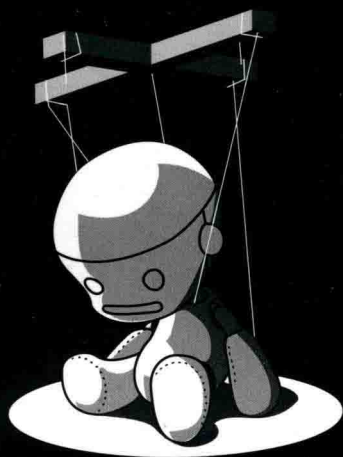


掌控

如何轻松影响他人

CONTROL

林之◎著



别人的想法，九成都能改变

不强迫、不动怒，不动声色地发挥影响力

6个掌控原理，9种心理掌控技巧 4个反掌控秘法，19个沟通说服术

—— 让人充分信任你 ——

黑龙江教育出版社

掌控

如何轻松影响他人
CONTROL

林之◎著



图书在版编目 (CIP) 数据

掌控 : 如何轻松影响他人 / 林之著. — 哈尔滨 :
黑龙江教育出版社, 2017.7

(读美文库)

ISBN 978-7-5316-9530-1

I. ①掌… II. ①林… III. ①心理交往 - 通俗读物
IV. ①C912.11-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第199477号

掌控 : 如何轻松影响他人

Zhangkong : Ruhe Qingsong Yingxiangtaren

林 之 著

责任编辑	高 璐
封面设计	MM末末美书
责任校对	杨 彬
出版发行	黑龙江教育出版社 (哈尔滨市南岗区花园街158号)
印 刷	保定市西城胶印有限公司
开 本	880毫米×1230毫米 1/32
印 张	7
字 数	140千
版 次	2018年1月第1版
印 次	2018年1月第1次印刷

书 号	ISBN 978-7-5316-9530-1	定 价	26.80元
-----	------------------------	-----	--------

黑龙江教育出版社网址: www.hljep.com.cn

如需订购图书, 请与我社发行中心联系。联系电话: 0451-82533097 82534665

如有印装质量问题, 影响阅读, 请与我公司联系调换。联系电话: 010-64926437

如发现盗版图书, 请向我社举报。举报电话: 0451-82533087

现实生活中的每个人，不是被人影响着，就是影响着他人。但凡成功人士都是能很好地掌控全局、轻松影响他人的人。

做大事之人需要具备各方面的能力，然而，良好的心理控制力是成就一切的基础。三国时期的诸葛亮之所以能够在城楼上焚香抚琴，靠的就是出色的掌控力。如果他的心理控制力不够强的话，那么他的一举一动都会被司马懿看出破绽，也就不会有“空城计”这一佳话了。

在历史上的诸多战事中，我们看到的是战场上的厮杀，实际上，在将士厮杀的背后，是两军统帅的心理战，谁能赢得战争，不光是看两军的实力，更要看哪一方的统帅的掌控力更强。

事实证明：掌控力强的人，更容易影响周围的人和事，引领群众的舆论导向，甚至把控世界发展的脉搏。他们都有坚强的意志、顽强的毅力、稳定的心理。他们从不轻易被外界所扰，也从不轻易被不良情绪所扰。他们能轻松驾驭自己，更能轻松影响他人。

要想轻松影响他人，必须熟悉掌控的基本原理，掌握必备



的心理战术，才能达到掌控别人、影响别人的目的。只有你的言语行动，包括思想，对他人产生了不可磨灭的影响，你离成功的目标才会越来越近。影响得越深刻、越深远，你才会成就斐然。

作为一名销售经理，你需掌握影响消费者心理的营销法则；作为职场中人，你需掌握影响他人的沟通法则；作为商界领袖，你需掌握影响全局的社交法则；作为家长，你需掌握影响孩子一生的亲子法则……

社会在发展，一切都在与时俱进。如果你的思维模式跟不上时代的步伐，你仍陷在老套的思维中按部就班、思维守旧，那么注定你只能处于被别人掌控的境地。不得不承认，那些因为拥有良好心理状态获取成功的事例，听起来是多么的神奇。心理能够在不知不觉中改变一个决定，一种行为，甚至一个人。

心理学研究的就是人脑的机能，人脑对客观物质世界的主观反映。人类行为是大脑对外界刺激作出反应，然后将行为信息传递给人体各个组织器官的具体表现。因此可以说，心理是人们行为的操控者，想要操控行为，就必须先学会掌控心理。而事实证明，它确实有着将世界改变的无形力量。

