

SHUOFU
SUOYOUREN

李岳 / 著

说服所有人



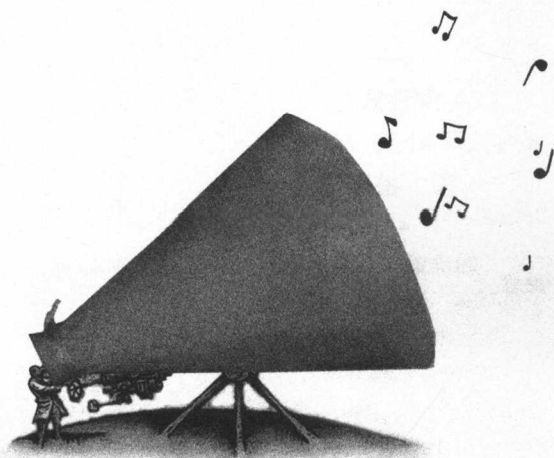
北京出版社 出版集团
北 京 出 版 社

成功是说出来的

SHUOFU
SUOYOUREN

李岳 / 著

说服所有人



 **北京出版社** 出版集团
北 京 出 版 社

成功是说出来的

图书在版编目 (CIP) 数据

说服所有人 / 李岳著. — 北京: 北京出版社, 2007

ISBN 978 - 7 - 200 - 06708 - 8

I. 说… II. 李… III. 说服—通俗读物

IV. H019 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 145533 号

说服所有人

SHUOFU SUOYOU REN

李岳 著

*

北京出版社出版集团 出版

北 京 出 版 社

(北京北三环中路 6 号)

邮政编码: 100011

网 址: www.bph.com.cn

北京出版社出版集团总发行

新 华 书 店 经 销

北京七色印务有限公司印刷

*

787 × 1092 16 开本 14.5 印张 300 千字

2007 年 4 月第 1 版 2007 年 4 月第 1 次印刷

印数 1—10 000

ISBN 978 - 7 - 200 - 06708 - 8 / G · 2368

定价: 26.00 元

质量投诉电话: 010 - 58572393

在任何场合、任何时间说服任何人

(代序)

如果你——

正在为没能说服上司接纳你的建议而烦恼；

正在为如何说服客户在协议书上签字而着急；

正在为如何说服恋人接受你的求婚而心乱如麻；

正在为不能说服孩子改变他的坏习惯而苦闷；

.....

如果真是这样，那么本书可以帮你解决这些问题。

本书就是要告诉你各种高效率的说服技巧，教你如何运用这些技巧在任何场合、任何时间说服任何人。

只要运用正确的方法，任何看起来无法实现的事情，都能有如神助般地实现。这就是说服术的魔力。

这不是天方夜谭，看完本书，你就会明白。本书介绍的这些实用性极强的技巧将大大改善你解决问题的能力，在那些看起来“山重水复疑无路”的困境中迅速扭转局势，达到“柳暗花明又一村”的奇妙境地。

也许有人会说，只有那些政治家、律师和推销员才需要掌握这种高超的说服技巧，而作为一般人，只需掌握日常生活用语就可以了——这种观点显然有失偏颇。

每一个人都无法避免地经常处在错综复杂的利害关系和多种矛盾冲突的旋涡中，为了保护自己的利益，你就必须提高自己的说服能力：你想要说服销售人员给自己最大的优惠；你想要说服孩子多学知识，将来成为有用之才；你想要说服上司答应在下个月给你加薪……

任何人都会为自己的个人利益打算，这与绝对的正义与公平没有关

系。无论是在工作中还是在生活中，各种各样的争论和冲突给我们的心情带来了无休止的焦虑不安、压抑和混乱，令我们厌倦至极。如果能有一种良好的方法，让我们能在一笑之间达成愿望，从烦乱中创造出和谐的奇迹来，这将是一件多么令人高兴的事啊。学习了本书的技巧，你可以在几分钟内就让人们理解你、接受你。不论何时，也不论在何种情况下，你都可以一劳永逸地永远消除那些讨厌的、令人气恼的是非！

