

话 要 这 样 说 才 对

(第2版)

每天一堂 口才课

说得多不如说得好，千万别让自己败在说话上
365个知识点，每天学一点，帮你打造超级口才

郑月玲◎编著

社交、职场、办事、公关、演讲、销售

解析不同沟通背景下的说话技巧，提高说话能力

说服、谈判、辩论、批评、拒绝、解难

分享口才大师的成功经验，帮助你实现自我提升与自我超越



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

每天一堂口才课

(第2版)

郑月玲 编著

人民邮电出版社

北 京

图书在版编目 (C I P) 数据

每天一堂口才课 / 郑月玲编著. — 2版. — 北京 :
人民邮电出版社, 2017.1 (2017.4 重印)
ISBN 978-7-115-44498-1

I. ①每… II. ①郑… III. ①口才学—通俗读物
IV. ①H019-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第311935号

内 容 提 要

好口才是一个人打开成功之门的金钥匙,能让你在各种激烈的竞争中脱颖而出,甚至拔得头筹。那么,怎样才能拥有好口才呢?

《每天一堂口才课(第2版)》凝结了众多人际交往专家的沟通之道和商界精英的成功经验,根据日常工作和生活中常见的社交场合,将各种口才技巧用一年365天的形式串联起来,每天讲述一个对提高说话能力有所帮助的话题。书中内容涵盖有关表达方式的基本定律,以及口才技巧在交际应酬、客户沟通等场景中的实际应用等。读者参考书中介绍的方法,可利用零散时间,打造一流口才。

《每天一堂口才课(第2版)》适合所有希望提高自身语言表达能力的人士阅读。与人说话前,阅读本书,你能少走弯路、减少损失;与人说话后,阅读本书,你会发现自己的优点和不足,扬长避短,从此表现得更好。

◆ 编 著 郑月玲

责任编辑 姜 珊

执行编辑 付微微

责任印制 焦志炜

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京京华虎彩印刷有限公司印刷

◆ 开本: 787×1092 1/16

印张: 20

2017年1月第2版

字数: 442千字

2017年4月北京第4次印刷

定 价: 45.00元

读者服务热线: (010) 81055656 印装质量热线: (010) 81055316

反盗版热线: (010) 81055315

广告经营许可证: 京东工商广字第8052号

前言

在工作与生活中，我们常常能注意到这样一个事实：那些口才好的人，往往都有好人缘，会受到他人的赏识和喜爱，更容易升职加薪；而那些口才不好的人，往往因为不会说话、说错话而得罪人，影响自己与他人的关系，使得工作到处碰壁，生活上诸事不顺。因此可以说，口才是一个人成功的关键因素之一。

《每天一堂口才课》自首次出版以来，加印 20 多次，市场持续热销，赢得了读者的广泛关注。广大读者对本书的可读性与实用性给予了高度评价，同时针对书中存在的问题与遗漏的事项，也提出了客观的批评和有效的改进建议。在对读者反映的问题、意见进行充分研究的基础上，结合市场调研的结果，我们对《每天一堂口才课》进行了修订，以使书中的内容更加符合读者的实际需求。

《每天一堂口才课（第2版）》用精练的语言，将各种口才知识与技巧，用一年 365 天的形式串联起来，内容全面，形式灵活，读者可以在忙碌之余，随时翻看查阅，利用零散的时间逐步增加知识，提高自己的语言表达能力。

本书具有以下四大特色：

★ **系统全面**——本书立足全程指导，介绍了语言表达的重要意义，对于想提高表达能力的人应该知道或必须知道的知识或技巧，书中都有涉及。

★ **观念前沿**——本书汇集世界顶级口才大师的最新观点，这些富有启发性的先进理念，可以帮助读者提升自我与超越自我。

★ **案例经典**——分享来自口才高手的成功经验，让人与人之间的沟通变得更加顺畅。

★ **注重实战**——针对社交过程中普遍存在的典型问题，提供了有效的解决方案。

在板块设计方面，本书将每个小节分为两个部分。一是“核心提示”，用一句话的形式提炼该小节的核心内容。二是理论指导，这部分又分为两个方面：一方面为技巧介绍；另一方面为经典案例解析。

与人说话前，阅读本书，你能少走弯路、减少损失；与人说话后，阅读本书，你会发

现自己的优点和不足,扬长避短,从此表现得更好。闲时品读本书,书中丰富的案例可供你以他人为镜、察自己得失。早一天阅读本书,你就能早一天获得成长和进步,从此摆脱不会说话、不会办事的烦恼,用好口才为成就自己的美好人生助力!

