

北京大学国家软实力课题组
中国软实力研究院课题成果

惊喜效应

开启心理契约的密码

李维 著



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

惊喜效应

开启心理契约的密码

李维 著



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

图书在版编目 (CIP) 数据

惊喜效应：开启心理契约的密码 / 李维著. ——北京：北京联合出版公司，2015.8

ISBN 978-7-5502-5875-4

I . ①惊… II . ①李… III . ①销售 - 商业心理学 IV . ① F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 182821 号

惊喜效应：开启心理契约的密码

作 者：李 维

责任编辑：宋延涛

北京联合出版公司出版

(北京市西城区德外大街 83 号楼 9 层 100088)

北京时捷印刷有限公司 新华书店经销

字数 148 千字 889mm×1194mm 1/32 7 印张

2015 年 9 月第 1 版 2015 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5502-5875-4

定价：48.00 元

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容
版权所有，侵权必究

本书若有质量问题，请与本公司图书销售中心联系调换。

电话：(010) 64243832 82062656

序言

开启心理契约的密码

美国著名管理心理学家施恩（E. H. Schein）教授认为，心理契约是“个人将有所奉献与组织欲望有所获取之间，以及组织将针对个人期望收获而有所提供的一种配合”。简言之，心理契约是人與人之间（或者人与组织之间），以承诺和感知为基础，彼此形成的责任和义务的各种信念（心理承诺）。

心理契约是无形的契约，却是最有主观力量的契约，可以形成最稳固、最忠诚的契约关系。本书所讲的惊喜效应则是开启这个神秘契约的密码。

商业的繁荣与科技的发达，让人们的交往日益频繁，但是人与人之间的信任危机也日益加深。情感这个连接人与人之间关系的纽带变得极为脆弱。为了在自我利益和彼此关系上安一把安全锁，人们愿意把信任建立在白纸黑字的合同上。

人们并不相信所谓的口头承诺或价格担保，所以，租房要签协议，上班要签协议，合伙要签协议，散伙要签协议，甚至结婚也要签婚前协议，明确义务和财产。这样的举动虽然让自身的利益在法律的保护之下，但是并不利于彼此之间真正的情感忠诚。

在企业软实力的课堂上我常讲，心理契约比现实合同更有力量！如果你想要彼此关系更稳固，不要在纸上盖章，要在心里盖章。

如果一个人的预期被超越，就会产生惊喜。惊喜一旦产生，在惊喜的刺激下，惊喜者就会与带给他惊喜的个人或组织建立一种心理契约，进而改变自己的态度和行为（惊喜—心理契约—态度或行为的改善）。惊喜之下产生的这一系列的连锁反应，具有极大的正向意义，可以改变我们的生活，改变我们的人际关系，改变我们的工作状态和工作层次，甚至可以打破商业社会固若金汤的冷漠，改变整个社会。我们将惊喜带来的这一系列连锁反应称为“惊喜效应”。

经过长期观察和研究我发现，在建立心理契约的问题上，惊喜效应能够达到立竿见影的效果。给他人制造惊喜不容易，需要了解对方，从对方出发，倾注精力，花尽心思。所以，一个惊喜才足以让对方惊讶、欢喜，然后在体会到他人用心的时候，自动靠拢，也对对方用心，在行为和情感上忠诚。而制造惊喜的那个人也同时在对方心中盖上了一个抹不去的忠诚之章。

本书是我对惊喜效应长期研究和讲课的精华。第一章介绍了惊喜效应的原理，包括惊喜的现象、本质和规律，以及惊喜效应的能量等。第二章介绍了惊喜效应产生的方法，包括设计悬念、打造体验点、打破常规、降低期望等。第三章到第七章介绍了惊喜效应在实际工作和生活中的应用，包括营销、销售、管理、职场和婚姻家庭等。同时，在附录中为大家介绍了惊喜效应的理论来源。

如果你阅读了这本书，你一定能从书中学到惊喜效应的形成机制并应用于你的工作和生活中，那样，你的世界里一定会因此充满一个又一个惊喜。

第一章 惊喜效应的原理 \\001

何谓惊喜 \\003

惊喜效应的定义和内涵 \\006

惊喜效应产生的规律 \\010

惊喜效应的巨大能量 \\014

惊喜效应的结果判断 \\018

惊喜效应的正能量与负效应 \\022

第二章 惊喜效应产生的方法 \\027

悬念设计：让“喜”变成“惊喜” \\029

打造体验点：让对方置身惊喜之中 \\032

打破常规：常规是惊喜最大的忌讳 \\036

降低期望：让超越成为可能 \\039

第三章 惊喜效应在营销中的应用 \\043

破译吸客留客的营销密码 \\045

- 满意还是惊喜？未来营销标准之争 \\049
- 一份果盘对企业营销智慧的终极考验 \\054
- 昂贵的星巴克带来的惊喜效应 \\059
- “学不会”的海底捞营销 \\065
- 博彩业火爆背后的惊喜效应 \\070

