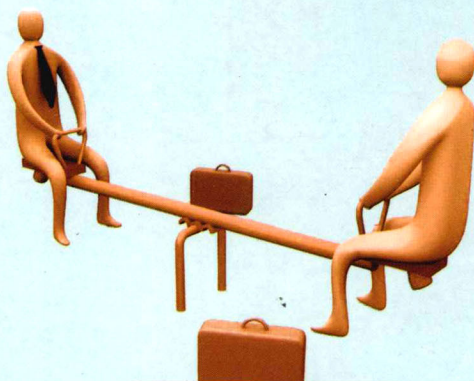


轻松掌控话语 瞬间突破心防 彻底说服他人

陈璐◎编著

攻心 说服术

说服中的心理策略



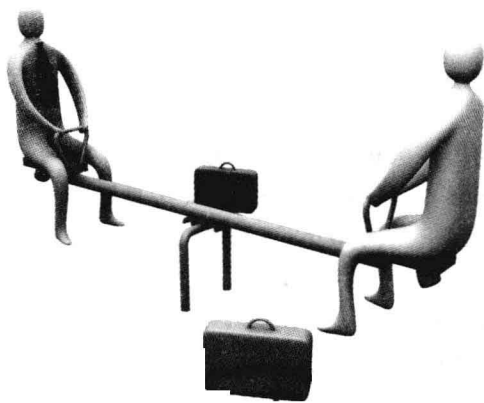
如何在任何场合说服任何人

生活中不是我说服了你，就是你说服了我。只要双方的意见存在分歧，而你又想让对方听你的，那么，最有效的办法就是说服他。话不在多，攻心就行！只要你掌握了攻心说服术，你就能说服任何人，让一切听你的！

攻心 说服术

说服中的心理策略

陈璐◎编著



如何在任何场合说服任何人

图书在版编目 (C I P) 数据

说服中的心理策略:攻心说服术 / 陈璐编著.

—北京:新世界出版社,2011.11

ISBN 978 - 7 - 5104 - 2324 - 6

I. ①说… II. ①陈… III. ①说服 - 心理学

IV. H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 224535 号

说服中的心理策略:攻心说服术

作 者: 陈 璐

责任编辑: 陈 玮

责任印制: 李一鸣 黄厚清

出版发行: 新世界出版社

社 址: 北京西城区百万庄大街 24 号 (100037)

发 行 部: (010)6899 5968 (010)6899 8733(传真)

总 编 室: (010)6899 5424 (010)6832 6679(传真)

<http://www.nwp.cn>

<http://www.newworld - press.com>

版 权 部: +8610 6899 6306

版权部电子信箱: frank@nwp.com.cn

印 刷: 北京嘉业印刷厂

经 销: 新华书店

开 本: 710/1000 1/16

字 数: 260 千字 印张:19.75

版 次: 2011 年 11 月第 1 版 2011 年 11 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5104 - 2324 - 6

定 价: 36.00

版权所有,侵权必究

凡购本社图书,如有缺页、倒页、脱页等印装错误,可随时退换。

客服电话:(010)6899 8638

有这样一个故事——在一个村庄里，有一位青年即将离开家乡去外面的世界闯荡，他在临行前去见村里的智者，想听听智者的教诲。

他问智者：“世界上最容易的事情是什么？”智者回答道：“世界上最容易的事是说话，即便是几个月大的婴孩，也能咿咿呀呀地儿语。”

他又问：“世界上最难的事情是什么？”智者回答道：“世界上最难的事还是说话，即便是学富五车、历经世情的人，也未必能把话说好。”

青年想了想，又问了最后一个问题：“那么怎样才能把话说好呢？”智者指了指自己的心口，回答说：“看管好自己的嘴，照顾好他人的心。”

这位智者的话很有道理，话，人人都能说，但未必人人都会说。真正会说话的人三言两语便能说服他人，而不会说话的人，即使说得再多，也无法令他人信服。我们每个人每一天都在同形形色色的人交流沟通，与家人、亲人、朋友，与同事、领导、客户，甚至与萍水相逢的陌生人，都离不开说服，不是说服了他人，就是被他人说服。其实人际交往的过程也是一个说服与被说服的过程，真正会说话的人一定是一个说服高手。