本书由郑月玲负责编写与审核,唐华山、郭东华、唐秀娟、胡芹、唐洪飞、郑海龙、李彩莉、毕锋、郑海涛、王晓蕾、单文元、韩雪姣、王彦彦、谢俊超、闫龙等人负责资料的收集与整理工作。

由于作者水平所限,书中难免存在偏颇之处,恳请读者朋友提出建议并指正。



第1天 布朗定律：一定要找到对方心灵的那把锁

核心提示

找到心锁是良好沟通的开始，只有知道别人在意什么，你才能明白自己该说什么，让一切尽在掌握之中。

理论指导

布朗定律是美国职业培训专家史蒂文·布朗提出的，意思是：一旦找到了打开某人心锁的钥匙，往往就可以反复用这把钥匙去打开他的某些心锁。

这就告诉我们，在人际沟通过程中，无论对方是谁，只要你能找到他的心锁，就能够轻易打开他的心扉，从而在沟通中无往不胜。

明代开国皇帝朱元璋，出身贫寒，少年时放牛，给有钱人家打工，甚至一度还为了果腹而出家为僧。但朱元璋胸有大志，终成明朝的开国皇帝。

朱元璋当了皇帝后，有一天，他儿时的一个伙伴来京求见。朱元璋很想见见旧日的老朋友，可又怕他讲出什么不中听的话来。犹豫再三，总不能让人说自己富贵了不念旧情，于是命人传他进来。

那人知道朱元璋从小就是一个爱面子的人，于是一进大殿，即大礼下拜，高呼万岁，说：“我主万岁！当年微臣随驾扫荡芦州府，打破罐州城，汤元帅在逃，拿住豆将军，红孩子当兵，多亏菜将军。”

朱元璋听他说得动听含蓄，心里很高兴，回想起当年大家饥寒交迫时有福同享、有难同当的情形，心情很激动，立即重重封赏了这位老朋友。

此后，因为这个人深知朱元璋的脾气，说话总是能够说到他的心里去，所以很得朱元璋的赏识。

后来消息传出，另一个当年一块儿放牛的伙伴也来京面圣，见到朱元璋，他高兴极了，生怕皇帝忘了自己，指手画脚地在金殿上说道：“我主万岁！您还记得吗？那时候我们都给人家放牛，有一次我们在芦苇荡里，把偷来的豆子放在瓦罐里煮着吃，还没等煮熟，大家就抢着吃，把罐子都打破了，撒下一地的豆子，汤都泼在了泥地里，你只顾从地上抓豆子吃，结果把红草根卡在喉咙里，还是我出的主意，叫你吞下一把青菜，这才把那红草根带进肚子里。”

朱元璋当上皇帝后，最大的心病就是怕人提起自己卑微的过去，见这位儿时玩伴竟然当着文武百官的面这么说，龙颜大怒，喝令左右：“哪里来的疯子，来人，快把他拖出去斩了！”

会说话的人可以凭借三寸不烂之舌升官发财，不会说话的人却因为言语不当遭到灭顶之灾。在会说话与不会说话之间，其实并非横着一条不可跨越的鸿沟，你只需找到可以打开对方心灵的那把锁，就会看到另一番天地。

在这个故事中，第一个伙伴知道朱元璋的心思——好面子，所以他不仅能在第一次见面时就得到重赏，还能够在今后的日子里屡获赏赐。而第二个伙伴，虽然所说的意思和第一个伙伴一样，但措辞不当，让朱元璋觉得很丢面子，于是刚见面就惹来杀身之祸。

不看谈话对象，不知对方心思，只顾滔滔不绝地胡侃的人是愚蠢的。聪明的人总会在沟通前了解对方的心思，知道别人最在意的事情是什么，从而清楚自己该说什么、不该说什么，以获得最佳的沟通效果。

第2天 白德巴定律：多说无益，请管住自己的嘴巴

核心提示

有些事情，多说无益。聪明人都会管好

好自己的嘴巴，不会说太多的废话。

理论指导

古印度哲学家白德巴认为，能管住自己的嘴巴是最好的美德。后来，人们将其称为白德巴定律。

不知道你有没有留意过这样一个奇怪的现象，那就是：在人际沟通中，谁说的废话越多，谁的话就越没分量。

很多人都有这样一个认识误区：总以为话说得越多，在社交圈子里就会越成功。其实不然。要知道，言不在多而贵在精。那种信口开河，讲话滔滔不绝的人，无论走到哪里，无论谈话的对象是谁，都不会受到欢迎。

一位外交官在初涉外交领域时曾带自己的太太去应酬，可他的太太在那些场合总是感到很别扭。她是个来自小地方的人，面对满屋子口才奇佳、曾在世界各地游历过的人，她拼命地找话题和他们聊天，不想只听别人说话。但她始终无法融入其中。

后来有一天，她向一位讲话不多但深受欢迎的资深外交家吐露了自己的困扰。

这位外交家说：“你必须学会约束自己的嘴巴，没什么可讲时，就不要勉强。多听听别人说不是挺好的吗？相信我，善于聆听的人同样受欢迎。”

