

依据49种原型，
发现每个人的性格优势，
挖掘与生俱来的潜在力量



准确招聘你所需要的人，
发挥团队成员的个性价值，打造杰出团队



你的团队需要什么样的人？



HOW THE WORLD
SEES YOU



[美] 莎莉·霍格斯黑德 (Sally Hogshead) 著

周芳芳 译



中信出版集团 · CHINA CITIC PRESS

你的团队需要 什么样的人？

HOW THE WORLD
SEES YOU

[美] 莎莉·霍格斯黑德◎著
(Sally Hogshead)



周芳芳◎译

图书在版编目 (CIP) 数据

你的团队需要什么样的人? / (美) 莎莉·霍格斯黑

德著; 周芳芳译. -- 北京: 中信出版社, 2016.11

书名原文: HOW THE WORLD SEES YOU

ISBN 978-7-5086-4932-0

I. ①你… II. ①霍… ②周… III. ①人格心理学—
通俗读物 IV. ①B848-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第 200890 号

HOW THE WORLD SEES YOU: Discover Your Highest Value Through the Science of Fascination by Sally Hogshead

Copyright © 2014 by Sally Hogshead

The Jud Laghi Agency 195 Hicks Street, #5B Brooklyn, NY 11201, USA through Andrew Nurnberg Associates International Limited.

Simplified Chinese translation copyright © 2016 by CITIC Press Corporation

ALL RIGHTS RESERVED

本书仅限中国大陆地区发行销售

你的团队需要什么样的人?

著 者: [美] 莎莉·霍格斯黑德

译 者: 周芳芳

策划推广: 中信出版社 (China CITIC Press)

出版发行: 中信出版集团股份有限公司

(北京市朝阳区惠新东街甲4号富盛大厦2座 邮编 100029)

(CITIC Publishing Group)

承印者: 三河市西华印务有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 23 字 数: 298千字

版 次: 2016年11月第1版

印 次: 2016年11月第1次印刷

京权图字: 01-2015-8256

广告经营许可证: 京朝工商广字第8087号

书 号: ISBN 978-7-5086-4932-0

定 价: 59.00元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由销售部门负责退换。

服务热线: 400-600-8099

投稿邮箱: author@citicpub.com

谨以此书献给我的父亲母亲，
是他们的教导，塑造了今日的我

起点：忘却平庸

我独自站在台上，茫然不知所措。时间一分一秒地过去，台上的每一秒对我来说都是煎熬。就在上一刻，聚光灯下的我还是万众瞩目的焦点，此时它耀眼的光芒却深深地刺痛了我，带给我无尽的痛苦。我让所有人都失望了。就在这一刻，我知道了如何学着“平庸”。

坦白地讲，以前我从未想过在舞会上表演独舞。一年前，我的姐姐南希凭借游泳最快被记入《吉尼斯世界纪录》，而我的哥哥考入了哈佛大学。我在游泳方面不如姐姐，学习方面又比不上哥哥。我该做些什么，才能成为父母的骄傲呢？

于是，我决定学习跳舞，希望舞蹈能带给我自豪感，让我在运动健将姐姐和常春藤名校高才生哥哥的光环笼罩下，也能散发些许光芒。我报名参加了舞蹈班，学习各种舞步和舞蹈动作，包括脚尖旋转、爵士舞动作、花样滑冰的姿势，以及经久不衰的踢踏舞步，如《舞到布法罗》。

必须承认，作为舞者，我跳得并不好。相比之下，班上的其他女孩都非常有天赋，她们不仅动作娴熟，而且舞姿优美。尽管如此，我依然觉得，我从舞蹈中获得的快乐并不比她们少。我的舞蹈老师默文小姐说：“萨莉，你虽然不是一个很

好的舞者，但你身上有一种活力。”

