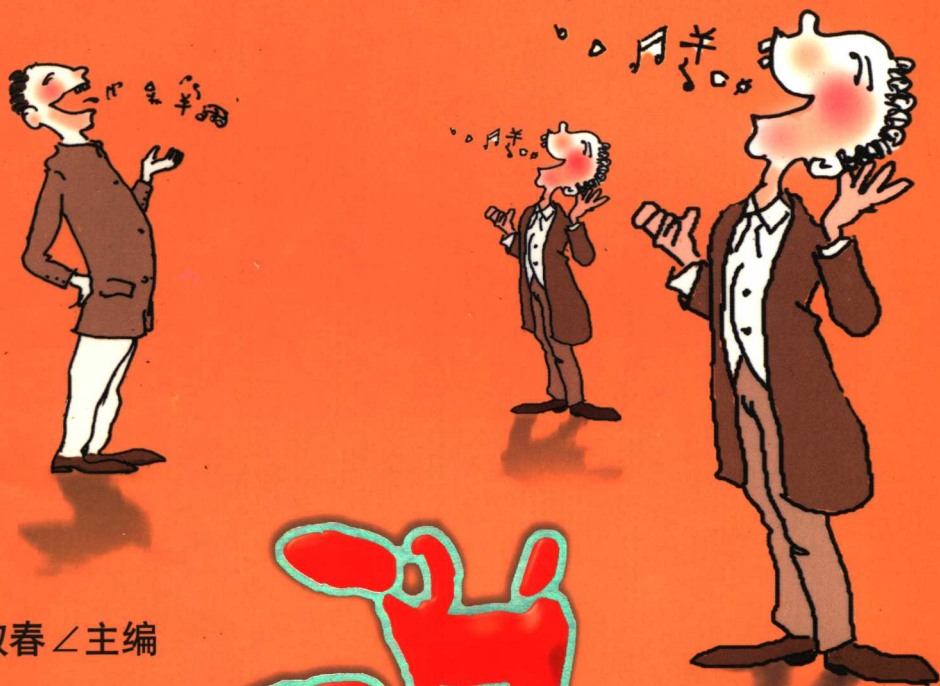


说服、沟通、演讲必修书



吕叔春 / 主编

NIJIUSHI
SHUOFU
GAOSHOU

你就是说服高手

你想成功地说服你的同事、上级、客户及对手吗？你想在自我推销时脱颖而出继而实现自我价值吗？相信在你认真读完本书之后，你的说服能力将会大幅度地提升，你将成为一个说服高手。

 中国纺织出版社

H019
69-C1

你就是

吕叔春 主编



说服高手



中国纺织出版社

内 容 提 要

口才每个人多少都具备一点,但说服口才并非人人都
有。巧妙地说服是有准则、有技巧、有章可循的。准确得
地说服,让人听后如沐春风,可顺利地达到说服的目的。随
着社会的发展和进步,“自我推销”变得更为必要,因此,
说服口才对每一个想实现自我价值和取得成功的人来说,已
成为一项不可或缺的要素。

图书在版编目(CIP)数据

你就是说服高手/吕叔春主编. —北京:中国纺织出版社,
2005.5

ISBN 7-5064-3332-X/H·0101

I. 你… II. 吕… III. 口才学—通俗读物 IV. H019-49
中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第012626号

责任编辑:向连英 特约编辑:孔会云 孙 玲
责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

电话:010-64160816 传真:010-64168226

http://www.c-textilep.com

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京云浩印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2005年5月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:15.5

字数:196千字 定价:28.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

编 委 会

主 编：吕叔春

副主编：苟君厉 李少聪

编 委：罗鲜英 张 恒 钟先军 杨金刚 陈全孙
吕火明 方小平 方敏根 陈玉华 裴正君

前言

让我们先看下面一段故事：

迈克·汤姆是加利福尼亚州曼格姆一家电梯维修公司的代表，这个公司与曼格姆最大的一家宾馆订有维修合同。宾馆经理不愿让电梯一次停两个小时以上，因为这样将会给宾馆的客人造成不便。这次维修起码需要八个小时，而且公司不一定总有闲着的合格机械师供宾馆使用。

当汤姆先生终于安排好一名一流技工来干这个活儿时，他先给宾馆总经理克里打了电话。不过他并没有开口就在时间上讨价还价，而是说：“克里，我知道你的宾馆生意兴隆，你只愿意电梯停开尽可能短的时间。我理解你的忧虑，我们一定尽力使你满意。可是我们检查后发现需要大检修，否则将会带来更大的损坏，那样电梯就可能停更长的时间了。我想你不会乐意给客人造成几天的

你就是说服高手



不便。”