很多时候，与人沟通的最佳方式，并不在于你表达了多少，而在于你聆听了多少。真正的谈话高手，总是能够专心地听对方说话，关注别人的内心感受。

不论你是在和别人讨论事情，还是与别人闲话家常，当你正在说话的时候，别人若插话进来，打断了你讲话的兴致，你会怎么想？肯定会感到很扫兴吧。

同样，如果你只是想让别人听你说话、认同你的观点，而不在意别人说的话，那样就只会让人反感。如果你说了一大堆话后，却发现对方的眼神游离，把你的话当成耳旁风，那么你该多么失望啊！

当你在听对方说话时，两眼专心地凝视对方，表现出认真聆听的样子，那样对方就会觉得很受尊重，在你说话时，对方也会一样重视你。

因此，如果你想成为一个善于交谈的人，那就得先学会少说多听，该说时说，不该说时就闭上自己的嘴巴，这样你才会受到他人的欢迎。

第3天 比林定律：不该答应的事，就要果断拒绝

核心提示

太快说“是”与太慢说“不”，都可能带来无尽的麻烦。

理论指导

人在一生中所遇到的麻烦，有一半是

由于太快说“是”，或太慢说“不”造成的。这就是比林定律。该定律是由美国幽默作家比林提出来的。

比林定律还有这样一层含义：当个人没有否决权的时候，发言权也很容易被剥夺。对不该让步的事，绝不要让步；当你

不给别人让步时,别人反而更容易给你让步。

生活中的你,是不是也有过这样的经历:明明想对别人说“不”,却硬生生地把这个“不”字吞到肚子里去,而违心地从嘴里蹦出来个“是”字。可是说完后越想越不对劲,心想“我其实当时应该拒绝他的”“我怎么这么没用,不敢说出真心话”。你自责不已、悔不当初,最后陷入一种不安与沮丧的情绪之中而久久无法释怀。

很多时候,正是因为你常常太快说“是”,才让自己陷入“不得不”或者“被逼无奈”的窘境当中。更重要的是,这种草率的决定还会打乱自己的计划和安排,使自己的工作与生活陷入被动。长此以往,你将无法享受给予和付出所带来的真正快乐,正常的人际交往与互动都会沦为一种负累。

为什么不直接说“不”呢?因为你碍于面子,不想得罪人!认真回想一下,你在生活与工作中遭遇到的种种挫折与不如意,有多少是因为碍于情面,过于草率地答应了他人的要求,事后却发现自己力有不逮的呢?

对于那些在商海中打拼的人来说,就

更要敢于说“不”了,否则会给自己带来无尽的悔恨。因为,商场如战场,一进入商场就注定要面对胜负存亡的考验。久战沙场且常胜者,必为有勇有谋、善于说“不”之士。

了解了比林定律,你就要学会在恰当的时机,选择恰当的方式表达拒绝,这样你的人生才会变得更轻松。喜剧大师卓别林曾经说过这样一句话:“学会说‘不’吧!那样,你的生活将会美好得多。”

那么,你应该怎样才能让自己轻松地说出那个重要的“不”字来呢?首先,在各种谈话或发言的时候,你要懂得说话的艺术,考虑问题不能急躁,也不能怠慢。该说“不”时就坚决不说“是”。其次,要多给自己一些积极的心理暗示,比如你可以告诉自己“我有权拒绝他人”。在人际交往中,每个人都应用别人能接受的方式表达自己的权利和情感,维护自己的合理权益与斤斤计较是不能画等号的。再次,在拒绝别人时要讲究技巧,委婉地表达自己的意愿。向对方阐明自己的难处或能力所限;或根据对方的情况给出一个合理的建议,即使没能直接帮忙,却一样能为对方解决问题。

第4天 登门槛效应:循序渐进才能如愿以偿

核心提示

如果对方答应了某个小请求,那么他很可能会答应更大的请求。

理论指导

登门槛效应起源于销售领域。有位销售人员发现,如果站在门外销售产品,你的推销多半会失败;而一旦进入主人家中再推销产品,成功率就会大大提高。登门槛效应泛指在提出一个很大的请求之前,

先提出一个较小的请求,从而增大让他人接受更大请求的可能性的一种现象。

心理学家查尔迪尼在1975年为慈善机构募捐时,只过多说了一句“哪怕是一分钱也好”的话,便多募捐到一倍的钱物。查尔迪尼这样分析说:“对他人提出一个非常简单的要求时,有时对方会难以拒绝,因为他担心别人觉得自己不通人情;当对方接受了这个简单的要求之后,再提出一个比较高的要求,对方一般