本书提供了很多实用的说服技巧。这些技巧告诉你在每一种特殊情况下，你都该去说些什么，做些什么，甚至选择什么样的时机来应用它们。“三寸不烂之舌，强于百万之师。”挥舞说服术这柄利剑，你可以得到很多：友情、爱情、财富、地位……甚至可以得到你想要的一切。但是，这些都有一个前提，就是需要你在百忙之中抽出时间来阅读本书，然后领悟，然后就可以放心大胆地去做了。

当然，我也要忠告各位：本书中的说服术只可用于正义善良的事业，而不可出于罪恶的目的。如果有读者用本书中的方法和技巧从事非法活动，对于由此产生的任何后果，本书作者和出版社均不承担任何连带责任。

作者

2007年3月

目录

SHU  FU 说服所有人
S U O Y O U R E N

第一章 做好充分准备——说服别人之前要做的7件事

1. 说服之前先了解对方 /3
2. 单一而明确的目标 /6
3. 我该去说服谁 /10
4. 选择最正确的说服方法 /11
5. 倾注全部热情 /15
6. 选择利于说服的场所 /16
7. 多制造见面的机会 /19

第二章 以最快的速度打破坚冰——一开始就吸引别人的 13个诀窍

1. 如何打开话匣子 /25
2. 强调双方的“共同点” /27
3. “登门槛”的策略 /32
4. 用“诱饵”吸引你的听众 /36
5. 直呼对方姓名可缩短双方的距离 /39
6. 以对方感兴趣的话题打动对方 /42
7. 捕捉听众的意愿 /44
8. 即刻获得亲和感 /46
9. 衷心地认为对方很重要 /48
10. 倾听赢得信赖 /49
11. 从赞美开始 /53
12. 适当暴露自己的缺点 /56

13. 给人“意料之外”的惊喜 /58

第三章 这样说服最有效——说服大师教给你的 24 个绝招

1. 幽默的魅力 /63
2. 苏格拉底式回答法 /66
3. 赞美竞争对手法 /69
4. 主动介绍“不利”，然后巧妙诱导 /71
5. 制造一个共同的“敌人” /75
6. 借用权威让众人信服 /78
7. 用数字来说话 /79
8. 运用“我们”一词收获意外效果 /82
9. 以荣誉感刺激对方 /84
10. 提高参与意识，达到说服效果 /86
11. 巧妙运用类比法 /90
12. 威胁的力量 /92
13. 巧用比喻 /95
14. 巧用对比，制造痛苦 /97
15. 讲故事 /99
16. 请教式说服 /102
17. 沉默的力量 /105
18. “最后通牒”说服法 /107
19. 懂得利用“工具” /109
20. 红脸白脸法 /111
21. “同调行动” /113
22. 激将法 /115
23. 情感的力量 /118
24. 选择法 /120

第四章 我的身体会说话——妙用行为语言增强说服力的 10 种技巧

1. 塑造好你的形象 /125

2. 合适的衣着 /128
3. 得体的举止 /130
4. 用眼睛说话 /132
5. 发自内心的微笑 /135
6. 眼泪的力量 /138
7. 距离对说服的影响 /141
8. 与对方协调一致 /144
9. 巧妙利用空间 /146
10. 善用身体接触 /148

第五章 千万不可踩地雷——说服中最可能犯的10个错误

1. 开不恰当的“玩笑” /153
2. 不会把握说服的时机 /155
3. 不善于察言观色 /157
4. 说话太啰唆 /159
5. 不愿意承认自己的错误 /162
6. 伤害他人自尊 /165
7. 陷入争吵 /167
8. 说话晦涩难懂 /170
9. 诡辩惹来祸患 /172
10. 说话声音单调 /176

