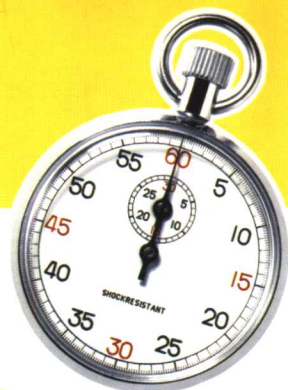


发掘无处不在的**商业机会**，
让你在**生意场**上无往不胜！



How to

Connect in business
in **90**
seconds or less

90秒发现 你的客户

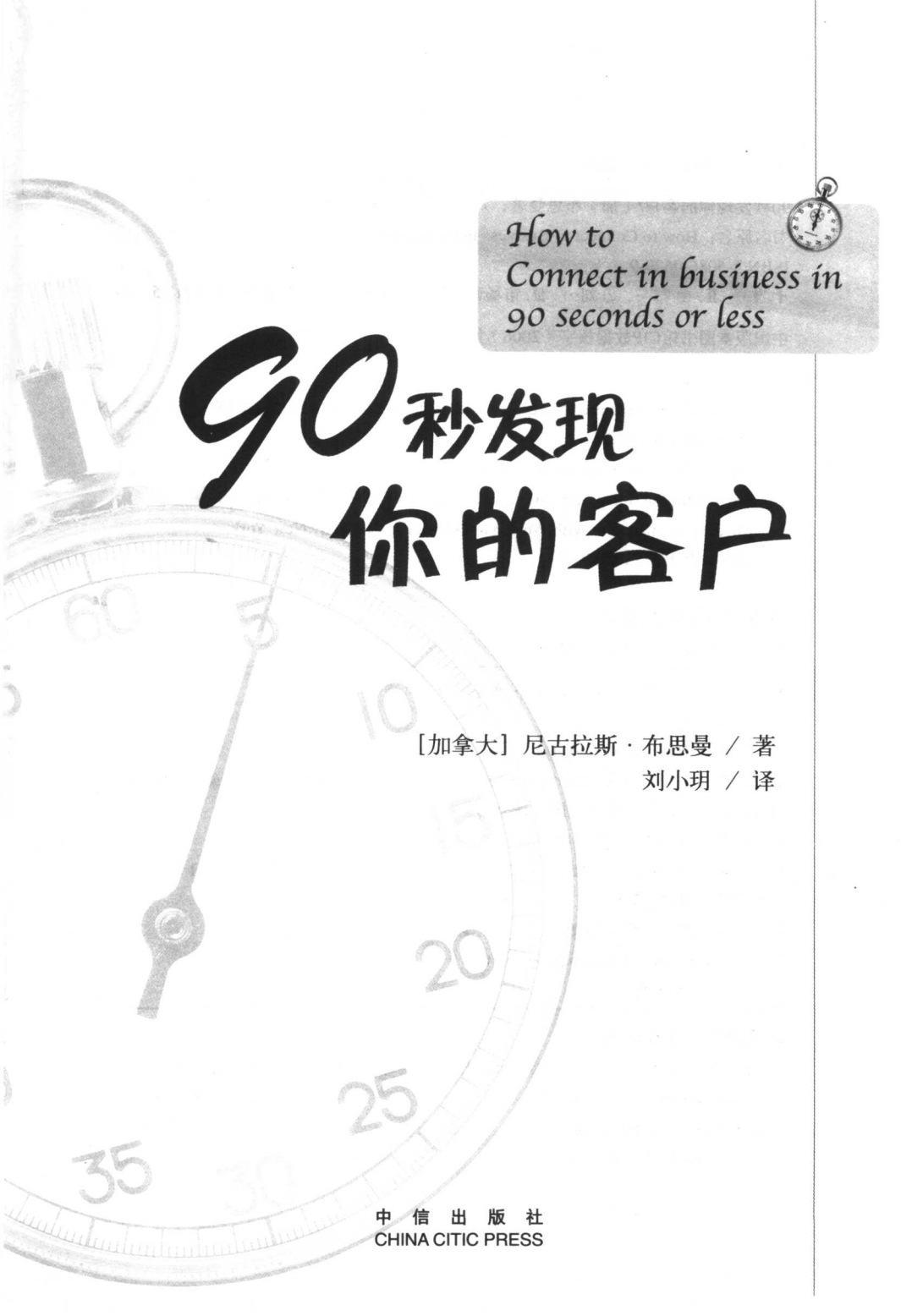
[加拿大] 尼古拉斯·布思曼/著

“在如今飞速变化的时代，尼古拉斯·布思曼
就是戴尔·卡内基！”