会更易接受。这是因为，只要你接受了别人一个微不足道的请求后，对于更大的请求，便不会觉得有多困难或不好意思拒绝。

1966年，美国社会心理学家弗里德曼和弗雷瑟做了一个现场实验，该实验名为“无压力的屈从：登门槛技术”，它极具说服力地证明了登门槛效应的存在。两位心理学家让自己的助手随机去访问一组家庭主妇，请求她们把一个广告牌挂在自己家的窗户上，基本上每位家庭主妇都同意了这个小小的要求。不久之后，他们又一次访问了这组家庭主妇，并请她们将一个大而不太美观的广告牌放在自家院子中，结果其中有一多半的人都答应了这个请求。与此同时，他们还让助手去随机访问另外一组家庭主妇，直接提出把大而不太美观的广告牌放在她们的院子中，结果仅有不到20%的家庭主妇同意了这个请求。

登门槛效应在人际沟通过程中有着广

泛的应用。

女记者帕兰要去采访一位很有地位的重要人物，想请他就海洋动物保护问题发表15分钟的广播讲话。但这位重要人物非常忙，如果知道采访要占用他15分钟的时间，很可能会拒绝。于是帕兰决定采取先小后大的方法说服他。她先打了个电话：“在百忙中打扰您很过意不去，我们想请您就海洋动物保护问题谈谈看法，大概只要3分钟就够了。听说您每天下午4点都要到户外散步。如果可能，我想是不是可以在今天下午4点去拜访您。”结果帕兰的3分钟（而且是在对方散步时进行）小要求被接受了，帕兰如约前往，采访于当日下午4时准时开始。当帕兰从这位重要人物的私宅出来时，时间过去了整整20分钟，也就是说，这位重要人物破例和帕兰谈了20分钟，而对帕兰来说，把20分钟采访编制成15分钟广播讲话，材料已足够了。

第5天 古德定律：准确把握对方的观点，才能驾驭全局

核心提示

在沟通过程中，有的放矢，方能克敌制胜。

理论指导

古德定律是美国心理学家 P. F. 古德提出的。他认为，人际关系交往的成功，靠的是准确地把握他人的观点。即有的放矢，方能无往不胜。

曹操很欣赏曹植的才华，因此想废掉曹丕转立曹植为太子。当曹操为此事征求贾翊的意见时，贾翊却一声不吭。曹操奇怪地问：“你为什么不说话？”

贾翊说：“我正在想一件事。”

曹操问：“你在想什么事？”

贾翊答：“我正在想袁绍、刘表废长

立幼招致灾祸的事。”

曹操听后哈哈大笑，立刻明白了贾翊的言外之意，于是再也不提废曹丕的事了。

在若干年后的南朝，也发生了一件类似的事。

齐高帝曾和当时的著名书法家王僧虔一起研习书法。有一次，齐高帝突然问王僧虔说：“你的字和我的字，哪个更好？”

这个问题对王僧虔来说是非常难回答的，因为，如果说齐高帝的字比自己的好，那肯定是违心之言；说齐高帝的字不如自己的好，又会有损齐高帝的颜面，弄不好还会把君臣关系搞僵。

王僧虔稍思片刻，巧妙地回答：“我的字臣中最好，您的字君中最好。”

皇帝就那么几个，而臣子却不计其

数,王僧虔的言外之意是非常清楚的。

齐高帝明白了王僧虔的意思,哈哈一笑,就不再提这事了。

应该说,曹操和齐高帝所提的问题,对于下属来说都是非常难回答的,稍有不慎就会令龙颜不悦。而贾翊和王僧虔没有

正面去回答问题,这一点相当聪明,既避免了冒犯权威,也没有给人阿谀奉承的感觉。这正是建立在准确理解领导背后意图的基础之上的。在回答这类问题时,如果你不知道别人想什么,那么你的回答肯定不会博得别人的好感。

第6天 波特定律:批评宜曲不宜直

核心提示

人在受到批评时,往往只会记住开头的几句,其余的就听不进去了。

理论指导

波特定律是英国行为学家 L. W. 波特提出的,大概意思是:当一个人遭到许多批评时,往往只会记住开头的几句,其余的就听不进去了,因为他们忙于思索论据来反驳开头的批评。

波特定律在领导者与下属的沟通中有重要的作用。当下属犯了错误时,领导者都会严厉批评一番,有时甚至将员工骂得无地自容。在他们看来,似乎这样才会起到杀一儆百的作用,才能体现规章制度的严苛,才能展现领导者的威严。

其实,有的时候,如果领导者过于关注下属的错误,尤其是一些小错误的话,会大大挫伤下属的积极性和创造性,甚至产生对抗情绪,带来不良的后果。

因此,领导者要意识到,批评是一种艺术,当下属犯错误的时候,最好委婉地

批评。就像波特所说的那样:下级在受到批评时,只会记住开头的一些,他们忙于寻找论据反驳开头的批评,或者寻找借口推卸责任。有些反应敏捷的员工,甚至会马上反驳或者推卸责任。这时整个组织就会陷入谁是谁非的争论当中,不但解决不了问题,还会激化内部矛盾。