最后，经理同意电梯停运八个小时，他认为这样比停运几天更可取一些。正因为对经理方便客人的立场表示同情，汤姆才能轻而易举地说服经理接受他的主张而没有引起经理的不服。

这就是说服口才的魅力！

如今，人类社会已经步入 21 世纪，进入到一个知识经济的时代。竞争越来越激烈，人们的生活节奏日益加快，活动空间越来越大，由此而带来的人与人之间的交往也比过去任何时代都更频繁、更紧密，说服口才在社会发展和人自身发展中的作用也就更加重要。

也许有人说，只有那些政治家、出庭辩护的律师、辩论场上的辩手以及那些沿街推销的推销员才应具备良好的说服口才，而作为一般人，掌握日常的生活用语就可以了，显然这种观点和看法有失偏颇。

《你就是说服高手》一书着重讲了日常说服技巧，同事之间、上下级相处时的说服技巧以及商务谈判、自我推销、辩论台上的巧言妙语，方法独到，文字精练，实用性强。

你想成为一个说服高手吗？你想成功地说服你的朋友、同事、上级、客户及对手吗？你想在推销自我时从众人之中脱颖而出继而实现自我价值吗？相信在你认真读完本书之后，你的说服能力将会大幅度地提高，你将成为一个最棒的说服者。

编者

2005 年 2 月



目 录

第一章 说服是语言沟通的最高境界

语言沟通的最高境界是什么？不是口若悬河，也非出口成章，而是成功地说服别人。当然，说服并不在于耍嘴皮子，而在于行动。要想说服别人但不去实践，说服也将是空话。说服好比打仗，对方是你要征服的“敌手”，你要想尽一切办法使他降服，最好是让对方口服心也服。这就涉及说服过程中的战略战术，只要细心地研究揣摩，就不难获得高明的说服技巧，这样你将会成为最棒的说服者。

一、了解对方是说服对方的基础	2
二、循序渐进，充分诱导	3
三、说服别人一定要有耐心	6
四、说服别人的四大步骤	8
五、说服别人的六大基本方法	11
六、提高说服力的七大窍门	13
七、说服别人的六大策略	16
八、说服对方要切中对方要害	21
九、说服对方攻心为上	32
十、说服前要组织好开头几句话	39



十一、让对方明确感受到危机所在	40
十二、利用同步心理进行说服	41
十三、增强规劝的说服能力	43
十四、从一开始就让对方说“是”	46

第二章 发挥语言的魅力

说服语言是有魔力的，因为对方经过你的一番“忽悠”，就按着你的要求去感觉、去想、去做。但是说服也并不神秘，它是有规则有技巧的。说服别人，首先应拥有自信，把握主动权，并且要以理服人，以情动人，让对方相信你的观点是重要的。说服力最能考验一个人的口才，说服高手都拥有一个语言工具箱，里面装满了最具征服力的词汇工具，他们知道如何巧妙地组装这些工具，使其成为最具有说服力的武器。

一、说好第一句话	50
二、给对方足够的自尊	52
三、迂回前进，曲言婉至	54
四、倾听：做一个会听话的人	56
五、记住，会说并不代表会说服	58
六、驾驭你的谈吐	59
七、话多不如话好	61
八、要巧妙把握说服的时机	62
九、见好就收，适时结束	64
十、劝说要动之以情且晓之以理	65
十一、劝架：一碗水要端平	66
十二、用巧语浇灭对方的怒火	68



十三、说服要看准对象找准时机	69
十四、从对方得意的事情说起	70
十五、以鼓励和表扬易说服对方	72
十六、拉近心理间距，消除双方陌生感	74
十七、对不怀好意的人，该回击时就回击	76
十八、操纵语言的十大原则	79

第三章 说服不压服才能让人心服口服

最棒的说服者并不在于认为自己是如何如何的正确，而在于对方是否明白，是否关心自己所说的话。作为一个上司，要想说服下属就必须注意说服不是压服，只有通情达理地把自己的意见加以表达，才能让员工心服口服。

一、耐心说服莫压服	84
二、说服别人要有理有据	86
三、好钢用在刀刃上，说服说在“点子”上	87
四、恰当的态度能给说服增加威力	90
五、忠言并不一定要说得逆耳	91
六、巧妙设问：说服需要设个“套”	94
七、“攻其不备”，以巧服人	97
八、将心比心，用换位思考说服对方	99
九、调解纠纷有策略	102
十、调解纠纷的说服原则	104
十一、恰当地处理下属的抱怨	106
十二、善意地给对方绝望感，可以避免恶劣的后果	109



十三、对“一根筋”的下属该怎样说服	111
十四、说服下属有时要花点“心机”	113
十五、批评也是一种说服	116
十六、巧施恩泽，润物细无声	116
十七、顺耳的话别人易接受	119

