

Technique of observing people commercially

2000年
10000种实用图书

商业观人术

商业

马休斯 / 著

观人、看人、

用人、管人、

实用手册



W
edhousebooks 图实
书用

中国社会科学出版社

商业观人术

马修斯 编著

中国
社会
出版
社

商人观术



**Technique of
observing people
commercially**

图书在版编目(CIP)数据

商业观人术/马修斯著. —北京: 中国社会出版社, 2000. 1

ISBN 7-80146-318-8

I. 商… II. 马… III. 商业心理学 IV. F713

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 74410 号

书 名: 商业观人术

编著者: 马修斯

责任编辑: 尤永弘

出版发行: 中国社会出版社 邮政编码: 100032

通联方法: 北京市西城区二龙路甲 33 号新龙大厦

电话: 66051698 电传: 66051713

经 销: 各地新华书店

印刷装订: 北京通天印刷厂

开本印张: 850×1168 1/32 印张: 8.625

字 数: 160 千字

版 次: 2000 年 1 月第一版

印 次: 2000 年 3 月第二次印刷

印 数: 10001—15000 册

书 号: ISBN 7-80146-318-8/Z·122

定 价: 18.60 元

(凡中国社会版图书有缺漏页、残破等质量问题, 本社负责调换。)

行为科学 (behavioral sciences) 作为一门独立的学科, 是在 20 世纪 40 年代末 50 年代初形成的。它是现代科学管理理论的“后起之秀”。随着其理论的发展与日臻成熟, 又出现了行为心理学等理论分支, 至本世纪 80 年代初, 行为心理学的理论在我国方兴未艾的管理科学新思维中引起了关注, 它应用心理学、社会学、人类学及其他相关学科的成果, 来研究人的行为和解释、预测、控制人的行为的方法被越来越多的人所接受。

本书将行为心理学运用到商业管理和商战之中, 特别是经营销售之中, 通过对人的容貌特征与形体语言的观察, 来调整商战策略, 以达到“知己知彼, 百战不怠”的目的。

本书指出, 一位商场上的谈判好手必须具备的条件包括“专业素养, 了解谈判的策略技巧, 高明的交际手腕, 良好的记忆力, 十足的耐性, 高度幽默感及足够的勇气与个人魅力。其中还有一项最重要且不可或缺的条件就是“行为心理透视的本领”。

所谓行为心理透视的本领包括了解对方的个性、意志力、企图心、最近的心理状况、当时周边环境是否能配合?对内、对外的人际关系如何?再分析其财务状况、事业状况甚至他的家庭状况及情绪好坏等。

书中举过一个很有说服力的例子：

有一次我和一位新加盟的销售人员去谈一个销售意向。由于他非常紧张，而且急于表现，希望能创造业绩，一心一意地解说产品的特色，却忽略了潜在顾客的心理反应——也就是对方的形体语言。我在一旁，看到顾客双手交叉在胸前，其实已经表示有了保护自己的心态，会提高警觉；除此之外，当时客户眉毛微微向上扬，这个小动作表示已经有点怀疑。

经过七八分钟冗长的解说后，我发现这位潜在顾客除了不时注意时间外，左手还很自然地放在椅子扶手上，中指与食指不断敲打着扶手，这表示他已经感到不耐

烦，很想结束这段谈话。最重要的是，这位顾客的眼神从来没有专注在样品或简介上。当然这次销售是草草结束，全无效果。

所以，形体语言包罗万象，却全都可在日常销售中一点一滴地发现出来，只要多研究形体语言，了解它的意义，就能把握契机赢得主动。

第一章 运用行为心理学辅助商务管理

- 1 事半功倍的管理法则 /3
- 2 适相、适才、适用 /5
 - 个性是否适合公司的工作特性
 - 他是不是一个“善意”的管理者
 - 他的现况适合不适合该份工作
 - 他的容貌特征如何
 - 他的气质怎样
- 3 商业资源如何运用 /18
 - 资 本
 - 时 间
 - 授权尺度
 - 人 力
- 4 具有长才的容貌与行为特征 /39
 - 行政管理人員
 - 策划人員
 - 财务管理人員
 - 销售及公关人員
 - 热心公益人士