第六章 说服术的应用——生活中的10个说服场景

1. 面试：让考官为你心动 /181
2. 调解：一碗水要端平 /185
3. 推销：激发顾客的购买欲望 /188
4. 家教：让孩子口服更要心服 /191
5. 拒绝：将遗憾降到最低限度 /193
6. 谈判：协调双方的利益达到双赢 /196
7. 求爱：让心仪的人为你倾倒 /198
8. 忠告：良药也可以不苦口 /200

9. 辩论：将逻辑与机智融为一体 /204

10. 邀功：大胆争取该得的利益 /205

第七章 不是方法的方法——最后的4条忠告

1. 让被说服人自己说服自己 /213

2. 充分重视说服背后的力量 /215

3. 说服需要坚持不懈 /217

4. 说服不可超过合理界限 /219

第一章

做好充分准备——说服别人之前要做的 7 件事

1. 说服之前先了解对方
2. 单一而明确的目标
3. 我该去说服谁
4. 选择最正确的说服方法
5. 倾注全部热情
6. 选择利于说服的场所
7. 多制造见面的机会



说服好比打仗，对方是你要征服的“敌人”，因此，你必须做好出征前的准备。没有准备的行动只能使一切陷入无序，纵然具备超强的说服能力，也不能保证成功。



1. 说服之前先了解对方

要说服他人，必须首先透彻地了解别人的想法。我们对别人的思想、感觉、看法了解得越清楚，我们的说服力就越强，就越能够替别人剖析疑难，指点迷津。

两个擦鞋匠的差异

一个周末，许多青年男女伫立街头。他们中间有不少人是等待与情侣相会的。有两个擦鞋童正高声地叫喊着以招徕顾客。

其中一个说：“请坐，我为您擦擦皮鞋吧，又光又亮。”

另一个却说：“约会前，请先擦一下皮鞋吧。”

结果，前一个擦鞋童摊前的顾客寥寥无几，而后一个擦鞋童的喊声却收到了意想不到的效果，一个个青年男女都纷纷让他擦鞋。

究竟是什么原因导致这样的结果呢？

第一个擦鞋童的话，尽管礼貌、热情，并且附带着质量上的保证，但这与此刻青年男女们的心理差距甚远。因为在黄昏时刻破费钱财去“买”个“又光又亮”，显然没有多少必要。人们从这儿听出的印象是“为擦鞋

而擦鞋”的意思。

而第二个擦鞋童的话就与此刻青年男女们的心理非常吻合。“月上柳梢头，人约黄昏后”，在这充满温情的时刻，谁不愿意以干干净净、大大方方的形象出现在自己心爱的人面前呢？一句“约会前，请先擦一下皮鞋”，真是说到了青年男女们的心坎上。可见，这位聪明的擦鞋童，正是传送着“为约会而擦鞋”的温情爱意。看来擦鞋也需要心理学。

一句“为约会而擦鞋”，一下子抓住了年轻顾客的心，因而大获成功。

了解被说服对象

要想说服别人，就必须找到对方的“要害”之处，从而促使他应允。这就要求我们在说服对方之前，必须透彻地了解被说服对象的有关情况，以便有针对性地进行说服。

(1) 要掌握对方的性格。不同性格的人，对接受他人意见的方式和敏感程度是不一样的，如对方是急躁还是稳重？是自负还是谦虚？掌握了对方的性格，就可以按照他的性格特征，有针对性地进行说服。

(2) 要知道对方的长处。一个人的长处是他最熟悉、最了解，也是最关心的领域。如有人擅长艺术，有人擅长语言，有人擅长计算等。在说服别人的时候，要从对方的长处入手。这样，一方面能和他谈到一起，另一方面，谈论起来他容易理解，也容易说服他。