她的话让我喜不自胜。活力？这正是我需要的。继续加油吧！

那一年，默文小姐让我在舞会上表演独舞。过去，我觉得那是一种荣誉，但现在看来，它很可能是一种赞助演出的方式。因为舞蹈班收取的学费可以为舞会提供它所需的资金，而且上台表演时还要穿手工定制的舞蹈服。但当时我欣喜若狂，终于可以在某个方面一展特长。

我们一个星期要排练好几个小时。下午茶后，妈妈开车送我去舞蹈室，晚饭前再接我回来。吃晚饭时，坐在餐桌旁，我看着家人，心里有了底气。姐姐游泳，哥哥读书，现在我也有了自己引以为豪的事情。我会让全家人为我骄傲的。即使在就餐时我也会绷直脚尖，暗暗练习舞步。

为了练好每一个舞步，排练时我全身心投入。但是，这些舞步实在太复杂了。私下里，我更喜欢简单一点儿的舞步，我喜欢跳舞，但不喜欢程式化的、复杂的舞步。其他女孩都努力练习，因此我也不想让默文小姐失望。

首演之夜终于来临了。我的舞蹈服也已经制作完成，它分外华美，材质是当时流行的尼龙，上面缀满了闪闪发光的亮片。

这是我见过的最华美漂亮的舞蹈服！

我站在后台，看着我的老师，她全神贯注地等着叫我出场。音乐响起，该我上场了。当我挺起胸膛准备上场时，默文小姐小声对我说：“不要忘了舞步。”

你一定能猜到接下来发生了什么。我的大脑一片空白，那些练习了无数次的舞步，我完全不记得了。我浑身僵硬，心中充满了恐惧。音乐戛然而止，观众席上鸦雀无声。随着一声巨响，聚光灯熄灭了，只剩下声响久久地回荡在礼堂中。

我望向后台，看到了默文小姐，她看起来非常震惊。

那是我第一次涂睫毛膏，却被泪水晕成了黑乎乎的一片。

自此以后，我再也没有上过舞蹈课。

再也没有！

你天生就充满魅力！

每个人从出生伊始，就有一种魅力，可以吸引他人的眼球。像呼吸、吞咽和

微笑一样，魅力也是一种能力，一种基本的生存技能，一种天生的社交技巧。我们每个人都具有这种能力。

但随着时间的推移，人们逐渐失去了这种与生俱来的能力，取而代之的是为自己披上一件平庸的外衣，把自己包裹起来，如同牡蛎的壳一样。牡蛎缩在自己的壳里，躲避泥沙；而人类为自己打造了一件名为“平庸”的外衣，并坚信它可以保护自己，避开危害。我想，大家对此并不陌生，甚至可能有过亲身体验。学校里，学生在高中时期就学会了隐藏真实的自己，而让自己变成一个受欢迎的人；公司里，员工因不想招致非议，即使有了新想法，也不敢开口。每一个企业家，在创业之初都想创新，试图打造自己的一番事业，但最终都随大溜。不管在什么样的环境下，泯然于众人之中、不引人注意似乎更安全一些。

隐藏并不是长久之计，而且往往适得其反！要想攀登人生的巅峰，就必须走出来，打破平庸的束缚。

严格来讲，逃避关注不能说没有任何益处，就如一个井井有条的衣橱，或一个保守的裙子的长度。这无可指摘，就如在IBM（国际商业机器公司）发展鼎盛时期，“不会有人因为购买IBM电脑被解雇”。虽然IBM不一定是最好的选择，但绝对是最安全的选择。不管在哪个国家，也不管在何种文化中，人们一般都认为引人注意会招致危险，而“不冒头”的平庸则被视为一种美德。

当赌注增加时，可以预见，风险也会随之增加。在遇到危险时，变色龙迅速改变自身颜色，与周围环境融为一体，而人往往也是如此，遇事总是想把自己隐藏起来。

从某种意义上来说，我们大多数人害怕展现自身魅力，是被教育出来的。在幼儿园时，我们被告诉要排队上课。凡事都有一套规范，如举手等。任何引人注目的行为都被视为不礼貌。

但问题是，现实社会并不是这样，至少当今世界不是这样。在现代社会中，顾客的选择性更多，商家之间的竞争也更加激烈，而且很多人并不想像你一样默默付出——旧模式存在的深层弊端。隐藏自己，不会取得成功。当今世界中，只有被看见，被记住，才有可能成功。