领导者一定要学会宽容下属的错误,给员工改正错误的机会,注重解决问题。但宽容并不等于是做“好好先生”,而是设身处地替下属着想,在批评的同时不忘肯定他们的功绩,以激励下属,并有效避免伤害其自尊心。

一个懂得顾全下属面子的领导者,不仅会让批评产生预期的积极效果,而且还会因此得到下属的大力拥戴。

此外,波特定律在父母与孩子或老师与孩子之间,也同样适用。当父母或老师严厉批评孩子的时候,孩子通常是听不进去的,最好的办法是换个角度,心平气和地与他们商量,让他们知道自己到底错在哪里,才会收到好效果。

第7天 首因效应:用开场白给对方留下良好的第一印象

核心提示

好的开端是成功的一半,与人交谈时的前几句话甚至第一句话,最容易影响最终的沟通效果。

理论指导

沟通中,说好开场白往往很关键。因为,如果你一开始说得不好,可能就会给

对方留下一个坏印象，从而打消与你继续交谈的兴致。这其实是首因效应的一种表现。

首因效应是指个体在社会认知中，通过“第一印象”最先输入的信息对客体以后的认知产生的显著影响作用。这种效应是由第一印象（首次印象）引起的一种心理倾向，很多人将它叫做“第一感”。

就本质而言，首因效应是一种优先效应，当不一样的信息聚集在一起时，人们总倾向于注重前面的信息。就算人们同样关注了后面的信息，也会觉得后面的信息是非本质的、偶然的，人们总是按照前面的信息来解释后面的信息，哪怕后面的信息和前面的信息是不一致的，也往往会屈从于前面的信息，以形成整体一致的印象。

引用到口才学中，首因效应要求你一定要在讲开场白时，就能给沟通对象留下一个良好印象。

里根总统曾经到复旦大学礼堂发表演讲，面对一百多位师生代表，里根总统在开始正式演讲之前，说道：“来华之前，我碰到一位你们复旦大学的留学生，她要我代她向谢希德校长问声好。”随即，他转向谢校长说：“现在，这个口信带到了，请您打个电话告诉那位女同学，她的电话号码是……”

里根总统话音未落，就立刻博得了全场热烈的掌声。一位美国总统，竟如此认真负责地替一位普通的中国留学生带口信问候她的校长，而且还居然记住了她美国宿舍的电话号码！

第8天 近因效应：最后一句话往往最能决定谈话效果

核心提示

同样的话语，顺序不一样，效果可能会有很大的不同。

理论指导

近因效应与首因效应完全相反，说的是最近的信息对认知的影响相对较大，留下的印象也相对较深刻，这种现象就叫“近因效应”。

与首因效应截然相反，近因效应让人们更加重视最近的信息，忽略之前的信息的参考价值，并以此为据来判断问题。例如，你在介绍一个人时，前面说了很多他的优点，突然话锋一转说到“但是”，再说此人的缺点，听者常常对这些缺点印象更为深刻，从而在一定程度上忽略了前面所听到的那些优点。

相对而言，在人和人交往的初期，也就是在彼此间还比较生疏的阶段，首因效

应的影响更重要；而在交往后期，即在彼此之间已较熟悉时期，近因效应的影响则更重要一些。

在日常的人际交往中，近因效应带给人们许多启示。

第一，首因效应告诉人们，良好的第一印象会为自己在他人心中的形象加分；但近因效应让人们明白，每次与人交往时都应当好好表现自己，不但要重视好的开头，更要重视好的结尾，否则留下再好的“第一印象”也无济于事，让原来在他人心形成的良好形象毁于一旦。

第二，在人与人之间，特别是家人和朋友之间，因一时愤怒而发生冲突或者训责他人后，要记得安慰与道歉。因为这时人们在彼此心中留下的印象会非常深刻，会对以后的沟通和交往形成十分重要的影响。

第三，说话语序也会影响沟通。在说话时，后面出现的词语或者句子常常决定

了传递信息的基调,比如你对一个将要参加高考的学生说:“考大学,应当没什么问题吧?尽管竞争非常激烈。”又或者这样说:“尽管竞争非常激烈,可是我相信你能够考上大学,是吧?”这两句话只不过语句排列的顺序不一样而已,给人的印象却完全不同,前者给人留下悲观的印象,

