

不同凡響

縱橫披靡
說服技巧
所向無敵
唇舌致勝



9
4

王成 李麗娟 編著

北京師範大學出版社

不同凡响

王成 李丽娟 编著

北京师范大学出版社

708931

(京)新登字 160 号

不同凡响

王成 李丽娟 编著

*

北京师范大学出版社出版发行

新华书店经销

南京玉河印刷厂印刷

开 本:787×1092 1/32 印 张:7.5 字 数:150 千
1992 年 11 月第 1 版 1992 年 11 月第 1 次印刷
印 数:1—15000

ISBN 7—303—02036—5/G · 1311

定 价 4.00

序 言

古人云：“一言以兴邦，一言以丧邦”，这正说明了语言的力量。

的确，当人类进入文明社会后，一个人是否有能力，以及这种能力能否发挥出来，其中重要的因素之一是取决于他说话的技巧高明或低劣与否。

道理很简单，随着人类社会的进步，体力与智力在人们生活中的地位与作用已经发生了根本性的逆转。体力再也不像在茹毛饮血、刀耕火种的年代里那样重要了。相反，表现人类智慧的语言越来越成为衡量人们在社会中的地位和作用的准绳。

人类社会的进步与发展，需要人们进行广泛的交流与交际。当然，对于每一个正常的人来说，口语是使用最普遍的交际工具，在这一点上，我们别无选择。其他交际工具，诸如手势、表情、身体动作、旗语或纸笔，乃至最新的电子传真机都无法取代最普遍、最传神、最最丰富的口头语言。好像我们生来有口、有头脑，多半就是为了用来说话和思考的。无论科学技术怎样发展和进步，如果有一天世界上的人们全都缄口不言，世界将会怎么样呢？那真是不可思议的事情。让我们计算一下，我们从每天早晨醒来直到夜里酣然入梦，有多少事情是需要依靠说话的帮助才能完成的。

在今天这样的信息时代里，一方面是语言交流的作用

日益重要,另一方面却常常听到人们的语言不美、不准确或不机敏。

开放的社会需要人与人之间更多、更广泛的交流,需要准确、机敏的话语来沟通情感、交流思想、开辟途径。那种认为说话是与生俱来的本能,没有什么特别学问的看法,实在是无知和可笑的。要知道,语言表达能力与思维的清晰程度有着相当直接的关系。混乱、粗鄙的谈吐,其根源在于思想杂乱无章。反过来说,改进谈吐使之清晰而有条理也是促进和提高思维能力的有效途径之一。

许多人拙于言辞,因而总是吃亏,不是失去了朋友,就是耽误了生意。但遗憾的是,他们自己却往往没有发现这一点,这大概是他忽略了说话的重要性的缘故吧。

对于希望改进自己应酬和口才的读者来说,这套丛书正是基于以上考虑而编写的。它是一套入门指导书,其宗旨不在于单纯阐述原理,而是撷取大量日常生活中有趣“语言现象”进行分析,介绍简便易行的改进原则。

在这套丛书中,分别就口才训练、说服技巧、应酬的魅力和高超的说话术等四个方面,讨论了我们日常生活中的谈话艺术、商业应酬,以及待人处世的说话技巧等等。相信你读了此书以后,会收到一些裨益。

如今的社会正在快速地发展,不论你从事何种行业,学习说话的艺术,将有助于你步入成功之途。

目 录

第一章 说服是无形的利箭

1. 说服的力量…………… (1)
2. 发掘你的说服潜能…………… (8)
3. 自我的影响力…………… (12)
4. 信心是最有力的说服者…………… (19)
5. 说服与化敌…………… (26)

第二章 有的放矢地发展说服力

1. 非文字的心灵沟通…………… (36)
2. 说服首先应取信于人…………… (41)
3. 动机与需要的支配力…………… (49)
4. 姿态是内心的外露…………… (54)
5. 巧用喜笑怒骂…………… (62)
6. 应掌握问语和说话的技巧…………… (66)
7. 将心比心有利说服…………… (76)

第三章 提升说服力的层次

1. 机智的应变方式 (83)
2. 给人以爱的感觉 (89)
3. 不吝啬赞美之词 (94)
4. 避开心理的误区 (97)
5. 退一步进两步 (108)
6. 出人意料地操纵对方 (119)
7. 战而不胜不如退而不战 (123)

第四章 辩论是说服的手段

1. 辩论的目的 (132)
2. 摆出行家的姿态 (136)
3. 辩论的妙法 (139)
4. 如何使对方哑口无言 (147)
5. 反击术的运用 (152)
6. 无懈可击的“诡辩” (159)
7. 避实就虚 (164)
8. 推翻对方观点的秘诀 (170)
9. 立于不败之地的防卫术 (174)