是人，就会在意他人对自己的看法，我从来没有遇见过无视他人看法的人。为什么我们如此在意他人对我们的看法呢？通常大家都认为是因为我们害怕给人

留下不好的印象，或者出洋相。但在我看来，答案要比这个复杂得多。

大多数人担心自己过于平庸，没有任何特殊之处。这样的人通常认为自己无法创造任何价值。也有人不想受到关注，是因为他们担心没人在意。甚至即使他们摆脱了这些烦恼，但一想到一旦获得成功后要应对周围人的关注，他们也会害怕退缩。

你最大的魅力特征就是你最有价值的品质。往往，这些品质最容易招致非议，将它们隐藏起来，你也最易远离非议。但是，当你磨去浑身的棱角，也就意味着你正在失去你的价值。

我放弃了舞蹈，你，放弃了什么？

你是否也放弃了自己的魅力？

魅力研究是一个全美国性的营销研究，首次深入探讨为什么某些交流方式可以增添人的魅力，魅力在工作中起到哪些推动作用，以及魅力的实际价值何在。该研究主要由我的公司研发和执行，由世界顶级调研机构Kelton Global协助完成。初步研究共有1 000多名美国人参加，涵盖了各个年龄、行业和专业水平。我们的调查主要评估哪种交流方式最有可能吸引他们的注意力，哪种营销、信息、对话以及媒体最能抓住他人的注意力。最后，我们对他们的魅力水平进行评估，在工作中，仅有8%的参与者认为自己的老板有魅力，而在生活中，96%的父母认为他们的孩子有魅力。

根据这个结果，我们分析了改善公司内部交流，以及与顾客之间交流质量的投资回报率（ROI）。例如，我们研究了提高交流质量可以给一个公司带来多大的实质价值（以美元作为衡量标准），从而让公司产品更有魅力，吸引顾客（同样一个产品，如果魅力大，顾客愿意付出4倍的价格购买）。

我们发现，通常情况下，女性更愿意在让自己变得有魅力方面投资更多，消费远超过食品和服装的支出总和，平均每人每月消费约338美元，约相当于月收入的15%。（经验：如果你能够帮助人们变得更具魅力，他们就会付给你酬劳。这一点尤其适用于女性。当销售对象为女性时，一定要着重强调你的产品可以帮助她变得更具魅力——换句话说，你的产品是否可以让她拥有一个更加妙趣横生的

谈话？是否能加强她和孩子的情感交流？工作时更加得心应手？夜晚聚会时更加光彩照人？）

在我们的研究中，我们对人们是否认为自己有魅力进行了测试。令人感到悲哀的是，只有 40% 的人认为自己过去一年的生活有魅力。具体的研究结果可以参看本书的附录 2，在这里就不详述了，但有一点，我想现在就和大家分享一下。

这些结果可能会让很多人感到吃惊。下面，我们就一起来看看，你是如何进行比较的。

问自己一个问题：我的开车水平是否高于大众的平均水平？仅用“是”或者“否”来回答。你的回答是？不出意外的话，你会回答“是”。多次研究表明，人们总是过高地估计自己的驾驶水平。当被问及“开车水平是否高于大众平均水平”时，93% 的人回答“是”。（当然，这显然是不可能的，根据统计学的贝尔曲线显示，只有 50% 的人的驾驶水平高于平均水平，另外 50% 的人的驾驶水平则低于平均水平。）

现在，问自己另外一个问题：我是否比一般人更有魅力？如果你的回答是“否”，那么不用担心，你并不孤独。对于这个问题，只有 39% 的人给出了“是”的答案。

什么！只有 39% 的人认为自己比别人更有魅力？却有 93% 的人认为自己的开车水平比别人高？为什么我们会高估自己的开车技术，却低估了自身魅力？看到这里，我的第一个想法是……多么令人伤心的结果。