生活中，我们绝大多数人都在为梦想而努力打拼，其间，难免有苦闷、焦躁、混乱、失落等牵绊着成功的脚步；难免有打击、奚落、拆台、欺骗的小人。如何突破这些障碍，将掌控权握在手里，在不被他人影响的前提下影响他人，顺利地走向成功？这就需要我们学会和运用一定的掌控术。

鉴于此，我们编纂了本书。本书涵盖面广泛，不仅有心理学必备常识，更有生活中掌控和影响他人的实战案例。从轻松影响他人的6个掌控原理，到轻松影响他人的9种掌控术，再到轻松影响他人的营销法则、沟通法则、社交法则，最后到如何做到反向掌控、影响企图影响你的人，可谓面面俱到。希望各位读者朋友能够通过阅读本书，掌握控制心理的方法，提高影响他人的技能，为各自的交际活动提供有效的帮助。

本书从当代人的生活状况、工作状况出发，剖析了为何有的人容易被他人影响，有的人能随时随地影响他人，揭示其背后隐藏的内在原因，同时提供了一系列掌控工作、情绪、生活的有效解决方案，为广大读者提高工作效率、调控思想情绪、优化生活秩序指明了便捷的通道，从而改变现状，释放忧郁、焦虑，排解烦恼、苦闷，在工作、生活、感情之间游刃有余。

只要你能掌握控制的能力，你就能从工作中找到快乐，在生活中获得幸福，从而彻底改变你的人生命运！

第一章 轻松影响他人的 6 个掌控原理

- 互惠原理 / 003
- 喜好原理 / 005
- 权威原理 / 010
- 短缺原理 / 015
- 社会认同原理 / 036
- 承诺和一致原理 / 053

第二章 轻松影响他人的 9 种掌控术

- 洗脑术 / 067
- 催眠术 / 073
- 诡辩术 / 076



心理暗示术 / 080

行为矫正术 / 083

需求诱惑术 / 087

软绳捆柴术 / 089

舆论效应术 / 092

攻其软肋术 / 094

第三章 掌控消费者：轻松影响他人的营销法则

定价的影响力——价格歧视是如何诱导消费者的 / 099

色彩的影响力——高科技企业为什么喜欢用蓝色 / 102

品牌的影响力——为何暗示语能吸引消费者的关注 / 106

广告的影响力——为什么促销能引来大批消费者 / 108

产品设计的影响力——人性化设计为何招客户喜欢 / 112

文案的影响力——标题党是怎样吸引你眼球的 / 115

秒杀的影响力——饥饿营销是如何达到销售目的的 / 117

第四章 掌控你的对手：轻松影响他人的沟通法则

避免直言——下属这样说，领导才有耐心听 / 127

体恤关怀——领导这样说，下属才会言听计行 / 130

平等交流——同事间这样说，才能成为好搭档 / 136

巧妙攻心——谈判时这样说，才能摆脱僵局 / 141

以礼入情——销售员这样说，客户才会动心 / 146

言语温和——家长这样说，孩子才会用心听 / 150

第五章 掌控你周围的人：轻松影响他人的社交法则

微笑社交——跟任何人都能聊得来 / 157

形象制胜——用气质打开他人的心门 / 161

拉近关系——得到认同后轻松影响他人 / 165

有效倾听——用赢家的思维模式影响他人 / 169

投石问路——用肢体动作俘获人心 / 173

拒绝有道——明确态度，给他人施加影响 / 178

第六章 反向掌控：影响企图影响你的人

识破谎言——理性思考，让说谎者的逻辑不攻自破 / 185

识破骗局——明察秋毫，让骗子毫无可乘之机 / 191

反洗脑——保持头脑清醒，让企图洗脑者却步 / 198

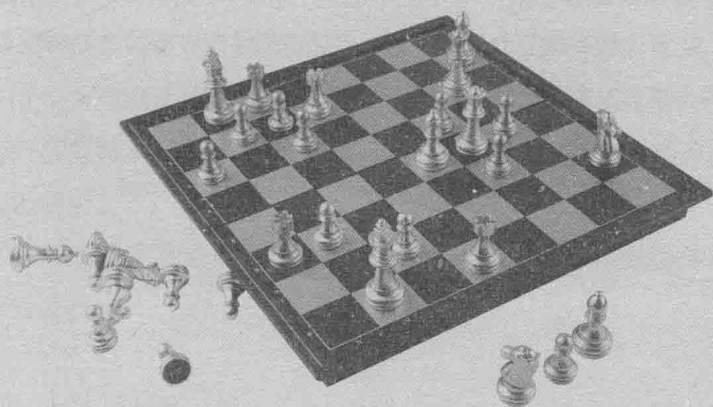
反诡辩——突破思维定式，让诡辩者甘拜下风 / 203

后记 / 212



第一章

轻松影响他人的 6 个掌控原理



你想成功地影响你身边的人吗？你想成功地说服你的上级、下属、同事、客户及对手吗？你想成为万众瞩目的“社交明星”吗？你想成为卓越的销售、沟通、演讲大师及管理者吗？……这些所有你追求卓越过程中期待出现的局面，本章都能给你不一样的启示。