智者对青年说，要把话说好，就要“看管好自己的嘴，照顾好他人的心”，这其中的深意是指，一个人会不会说话，能不能说服他人，不在于他学识如何渊博，也不在于他口才有多出众，关键要看他对人心的洞察、理解还有把控。如果一个人能够窥破别人心中的弱点与软肋，并能够照顾好别人的情绪与感受，那么，他说出的话才能字字句句落到人家的心坎上去，也才能吸引人、打动人、影响人、说服人。

古语有云：“攻心为上，攻城为下；心战为上，兵战为下。”这句话不仅适用于兵法策略，同样也适用于话语沟通。善解人心的人说话，一句顶一万句；而不懂人心的人说话，一万句都顶不上一句。所以说，一个说服高手，首先定是一个攻心高手。

有一个故事流传很广，说的是英国著名诗人拜伦有一次在街上看见一位乞讨的盲人，这位盲人手中举着一块牌子，上面写着“自幼失明，沿街乞讨”，可是尽管街头人来人往，盲人身前的那个破盒子里却只有寥寥几枚硬币。拜伦在一边看着，心有所动，于是拿出笔在盲人的牌子上写了另外一句话——“春天来了，可是我什么都看不见。”这一改不要紧，过路的行人纷纷将钱币递到盲人手中，不到一上午，那个破盒子就装满了零钱与硬币。

拜伦的“神来之笔”之所以能征服众多路人，就是因为他的那一句话直指人们心中最柔软的地方，触动了人们深切的悲悯感与同情心。一句话夺人眼目，一句话俘获人心，攻心说服的力量之强大，有时候远远超乎人们的想象。在生活中，我们如果能够活用这种攻心说服术，那真的会收到“化腐朽为神奇”的奇效。

举一个真实的例子：有一位女士去一家鞋店买鞋，她连试了好几双鞋，都不合脚。接待她的店员发现该女士的左脚比右脚稍大一点，所以试鞋不是大了就是小了，于是，这位店员说了这么一句话：“您的一只脚比另一只脚大，所以很难选到合适的鞋。”女士一听，又羞又怒，大发了一通脾气后，立马拂袖而去，进了另一家鞋店。这个鞋店的店员也发现了同样的问题，但她是这么说的：“您的一只脚比另一只脚要小巧，您真幸运。”这位女士听到这句话，心情立刻阴转晴，她爽快地在这家店买了鞋，后来还成了这家店最忠实的老顾客。

第一位店员说错了吗？没有，她表达的意思其实跟第二位店员的一样，但不同的是，第二位店员懂得解读顾客的内心，懂得照顾顾客的感受，所以，她的话更合人家心意、更对人家心思，她的胜，胜在善读心、善攻心。

以话语动人心，以话语赢人心，以话语服人心，这样的攻心说服术听起来很玄乎、很高深，但事实上却很简单。只要我们可以推己及人，换位思考，将心比心，以心交心，那么，我们就能清晰地感知到别人在想什么，他们需要什么，他们

想听什么。有了这种感知,我们说出来的话语就更能影响人心,撼动人心,操控人心,打动人心,征服人心。

一个说服高手,未必能做到口若悬河、滔滔不绝,也未必能做到妙语连珠、舌灿莲花。但是,他只要一开口,一言一语,必能恰如其分,入耳入心;一字一句,必能扣人心扉,动人心弦。这样的一个人,他说出来的话语没有人不愿听,没有人不爱听。要成为这样一个说服高手,要练就这样的攻心能力,其实并不难,只要掌握方法,你也可以做得到。

本书就是这样一本教人把话说到人心深处,用话语影响并征服他人的书。这本书通过大量经典睿智的故事,通过生活化的案例与语言,通过深入浅出的剖析与指引,为你讲述充满智慧的攻心说服艺术。阅读这本书,你不仅能对人们的心理有一个深入透彻而别具一格的认知与解读,更能学到最实用的攻心说服技巧与高招。如果你能活学活用,你就会发现,你的人际关系将越来越如鱼得水、左右逢源,你的话会说得越来越得体,越来越聪明,越来越中听,越来越动人!