在英国工业革命方兴未艾时，以发明发电机而闻名的法拉第，为了能够得到政府的研究资助，去拜访当时的首相。

法拉第带着一个发电机的雏形，满腔热忱并滔滔不绝地讲述着这个划时代的发明，但史多芬的反应始终很冷淡，一副漠不关心的样子。

英国首相是一个了不起的政治家，但要他把这种周围缠着线圈的磁石模型与产业结构的变化联系起来，实在是太困难了。

但是，当法拉第说了下面这句话后，却使原本漠不关心的首相突然变得非常关心起来。法拉第说道：“首相，这个机械将来如果普及的话，必定能增加税收。”

显而易见，首相听了法拉第的话后，态度突然有了很大的转变。其原

因就是这个发动机的投产必定会获得相当大的利润，而利润增加必定会使政府得到一大笔税收。首相关心的就在于此。

(3) 了解对方的兴趣爱好。有人喜欢绘画，有人喜欢音乐，还有人喜欢下棋、养鸟、集邮、书法、写作等，人人都喜欢从事和谈论自己最感兴趣的事物。从这方面入手，打开他的“话匣子”，再对他进行说服，便较容易达到说服的目的。

有一个花匠去一位著名的法官家为他美化庄园。当他在干活的时候，那位法官出来提出了不少好的建议，诸如希望在哪儿栽上一丛杜鹃花等。

于是花匠说：“法官先生，您的业余爱好可真不错哇！我一直很羡慕您那条漂亮的狗，我知道您年年都在麦迪逊广场花园举行的家犬大奖赛中赢得不少蓝彩带。”这一句赞美之辞带来了惊人的效果，那狗可是法官的心爱之物啊！法官连忙说道：“是啊，是啊，养狗的乐趣真是无穷啊。你是否愿意看一看我家的狗窝？”

法官花了将近1小时领花匠参观他养的狗，并把狗赢得的各种奖品拿给花匠看，甚至还拿出狗的谱系材料，向花匠说明这些狗之所以这么漂亮，是因为血缘的关系。

末了，法官问花匠：“你有孩子吗？”

当花匠回答“有”时，法官又问：“他想要小狗吗？”

花匠急切地答道：“怎么不想，如果有了，他会开心死了。”

“好吧，我送他一只。”法官说道。

接着，法官又跟花匠讲了怎样给小狗喂食的问题，讲完后又热切地说：“光给你讲你会忘了，我把它写出来吧。”于是，法官记下了狗的谱系和喂狗的方法。

最后法官送给了花匠一条价值100美元的狗，在花匠身上花去了1小时又15分钟的时间，这一切都是因为花匠真诚地赞美他的嗜好以及他取得的成就。

你很羡慕那个花匠是不是？告诉你，花匠可是花了很长一段时间来研究这位法官，因为他也很喜欢小狗，只是没有余钱去买。聪明的花匠在仔细研究之后，又进行了仔细分析，最后设计了上面的对话。他成功了。

(4) 要看对方当时的情绪。在开始说服之前，要设法了解对方当时的思想动态和情绪，这是决定说服成败的一个很重要的环节。

(5) 了解对方的其他想法。一个人坚持某一种想法，除了一些冠冕堂皇的理由（如国家政策、集体利益等）以外，很可能还有一些更深层次的原因，这才是他的真实想法。但他的真实想法怕讲出来被人瞧不起，因此难以启齿。如果能真正了解他的苦衷，就能有针对性地加以解决。

如果你事先无法了解听众，那你就应该在正式说话之前先向他们提几个问题，以此作为临时抱佛脚的手段。如“你们都在哪儿上班？”“你们现在面临哪些重大问题？”……

了解对方是有许多学问的。许多人不能说服对方，就是因为他没有仔细研究对方，也没有采取适当的表达方式，就急于下结论，还以为自己“一眼就看穿了对方的”。这就像那些粗心的医生，对病人的病情不了解就开了药方，只能使病情更糟糕。

不论推销什么，你首先要做的第一件事情就是尽可能地了解它。

——戴尔·卡耐基



2. 单一而明确的目标

说服必须有明确的目标，否则，漫无目的、滔滔不绝就是聒噪。聒噪经常会发生“言多必失”的情况。例如，在推销商品时，推销员光是一味地、滔滔不绝地说一大堆顾客根本不想听的话，往往只会引起反感，当然无法取得良好的销售成绩。

