



足智多谋

公共关系交际学

眈眈编著

河南人民出版社

公共关系学

足智多谋

——谋略万事通

暘 暘 编

河南人民出版社

(豫)新登字1号

公共关系交际学

新登字

版事代部新

公共关系交际学

谋略万事通

责任编辑:张存威

河南人民出版社出版发行

随州市印刷厂印刷

787×1092 毫米 1/32 4.5 印张 89 千字

1996 年 1 月第 1 版 1996 年 1 月第 1 次印刷

印数:1—10000 册

ISBN7—215—03274—4/G·425

定价:5.98 元

前 言

夫谋略者，计谋策略是也。

当前社会，改革大潮，汹涌澎湃，鱼龙混杂，浪沙俱下。投身商场有如步入战场，风云诡谲，变幻无常。

要想脱贫致富，必须学会谋略。

要想扭亏增盈，必须运用谋略。

要想发展壮大，必须善于谋略。

要想永操胜券，必须精于谋略。

无疑，谋略是你克敌致胜的武器，是你为人处世的法宝。

本书集社会、人生各领域谋略之大成，每一谋略均体现了极强的辩证哲理，当你熟读此书，运用自如之时，正是你心想事成，事业腾飞之际。

编者

目 录

1. 投其所好法
——引导激发对方情感的攻心技巧 (1)
2. 设身处地法
——设身处地替别人着想的攻心技巧 (3)
3. 名片效应法
——在听者中造成好印象的攻心技巧 (5)
4. 是的效应法
——让对方从一开始就说是的攻心技巧 (7)
5. 标志效果法
——善于利用人的自负心理的攻心技巧 (9)
6. 察言观色法
——抓紧时机投其所好的攻心技巧 (12)
7. 先否后选法
——先讲坏再说好的攻心技巧 (14)
8. 逆反效应法
——反其道而行之的攻心技巧 (16)
9. 悬念诱导法
——巧妙地制造悬念的攻心技巧 (18)
10. 层层剥笋法
——层层递进的攻心技巧 (20)

11. 先承后转法
(11) ——先表同感继而诱导的攻心技巧 (22)
12. 当面戴帽法
(12) ——适度褒奖对方优点的攻心技巧 (24)
13. 晓以利害法
(13) ——让对方权衡利害的攻心技巧 (26)
14. 为人置梯法
(14) ——顾全面子顺水推舟的攻心技巧 (27)
15. 共同意识法
(15) ——抓住对方共同心理弱点的攻心技巧 (29)
16. 引蛇出洞法
(16) ——出其不意攻其不备的攻心技巧 (32)
17. 压迫面谈法
(17) ——激怒对方,使其说真话的攻心技巧 (34)
18. 先行自责法
(18) ——自己先认错的攻心技巧 (36)
19. 大智若愚法
(19) ——藏而不露的攻心技巧 (38)
20. 沉默效应法
(20) ——巧用停顿时间的攻心技巧 (40)
21. 一锥见血法
(21) ——制造强烈刺激的攻心技巧 (42)
22. 激言励志法
(22) ——用反面的话激励对方的攻心技巧 (45)
23. 相似因素法
(23) ——以相似因素作突破口的攻心技巧 (47)

24. 克己忍让法

(32)——对对方礼让三先的攻心技巧 (49)

25. 现身说法法

(18)——积极寻找共同规律的攻心技巧 (51)

26. 隐言暗示法

(88)——巧用暗示的攻心技巧 (52)

27. 启发自悟法

(15)——启发别人自己下结论的攻心技巧 (55)

28. 指桑骂槐法

(98)——转而批评第三者的攻心技巧 (57)

29. 危言耸听法

(86)——使闻者惊心动魄的攻心技巧 (59)

30. 心理开窗法

(42)——开窗不成扒房子的攻心技巧 (62)

31. 豁达大度法

(38)——宽大为怀化解对手的攻心技巧 (64)

32. 先发制人法

(88)——取胜于瞬间的攻心技巧 (66)

33. 暗设陷阱法

(94)——叫对方往陷阱里跳的攻心技巧 (68)

34. 用人不疑法

(84)——以信任换人心的攻心技巧 (70)

35. 引证权威法

(24)——引证名人名言的攻心技巧 (72)

36. 以退为进法

(74)——变守势为攻势的攻心技巧 (74)