第一章 洞察说服的本质：口服不如心服，巧辩不如攻心

- 为什么很多事情你说得越多越没用 3
- 说服一个人不是用口才,而是用心理 5
- 人类至深的天性,就是渴求被人重视 8
- 掌握了人类的欲望就掌握了这个世界 11
- 说服就是要见人说人话,见鬼说鬼话 14
- 要想说服对方,就要先肯定对方 17
- 顾全了他人的面子,他人才可能会听你的话 20
- 让对方体会到你的关爱,说服会事半功倍 23
- 比起口才,说话的态度更重要 26

第二章 解除心理的防线：说服的前提是赢得信任

- 只有先认同你的人,才有可能认同你的话 31

避直就曲,说服前先聊些温馨的话题	34
用概括性的问题发问,能找到对方感兴趣的话题	37
利用模棱两可的问句,套取对方更多的信息	41
运用各种不相关联的话题,找出两人间的共同点	44
事先向对方说明事情可能的风险,更易获得对方的信任	48
想方设法制造两人共有的秘密,轻松拉近双方的距离	51
微弱的光线可以拉近双方的距离,增加彼此的亲密感	54
无声胜有声,用行动让对方感觉到自己的真诚	56

第三章 掌控人性的弱点:最好的说服是自我说服

人人都以自我为中心——让他感到自己很重要	61
人人都自以为是——让他在辩论中做个赢家	64
人人都喜欢自我吹嘘——鼓励他谈论自己	67
人人都喜欢自己做主——让他觉得那是他自己的主意	70
人人都有点英雄情结——激发他产生一种高尚的动机	73
人人都不愿意承认错误——间接指出他人的错误	76
人人都渴望被人称赞——真诚地欣赏和称赞他人	79
人人都希望得到尊重——对他的意见不论对错先尊重	82

第四章 站在对方的立场:像鱼一样思考才能钓到鱼

用心倾听,才能洞悉对方的想法	87
换位思考:假如你是对方,你会怎么做	90
善用同理心,和对方永远保持一致	93

没有永远的朋友,但有永远的利益	96
唯我独尊:每个人最关心的都是自己	99
你为对方着想,对方才会为你着想	102
不要又臭又长的谈话,有话请直说	105
投其所好:兴趣爱好是打开心门的钥匙	108
开口找人帮忙时,首先要“大事化小”	111
别自以为什么都知道,把对方当成笨蛋	114

第五章 把握对方的需求:动之以情,明之以理,晓之以利

再多一点就大不同——用额外的免费午餐打动人心	119
动之以情——最有力的说服武器是情感	122
晓之以利——有利可图的事情人人都会考虑	125
明之以理——道理人人都会听,就看你能否讲得好	128
右脑优先原则:先动之以情,再明之以理	131
体谅对方的感受,不要伤害到听者的感情	134
蔡格尼克记忆效应:适时中断引起对方的兴趣	137
先使自己的说辞显得公正,才能消除别人的不公平感	140
把优越感让给别人,你会获得更多	143

第六章 分析对方的性格:一眼看穿对方的性格弱点

羡慕虚荣型——奉承是屡试不爽的秘密武器	149
贪小便宜型——给他一些小便宜,实现自己的“大便宜”	152
吹毛求疵型——找准“死穴”,一击即中	155

犹豫不决型——唤醒他的冲动感与危机感	158
脾气暴躁型——用自己的真诚再加一点小技巧打动他	160
自命清高型——赞美他,顺便带点儿自贬幽默	163
世故老练型——开门见山,不给他谋划铺排的机会	166
来去匆匆型——抓住他的关注点,为他节省时间	169
理智好辩型——藏精于拙,让他英雄无用武之地	172
小心谨慎型——你越是着急,他越是反感	175
沉默羔羊型——“勾引”他,用点手段吊足他的欲望	178

第七章 营造强大的气场:让对方心甘情愿跟着你走

气场是你周围的能量场,拥有无言的说服力	183
无论坐着还是站着,挺直腰杆都能让气场更强大	186
用绝对肯定的语气说话,不容对方怀疑	188
气场不等于气势,温和待人让能量更聚集	191
永远把微笑挂在脸上,善意的气场能征服任何人	194
多听少说,你的气场会令周围的环境更融洽	197
在“远、狭、对”的交涉环境下,你的气场更容易让人屈服	200
在离开时才以突然想到的轻松口吻发问,可以问到实话	203