后者就截然相反。所以,在平日说话时,你应该注意语句的排列顺序,将意思表达准确。

此外,近因效应也会产生消极影响。它常常让人犯这种错误:改变乃至否定对一个人的一贯印象,进而无法全面而真实地了解此人。

第9天 自己人效应:亲和的感觉更容易拉近双方距离

核心提示

运用自己人效应与人交往,可以使沟通更顺畅。

理论指导

自己人效应又叫作“亲和效应”,指的是在人际沟通过程中,人们常常会因相互之间存在某种共同或者近似之处,而感到彼此更易接近,而这种彼此接近,一般又会让交往对象萌生亲切感,更加互相体谅。

自己人指的是人际交往和认知过程中比较亲近的对象,大体是指那些和自己有着某些共同之处的人。这种共同之处可以是血缘、姻缘、业缘、学缘和地缘关系,可以是兴趣、志向、利益和爱好,也可以是处于同一团体或者同一组织中。

在人际交往与认知中,人们常常存在一种倾向,也就是对自己比较亲近的对象会更乐意接近。所以,在其他条件大致相同的情况下,自己人之间的交往效果要比一般人的好。这是因为,在自己人之间的交往过程中,人们对交往对象属于自己人的这一认识本身大都会形成一种肯定式的心理定式,从而对交往对象表现得更加友好。而在这种特定的情境中,人们会更易发现与确认对方值得自己肯定与引起自己好感的事实。反过来,这一切又会进一步巩固并深化自己对对方原有的积极性评价。

在此心理定式的作用下,自己人之间的相互交往和认知必定在其深度、广度、动机和效果上超过一般人之间的交往和认知。

巴顿将军在历史上并不是一位统帅级的人物,不过他“铁胆将军”的大名却不逊色于其顶头上司艾森豪威尔和“上司的上司”马歇尔。拥有如此深厚和广阔的“群众基础”,要归功于他激励士兵奋勇杀敌的本领。他的这项本领可谓超乎寻常,让人啧啧称奇。巴顿很喜欢对士兵进行公开演讲,因为他很清楚,面对面的交流是联系士兵、保持信任与激发热情最有效的手段。

当时,将领们大大小小的战前动员演讲数不胜数,可是为什么巴顿的演讲能够获得那么好的效果呢?这是因为,除使用正确的激励因素外,他还非常到位地运用了“自己人”效应。

在著名心理学专家纳季拉什维利看来,听众对宣传者的肯定态度对提高宣传效果有着十分重要的作用。听众要是宣传者持反感态度,就会削弱宣传效果。根据新闻传播学里的受众心理理论,人们在接收信息的过程中,倘若受众觉得传播者在很多方面和自己具有相似或者相同的地方,便会将他心理上定位为自己人。

在演讲中,深谙此道的巴顿是怎样做的呢?他并未顾及身为一个将军的威严形象,也没高高在上地摆架子,而是把自己

当做一名普通的士兵，这种低姿态，反而加强了士兵们对他的认同感，让士兵们在心理上感觉巴顿与自己在一起，从而激励他们不断前进。

在日常生活中，运用自己人效应可以使人们的沟通更加顺畅。要想让对方接受你的观点，首先，你要把对方当作自己

人，让对方感觉你是在为他着想，从而让对方把你也当作自己人；其次，你还要设法套个近乎，使双方处于平等地位，缩短心理差距，让双方都处在自己人的情境之中；最后，还要强调双方的一致性，让对方感觉你是自己人。这样一来，你提出的建议才会更易于被对方接受。

第10天 赫洛克定律：赞美是金口才的成功密码

核心提示

赞美是人际关系的润滑剂，能够帮助你快速走向成功。

理论指导

心理学家赫洛克曾经做过这样一个实验，他将参加实验的人分为四组，在四种不同诱因的情况下完成任务。第一组是表扬组，每次工作之后就给予表扬与鼓励；第二组是受训组，每次工作之后就严加训斥；第三组是被忽视组，不进行评价，只让他们静听别两组受表扬与挨批评；第四组是控制组，让他们和前三组隔离，不给予评价。实验结果显示，前三组的工作成绩都比控制组优秀，表扬组与训斥组显然比忽视组优秀，表扬组的成绩不断上升。这个实验说明：对于工作结果及时给予评价，能够强化工作动机，对工作起到促进作用。适当表扬的效果显然比批评要好，而批评的效果要优于不给予评价。

在现实生活中，人人生来都渴望得到别人的赞赏，同样，每个人也都惧怕责

难。成功学大师拿破仑·希尔曾说：“人类内心都渴望被他人欣赏，所以我们要多夸奖他人。”在这个世界上，无论是富人还是穷人，只要听见他人赞美自己的某个优点，他们都肯定会尽全力去维护自己的这份美誉。