本章着重讲述影响力的深层原因——轻松影响他人的6个掌控原理。了解这些有趣的心理学知识，会让你彻底改变看待自己和他人行为的方式，改变被动局面，轻松影响他人。

互惠原理

互惠原理是社会基本规则之一。人类之所以有别于其他动物，是因为我们的祖先学会了在一个公平的偿还网络中分享他们的食物和技能。正是由于有了这样一张网，才有了劳动的分工、不同商品的交换以及不同服务的交换。它使人们可以放心地先给予别人资源，而不会担心这种给予是白白浪费。别人会由于负债感记得你的给予，并在合适的时候偿还你。

互惠是人类特有的文明，是做人的基石，是人际关系的基础。人类需要合作和互惠。E-mail为什么是免费的？在门户网站浏览新闻为什么是免费的？这是因为它最大限度地把互惠原则应用在了互联网中。用户心存感激之后，就会寻找机会回报。

互惠原理认为：人们倾向于尽量以相同或相似的方式，报答他人为自己所做的一切。比如说，如果人家给了我们好处，我们就应该本着礼尚往来的精神以类似的行为加以答谢，不应该无动于衷。

互惠原理在人类文明中几乎无处不在。有一则极富传奇色彩的故事：

一位年轻售货员对一位普通的老太太招待很周到，不但搀扶着她出门，还为她撑起雨伞，一直到她上了出租车。几天后，商店老板收到一封来信，是老太太的儿子写来的，感谢售



售货员对他老母的热情接待。然后，他在商店购买了一大批昂贵的家具及其他用品，等于商店两个月的营业额。

那位年轻的售货员后来成为美国东部一家大型百货商店的总经理。老太太是谁呢？是美国钢铁大王安德鲁·卡耐基的母亲。

一个人如果接受了人家的恩惠却不打算回报，在社会群体中是极不受欢迎的。因此，我们总是要尽一切可能确保这个原理达到它的目的。给予是一种责任，接受是一种责任，偿还也是一种责任。正是由于互惠原理的广泛性，使得交换和分工产生。作为一个组织或社会，互惠原理使人们之间的联系更紧密。所谓“滴水之恩，当涌泉相报”讲的就是这个道理。

互惠原理常常会把偿还的义务强加到我们头上，但我们从互惠原理中得利的时候还是占多数的。正因为如此，笃信并且服从这个原理也就成了我们生活中的一项十分重要的行为规范。我们每一个人都知道遵守这个规范原理，违背它就会遭到无情的唾弃和嘲弄，甚至会被戴上忘恩负义之类的帽子。

一般说来，整个社会对不遵守互惠原理的人的确有一种发自内心的厌恶。为了避免被贴上像乞讨赖账、忘恩负义这一类的标签，即使是不公平的交换，我们有时候也是愿意接受的。因此，一方面是发自内心的强烈不安，一方面是来自外部的巨大羞辱，两者结合在一起，便造成了十分沉重的心理负担。了解到了这一点，对于人们在互惠的名义下会心甘情愿地付出比自己得到的多得多的东西就不会感到太难以理解了。而且，即

使人们的确有某种需要，如果感到自己难以回报，往往也会尽量避免向他人寻求帮助。这并不奇怪，因为尽管物质上的损失是人们不想看到的，但与心理上的重负一比也就不算什么了。而恰恰是这种状态给一些想要利用互惠原理获利的人提供了机会。

对于互惠原则如何应用到我们的人际交往中，是我们可以思考的问题。其中的一个重点当然是礼尚往来。礼尚往来的重点就是要能够真正地看清楚你要交的朋友。益者三友，友直，友谅，友多闻。只要能够交到这样的朋友，形成一种礼尚往来的互惠原则是很自然的事情。如果不是，则反而可能被朋友的互惠原则所影响。在现实生活中有太多由于接受他人的小恩小惠而付出惨痛教训的例子，值得我们去思考。

最后，不要在需要朋友或他人协助的时候再进行一种互惠原则和利益的交换，这给别人的印象是你太势利和功利心太重。人脉建立的重点应该放到平时的生活中多注意礼尚往来，多注意联络和沟通感情，建立一种相互信任的友情。