说服的目标可以有很多，如谋得一个更重要的岗位，取得一次休假机会，获得一次加薪，提高本部门的生产效率，向顾客售出他的产品，以更低的价格购得某种服务，让管理层接受建议等。只有通过确立恰当的目标，你才能踏出有效说服的首要一步。

明确说服目标

明确你的说服目标有很大好处，这能为你的努力决定方向。有时候，本来是可以取得更好的效果的，但因为说服者认为已经达到了说服的目的，早早地放弃了说服，使得本来有可能更有利的局势毁于一旦。

1928年，日本松下公司急需一笔1.95万日元的项目建设资金。但当时的松下公司还处于起步阶段，资金也不雄厚，公司的账面上只有5000日元，也就是说尚有约1.5万日元的缺额。怎么办？这时的松下公司只能向银行贷款，并且这种贷款最好是无担保的形式。

松下和平常有联系的银行负责人见面，说明公司的项目，要求贷款1.5万日元。银行同意贷款，但要求松下以土地、建筑物乃至松下的信誉来做担保。

尽管贷款有了着落，但却不是松下所希望的那种方式。于是，松下向银行方面提出了想法：“对贵行的决定，我表示衷心感激。但如果以不动产做担保，恐怕会影响到企业的形象，不仅对公司不利，将来对贵行可能也会有所影响。所以，我冒昧地请求，贵行是否可以提供无担保贷款？”

银行方面显得有些犹豫不决。松下接着说：“偿还贷款，给我们公司两年时间就足够了，请放心。我厂的土地权利书和建筑物权利书，都可以交由贵行保存。我很希望贵行能给松下公司一次机会。”

经过松下的耐心说服，银行方面终于同意了松下的请求，决定对松下公司提供无担保贷款1.5万日元。

作为一名说服者，要永远记住你的说服目标，不要放弃。松下的说服取得成功就在于他始终明确自己的目标，然后坚持不懈地去努力。

单一的说服目标

目标必须单一，这样才能为你的说服增加成功的机会。生活中，有很多人因为目标不清或目标含混，丧失了很多机会。

王一新是一家公司一名中层管理者，他想为他的部门争取一笔研发资金，但对于这笔资金到底用来做什么他还不确定，也就是说，他此时的目标是不明确的。

这时，王一新得知公司有一笔用于提高研发效率的闲置资金。于是，他找到主管资金预算和分配的副总裁李刚。下面是王一新和李刚的谈话情况。

王一新：我一直在考虑如何提高我们部门的研发效率。

李刚：很好，那你有什么好的想法吗？

王一新：唔，我们可以通过再增加一台 X 型机来提高工作效率。

李刚：但那也许会超过我们的预算。你还有没有其他的方案？

王一新：有。我们可以另外再雇用一名秘书。那对我们也会有所帮助。

李刚：你更倾向于哪种做法呢？

王一新：我拿不太准。也许我们还应考虑增加一名技术人员。

李刚：那也行。这几个方案的成本比较分别是多少？

王一新：我不知道。这样吧，我核算一下，然后再告诉你。

一周后，当王一新把计算好的成本交给副总裁时，一切都晚了。那笔资金已被划拨到另一个部门了。

由于目标众多，或者说，目标含混，王一新没有得到他所想要的资金。如果王一新能在与李刚会谈之前就确切地知道他想要什么，那么情况就会好得多。比如说，他想得到一台 X 型机，这时，一台 X 型机就是他的单一、明确的目标，他可以用以下这种方式去说服李刚。

王一新：我一直在考虑如何提高我们部门的研发效率。

李刚：很好，那你有什么好的想法吗？

王一新：我们可以通过再增加一台 X 型机来提高工作效率。你看，这是相关的费用估算。

李刚：还有没有其他方案？