第四章 说服是辩论坛上的一把利剑

最精彩的说服常常闪烁在辩论坛上。辩坛上的每一位辩手可以说都是说服高手，在辩论过程中，坚持自己的观点，驳倒对方的观点，其实就是说服对方辩手、说服评委与观众的过程。要想达到辩论成功的目的，辩手就必须掌握说服的技巧。

一、赛场说服出奇制胜的技巧	122
二、既要注重进攻，又要注重防御	122
三、以子之矛，攻子之盾	125
四、以逻辑力量增强说服力	126
五、反诘进攻要有咄咄逼人的气势	127
六、逻辑推导，归纳演绎	128
七、反唇相讥，以牙还牙	130
八、转换概念能达到出奇制胜的效果	131

第五章 说服是成功推销的第一要诀

推销的过程实质上就是说服顾客的过程。推销说白了就是用你



的“三寸不烂之舌”来打动客户，使其买你的产品。要达到这个目的，就要把话说到客户的心里去。当然任何一位优秀的推销员都不是天生的一副好口才，真正的推销高手能从实际的推销过程中磨炼出精妙的语言。

一、学会说话是成功推销的基础	134
二、寻找共同的切题点	137
三、推销要的是“一言制胜”的效果	138
四、有礼貌、有自信的面谈很重要	141
五、推销说服过程要注意“四性”	143
六、面谈提问的六种诀窍	146
七、沉默有时胜过有声的说服	152
八、激将说服要攻入肺腑	153
九、谈话的目的要心中有数	154
十、巧用话题拉近距离	155
十一、说话得体巧妙才能赢得人心	158
十二、说服对方要激发对方的欲望	160

第六章 说服是商务谈判的最终目标

谈判桌上的说服不同于其他场合上的说服，不能运用含糊其辞的语言。商务谈判需要高超的说服口才，你的目的、要求、观念、构想都要一字不差地准确传达给对方，让对方同意你的条件。从某个意义上讲，商务谈判是双方说服口才的较量。

你就是说服高手

一、谈判的听、问、叙及说服技巧	166
-----------------------	-----



二、谈判的语言运用.....	172
三、谈判中要做语言的铺垫	185
四、用缜密的逻辑思维不给对方可乘之机	193
五、兵不厌诈	196
六、谈判时适当的插话很必要	199
七、出口要慎重	201
八、有刚有柔，进退自如	203
九、以不变应万变来后发制人	205
十、抓住谈话的机会促成交易	207

第七章 拒绝是另一种说服

拒绝别人是另一种说服，拒绝更需要说服口才。因为拒绝别人就是说服他们不要提出难以满足的请求，这对双方都有好处。巧妙的拒绝说服，可以将遗憾降到最低限度，做到既不伤害对方的感情与自尊，又取得了对方的谅解与支持。

一、不要害怕说“不”	210
二、拒绝要用委婉的方式	212
三、试着这样把“不”说出来	215
四、先说好听的再讲拒绝	218
五、拒绝别人的 17 种小技巧.....	220
六、如此拒绝不可取.....	234
参考文献	236



第一章

说服是语言沟通的 最高境界

你就是说服高手

语言沟通的最高境界是什么？不是口若悬河，也非出口成章，而是成功地说服别人。当然，说服并不在于耍嘴皮子，而在于行动。要想说服别人但不去实践，说服也将是空话。说服好比打仗，对方是你要征服的“敌手”，你要想尽一切办法使他降服，最好是让对方口服心也服。这就涉及说服过程中的战略战术，只要细心地研究揣摩，就不难获得高明的说服技巧，这样你将会成为最棒的说服者。

一、了解对方是说服对方的基础

“知己知彼，百战百胜”这句老话，是很有道理的。战争如此，说服他人也不例外。

要想成为最棒的说服者，在说服对方之前，就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。了解的内容主要有：

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：是性格急躁的人，还是性格稳重的人。是自负又胸无点墨的人，还是有真才实学又很谦虚的人。掌握了对方的性格，就可以按照他的性格特征，有针对性地说服。

2. 要知道对方的长处

一个人的长处是他最熟悉、最了解、最易理解的领域。如有人对部队生活熟悉，有人对农村生活比较熟悉，有人擅长文艺，有人擅长语言，有人擅长交际，有人擅长计算等。在说服别人的时候，要从对方的长处入手。第一，能和他谈到一起。第二，在他所擅长的领域里，谈论起来他容易理解，便容易说服他。第三，能将他的长处作为说服他的一个有利条件，如一个伶牙俐齿、善于交际的人，在分配他做供销工作时可以说：“你在这方面比别人具有难得的才能，这是发挥你潜在能力的一个最好机会。”这样谈既有理有据，又能表明领导对他的信任，还能引起他对新工作的兴趣。