第八章 展开心理的博弈:说服有时需要意志力的较量

有些人像弹簧,你弱他就强,你强他就弱	207
坚持并重复强调一个观点,使对方最终屈服	210
用强硬的态度说出具体的数字,再穷追不舍地追问	213

让对方说出拒绝的具体理由,再针对各点一一击破	216
假装是对方的盟友,煽动对方的不安和不满	219
每句话都取得对方的同意,可以撇清自己的责任	222
过多的信息可以让对方心里产生不安并自乱阵脚	225
时时附和对方的谈话,可轻松赢得对方的好感	228
沿着对方的观点说服对方,能让他不得不服	231

第九章 进行心理的暗示:让客户不知不觉说“是”

选择越少,可以促使对方越快做出决定	235
通过对比能够影响对方的认知	238
说说不接受的严重后果,就会使对方主动接受	241
双脚叉开,侃侃而谈可以给对方权威感	244
肢体接触可以降低对方的警戒心,增进双方的亲近感	247
伪装成不经意说出口的话,最容易让人相信	250
话中放入莫名其妙的道理或比喻,让对方无法说“不”	253
只需移开眼神,便可以从对方手中夺取主导权	256
让对方产生猜忌、疑心,诱导对方失言以套出真话	259

第十章 攻克心理的壁垒:决定说服成败的临门一脚

步步紧逼,在心理上完全压倒对方	265
总结自己的观点和论据,和对方摊牌	269
驳倒了对方的论据,顺势要求他答应你的请求	272
当对方犹豫不决的时候,略微夸大双方的优缺点	275

待对方骑虎难下的时候,再一口气进攻拿下	278
杀鸡儆猴术:演一出逼真的戏让对方自愿屈服	281
在喧闹的环境中慌张地打电话,可让对方心急难耐	285
戳到对方的痛处,让他不得不听你的	288
白脸—黑脸策略:在不产生对抗情绪下成功施压	291
使用拖延战术应对对方的最后通牒	294
有时仅仅通过提问就可以解决棘手的问题	297
运用收回条件策略,让对方感觉到这已经是底线了	300

chapter 1

●●●● 第一章

洞察说服的本质:口服不如心服,巧辩不如攻心





为什么很多事情你说得越多越没用

能说话不等于会说话，在很多事情上，说得越多，说得越好，反而越没有说服力。一个会说话的人，他会揣摩、会解读、会迎合别人的心理，他懂得在合适的时机把合适的话说到人家的心窝里去。

马克·吐温有一个众所周知的故事，有一次他参加一场募捐活动，最初，听着活动组织者的演讲，他很受感动，因此决定捐款。但十分钟过去了，这位组织者还在滔滔不绝地演讲，他有些不耐烦了，决定只捐一些零钱。又过了十分钟，这位演讲者还是没有停下来的意思，他决定一分钱也不捐。最后，不知道又熬了多久，这位组织者终于结束了这场冗长的演讲，马克·吐温不仅一分钱也没捐，反而从募捐的盘子里偷偷拿走了两块钱。

马克·吐温是存心想要拿那两块钱吗？当然不是。若不是那位演讲者絮絮叨叨，一再挑战人的情绪极限，马克·吐温或许早就将钱捐出来了。可见，很多时候，一个人把话说得再多、再好，也未必能打动人心，还有可能会起副作用。

在《墨子》中有这样一段话，很能说明道理——

子禽问曰：“多言有益乎？”

墨子曰：“蛤蟆蛙蝇，日夜恒鸣。口干舌弊，然而不听。今观晨鸡，时夜而鸣，天下振动。多言何益？为其言之时也。”

这段话的意思是说，子禽问老师墨子：“多说话有好处吗？”墨子回答说：“蛤蟆、青蛙，白天黑夜叫个不停，叫得口干舌疲，然而没有人去听。但你看那雄鸡，在黎明按时啼叫，人们一听就知道是天亮了。多说话有什么好处呢？重要的是话要说得切合时机。”

墨子这番话说得极有道理，在人际沟通中，很多事情说得再多再好也是没有用的。话说得太多，长篇累牍，往往会显得啰嗦累赘，就像《大话西游》中喋喋



攻心说服术

说服中的心理策略

不休的唐僧一样,只会让人失去倾听的耐性,甚至觉得烦不胜烦;而话说得再好听,如果不能契合听话之人的心意,不能把话说到点子上,那么,也只是白费工夫、徒劳无功而已。一番话说出来,管不管用,关键只在于两点:第一,就像墨子所说的那样,要选择合适的说话时机和火候;第二,要准确地把握听话之人的心理,要把话说到对方的心坎上。