37. 情敦义促法
——动之以情晓之以义的攻心技巧 (76)
38. 取喻明理法
——用比喻来说理的攻心技巧 (78)
39. 诉诸私利法
——以私利为诱饵逼其就范的攻心技巧 (80)
40. 逻辑推理法
——巧妙地运用逻辑力量的攻心技巧 (82)
41. 归谬正误法
——以其人之道，还治其人之身的攻心技巧 (84)
42. 融洽理解法
——相互理解相互信任的攻心技巧 (87)
43. 不念旧恶法
——用宽厚理解对待他人的攻心技巧 (89)
44. 洗耳恭听法
——不打断对方谈话的攻心技巧 (91)
45. 天时地利法
——利用对方最脆弱时刻的攻心技巧 (93)
46. 后发制人法
——二者择一使对方早作决断的攻心技巧 (95)
47. 适度固执法
——显露一点能够支配对方的攻心技巧 (97)
48. 示小瞒大法
——掩饰自己缺点的攻心技巧 (98)
49. 难得糊涂法
——视而不见假装糊涂的攻心技巧 (100)

50. 情感导向法 (102)
51. 曲折委婉法 (104)
52. 冷却处理法 (105)
53. 间接赞美法 (107)
54. 推心置腹法 (109)
55. 数字魔法 (111)
56. 因势利导法 (113)
57. 控场制乱法 (115)
58. 借箭反射法 (117)
59. 动作变换法 (119)
60. 简洁明快法 (121)
61. 实事求是法 (123)
62. 声东击西法 (125)

63. 诱敌深入法

——把对方引入埋伏圈的攻心技巧…………… (127)

64. 扭转劣势法

——对自己相貌充满自信的攻心技巧…………… (129)

65. 暗渡陈仓法

——暗中驳回对方观点的攻心技巧…………… (131)

66. 文章完成法

——留一半话让对方接着去说的攻心技巧…………… (133)

67. 以弱克强法

——承认自己弱点的攻心技巧…………… (135)

1. 投其所好法

——引导激发对方情感的攻心技巧

很久以来，“投其所好”作为一个贬义词为了鄙夷。这主要是因为“投其所好”者的目的往往是自私的、不可告人的。假如目的是光明磊落、合乎情、顺乎理，“投其所好”就可以正名了。我们这里的攻心术上的用法，正是基于后一种意义的理解之上的。

心理学表明，情感引导行动。积极的情感，比如喜欢、愉悦、兴奋，往往产生理解、接纳、合作的行为效果；而消极的情感，如讨厌、憎恶、气愤等，则带来排斥和拒绝。那么，正如管理心理学所证明的：“如果你想要人们相信你是对的，并按照你的意见行事，那就首先需要人们喜欢你，否则，你的尝试就会失败。”这表明，要使别人对你的态度从排斥、拒绝、漠然处之到对你产生兴趣并予以关注，就需要最大限度地引导、激发对方的积极情感。“投其所好”实际上就是一个引导和激发的过程。

这种过程的表达方式是多种多样的。下面谈谈我们常见的几种：

1. 发现对方的“闪光点”。要善于赞扬别人，善于从理解的角度真诚地赞美别人。而且要富于洞察力，善于发现对方的闪光点”。

一位教授在一个炎热难耐的夏天到一家餐馆去吃饭。这个餐厅无论是卫生条件、食品质量，还是服务态度，都够上

“脏、乱、差”三个字。服务员递菜单时的询问语气可以打上两个惊叹号。怎么才能使自己不倒胃口，并能提出合理的就餐要求呢？教授说了一句话，即刻赢得了服务员的“优质服务”。他说：“今天这样的天气，那些在炉边烧菜的小伙子一定够辛苦的了。”

服务行业的人非常需要人们理解和肯定他们的工作苦恼和工作成绩，但人们给他们的往往是指责。这就容易产生心理状态的不平衡，因此发生争吵。而这位教授恰恰是巧妙、准确地赞扬了厨师们的可贵之处——在如此炎热的天气里，他们坚守岗位，为大家服务。教授的话使他们感到，他们从被训斥的对象变成了被关注的对象，因此心情愉悦，服务也就周到了。

2. 寻找对方的“兴趣点”。在说服别人时，我们往往会遇到这种情况，对方不是在听我们说，而是做或想别的事情，或嘴里应付着你，眼睛却注意别处，或转移话题，跟你瞎扯……遇到这种情况，怎么办呢？我们说，应该放弃你的话题，寻找他的“兴趣点”。