——《纽约时报》



中 信 出 版 社
CHINA CITIC PRESS



How to
Connect in business in
90 seconds or less

90秒发现 你的客户

[加拿大] 尼古拉斯·布思曼 / 著
刘小明 / 译

中 信 出 版 社
CHINA CITIC PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

90秒发现你的客户/(加)布思曼著;刘小玥译.北京:中信出版社,2006.5

书名原名:How to Connect in Business in 90 Seconds or Less

ISBN 7-5086-0629-9

I. 9... II. ①布... ②刘... III. 市场营销学:人际关系学-通俗读物 IV.F713.50-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第031843号

First published in the United States under the title:HOW TO CONNECT IN BUSINESS IN
90 SECONDS OR LESS

Copyright © 2002 by Nicholas Boothman

Simplified Chinese translation copyright © 2006 by CHINA CITIC PRESS

Published by arrangement with Workman Publishing Company, New York.

ALL RIGHTS RESERVED.

90秒发现你的客户

90 MIAO FAXIAN NIDE KEHU

著 者:[加拿大]尼古拉斯·布思曼

译 者:刘小玥

策 划 者:中信出版社策划中心

出 版 者:中信出版社(北京市朝阳区东外大街亮马河南路14号塔园外交办公大楼 邮编 100600)

经 销 者:中信联合发行有限责任公司

承 印 者:北京牛山世兴印刷厂

开 本:787mm×1092mm 1/32 印 张:8.5 字 数:131千字

京权图字:01-2005-5582

版 次:2006年6月第1版 印 次:2006年6月第1次印刷

书 号:ISBN 7-5086-0629-9/F·1016

定 价:18.00元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书,如有缺页、倒页、脱页,由发行公司负责退换。服务热线:010-85322521

<http://www.publish.citic.com>

010-85322522

E-mail:sales@citicpub.com

author@citicpub.com

献辞

谨以此书献给我的偶像们，迈克尔和普鲁登斯·弗里德曼，他们是脚步永不停歇的梦想家和行动主义者。

致谢

感谢那些曾经无私地为本书献计献策的梦想主义者和行动主义者们，感谢迈克·弗里德曼、布伦丹·考尔德、凯利·默卢迈茨，以及莫妮卡·斯克里夫纳等人的宝贵建议，以及他们的巨大热情和远见卓识。

感谢我的经纪人希尔·拜科夫斯基和作家珍妮特·罗森，感谢他们在彼得·沃克曼的启发之下帮我将写作本书的想法付诸行动；感谢我的编辑马戈特·赫雷拉，感谢他的耐心和创造性的努力，本书才得以出版。

我还要感谢彼得·沃克曼营销部门的斯泰西·阿尔佩尔，他让我体验到付出如此辛苦的努力的同时也是多么快乐、开心的事。

特别感谢鲍勃·梅科伊，感谢他对这本书整体结构的指导和规划，以及他那无尽的热情。

最后，我要感谢我的妻子，是她让我看到总是被我忽视了的精彩世界；还有弗朗西斯·泽维尔·马尔登，感谢他的聪明才智和驾驭文字的高超能力，是他对本书内容的润色，使得本书更有阅读价值。



至关重要的90秒钟

这本书并没有提出什么全新的商业理论，但是它却将告诉你：只要你知道如何与客户、同事、老板、员工或者初次见面的陌生人在短短的90秒时间内建立有效的联系，你一定会变得更加成功。

在每次与别人打交道的前90秒时间内，你不只是给对方留下一个美好的第一印象。在这段时间内，你是在和对方的直觉，以及他们的个性特点产生联系，也就是与他们与生俱来的反应方式产生联系。接下来的时间，我们的潜意识也会加入其中，我的大脑和身体开始决定是结束谈话，还是强烈反驳对方，或者继续交流下去，而且还决定了沟通的双方是能成为朋友还是敌人。这本书就是要告诉你，在最初的几秒钟时间内，对方会做何种判断，以及你如何利用这些判断帮助自己实现有效的



沟通。一旦你克服了起初的沟通障碍，你们双方就会建立起信任，你们之间的关系也就上升到一种个人的或者更确切地说是私人的层次。本书将告诉你，你是在和什么样的人沟通，以及如何建立有效沟通，当然更重要的是，如何鼓励并促进这种积极的沟通。

建立沟通需要遵循一定程序：首先，你需要利用最根本的直觉与对方建立信任，然后利用你的个性特点与对方建立和谐的关系。沟通的最终结果是建立一种人际关系，但每种关系代表一种无限的可能性。我目前的生存状态与我初涉社会时的预期相比，可以说是大相径庭、相差甚远。然而，我可以说，我现在的成功归根结底是我在人际交往上的成功。