1981年世界杯排球赛最后的一场是中日对决,第一、二局中国女排轻松获胜。此时,女排姑娘们高度兴奋,激动不已,结果接下来的比赛严重失控,打得毫无章法,导致第三、四局稀里糊涂地输给了日本队。这时,主教练袁伟民非常着急,他一再请求暂停,向队员们面授方法,却没有任何成效。比赛如果继续这样下去,势必会导致惨败,把冠军拱手让给对手。怎样才能使女排姑娘们镇静下来,在接下来的比赛中扭转战局呢?在第五局开始前的短暂时间里,主教练袁伟民将女排姑娘们聚在一起,对她们说了这样几句话:“要知道,我们是中国人,我们代表的是整个中华民族,祖国的人民在电视机前看着我们,我们要拼,我们要搏,我们要大获全胜。这场球拿不下来,我们要后悔一辈子!”就这么简短的几句话、几十个字,一下子震醒了女排队员,让大家重拾了信心和勇气。最终,女排一鼓作气,努力拼搏,胜了第五局,赢得了世界冠军!

袁伟民教练的短短几句话,却像大棒一样,及时地敲醒了女排队员,撼动了每一个人的心,也重新凝聚起了大家的斗志和士气,最终成就了一场来之不易的胜利。试想,如果当时袁伟民教练对着女排队员们训一通,或者长篇大论地说教一番,那么,最后的战局很可能会改写。

我们说话,不是为了制造废话,而是为了达到沟通目的。如果说出来的话根本入不了别人的耳,动不了别人的心,那么,这番话即使说得再多再好,也只能被称为废话。反过来,即便只说出一两个字,只要能让别人接受,让别人信服,那么,这一两个字就完全称得上字字千金。常言说,“鼓要敲在点子上,蛇要打在七寸处”,指的就是说话不必滔滔不绝,不必舌灿莲花,而是要在关键的时刻讲出关键的话。话不在多,而在于精,鞭辟入里,直击人心,这样的话语才会有力度,才会有说服力。



说服一个人不是用口才，而是用心理

巧辩不如攻心，说服一个人，靠的不是嘴皮子，而是心。只有设身处地，以心交心，读懂对方的心，抓牢对方的心，才能又快又准地达到说服的目的。

苏洵曾经在《谏论》中讲过一个很有趣的故事：

有三个人，一个勇敢，一个胆量中等，一个胆小。有一天，有人将这三个人带到了一道深谷边，并且告诉他们说：“能够跳起跨越这深谷的，就是勇者；不能跨越的就是懦夫。”那个勇敢的人深以怯懦为耻，于是他毫不犹豫地纵身跳过深谷，而另外两个则动也不动。接着，那个人又对剩下的这两个说：“能够跳过去的，给他千两银子；不能跳过去就不给。”听到这话，那个胆量中等的人咬咬牙，也跳过去了，但那个胆小的人还是鼓不起勇气来。这时候，那个人放出了一只凶猛的老虎，胆小的人一看猛虎逼近，不待别人劝，立刻纵身跳了起来跨过了深谷。

这个故事告诉我们，对不同的人，要根据其性格与心性，以不同的方法去激发他。在沟通中也是同样的道理，世界上没有完全相同的两片树叶，世界上更没有完全相同的两个人，每一个人都有其特点与特色，更有异于他人的心理与弱点，就好比一把独一无二绝无“山寨”版的锁。我们要想说服某个人，要想开启这把锁，就必须用上与其匹配的钥匙，才能打开这把心理之锁。所以说，说服这门艺术，比拼的不是口才，而是对人心和人性的理解与掌握。说服是一场攻心战，只有读懂了“心锁”，找对了“心钥”，才能开启“心门”。

第二次世界大战的时候，某国军方推出了一种保险，如果每个士兵每个月交10元钱，那么万一上战场牺牲了，他的家人会得到10万元的赔偿。这种保险推出以后，军方认为士兵们肯定会踊跃购买。他们向各级军官下达命令，要求军官们向士兵宣传这种保险的好处，并鼓励大家都来投保。结果却很让人意