20
- 要诀6 你的品牌故事感人吗 ..... 23

## 第2章 打动人心的三把金钥匙

人们常说真诚能够使人笑口常开、好运连绵、祥和、温暖人间。付出是一种快乐，我们享受其中。懂得付出的人是最懂爱的人，也是最幸福的人。感恩是一种处世哲学，也是生活中的大智慧。

- 要诀1 真诚，是一切交往的前提 ..... 28

要诀②	付出真诚，就会得到真情 .....	31
要诀③	不求索取的表达才能打动人 .....	34
要诀④	用心去打动他人 .....	37
要诀⑤	失去不是痛苦，而是另一种升华 .....	41

### 第3章 打动人心的一把金钥匙：真诚

你是被怎样感动的？你怎样感动了别人？你在做一件事的时候是真诚的吗？你是在真诚地为你的客户着想吗？如果，你的回答是肯定的，那你的顾客被你感动了吗？如果顾客没感动，只能说明你不真诚或者是不够真诚。请记住，要想打动顾客，那么还是先奉献出你的真心来吧！

方法①	你真诚了吗 .....	46
方法②	用真诚来直面崇高 .....	51
方法③	真诚与否，需要现实的考验 .....	53
方法④	真诚，就是发自内心的尊重 .....	58
方法⑤	真诚是不可伪装的 .....	60
方法⑥	用心在每时每刻 .....	63

### 第4章 打动人心的第二把金钥匙：付出

真诚是你的前提，付出是打动人的关键所在。你只有努力地为客户付出，顾客才会感受到你的诚心，继而被你的诚心所感动，决定购买你的产品或服务。

方法①	你付出了吗 .....	68
方法②	付出，就要竭尽全力 .....	70
方法③	付出也要量力而行 .....	73
方法④	要明白，积累不单是为了索取 .....	75
方法⑤	舍得舍得，有舍才有得 .....	81
方法⑥	付出能够创造奇迹 .....	83

## 第5章

### 打动人心的第三把金钥匙：感恩

感恩，说明一个人对自己与他人和社会的关系有着正确的认识；报恩，则是在这种正确认识之下产生的一种责任感。

方法①	怀有一颗感恩的心，才能打动人心 .....	88
方法②	学会感恩，广结善缘 .....	92
方法③	时刻感恩，你的人生将更加快乐 .....	96
方法④	滴水之恩当以涌泉相报 .....	100
方法⑤	要懂得感恩，别总抱怨 .....	103
方法⑥	带着感恩的心去工作 .....	105



## 第6章 有感动才能产生共鸣

对于推销员来说，感动客户，就是要达到共鸣，继而促成成交。可是，这样做如果只是偶尔却不能长期坚持的话，那只会证明你的不诚心，什么时候你可以把这个成为一种习惯，那时候才会有成效。

- ① 企业要有共鸣营销的能力 ..... 110
- ② 打造能够引起共鸣的产品和服务 ..... 113
- ③ 与客户实现“情感共鸣” ..... 115
- ④ 引起共鸣，体验共鸣 ..... 119
- ⑤ 建立竞争优势，引起共鸣 ..... 122
- ⑥ 抓住引人注目的概念 ..... 125
- ⑦ 团队要善于制造共鸣 ..... 129
- ⑧ 员工也要培养共鸣力 ..... 131
- ⑨ 领导要善于制造共鸣 ..... 133
- ⑩ 制造共鸣，从今天开始 ..... 134

## 第7章 用情感营销：最能打动顾客的心

以情感为切入点，就带有人性的因素在里面，销售不只是为了销售而销售，在销售的同时加入一些人情的元素会让顾客感觉到更舒服的同时也更容易接受你的产品和服务。

- ① 精彩的开篇带来精彩的结局技巧 ..... 138

技巧②	在进行情感营销前，要有冷静和耐心 .....	142
技巧③	热情和诚意，始终都是沟通的桥梁 .....	145
技巧④	如何游刃有余地打动各种客户 .....	148
技巧⑤	站在客户立场，为其争取最大利益 .....	151
技巧⑥	倾听客户需求，让顾客满意 .....	155
技巧⑦	激将，也是营销的一种手段 .....	158

## 第8章 用情感管理：最能打动员工的心

对于企业管理来说，每一个管理者都有自己的一套方案和方法。有的管理者崇尚钢铁般的纪律式的管理方式；有的管理者采用放羊式的管理方式；有的管理者采用人性化的管理方式……接下来，我们感受一下什么是情感管理。