挑选出你认为重要的、需要被关注的人物。每个月做一件你所关注的人所喜欢的事。一年后，你将令自己变得更有影响力。

喜好原理

本节将讨论喜好原理的真谛，也就是说，人们总是愿意答



应自己认识和喜爱的人提出的要求。

基于这个原理，你就不难理解爱屋及乌这个成语典故的意思了。由此，你将可以投其所好地应用好这个原理，比如说，赞美你所认识的每一个人，对每一个和自己有关联的人微笑……总之，一切尽在喜好中！

从人的本性来说，大家都喜欢跟自己喜欢的人打交道。而与自己相似的人、让自己有愉悦感的人，通常会喜欢的人。

一、产生喜好的因素

1. 外表的吸引力。

虽然我们都知道评价一个人应该全面和客观，但那只是理想。很多人在7秒钟内就被人拒绝了，而有些人，却有了一见钟情。我们所理解的外表不仅仅是外表，而应包括言谈举止。因为这些，跟我们的相貌、衣着等一起，形成了给人的第一印象。

2. 相似性。

物以类聚。有着相同兴趣、爱好、观点、个性、背景甚至穿着的人，更容易有亲近感。更不用说在销售中常被运用到的五同：同学、同乡、同事、同窗、同性。人都是个性化的，但在社会交往中，若要获得良好的人际关系，寻求更好的沟通和交流，就必须学会：求同存异。

3. 称赞。

从心理学上来说，每个人的内心都是渴望被赞赏的。所以，伟大的汽车销售员乔·吉拉德那载入吉尼斯大全的骄人业绩，有很大程度来自于他每年寄出的1.3万张贺卡。而贺卡上只

有千篇一律的几个字：“我喜欢你”——可见其威力。

发自内心的称赞，会激发人们的热情和自信。而仅靠嘴发出的称赞，则叫奉承。古往今来，很多看似无德无能之人，却能得到重用，这便是最重要的法宝之一。

4. 接触与合作。

我们对接触过的事物更有好感，而对熟悉的东西更是有着特别的偏爱。这也是为什么在沟通技巧的培训时，会强调在“同一个频道”，如对方的语速、用词、口头禅等，都是获得认同不可忽视的细节。

为了共同的目标而合作，使大家改变成见，互相了解和帮助。尤其是在遇到困难时，更能够增进彼此的了解，增强好感，建立友谊。

5. 关联。

现在很多企业因为一个产品做得非常好之后，就开始多元化经营；不少明星开始出唱片，很多明星开服装店、涉足餐饮业，建立自己的化妆品品牌……这些都是充分利用了关联原理。最容易理解的是近几年流行的“粉丝”一族。他们因为喜欢某个人的歌声，就无条件地喜欢他（她）的一切，并为了维护自己的偶像互相谩骂，甚至大打出手。看似幼稚的行为，其实是正常的心理现象。

二、应用“首因效应”打开喜好之门

第一印象非常重要，它在人的社会影响力中起着极大的作用，但常常被人们忽视。如果你不想丢失任何成功的机会，别忘记第一印象的影响力作用。



在心理学上，第一印象被称为“首因效应”，无论它是正确的还是错误的。大部分人依赖于第一印象的信息。这种第一印象的形成对于日后的影响力起着非常大的作用。第一印象就是效率，是经济效益。它比第二印象、第三印象和日后的了解更重要。第一印象是决定人们是否能继续交往的关键。

心理学家研究发现，人们的第一印象的形成是非常短暂的。有人认为是见面的前四十秒钟形成的，有人甚至认为只有两秒钟。在现实生活中，有时这几秒钟就可以决定一个人的命运。别人是否喜欢你、认同你，第一关就在于初次见面。人们普遍喜欢那些穿着得体，为人热情、友好、宽厚、祥和的人。

现代社会人人都在推销自己、影响别人，形象便是个人的商标。要想成功地推销自己，影响别人，就要把自己包装成名牌，必须拥有良好的教养。它包括你的穿着、言行、举止、修养、生活方式、知识层次、家庭出身、住在哪里、开什么车、和什么人交朋友等这些为我们塑造影响力提供了很大的空间。

每个人都具有对他人构成第一印象的影响力。这种第一印象在不到30秒钟就已基本形成，并且第一印象决定了对此人今后的评价。印象本身并不是固定的，它也会随着人们的交往而发生变化。但所有的变化无不以第一印象为原点，所以，初次见面是给人留下什么印象，对于今后你对他人的影响起着至关重要的作用。

据调查，大多数人所喜欢的人具有下列特征——开朗、待人亲切、富有同情心、诚实、爽快、勇于实践、有责任感，等等。在一些测验中经常看到的结果是：具有开朗、快活、温