对一个集邮迷谈谈几枚好邮票；对一个足球迷谈谈他喜欢的球队、球星；对于书法爱好者谈谈字的结构；对注重养生者谈谈气功、太极拳……当对方对你产生认同甚至好感时，你的窘境摆脱了，再言归正传不迟。

查尔斯先生在纽约一家大银行供职，他奉命写篇有关某公司的机密报告。他只知道有一家工业公司的董事长拥有他需要的资料，查尔斯便去拜访这位董事长。当他走进办公室时，一位女秘书从另一扇门中探出头来对董事长说，今天没有邮票。

“我替儿子收集邮票。”董事长向查尔斯解释。

那次谈话没有结果，董事长不愿意提供任何资料。查尔斯回来后感到十分沮丧。值得幸运的是，他记住了那位女秘书和董事长所说的话。第二天他又去了，让人传话进去说，他要送给董事长的儿子一些邮票。董事长高兴极了。他紧握着查尔斯的手，“噢，他一定喜欢这张。瞧这张，乔治准把它当作无价之宝！”董事长一面连连赞叹，一面抚弄着那些邮票。整整一个小时，他们都在谈论着邮票。奇迹出现了，没等查尔斯提醒，董事长就把他所需要的资料全都告诉了查尔斯。

查尔斯满载而归。从遭冷遇到被热情款待；他成功的秘诀何在？在于投其所好，抓住了董事长的爱子之心。

2. 设身处地法

——设身处地替别人着想的攻心技巧

有人说，要想让别人相信你是对的，并按照你的意见行事，那首先需要人们喜欢你，否则你就无法获得成功。可如果你不能设身处地站在别人的角度，找到别人的兴奋点、热点，又怎么可能让对方喜欢你呢？

日本有家电视台，每周设有一次关于人生问题讲座的节目，据说收视率要比其他同时段的节目高出许多。

收视率之所以偏高，当然有许多原因，但其中或许有人们都喜爱观看他人遭遇不幸的残酷心理。不过，最主要的还是因为节目中巧妙的答话，更是使人百看不厌。

大多数有疑难问题而上电视请教的观众朋友，在开始时，

多会对解答者所作的各种忠告提出反对意见或辩解,并且显得十分不情愿接受对方所言。但久而久之,不觉对解答者所说的每一句话都会频频颌首称是。见了这些画面,真是比起在电视院中观赏一部电影的感受还要深。

凡电视台的主持人或问答者,无不是精挑细选才产生出来的,所以光是听听他们的说服方式也获益不少。

对于不易说服的人,最好的办法就是要使对方认为你也与他是站在同一立场。通常出现在探讨有关人生问题的电视节目的观众朋友,离婚女子占多数。此时,负责解答疑难者说的一句话是:

“如果我是你的话,我会原谅他的,而且绝不与他分手。”

朋友们,千万别认为话中的“如果我是你”只是短短的单纯的一句话而已,殊不知它能发挥的效力是不可限量的。而这也就是由于人人都有认为“自己是最可爱”的心理所致。

如果你在说服别人的过程中,无意中使用了些不太得当的言词,但由于你巧妙地运用这句“如果我是你”,从而弥补了你言词上的过失,不仅如此,它还能促使对方作自我反省,使对方终于感觉到唯有你的忠言,才是对自己最有利的。

让我们再看看美国心理学专家卡耐基是怎样做的吧。

卡耐基曾租用某家大礼堂讲课。有一天,他突然接到通知,租金要提高三倍。卡耐基前去与经理交涉。他说:“我接到通知,有点震惊,不过这怪不得你。如果我是你,我也会这么做。因为你是旅馆的经理,你的职责是使旅馆尽可能赢利。”紧接着,卡耐基为他算了一笔帐,将礼堂用于办舞会、晚会,当然会获大利。但你撵走了我,也等于撵走了成千上万有文化的中层管理人员,而他们光顾贵旅社,是你花五千元也买不到的活广

告。那么,哪样更有利呢?经理被他说服了。

卡耐基所以成功,在于当他说“如果我是你,我也会这么做”时,他已经完全站到了经理的角度。接着,他站在经理的角度上算了一笔帐,抓住了经理的兴奋点,赢利,使经理心甘情愿地把天平法码加到卡耐基这边。