第四章 惊喜效应在销售中的应用 \\075

- 破译推动成交的销售密码 \\077
- “秘密协议”让销售充满惊喜 \\085
- 打折促销降低了惊喜感 \\090
- 解析人类大脑对价值的取向 \\096
- 与销售无关却又实用的“销售技巧” \\103

第五章 惊喜效应在管理中的应用 \\111

- 破译获取员工忠诚的管理密码 \\113
- 用给予的方式换取员工忠诚 \\118
- 小字条背后的惊喜魔力 \\123
- 环境对于打造团队的重要性 \\130
- 用惊喜效应为企业“留人” \\137
- 怎样发钱才是最“惊喜”的 \\143

第六章 惊喜效应在职场中的应用 \\151

- 破译升职、加薪的职场密码 \\153

员工思维 PK 老板思维 \\159

惊喜激发职场正效应 \\165

职场中的“争”与“不争” \\170

“给同事惊喜”同样重要 \\174

第七章 惊喜效应在生活中的应用 \\179

破译增进夫妻感情的情感密码 \\181

“小别”的惊喜胜“新婚” \\187

一道菜的惊喜能影响婆媳关系 \\191

送礼物，用心才“惊喜” \\198

附录：惊喜效应理论基础 \\203

马斯洛需求层次理论 \\204

赫茨伯格双因素激励理论 \\210

第一章 惊喜效应的原理

经过大量的研究我发现，惊喜带给我们的影响并不仅仅是让我们心情愉悦，很多时候，惊喜背后潜藏的巨大力量，可以改变我们工作、生活的状态。

这一章，我将为大家揭开惊喜效应的面纱……

何谓惊喜

在说惊喜前，我们先看看下面的情景：

过生日时，你突然收到远方朋友寄来的礼物；

钱包掉了，你正沮丧万分时，却被人捡到并还回来；

商场购物，拿着小票去抽奖，你意外抽到一台笔记本电脑……

以上情景无论大小都有两个共同的特点：一是没有任何预兆；
二是结果都是正向的，是让人感到惊喜的。

惊喜的最终目的是让人快乐，所以，“喜悦”是必须要满足的条件。而只有喜悦没有惊奇，只是最为普通的喜悦，惊喜就无法成立。同时，“没有预兆”也是惊喜产生的必备条件。这样，才能促使我们产生“惊奇”的情绪。

同其他情绪相比，惊喜更能够带给人们长久、积极的记忆，一份惊喜所带给人的感受，往往会持续相当长的时间，有些惊喜甚至让人终生难忘。

惊喜对我们的生活来说很重要。

我们的生活需要时不时地有一些惊喜来铺垫，这样才能一直保持趣味性和新鲜感。不仅生活，我们的工作也是如此，长久干一件事情，很容易让人心理疲劳，产生厌烦、懈怠的心理。而这个时候，如果在工作中注入一些惊喜，便可以重新获得激情和动力。

不过，惊喜的产生会遇到一定的阻碍。

生活中的大多数人都喜欢充当“我知道”的角色，可是，往往会在“我知道”“我什么都知道”中对生活和工作产生怠倦、没意思的心理，从而失去本该有的激情和动力。

在大多数情况下，我们的生活和工作都按照预定的路线进行。对于工作和生活，我们有着一定的掌控力，这在一定程度上减少了生活的惊喜。

比如，过生日，每一年都被安排在特定的地方庆祝。生日庆祝走上形式化，久而久之，我们便对过生日失去了期待。而如果，本来以为生日同往年无异的时候，却突然收到一张机票，被邀请去风景迷人的济州岛过，这想必是最为难忘的生日。因为它与以往不同，让我们足够惊喜。

现代科技的发展，让人们在遇到了问题之后，习惯性地求助于网络。比如，我们在计划出游前，会上网搜旅游攻略。虽然，这可以让我们更好地掌控自己的行程和钱包。但是，当我们从网上被告知，在某处地方有一所颇有味道的咖啡馆，装修不错，服务不错，店家赠送的某某礼品也不错时，我们就会期待这样一处地方。如果，这个地方同网上描述的一样还好，可如果有稍微没有做到的地方，