但现在，在对数千人进行访谈后，我清楚地明白了为什么人们不愿承认自己比别人更有魅力。从某种程度上讲，绝大多数人害怕变得有魅力、有吸引力。

认真回忆一下，在你人生的某个阶段，是否也曾有过和我在舞会上同样的经历？是否你也曾迫切地想要展现自己，最后却失败了，自信心也因此而崩塌？是来自老师的严厉批评，还是在朋友面前丢脸？篮球比赛中球没投中？比赛失败？朋友的拒绝？最后一个被选中参加垒球队的学生，还是拼字比赛中获得第一名的孩子就坐在你前面？绝大多数人都有过让自己尴尬的经历，并且很难忘怀。在那一刻，他们的自信心遭受重创，直到现在，影响依然存在，让他们退缩不前（虽然，他们自己也许没有意识到）。

你能够创造的最大价值就是充分展现自我。

大学毕业后，我开始涉足广告领域，并很快就爱上了这一行。我的性格似乎天生就是干这一行的：丰富的创造力、迸发的灵感，善于利用普通词汇创造潮流文化和发明标语。

在我从业的第二年，我就成为全美最受欢迎的广告文案撰稿人。我 27 岁开办了自己的第一家广告公司，与此同时，我继续担任多个大品牌的全球创意总监。在我的整个广告职业生涯中，我的客户在各种广告宣传活动中播放了数十亿次广告语，其中包括迷你库柏、耐克、歌帝梵、可口可乐和宝马等大品牌的广告语。我研究了每一家广告公司，深入阅读了很多相关书籍和杂志，磨炼我自己的技巧，以求自己能够为客户创造出新颖独特的设计。我热爱广告事业，在这一行，我做了大约 10 年。

在从事广告业的过程中，我知道了信息在交流中是如何被接收和转录的，明白了哪种信息可以从竞争激烈的市场中脱颖而出。但是，这并不是我学到的最重要的事情。广告行业的从业经历告诉我，如何站在他人的视角看待词语和想法，如何确定他人看重的东西。

我明白了“世界是如何看你的”。

伟大的广告不是一个公司想要表述什么，而是市场想要听到什么、谈论什么、想买什么。如果公司无法倾听顾客所需，不知道顾客所想，不知道顾客所看重的，那么它们很可能会毁掉它们的品牌。

想象一下，一个汽车制造商在全国范围内投放大量广告，宣传汽车的一个新特点（“极其不舒服的座椅防止你开车睡觉！”），该汽车制造商认为这是一个非常伟大的安全性能，却没有用心了解顾客是如何看待这个新性能的。广告宣传必然会失败。该公司浪费了精力和金钱在一些根本不会起作用的广告语上。更糟糕的是，给顾客留下了消极印象。

一个公司如何看待世界和世界如何看待一家公司，显然，后者更重要一些。对你来说，也是一样。你对自己有了某种认知，不管是消极的还是积极的，但这并不意味着你工作的团队或者你的顾客也一定以同样的方式看待你。在一个人际交往密切的工作环境中，你成功与否取决于你是否了解你在他人心中的形象。

你如何看待这个世界并不是特别重要，重要的是这个世界如何看待你。如果你无法理解你的观众重视什么，那么在交流中，你就无法找到方法与人建立联系，并赢得他们的忠诚。

魅力的科学性和艺术性

2006 年，我开始研究为什么有些信息可以引起人们的关注，而另一些则会被忽视。3 年间，我从神经病学、语言学以及生物人类学等学科进行研究，寻找不同的交流方式背后所隐藏的模式，试图找到答案，回答“为什么某些信息类型可以引起关注”这一问题。我注意到，在经济学中，吸引力和购买决定之间存在密切的关联。研究了数百年的历史材料后，我知道了哪种类型的信息产生的影响最稳定、最持久。