美国汽车大王福特说过一句话:假如有什么成功秘诀的话,就是设身处地替别人着想,了解别人的态度和观点。因为这样不但能得到你与对方的沟通和理解,而且更为清楚地了解了对方的思想轨迹及其中的“要害点”,方可有的放矢,击中“要害”。

3. 名片效应法

——在听者中造成好印象的攻心技巧

名片效应,是指说话者先亮出自己的底牌,表明说话者自己在看法、兴趣、经历等方面与对方有许多相同之处,在听者中造成一种与他们有共同观点的好印象,以便以“同路人”的身份介入其间,然后逐步引导、感化对方接受劝告。

英国首相丘吉尔是一位攻心的高手,他很懂得如何利用名片效应去赢得人心。二次大战时,1941年圣诞节丘吉尔去美国,希望说服美国人和英国人站在一边,立即参加对德作战,以扭转当时英国所面临的危险局面。可是,当时不少美国人对英国人不抱好感,反对介入对德战争,这给丘吉尔的说服工作增添了难度。丘吉尔利用向美国公民作圣诞祝词的机会,声情并茂地朗读了他的“心理名片”。他强调英国和美国间的

共同血缘、共同语言、共同宗教、共同处境、共同情感，从而深深地打动了美国人的心，使他们克服了对立情绪，把英国人当作“自己人”。下面请看丘吉尔的攻心技巧：

“各位为自由而奋斗的劳动者和将士：

.....

我远离祖国，远离我的家庭，在这里欢度这一年一度的佳节。但确切地说，我并不觉得寂寞和孤独。或者是因为我母亲的血缘关系，或许是因为在过去许多年的充满活力的生活中，我在这里得到的友谊，或许是因为我们伟大的人民在共同事业中所表现出来的那种压倒一切其它的友谊的情感，在美国的中心和最高权利的所在地，我根本不觉得自己是个外来者。我们的人民讲着同样的语言，有着同样的宗教信仰，还在很大程度上，追求着同样的理想。我所能感到的是一种和谐的兄弟间亲密无间的气氛。

.....

战争的狂潮虽然在各地奔腾，使我们心惊肉跳，但在今天，每一个家庭都在宁静的肃穆的空气中过节。今天晚上，我们可以暂时把恐惧和忧虑的心情抛开、忘记，而为那些可爱的孩子们布置一个快乐的晚会。全世界说英语的家庭，今晚都应该变成光明与和平的小天地，使孩子们尽情享受这个良宵，使他们因为得到父母的礼物而高兴，同时使我们自己也能享受这种无牵无挂的乐趣，然后我们担起明天艰苦的任务，以各种的代价，使我们的孩子能继承的产业，不致被人剥夺，使他们在文明世界所应有的自由生活，不致被人破坏。因此，在上帝庇护之下，我谨祝各位圣诞快乐。”

一席话把美国人拉上了战场，可见攻心术的威力。

美国总统林肯也是一位善于运用名片效应，制造共同意识，从而赢得人心的专家高手。

林肯曾经说过：“不论人们如何仇视我，只要他们肯给我一个说几句话的机会，我就可以把他说服。”他之所以如此自信，就在于他能巧妙地运用情感技巧，将别人同自己之间的心理距离拉近，使之由仇视变为好感，下面请看他在竞选总统辩论中争取民众，化仇恨为好感的一番演讲：

“南伊里诺斯州的同乡们，肯特基州的同乡们，密罗里的同乡们，听说在场的人群中，有些要想和我为难，我实在不明白为什么要这样做，因为我也是一个和你们一样爽直的平民。我生于肯特基州，长于伊里诺斯州，和你们一样是从艰苦的环境中挣扎出来的。同乡们，让我们以友好的态度来交往。我立志做一个世界上最谦和的人，决不会去损害任何人。我现在对你们诚恳要求的只是请求你们允许我说几句话。你们是勇敢而豪爽的，这一点要求，我想不会遭到拒绝。……”

林肯的心理名片发挥了效应。他赢得了选票，当上了总统。

4. 是的效应法

——让对方从一开始就说是的攻心技巧

要想说服人，改变人的态度，首先应该讨论什么问题呢？美国心理学家卡内基对此指出：“与别人交谈，不要先讨论你们所不同意的事，要先强调，而且不停地强调你们所同意的事。因为你们都在为同一结论而努力，所以你们相异之处是方