在日常生活中，面对讨厌的人与事，责备与批评只会增加对方的怨恨与不满。要想改善这种状况，你不妨尝试赞美他人，也许会产生奇妙的效果。

马克·吐温说过：“听到一句称赞，能使人陶醉两个月。”每个人都渴望得到他人的赞美，因为每个人内心都希望自己的努力被别人看到，自己取得的成绩被别人认可。

赞美是人际关系的润滑剂，是一种非常有效的激励手段。赞美不但能够让人感到振奋，而且会使人感觉被肯定。然而大多数人都不是赞美高手，他们仅知赞美的重要，却不谙赞美的方法。让我们学会赞美吧，因为赞美是成功的砝码，赞美声中隐藏着许多你难以察觉的成功机会。

第11天 波什定律：赞扬越具体越有效

核心提示

赞扬他人时，不要贪大求全，而应追求具体细节。

理论指导

波什定律是法国学者罗瑟琳·波什提

出来的,具体含义是:赞扬越具体,越能达到鼓励他人的目的。

波什定律告诉人们,在赞扬他人的时候,如果能够详细地说出对方的长处,那么对方就会感到十分高兴。可是,如果你很夸张地赞扬,或是没有说对地方,那么十之八九会被对方识破,这时你的赞扬不但得不到回应,反而可能会让对方产生不快的感觉。

如果一位领导在根本还不了解员工的情况下,就说一些诸如“年轻有为”“前途无量”“干得不错”之类的公式化赞语,是很难起到激励作用的。

每个人都希望得到他人的认可。赞扬应该能真正显示被赞扬者的价值,即人们希望你的赞赏是你经过深思熟虑的,而不是“随便说说而已”。

不根据事实去赞扬,真诚便无可寄托。言之有物的赞扬才能够真正打动对方

的心。比如领导在夸某个员工很能干的时候,就不如说他某件事干得很漂亮更实在些。一般来说,工作出色的优秀员工听到的称赞很多,而领导如果仅仅泛泛地赞扬他的工作能力,就好比把一杯水倒进了大海中,是不会起到什么激励作用的。

赞扬他人具体的工作成就,要比笼统地赞扬他的能力更为有效。所以你在赞扬他人时一定要切合实际,根据事实去赞扬,这样既能达到沟通的目的,又不违背客观事实。如果你确实不了解情况,暂时无法实现思想的沟通,那么不如从具体事物入手,以达到沟通感情的目的。对员工,你可以谈谈自己对他的印象(好印象)。对员工交上来的报告,在没细读之前,你可以赞扬一下对方的字迹工整美观。总之,赞扬内容要符合客观事实,这样才能起到良好的激励效果。

第12天 尼伦伯格定律:最成功的谈判是双赢或多赢

核心提示

真正成功的谈判,应该是双赢的,而非一方得势另一方有损。

理论指导

美国著名谈判学家尼伦伯格认为,一场圆满、成功的谈判,每一方都应是胜利者。这就是尼伦伯格定律。

尼伦伯格定律启示人们,一场圆满、成功的谈判应该是双赢的,如果你总想自己得势,必然会造成与他人势不两立的局面。

在谈判桌上,谈判双方通常都会竭尽全力维护自己的立场。例如,一位精明的卖主会把自己的产品功能讲得天花乱坠,以抬高产品的价格;而聪明的买主会鸡蛋里挑骨头,从不同的角度指出产品的不足之处,从而将价格至少压低到对方出价的

一半。双方都会讲出无数条理由来支持自己的报价,导致谈判陷入僵局。如果谈判没有陷入僵局,那么通常是一方作出了一定的让步,或双方经过漫长的多个回合的讨价还价,各自都进行了让步,从而达成一个中间价。

这种谈判方式,是一种典型的“立场争辩式谈判”。立场争辩式谈判的特点是:谈判每一方都在为自己的既定立场争辩,欲通过一系列的让步,最终达成协议。

必须正视的是,在商业活动中,如果大家采取这样的谈判方式,往往会使谈判陷入一种误区。人们从实践中得到的教训是:这种谈判方式有时会导致谈判各方不欢而散,甚至还会破坏双方今后进一步的合作。

要想让谈判达到双赢效果,那就得遵

循一定的原则。第一，要知道人们在谈判中，不是为同样的东西而来的。不要认为对方想得到的东西就一定是你必须损失的东西。糟糕的谈判者会试图强迫对方改变立场，而高明的谈判者知道即使立场差别很大，双方的利益也可以是相同的，所以

他们通过行动让对方改变立场，关注双方共同的利益。第二，不要把谈判局限在一个问题上。第三，不要过于贪心，不要企图拿走谈判桌上的最后一分钱。第四，把一些东西放回到谈判桌上，比如给一些额外的优惠。