一天，在阅读一本枯燥无味的杂志时，我偶然注意到，在书面语中，“魅力”（Fascination）是最古老也最令人恐惧的一个词。“Fascination”一词源于拉丁语，最早是“施魔法”的意思。数千年来，该词一直为人们所害怕，它代表了一种邪恶的力量，可以吸引任何人的注意力，俘虏人们，让人无力反抗。放下杂志，这条信息使我惊呆。在过去，Fascination 竟然代表了比巫术更强大的力量？为什么？

在研究中，我发现，自有史以来，“魅力”对世界各地的文化就具有深远的影响。从有文字记载以来，古代文明和现代文明都对这种力量进行了精准地描述。从文艺复兴的学者到西格蒙德·弗洛伊德（Sigmund Freud）都曾使用过“魅力”一词来描述“说服力”犹如催眠一样的强大力量。以此为主题的文学作品非常丰富，而且描述生动。但是，在 20 世纪，对魅力的探索突然就销声匿迹了。魅力被一种全新的说服力推下了圣坛，那就是现代营销。

我想知道魅力和营销之间有哪些不同。为什么我们会被某些信息吸引，而另一些却不会？这种吸引力背后隐藏着的模式是什么？

就在这时，我发现了其中的不同。魅力与兴趣不同。魅力是神经系统呈现强烈专注的一种状态，能带来一种不可抗拒的参与感。如同陷入热恋一般。

到 2009 年，我划分出来 7 种不同类型的交流方法，每一种都能够激发听众大

脑中特定类型的魅力反应。最初的这 7 个“魅力触发器^①”包括力量、渴望、神秘感、声望、恐慌、恶习和信任。

可以把这 7 个魅力触发器看作一整套工具，或者是一套高尔夫球杆，每一个都有自己特定的功能，并产生不同的结果。当你被某个广告词或者政治演讲所吸引时，你的大脑正在对魅力的 7 种方法中的一种做出反应。

上述研究结果都收录在了我的上一本书《迷恋》中。该书主要探讨了我们的大脑对不同类型的品牌和影响会产生何种反应，以及一个公司如何才能吸引顾客。例如，美国纽约高级男子服装品牌布克兄弟的触发器是信任，以经典设计造就永恒时尚。美国珠宝品牌海瑞·温斯顿凭借精湛手工艺技术和完美细节处理赢得了声望。

正是因为上一本书的出版，机缘巧合之下，才有了本书。

无数作者都知道出版一本书是一件令人非常烦恼的事情。我个人也认为，花上数月编辑一本书实在是非常辛苦的一件事。我更善于做一个统揽大局的沟通者，因此没日没夜地校对数以千计的文字对我来说犹如炼狱，每每此时，我都想用笔戳瞎自己的眼睛。

除了截稿日期和令人纠结的细节所带来的痛苦，在手稿变成书的时候又进入了一个非常奇怪的阶段。所有的文字如一个个小颗粒，必须经过印刷、运送到书店并摆放到书架上的过程。书稿完成，但事情远远没有结束。我发现这个阶段只能默默等待。在书出版之前，这就是漩涡的中心。

在默默等待的阶段，当《迷恋》一书印刷时，我的丈夫说，将会有某件事改变我的生活。他说：“如果你以这 7 种触发魅力的方法为基础，给人们做一个性格评估，会发生什么呢？”

直到 2010 年，这项评估都是作为编外试验在使用。非常有效。我们意识到，人们想知道是什么让别人对他们感兴趣。随着我们公司开展培训课程，该评估的发展非常迅速，远远超出了我的想象。

^① 触发器一词最早用来描述品牌根据不同迹象“触发”的反应，如营销、产品线索或者顾客体验，但当我集中研究性格时，我用“优势”代替“触发器”一词，因为它们指明了在交流中，你的性格如何帮助你占据优势。