第二章 行为心理学在商业 管理实务中的作用

5 慧眼破译对手心事/49

一眼之间

景气曲线

6 运用行为心理学管理人力资源实践技巧/58

眉:个性显示器

眼:心性观景窗

耳:童年缩影图

口:真情假意录

鼻:观鼻论精神

7 从容貌与行为心理角度论

商业管理七大功能/84

策 划

组 织

人 力

指 挥

控 制

创新及代表

不同类型的人际关系

人性管理

传统的人性分类

第三章 深入销售领域的行为心理学应用

8 随机应变的销售技巧/103

静态层次的分析

动态层次的分析

9 销售生涯如演员作戏/108

故事一：皇天不负苦心人

故事二：因贪而贫

10 掌握形体语言的意义/118

故事一：见好就收

故事二：对牛弹琴

11 关键的一秒/125

注意的阶段

产生兴趣与比较及盘算的阶段

接近交易阶段

12 消费者三大个性典型/129

固执严肃冷静型

热情顾家开朗型

无诚意型

13 商业谈判 / 132

14 利用明察暗观的行为心理学调整谈判策略 / 135

第四章 企业管理与行为心理学

运用实战个案

15 个案一：痛失 500 万 / 141

16 个案二：梦幻骑士 / 144

17 个案三：夏虫不可语冰 / 148

18 个案四：喧宾夺主，过河拆桥 / 150

19 个案五：细耳细气难有出息 / 153

第五章 客户容貌形体特征剖析

20 人的面部十区位 / 157

额 头

日 月 角

印 堂

太 阳 穴

眉 毛

上下眼皮

鱼 尾

鼻 子

鼻 梁

下 颏

21 人的气色 / 170

好的气色

坏的气色

气色的特点

气色的影响

气色与财务

气色与事业

气色与健康

22 从身份、志向看客户气质与容貌 / 176

从政者

身居高位者

能出人头地者

企业家

参谋者

业务主管

老实职员

一般商人
热情人
个性随和者
不适合受薪者
好与人争者
成功职业女性

23 观形体识个性/184

颈 项
胸
背
腰、腹
手
人的行姿
人的坐姿
人的站相
人的食相
人的卧相

第六章 人的面部特征大论

24 一论：脸形/199

25 二论：耳/203

-
- 26 三论：眉 / 207
 - 27 四论：眼 / 211
 - 28 五论：鼻 / 218
 - 29 六论：唇 / 223

第七章 性格和商缘

- 30 鼠年出生的人 / 229
- 31 牛年出生的人 / 232
- 32 虎年出生的人 / 235
- 33 兔年出生的人 / 238
- 34 龙年出生的人 / 241
- 35 蛇年出生的人 / 244
- 36 马年出生的人 / 247
- 37 羊年出生的人 / 250
- 38 猴年出生的人 / 252
- 39 鸡年出生的人 / 254
- 40 狗年出生的人 / 256
- 41 猪年出生的人 / 259

**第一章 运用行为心理学
辅助商务管理**

1 事半功倍的管理法则

商务管理组织结构的功能包括生产、市场、策划、财务、人事等方面。

生产方面：包括品质管制、采购、生产管理
等；

市场方面：涵盖市场调查与销售等；

财务方面：有财务控制、财务计划等；

人事方面：最直接的莫过于人事管理。

单就商务管理的角度看，研究每一个商家的组织、结构的功能是否健全，很自然地会从行销策略、财务报表、生产线以及人事制度等方面去考虑。

事实上一般人往往忽略了一项最直接、重要的因素——人，而人的因素恰恰是最不可忽视的决定因素。因为无论哪个组织和计划，都是由人设计、制作与执行的。由于人有不同的成长过程、受教育