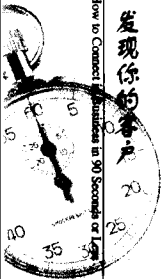
我曾经花了大约1/4个世纪的时间，来让人们看起来更漂亮，因为我做国际时尚造型师和摄影师达25年之久，这段经历让我学会如何使人们看起来更有风度、更具吸引力。我并不是说只给时装模特儿们拍照，我还给商业人士、音乐人、飞行员以及农场主拍照。我不仅拍摄出他们最美丽的一面，更重要的是，我要让他们感觉或者想象自己始终是一个非常自信、颇具人格魅力的人。

任何站在摄影机前的人都有一张面孔，都要摆一个姿势，这些足以传达他个人的信息。我的工作就是通过

我的面部表情、身体语言、姿势和声音告诉我面前的这个人，如何调整自己才能传达他所要传达的信息。在本书中，你就会知道如何利用所有这些工具——面部表情、身体语言、姿势和声音，给对方留下一个好印象，并在90秒的时间内传达出你想传达的信息。

我并不打算给你拍照，但是我想改变你对自己的印象，并告诉你如何在你的职业生涯中快速、简单并更容易地与其他人打交道。无论你做什么工作，最重要的任务都是与其他人沟通，而其他则决定了某些事情是否能够成行，其实这个决定性的沟通所用的时间几乎和拍照的时间一样短。

在我刚开始摄影的时候，我经常在伦敦、里斯本、马德里、纽约、多伦多等地的工作室和客户之间穿梭，所以我也接触到一些客户，他们总是在第一时间让其他人喜欢上他们。正是因为他们这种超凡的能力，使得他们可以与很多人瞬间建立起某种人际关系，扩展他们的业务范围，并迅速在他们的职业发展道路上攀升。尽管我身边有这么多能够快速建立商务联系的客户，但是同样也有很多人很难做到这一点。这就像有些人的业务窗口总是开放的，而另一些人总是紧闭的，至少他们给别人留下的第一印象如此。但是随着我逐渐了解后者，我



发现其实这种第一印象和实际情况是存在很大差距的，那些看起来很冷漠的人，他们的内心并非如此冷漠，他们也很渴望与更多人建立联系。

客户、首席执行官、模特、发型师、化妆师、广告主管、会计师、决策制定者、飞行员、农场主、音乐家等等，这些职业过去对我们来说并不常见，但现在较为普遍了，我们可以快速地看一下。我发现那些性情开朗的人容易快速与其他人建立商务联系，他们的生意也就发展得快，然而那些封闭型的人则经常错失良机，被其他人抛在后面。令我感到吃惊的是，这种成功与人们的聪明、漂亮或者能力等因素都毫无关系。

有些人似乎天生拥有热情地、自发地与其他人沟通的能力。

观察力、影响力和表现力是一个时尚摄影师必备的能力，因此在从事摄影工作一段时间之后，我逐渐了解到为什么有些行为

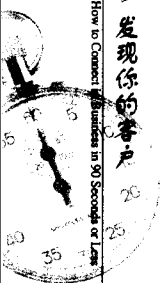
方式容易产生并建立人际关系，有些则不能。有些人则总是采用可行的行为方式与人建立广泛的联系，有些人则恰恰相反。

或许就是这个时候，我注意到理查德·班德勒博士和约翰·格林德博士的著作。他们已经开创了一门新学

科，用来研究和理解人类行为背后的规则，以及我们如何利用语言来与外界打交道。这就是神经语言课题（neurolinguistic programming），或者简称为NLP。NLP帮助你理解我们的行为背后的规则，以及我们的话语是如何让我们和我们周围的人做出反应行为。不久，我开始在伦敦和纽约研究班德勒博士的课题，并且获得了NLP专业的学位。

后来，我就越来越容易地观察到人们的日常行为方式，并且得出那些具有很强沟通能力的人与其他人存在什么样的区别。后来随着我事业的成功，许多大学和俱乐部经常邀请我去做有关时尚和广告摄影方面的讲座。但是不久之后，我的讲座内容就发生了变化，讲座中只有5分钟的摄影话题，剩下的55分钟则是关于如何与别人打交道并赢得对方的合作。再后来，许多学校、医院或者其他的机构也开始邀请我做演讲，但这些时候我就干脆删掉了5分钟的摄影话题，直接讲述关于个性与沟通的技巧。这种讲座从一开始就引起了人们的强烈关注，我开始在国际大型公司阐释沟通的重要性。