技巧①	情感管理要靠个人魅力 .....	164
技巧②	领导要先树立个人榜样 .....	169
技巧③	平等的工作氛围能留住员工的心 .....	176
技巧④	品牌形象的塑造离不开诚信 .....	178
技巧⑤	换位思考，拉近与员工的距离 .....	181
技巧⑥	用感动去化解团队内部矛盾 .....	184
技巧⑦	不该说的 10 句话 .....	186

技巧⑧	情感管理要规避的两个误区 .....	190
-----	--------------------	-----

## 第9章 用情感社交：最能打动朋友的心

一个人能否成功，不在于你知道什么，而是在于你认识谁。只要你的社交面足够宽广，你就会离你的成功更进一步。可见，社交对我们事业前程的重要性。可是，如何才能建立良好的社交关系呢？这就需要强有力的社交手腕。

技巧①	赞美和欣赏，是社交的第一法则 .....	196
技巧②	倾听，让友谊更深厚 .....	200
技巧③	让谣言归于平静 .....	203
技巧④	人情话，能迅速地打动人心 .....	207
技巧⑤	如何巧妙地拒绝朋友 .....	208
技巧⑥	急功近利是成功的绊脚石 .....	214
技巧⑦	在他人面前要保持低调和谦逊 .....	216
技巧⑧	有的玩笑开不得 .....	219
技巧⑨	失言了也不要慌张 .....	222

## 第10章 用情感表达：最能打动听众的心

会说话的人都知道什么时候说什么样的话、哪些话该说、哪些话不该说。可见，会说话的人，能把自己变成一个善于说话的智者，可以用最巧妙的话语说到对方的心里面去，为自己顺利办事凿开一条通道。

- ① 技巧① 没有人生来就能战胜恐惧 ..... 226
- ② 技巧② 真诚的开场白总能给人好印象 ..... 231
- ③ 技巧③ 以情动人，是一件有力的武器 ..... 238
- ④ 技巧④ 幽默风趣的语言让人回味无穷 ..... 241
- ⑤ 技巧⑤ 良言一句三冬暖，恶语一句六月寒 ..... 243
- ⑥ 技巧⑥ 说服别人要懂得渐进法则 ..... 246
- ⑦ 技巧⑦ 说话要符合自己的身份 ..... 250
- ⑧ 技巧⑧ 借“第三者”口吻表述自己要说的话 ..... 253

---

## 第 1 章

# 打动人心的前提源自感动

人类明明很渺小，却可以拥有连自己也不可思议的力量，在人类的力量中，涵盖了许许多多的各种因素，这些因素相互作用，才造就了伟大的力量。这些因素就包括感动与共鸣。感动就是触动感情、引起同情；共鸣就是大家的想法达成一种一致的态度。

---

## 要诀① 感动了一切，就赢得了一切

你被别人感动过吗？回答是肯定的，那你是幸运的；  
你被别人肯定过吗？回答是肯定的，那你是幸福的；你感  
动过别人吗？回答是肯定的，那你是成功的。

我们都有自己的欲望或愿望，在它们满足和实现之前，我们把这种期待化为一个个具体的梦想。我们都有自己的需求，同时也在追求，而且都希望获得自己的所想，都渴望美梦成真！把梦想转化为理想，再把理想分解成目标，为了实现这些目标，我们都在用各自的方法和途径努力着。

我们一直在完成一个个目标，进而实现自己的理想，最终圆了自己的那些梦想。我们在人生的路上，一路走来，留下一串串脚印，印证着每个人成长的轨迹。

在人生的奋斗过程中，不论你曾制订过多少计划；不论你有过多少理想和目标；不论你想得到什么，希望自己的生活达到何种满意的状况，你都得依靠自己的努力去“赢得”；而赢得这一切的最根本方法和途径就是去感动。

能不能感动对方并让其心悦诚服是赢得一切的根本所在。

我们可以这么说，如果你能感动一切，就能赢得一切！

这就是感动商数。

“感动商数”这一新概念和理论地发现及提出，标志着人类自我进步和奋

斗有了一个新的指导思想。

我们把感商 TQ（感动商数）定性为“赢得一切的根本”，这本身就是个史无前例的结论。

而“一切”、“根本”以及“赢得”等词的论证成立，感商 TQ 从而成为每一个人所有行动的终极指南。

我们说，不管你想得到什么，赢得这一切的根本就是去感动，与此同时，很多人立即就对“一切”提出了疑问。

上述疑问的焦点集中在，人的欲望或愿望五花八门，想要满足或得到的对象无奇不有，用“一切”来涵盖是不是显得太绝对了？因为这其中绝不仅包含了亲情、友情或者爱情等以人为主体的需要，还有衣服、食物、房子、汽车等物质的东西；亿万富豪、局长、总经理、艺术家等职位或社会地位；以及年收入在 100 万元以上、开发并占领全国某个市场等状态或境地，这些怎么“感动”？