因此，有了我们今天的“相见”：我写了一本书，你们在阅读它。

如何创造价值？

有 7 种方法可以成功交流，而且这 7 种方法还可以创造价值，实现突破并获得胜利。

这 7 种方法中，每一种都有自己脱颖而出的方式和吸引人的理由，而且各有一套模式。

你的性格中拥有一个特定的优势。你根据这个优势进行交流，就更有可能创造独特的价值。

在某些情况下，你的优势会大大增加你的价值。而在另外一些情境中，你可能就无法实现自己的价值，因为你无法发挥你的优势。

我和我的团队，与美国电话电报公司、联合利华、通用电气以及思科公司合作，对数以千计的参与者进行了评估。根据这项评估，我们制定了一个培训课程，目的是教人们如何创造更多独特的价值。每天，我都在现实世界的实验室中研究交流，观察人们在团队或者公司中是如何应用这个方法体系的。本书可以让你了解这个体系。

你可能会问自己：“魅力优势”体系和其他评估的不同之处在哪里？

绝大多数评估关注的是你如何看待这个世界。这就是最大的不同。“魅力优势”体系主要研究的是，你在有意识或无意识的状态下，你所输送给这个世界的线索和信号，好与坏都包括在内。如果你曾做过一些评估，例如麦尔斯—布瑞格斯性格测验、DISC（支配性、影响性、稳健性、服从性）个性测试或者 StrengthsFinder（优势识别器），那么你已经知道自己是如何看待这个世界的了。过去这是最重要的衡量标准，现在也很重要，但不是唯一的标准。

随着交流的日益频繁，社交人群越来越多，你需要了解他人是如何看待你的，以及如何回应你。你不仅需要了解自己的优势，更应该知道自己与众不同的地方。

你的团队需要什么样的人？

表 0-1 七大魅力及其反应

影响力	通过权威领导
激情	建立温暖的情感联系
神秘感	三思而后行
声望	高标准，获得成功
警觉性	谨慎、精确
创新	新想法、新方案
信任	随着时间推移建立忠诚

这就是本书所要探讨的内容。直到现在，如果你想要评估他人如何看待你的交流，你必须做出选择：你可以做一个评估，如麦尔斯-布瑞格斯性格测验，然后努力找出方法把你的结果应用到你个人品牌或者营销中。或者，你可以先了解营销，然后把营销和你的性格属性相结合。而“魅力优势”体系正是把性格和营销融合在一起，形成一个完整的体系。

现在，我们一起通过品牌化的现代独特视角研究你的个性特征。这个研究将会让你看到，在你的顾客和同事的眼中，你是什么样的，而这有助于你快速与他们建立密切联系。最后，你将会知道，是什么让你与众不同，从而实现自己的最大价值。

大声和小声

在一个团队内，说话大声才会被听见，说话小声往往会被忽视。性格开朗的人比不善言辞的人更受欢迎。这就是为什么对企业来说，了解每个个体对整体的作用非常重要。有很多方法可以实现交流，并让自己变得更有价值。了解整体情况有助于发挥每个人的真正作用。

你吸引人之处可能与我不同。与我相比，你可能更注重细节，虽然话语不多，但分析能力强。我们之间存在差异，正是这些不同，赋予了我们多样性，也正是因为彼此之间的差异，当我们作为一个整体时，才会更加强大。如果我们合作，形成一个团队，比起共同点，我们之间的差异更容易让我们获得成功。

多样性会让一个团队更强大，更多才多艺，前提是每个人都了解并且能够发挥自己的优势。领导者需要知道如何利用团队成员各自独特的优势，只有这样，他们才能够帮助每个人创造最大的价值。

每个人的性格特征与生俱来，但不一定都张扬耀眼。实际上，微妙的性格也拥有最显著的特征。不管你天生是哪种性格，你一定要知道他人是如何看待你的。为了交流，你必须学会如何交流。