都会引起我们的不满。这就是预先得知的坏处。而如果，我们在旅途中无意间发现一处有特色的咖啡店，就会很惊喜，而这个惊喜感会随着服务、礼物逐渐升级，让我们难以忘怀。

这就是惊喜带给我们的好处，它会增加我们的生活乐趣，让我们更为积极。

惊喜效应的定义和内涵

● 惊喜效应的定义

当一个人的心理预期（期望）被超越，便会产生惊喜。惊喜容易在瞬间使人與人之间建立心理契约或者承诺。心理契约比现实合同更有力量，前者发自内心，后者可能是迫于无奈的妥协或基于条件的权宜之计。心理契约之下便产生情感忠诚和行为忠诚。这种由惊喜而引发的一系列的连锁反应，我将其称为惊喜效应。

惊喜可以为我们带来情绪上的惊奇和快乐。这种惊奇和快乐会对我们的身体、心理、行为产生一定的影响，从而让我们作用于除自己以外的事物，让我们发生改变。

举一个例子。我们意外地被升了职，这种惊喜带来的影响使得我们身心愉悦，更加自信，更努力地工作。同时，对同事、领导更加友好。而自身的努力、好的人际关系，让我们的工作更加得心应手，因而得到更多人的认可和赏识。

这就是惊喜效应，能量的不断分享与传递，使周围的事物发生

改变。

● 惊喜效应的内涵

惊喜效应能给我们的生活和人际关系带来巨大的改变，它具有深刻的内涵。

在心理学家马斯洛的需求层次理论中，人类的需求有五种层次：生理、安全、感情、尊重和自我实现。这些需求让我们对周围的人和环境产生“要”，这种“要”便是一种期待。

一般来说，如果我们能够满足他人的“要”，只会让他人获得心理上的平衡，进而不产生抱怨。但是，若想建立心理契约或者承诺，光满足是不够的，还需要超越。只有给予对方意想不到的“要”，我们才更容易走进对方的心中。

比如，老板满足员工预期中的工资和职位，会在一段时期内让这位员工继续工作下去。可是，员工不一定就会对老板和工作忠诚，可能会在工作中偷懒，也可能会和同事在私底下抱怨工作和老板。这位老板若想获得员工的忠心，让员工任劳任怨，显然要在满足员工心理预期的基础上，给予更多。那么，这个时候，惊喜就可以做到。因为惊喜提供的是超乎预期，更容易让员工感到自己的重要性和被关注。这个时候，老板和公司不仅满足了他关于薪资、发展上面的“要”，还让员工感受到自己更大的价值。从这个角度来说，老板若想掌握员工的心理，让员工死心塌地，就要学会制造惊喜。

惊喜效应是一种积极的强化作用。

美国心理学家和行为学家斯金纳指出，如果在人们采取某种行

为时，能够从他人那里得到某种让自己身心愉悦的结果，这将会促使人们重复这种行为。而推进人们发生重复行为的力量被称为正强化，也就是积极强化。

从这方面来说，惊喜效应就是一种积极的强化作用。当我们在做某件事情的时候，突然得到一种激励，这对我们而言是一种惊喜，这将会促使我们更好地完成这件事情，同时，会让我们产生重复行为，因为我们内心渴望再次获得惊喜。比如，当我们在努力工作之后，意外地收到了奖金，我们会产生惊喜。惊喜带来的最终结果将使我们继续努力甚至更加努力。因为，我们渴望再次获得奖金。

所以说，企业若想对员工进行更有力量的激励，就要在激励中注入惊喜，这会带来更大的强化作用。

惊喜效应实际上就是细节的累积。

惊喜并不一定非要来源于大的创新，可能一个小小的改变和用心就能给对方带来惊喜感。

比如，炎热的夏季，当顾客大汗淋漓地从外面走进店内，店内的工作人员立刻递来一块凉凉的湿巾。这是一个很小的细节，但是却能给顾客带来惊喜，觉得这家店服务真周到。还比如，入住一家酒店，在走的时候，酒店工作人员递过来一束鲜花，以示对酒店工作支持的感谢。这是细节，但是，正是这个细节给我们带来了不一样的体验，让我们拥有了惊喜感，从而对酒店的服务赞不绝口。

公司茶水间放着各种各样的茶水、饮料、咖啡，有舒适的坐凳，桌子上面放着各色杂志，让新入职的员工充满惊喜，感受到公司浓

浓的人情味，从而更加坚定了要留下来的决心。

人的感动常常潜藏在细微处，细微处的用心更能打动人心。

很多时候征服一个人，不需要我们做多少事情或者花多少钱，而是一个小细节。一个小细节可以给对方带来惊喜，而一个惊喜能在瞬间拉近彼此之间的距离。

惊喜存在于微小的改变之中，它是细节的累积，需要我们用心发现，用心制造。