随着我越来越多地涉足商业社会，与成千上万的不同类型的人进行交往，我更深刻地认识到，与商业人士交往远不同于私人交往。在你的私人生活中，你可以选



择自己的朋友，但是在工作中你无法摆脱与同事、员工、上司和客户的沟通，你必须每天都要建立并维持这种关系。本书则告诉你如何与那些你不得不与之建立联系的人士进行沟通。

你可以选择你的朋友，但是你不能选择你的同事。

有些专家认为，15%的成功取决于你掌握的技能 and 知识，而剩下的85%则取决于你的人缘，以及由此而建立的你们之间的

诚信关系和别人对你的尊重。现在，无论你是参加应聘面试，还是推销一单生意，或者与你的老板谈论职位提升的事情，你与其他人的关系越密切，你越容易成功。而且，你必须快速建立这种关系，因为人们会在90秒内作出“喜欢”、“不喜欢”、“还好”、“没可能”的判断。如何才能最好地把握这短短的90秒时间，就是你将从本书中学到的技巧。

在本书中，我们涵盖了非常广泛的内容，从你的形体表现到你的个性特点，从你与一个人的谈话技巧到你与几个人同时沟通的能力，都包括在其中。书中的实际案例会向你形象地展示出如何应用新建的或者已建立的关系，而不是平铺直叙其中的道理。除此之外，书中还

列举了一系列技巧和策略，它们也有助于你从容应对在这个竞争白热化的工作环境中不得不面对的关系。

我做造型摄影师最快乐的事情就是，可以让人们看起来比他们原本设想得更完美。令人兴奋的是，你可以认识到自己其实可以看起来、听起来或者令人觉得很重要、很有目标，而且非常地出色——这或许是你从未梦想过的，然而这些也永远都符合你的内心世界，丝毫不违背你的个性特征。本书并不是让你隐藏起自己的真实个性，而是让你既保持内心的信仰和价值，又可以从容应对你工作所处的外界环境，并在两者之间建立一个和谐的联系。

这本书就像是我曾经拍过的一幅形象设计照片，它会让你从此改变对自己的印象。本书为读者提供了一套极富竞争力的武器，建议你如何充分利用你的身体、你的思想和你的声音，以及更重要的是你的想象力，最大化你在每一种人际关系中的魅力，不论它是商业关系、私人关系，还是泛泛的社交关系。

Contents

目 录

致 谢	V
前 言 至关重要的90秒钟	IX
第一部分 沟通的基本要素	1
第一章 马尔登法则：沟通中要的就是反馈	3
第二部分 沟通新原则：从人的本性出发	33
第二章 消除沟通中的对立	35
第三章 利用你的基本元素：态度、身体语言和行为的一致性	54
第四章 说出大脑里的语言	85
第五章 打通你所有的感官	97





第三部分	迎合对方的个性	109
第六章	满足对方的个性特征	111
第七章	发掘自己的商业潜力	128
第八章	确定自己的风格	145
第四部分	建立和谐的联系	169
第九章	说出沟通的台词	171
第十章	鼓励对方开口	187
第十一章	找到正确的沟通方法	208
第十二章	记住：关键在于说话者， 不是说什么	232
后记	我们要走向哪里？	249



第一部分

沟通的基本要素

Part One

The Basis

管理的质量、市场定位的优势、服务的品质、企业文化的优越性、客户的满意度以及投资者之间的沟通质量都是决定未来商业绩效的非财务因素。

听起来有些玄？其实一点也不。“非财务因素”就是指“人力因素”。

所有这些与商业相关的因素都基本依赖于两点：人力因素以及与各种人沟通的能力。而这种能力隐藏在一些基本的方法之中，这些方法非常简单易懂，本书都有介绍。哪怕是下雨时你坐在出租车上阅读本书，都可以将这些方法弄明白。

第一章

马尔登法则：沟通中要的就是反馈

我的第一份工作就是为弗朗西斯·泽维尔·马尔登先生做私人助理，马尔登先生是英国发行量最大的周刊《女性》(Woman)杂志的广告部经理。那是在英国的20世纪60年代中期，我的这位新老板在短短的3年时间里就从一个无名小卒被提升为部门主管，这在一个竞争异常激烈的行业里是很难看到的。然而，马尔登先生就是你或许不得不承认的那种“社交天才”。

马尔登先生的成就可以说归功于他的“马尔登法则”。

“马尔登法则”是这样的：第一印象设定了成功的基调，而不是依赖于你的社会等级、文凭、教育或者你拿什么来付午餐费。实际上，我们通常在与陌生人会面时的最初一两秒内，就开始作出判断，如何来回应对方的举动。但不要高兴得太早，因为对方也在利用这短短的时间来决定如何与你沟通。如果你还在考虑接下来的88秒时间有什么作用的话，顺便告诉你，它们就是用来巩固和强化这种关系，并按照最初的基调进行沟通。

马尔登的观察结论总是超乎简单：“如果人们喜欢