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。

4. 对方当时的情绪要略知一二

通常，影响对方情绪的因素主要有：一是谈话前对方因其他事情所造成的某种心绪；二是谈话当时对方正集中在某处的注意力；三是对说服者的看法和态度。所以，在开始说服之前，要设法了解对方当时的思想动态和情绪，这是说服成败的一个重要环节。

5. 了解对方的其他想法

一个人坚持一种想法，绝不是偶然的，必定有他自己的理由，而且这个理由一般都符合国家政策、集体的利益或人之常情。但这常常并不是他的真实想法，他的真实想法怕讲出来被人瞧不起，因此难于启齿。如果领导者能真正了解他的苦衷，就能有针对性地加以解决。

凡此种种，都要悉心研究，才能有针对性地采取说服的方式。

了解对方是有许多学问的。许多人不能说服对方，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”。就像那些粗心的医生，对病人的病情不了解就开了药方，当然没有不碰钉子的。

二、循序渐进，充分诱导

说服不能一蹴而就，一口吃个胖子，你去说服别人，别人会条件反射似地产生反说服的心理，结果你越努力就越加强了对对方反对的决心。循序渐进的诱导方式就成为说服中不可缺少的方法。



1. 设法先了解对方的想法与凭据来源

曾经有一位很优秀的管理者这么说：“假如客户很会说话，那么我就有希望成功地说服对方。因对方已讲了七成话，而我只要说三成话就够了！”

事实上，很多人为了要说服对方，就精神十足地拼命说，说完了七成，只留下三成让对方“反驳”。这样如何能顺利圆满地说服对方？因此，应尽量改变角色，把说话变成听话，从中了解对方的想法、意见以及其想法的来源或凭据，这才是最关键的。

2. 站在对方的立场

例如，当你感觉到对方仍对自己原来的想法保持不舍的态度，可能是因为他原来的想法尚有可取之处，所以他反对你的新提议。此时最好的办法就是先接受他的想法，甚至先站在对方的立场发言。

“我也觉得过去的做法还有可取之处，确实令人难以舍弃。”先接受对方的立场，说出对方想讲的话。为什么要这样做呢？因为当一个人的想法遭到别人一无是处地否决时，极可能为了维持尊严或咽不下这口气，反而变得更倔强地坚持己见，排挤反对者的新建议。若是说服别人落到这种地步，成功的希望就不大了。

某家用电器公司的推销员挨家挨户推销洗衣机，当他到一户人家里，看见这户人家的太太正在用洗衣机洗衣服，就忙说：“哎呀！这台洗衣机太旧了，用旧洗衣机是很费时间的。太太，该换新的啦！”

结果，不等这位推销员说完，这位太太马上产生反感，驳斥道：“你在说什么啊！这台洗衣机很耐用的，到现在都没有故障，新的也不见得好到哪儿去，我才不换新的呢！”

过了几天，又有一名推销员来拜访。他说：“这是令人怀念的



旧洗衣机，因为很耐用，所以对太太有很大的帮助。”

这位推销员先站在这位太太的立场上说出了她心里想说的话，使得这位太太非常高兴，于是她说：“是啊！这倒是真的！我家这台洗衣机确实已经用了很久，是太旧了点，我倒想换台新的洗衣机！”

于是推销员马上拿出洗衣机的宣传小册子，提供给她做参考。

这种推销说服技巧，确实大有帮助，因为这位太太原有的想法已被动摇而产生购买新洗衣机的念头。至于推销员是否能说服成功，无疑是可以肯定的，只不过是时间长短的问题。

善于观察与利用对方微妙的心理，是帮助自己提出建议并说服对方的要素。

一般来说，被说服者之所以感到忧虑，主要是怕“同意”之后，会发生意想不到的后果；如果你能洞悉他们的心理症结，并加以防备，他们还有不答应的理由吗？

至于令对方感到不安或忧虑的一些问题，要事先想好解决之道以及说明的方法，一旦对方提出问题时，可以马上说明。如果你的准备不够充分，讲话时模棱两可，反而会令人感到不安。所以，应事先预想一个引起对方可能考虑的问题。此外，还应准备充分的资料，为客户提供方便，这是相当重要的。

3. 让对方了解说服的内容

有时，虽然有满腹的计划，但在向对方说明时，却无法使对方完全了解这些内容，他可能马上加以否定；另外还有一种情形是，对方不知道你在说什么，却已先采取拒绝的态度，摆出一副不会被说服的模样；或者目光短浅，不听你说的也大有人在。如果遇到以上几种情形，一定要耐心地一项一项按顺序加以说明，力求对方了解你的真实意愿，这是说服此种人要先解决的问题。