第五章 走向成功之途

1. 生活中的启示 (181)

2. 比喻的魅力·····	(183)
3. 生意场上的说服力·····	(189)
4. 助你一臂之力的群体意识·····	(198)
5. 力戒不明智的说服方法·····	(203)
6. 摆脱挫折的阴影·····	(205)
7. 成功者的例证·····	(216)
结束语·····	(224)

第一章 说服是无形的利箭

1. 说服的力量

你是不是差不多每天都和你意见相反的人在谈话呢？你是不是在家中，或是办公室、或是市场上，总是没法使人赞同你的观点呢？你的方法是否需要改进？尽管任何一位雄辩家在与听众争辩时，都不可能使意见不同的听众心情舒畅。但我们也要看到，无论双方的意见怎样对立，细心的人多多少少可以找出双方观点的某些相同或相近之处，这就为说服的展开提供了基础。正因如此，林肯说过：不论人们如何仇恨我，只要他们肯给我一个略说几句的机会，我可以把他说服了。

何谓“说服”？如果有人回答说是“试图改变现状”，或许会被人讥笑为“不知天高地厚”。其实，安于现状的人才是真正的不知天高地厚。

绝大部分人都是对更好的现状有着本能的追求欲望。因此人们总是设法改变现状，如何改变方法各异，但很多人却为百寻不得良策而苦恼，结果时光如梭，良机稍纵即逝，一事无成，变成沉湎于抱怨的人，真正改变了现状的人少。

确实，不想通过艰苦的努力，就妄想改变现状的人大

有人在。只要有不满或无聊的情绪感染到工作中，就会使自己无法从工作中体会到乐趣，“非我欲为，而是为事所役”的潜在心态是十分有害的。

别无选择，若不想安于现状，那就想方设法去尝试改变现状吧！如果觉得工作单调乏味，同事间无法沟通，上司缺乏必要的了解和判断……那就去改变它！如果想在上司、部属、同事及所有交往者之间，事事得心应手，就必须带动自己身边的人，朝着你所希望的方向努力。

这看上去是件十分棘手的事情，其实不然。如乘坐拥挤的火车，只要稍挤一下或许就能有位子坐，但站着的人当中，却很少有人会说“对不起，能不能请你再挤一挤”之类的话。如果真想坐，打声招呼又何妨？！

现状是诸多因素造成的，并非轻易就能改变。有这种想法的人很多。想法本身并没错，但一次不成功，为什么不继续第二次，第三次呢？因为正视的一条规律就是：说服力就是在无数次的不懈努力中酝酿并释放出来的。

说服他人的秘诀只有一个，那就是“使对方能主动地起而行”。这是一句名言，一语道尽说服的内涵。“使对方主动地起而行”，也就是使人自动自发地成为“被说服者”。

因此，是否成功地说服了对方，需检验对方是否自动自发、自觉自愿的“起而行”。若只是强迫性地去改变他人的意愿，那只能算是最笨拙的方法达到了自己的目的。更何况“牵马到岸边，强迫不想喝水的马喝水是难以实现

的”，类似的难堪事并非仅有。道理确实如此，而现实中也同样确有不少人习惯以命令的方式来指挥部属，且自鸣得意，误以为自己具有很强的说服力。作为一名上司，能否不通过命令，而用自己真正的说服力来带动指挥部属呢？通过这种说服力的发挥是否更有利于树立真正的权威呢？

对于心存不满的对方，即使他不停地按照你的意图去做，那也谈不上是说服的效果。人们心理的自发自愿和反感之间，犹如钟摆的摇动。如果能以“建议你这样做试试”的口吻来牵引对方，使其向自发自愿的方向靠拢，这才是达到了说服的效果和目的。

人的潜能是巨大的。有效地调动人的潜能并发挥作用，那是通过说服可以做到的，也是每一位说服者的责任。如果没有有效的说服，人们可能同样去做一些事情，但心情压抑，渐渐就会失去积极进取奋发向上的意志力，不知不觉之中会沉默寡语，脱离群体，成为一个孤独的人，一个自我封闭的人，必然影响事业成功的概率。

原先消沉的人，突然间变得干劲十足，积极向上，前后判若两人，现实生活中这样的例子并不罕见。除去本人的努力，别忘了说服者功不可没，说服者致力于改变现状的努力决不会是徒劳的。