大家都明白，人（甚至动物）是可以被感动的，也有可能通过“感动”来实现自己的所想。就像我们希望得到父母的爱、和朋友建立坚实的友情、得到心仪的人的爱情等。

可是那些物质的东西诸如职位或社会地位以及人们期望的某种生活和工作状态在我们看来是“死”的，是没有“意识”的，也不具备“情感”，而我们想要得到或实现这一切，对于它们，何谈“感动”？

导致这些疑惑的根源是，我们忽略了我们人类社会的主体是“人”，是“人”在主宰这个社会。

“人”决定着自己的情感归属。

“人”决定和谁共事，包括决定谁来当自己的上司或下级。

“人”决定相关物质在“人们之间”的流动和分配。

“人”决定把自己的“钱”花到哪里——给谁赚。

“人”决定买什么商品、是谁做的商品、由谁销售的商品。

“一切”都是由“人”决定，既然“人”可以被感动，所以，我们通过感动“人”而赢得了“一切”。

我们知道，人与人之间除了情感上的交流之外，为了生存，人们之间还进行“物”的交换。这种交换的实质就是商品。比如说放羊的人不能每顿饭都吃肉，而种稻的人也不能天天光吃白米饭一样，放羊的和种稻的人之间通过交换，满足了不同的需要，得到了双赢的结果。当成功交换后就实现了各自劳动的使用价值，否则，你的劳动成果交换不成功，那么你的劳动也不会被认可。

以上说到的交换并不是表面上“毫无情感”的“物体”间的交换，实质上是人们在交换自己的劳动。你要知道在通过劳动去创造价值物的过程中，你只有真心付出才可能得到收获。

但是，反过来想，我们用不用心去劳动又怎么和赢得相关物质扯上关系呢？

从最具体、最现实的获得一定物质的手段来说，我们怎样才能得到自己想要的衣服、食物、房子、汽车、电视机等物质的东西呢？

大部分人的答案应该是“有钱”吧！

因为你有足够的金钱，你就可以“买到”上述物品。

那么不知道大家有没有想过，“钱”是什么？为什么它的学名叫“货币”呢？

有人就会说，“钱”不就是我们付出的劳动被社会认可的价值表现吗？

人类在物物交换的时期，人们各自劳动制造各自的物品，然后相互交换。后来渐渐发觉这种交换其实也不太方便，我要的东西你没有，而你要的东西



我有，于是，就发明了货币。货币的好处在于流通起来方便了很多，比如你要的羊肉我有，我就把它给你，你就给我“那些羊肉”相应价值的货币；你是种田的，你的粮食我不需要，我需要的是衣服，于是，我拿着这“钱”可以到其他人那里“买”回我想要的衣服了。因为这货币或者说“钱”，它代表我付出劳动创造的那些给你的羊肉的价值。

现如今，大家当然习惯了付出劳动后，都把创造的价值“换成”钱拿着，想买什么就买什么。

请注意，这个时候我们的答案已经推导出“赢得钱就能得到那些物质”了。

可是，这些“钱”又是怎么到你的口袋里去的呢？

“钱”是靠你付出所创造的劳动成果“换来”的。

别以为你辛勤劳作就可以“换来”相应的“钱”了，这里决不能画等号！

如果你多注意一下那些工人们辛苦工作却难以维系、不得不倒闭的工厂，以及商场里堆积如山卖不掉的商品就明白了。

你付出劳动创造的有一定价值的商品，人家认可你的商品并且接受，才会将它买下来并付钱给你。

所以，你的劳动成果能否打动“人”，决定了你能不能得到“钱”。

如果你是老板，你的员工上班不用心工作，生产的产品偷工减料、粗制滥造、以次充好，顾客是不会埋你的单的；如果你是员工，上班偷懒、假公济私，老板同样不愿意支付给你薪水。

我们把以上的整个过程串一遍就更清楚了：你想要自己喜欢的东西诸如衣服、食物、房子、汽车、电视机等，那你就得有足够的钱去购买它们；你要拥有足够的钱，就要认真努力地去工作，同时，你的付出必须“打动”相关的“人”，才会支付相应的薪水给你。