不管你是喜欢三思而后行，还是喜欢直言不讳，你所说的都是一种魅力“语言”。

你说哪种“语言”？

我所谓的“语言”，不是指你说的是英语或者葡萄牙语，而是指所有言语或者非言语符号，正是这些符号形成了世界对你的看法。

如果你拥有“激情”优势，那么你用的语言就是“联系语言”。与他人交流时，你注重眼神交流，善于运用描述性强的词汇以及各种短语。如果你拥有“神秘感”优势，那么你运用的就是另一种语言，即“倾听语言”。拥有激情性格特征的人偶尔会出现交流过度的情况，但拥有神秘感性格的人，通常会三思而后行，让人在一开始就了解事实真相。

表 0-2 七大优势及其语言表达

影响力	自信心语言
激情	关系语言
神秘感	倾听语言
声望	优秀语言
警觉性	细节语言
创新	创造性语言
信任	稳定性语言

当你了解了自已最擅长哪种“语言”后，你就能够知道他人是如何看待你的交流的。如果你去意大利旅行，你不必精通意大利语，但是需要知道一些常用语，这

样不仅有助于你抵达目的地，还可以帮助你在沿途交到朋友。同样，如果你要见新客户，你可能想要知道他们讲哪种“语言”，以便能够很快和他们建立联系。虽然你可能永远无法精通某种语言，但你可以学会如何辨识这些语言最基本的特点。

如果你认为自己有一条信息值得倾听，那么你有责任让你的信息被他人接收。不管你是提供信息，还是传播福音，都应该如此。你，是自己信息的守护者。即使你性格腼腆或者不愿如此，也要去做，因为让你的重要信息被大家获悉是你的职责。

不管一条信息多么重要，如果无人关注，那就毫无意义。

“平庸”

我的女儿阿塞莉娅今年9岁，因为她还是一个小女孩，还没有在公众场合经历过失败，还没有“习得”自我怀疑，因此可以大胆地表现自我，无所畏惧。她还没有学会“平庸”，但我知道，她很快就会学会。或者更准确一点儿说，这个世界很快就会教会她。有人会告诉她，她不够优秀、不够聪明、不够漂亮，要不就是“太……”。

不管这一切是多么的错误，也不管有多少证据证明这不对，她依然会一点点地弱化自己的个性，直至它们被隐藏起来。在这里，我想告诉我的女儿，这也是我想对大家说的：

你不必寻找光芒，你本身就在闪闪发光。展现你的个人魅力，世界将会因你而闪亮。

在本书中，我将和大家一起探索你性格中最与众不同的部分。你将充分了解他人眼中的你。读完本书，你将会知道如何展现你最与众不同、最显著的价值……将会知道，为什么人们会雇用你、给你升职、和你交朋友、支持你，甚至爱上你。

本书并不是要改变你。恰恰相反，本书的目的在于让你充分地认识自己，展现最好的自己。

如何阅读本书？

在阅读本书的过程中，你会发现自己最出色的地方：你隐藏起来的天赋和最大价值、未曾利用的机会、未开发的潜能。你将会看到，你的性格特征如何吸引他人。你也会知道围绕你鲜明个性的交流方式，如何开创自己的事业，建立你自己的团队。

同时，你还会了解到，你如何在不经意间让大家对你失去兴趣。你可能还不知道，在谈到他人如何看待你的时候，你的确有很多盲点。那不一定是消极的。我们并不是要“修正”盲点，而是希望帮你从一个全新的角度审视自己的盲点，不再对它们视而不见。

在本书的第一部分，我们将探索你为什么必须了解世界是如何看待你的，以及他们的看法是如何塑造你的感知价值的。我将带你共同深入探讨三个至关重要的新兴趋势，借此让你明白，为什么你已经拥有 5 年的习惯现在不管用了。

在第二部分，我们将探讨魅力的科学性和艺术性，深入探究交流的 7 种方法（即七大优势）。然后，做一个网络“魅力优势”评估。这个评估报告结果，初步显示了“世界是如何看待你的”。

在第二部分，你还会遇见你人生中的所有原型：最能言善辩的沟通家，即外