第13天 亚佛斯德定律：有效激发对方需求，你将无往不胜

核心提示

知道对方的需求，并能引导这种需求，这比什么都重要。

理论指导

亚佛斯德定律是德国人类学家W. S. 亚佛斯德提出来的，他认为，一个人在与人沟通时，若能引起他人急切的需求，并能引导这种需求，那么他就能无往不胜。

一位文质彬彬的先生带着他的宝贝儿子到商场买棒球衣。热情的营业小姐见他们来到柜台前，就笑着迎上去说：“您是想买一套棒球衣吧？”

这位先生感到好生奇怪，他点了点头，问：“你是怎么知道的？”

营业小姐笑着解释说：“您一进来，就一直盯着我们体育专柜的棒球衣，而且您儿子手中还拿着棒球呢。”听营业小姐这么一说，先生和他的儿子都挺高兴，就挑选了一套球衣，并准备付款。

这时，营业小姐又补充说：“这是和棒球衣配套的汗衫和长袜，您儿子穿上一定特别好看。”经营业小姐提示，先生觉得多买些配成一套也还不错，于是就买下了。

随后，这位营业小姐又亲切地问先生的儿子：“你有球鞋吗，小弟弟？”

其实这位先生本无买鞋的打算，所以就犹豫起来，营业小姐十分真诚地夸赞他的儿子是个英俊少年，穿上全新的球衣、球鞋，会显得更精神。

就这样，这位文质彬彬的先生，在自然轻松的聊天中多买了原本不打算买的汗衫、长袜和球鞋。虽然他比原计划多花了钱，但心情很愉快，而营业小姐轻松地卖出了一连串商品，结果可谓是皆大欢喜。

不得不承认，这位营业小姐的确是个口才高手。试想一下，如果她不开口，不肯多讲一句话，说不定这父子俩匆匆选套球衣就走了，或者因为没有中意的球衣径直离开体育专柜。而营业小姐热情洋溢地问明顾客需要什么，又顺便介绍其他商品，并且询问小男孩还缺什么东西，在顾客完成原定购买计划后又给顾客增加了三项支出：汗衫、长袜和球鞋。

这位营业小姐在充分掌握了顾客心理的前提下，最大限度地挖掘并引导了他的潜在需求，既让顾客满意而归，又提高了自己的销售业绩。

第14天 鸟笼效应：要想不被别人反复提及，就得先行道破

核心提示

要想不被别人反复提及，就得先行道破。

理论指导

鸟笼效应是一个著名的心理现象，是由美国近代杰出心理学家詹姆斯首先发现的。

1907年，詹姆斯从哈佛大学退休，同时退休的还有他的好友物理学家卡尔森。

有一天，詹姆斯和卡尔森两人打赌。詹姆斯说：“不久之后，我一定会让你养上一只鸟。”

卡尔森不以为然：“我不信！因为我从来就没有想过要养一只鸟。”

没过几天，恰逢卡尔森生日，詹姆斯送上了礼物——一只精致的鸟笼。

卡尔森笑着说：“我只当它是一件漂亮的工艺品，你就别费劲了。”

从此以后，只要客人来访，看见书桌旁那只空荡荡的鸟笼，他们几乎都会问卡尔森：“教授，你养的鸟是什么时候死的？”

卡尔森只好一次次地向客人们解释：“我从来就没有养过鸟。”

但是，这种回答每每换来的却是客人困惑的目光。无奈之下，卡尔森只好买了

一只鸟。

就这样，詹姆斯的“鸟笼效应”奏效了。

鸟笼效应为什么会存在呢？心理学家解释说，这是因为买一只鸟比解释为什么有一只空鸟笼要简单得多。即使没有人来问，或者不需要加以解释，“鸟笼效应”也会给人的心理造成一定压力，使其主动去买一只鸟与笼子相配。

丽莎的困扰源于一个鱼缸。

鱼缸是朋友送丽莎的礼物，很漂亮、很气派。丽莎将鱼缸摆在了客厅和餐厅交界处。此后，每每有人到她家都会问相同的问题：“你养的鱼呢？”

丽莎每次都要这样解释：“我从没养过鱼。”听了这话，朋友感到匪夷所思。久而久之，丽莎也解释烦了。

于是，丽莎开始养鱼了。从换水、喂鱼到添置各项物品，这些事情占据了地大把的时间，但没过多久，鱼就一条接一条地死去。终于，丽莎决定放弃，到处询问：“你家需要鱼缸吗？我免费送你。”

那几天，丽莎还将MSN签名档改为——被一个鱼缸牵着鼻子走。

应用在沟通中，鸟笼效应启示人们，要想不被别人反复提及，就得先行道破，否则你就只能被别人牵着鼻子走。

第15天 牢骚效应：牢骚宜疏不宜堵

核心提示

牢骚宜疏不宜堵，堵则气滞，牢骚升级；疏则气顺，情绪高涨。

理论指导

梅约是美国哈佛大学的心理学教授，他认为，和没有人发牢骚的企业相比，有