作为成功的说服者，还应利用一切机会来辅助说服力的发挥。工作性质的改变，同事构成的变化、住房婚姻、职务升迁等，都有助于带来现状的改变，有助于带来一番

令人期待的新气象。因为这些改变可使人脱离千篇一律的固有模式。

激发起人们的干劲，就能发挥出更大的潜力。因此可以说，激起干劲的说服就是推动对方的原动力。进一步而言，只要有干劲，没有不成功的。如果你是上司，你应该如此鼓励部属，当然仍会有人踌躇不前，缺乏信心，但你会不会白说的，会在更大范围内发挥作用的。而最终又会反过来影响这些信心缺乏者。

譬如说，让对方处理一件没做过的事情。由于没有经验，对方心中自然没有底，说服者就会鼓励他：“就因为没做过，所以才应该试试看！”但这样的说法并非是最高的。实际应该先说“这样做的话是可以解决的”，驱除他心中的不安，然后再说：“就因为没经验，所以才有挑战的价值！”相信对方是会接受的。

说服上司的办法也一样。如果没有提出可以实施的方法，就是有再好的计划，依然无法发挥说服的效力。因此首先应提出具体的方法，然后再激发上司的干劲。我们不妨看看下面的情形：

“能帮我做点事吗？”

“需要多少时间啊？”

“唉，没做的话，也难说个确切的时间。”

这种答复给人以沉重的负荷感，对方容易犹豫不决。如果当被问到“需要多久呢”时，也许这样回答更妥当，“如果顺利的话，一个半小时就可以结束了”，给对方有个

具体的参照标准,同时又留有一定的余地。

擅向与女性交往的人,在邀请女性散步时会采用这样的说法方式:

“怎么样?能陪我走30分钟吗?”

“这个嘛,如果只要30分钟的话,还是可以的,再多就没时间了。”

尽管如此,由30分钟延长到一个钟头甚至更长时间的情况却是屡见不鲜的。

明示具体方法的说服方法,由于透出实现的可能性,对方自然就容易被说服了。

行家们常说,说服失败是因为缺乏某种力量的缘故。这里指的某种力量,就是意味着引导说服成功的力量。这种力量可以分解成若干具体的方面:

1、富有积极性:

深思熟虑固然重要,但说服者必须有所行动,否则,就显得毫无意义,因此应有果敢实行的决断力。

2、不失沉稳之心:

说服时,若一遭到对方反驳就气得发慌、或勃然大怒,这种人就欠缺稳定力。更有人一遭到反对即丧失自信而束手无策。在说服时,纵然被拒绝或被反驳,也应保持冷静、沉着,才有获得成功的可能。

3、思虑要深:

有的人只能抓住事情的一面,而非全部,做任何事都慢一拍。又有一种人一想到什么马上就说“这样、那样”,

然而这只是灵机一动罢了，无法说服人。应该针对对方会提出什么样的问题，周围的人会怎样表示，预见困难会在何处，将方方面面的问题加以综合分析，才是正着。假设得越充分，就越有把握稳操胜券。

4. 理解他人：

有的人不懂因人而异的心理微妙之处，一旦遭到反击时，说服就宣告失败。譬如一位上司受理一位职员辞职申请，这位职员在这个单位已干了10年。

“你为公司效力了10年，我们也无话可说，既然想走的话，随时都可以，真是辛苦你了。”

这样的回答并没错，只是太正规了，没有考虑到人的心理微妙之处，那位职员自然也只能表现出一副孤独无援的表情。

经验老道的上司会这样说：

“你那么能干干嘛要走呢？真叫人舍不得，难道就不能多呆一阵子吗？”那位职员的心理可能就会好得多。

可见说服的力量是必须把整个说服过程视为己身贴切的东西，而发挥说服力也就是伸展自己的能力了。

如果在精神上及物质上设想周到，处理得当的话，当然容易激发起他人的干劲，收到说服的效果。可是事实上我们在实施说服时常易忽略一个问题，那就是利己主义的作怪。总是希望别人为自己做些什么，而完全或不够充分地考虑对方的优点在哪里。

我们经常可看到这样的情形：火车的汽笛声不停地

催促着乘车的旅客，旅客的心急火燎地在月台上奔跑，广播员会说：“请不要在月台上奔跑，以免发生危险。”但是不会有人理他。如果广播员换一种说法：“月台上十分拥挤，地上有水，小心行走以免滑倒。”这时虽然旅客仍然会拼命地奔跑而忽视周围的一切，但这样的提醒会使他们警觉到地面确实潮湿，如果不小心滑倒了，会把漂亮的西装弄脏，也可能受伤。这样一比较，奔跑的人会不知不觉地放慢速度，并进一步提高了防范意外的警惕。

下面的情形也是在火车里常见的：

“需要补票的旅客请在车内补票。”但往往有些人却听不进去，反正车站出口处都有补票处，似乎就不必再多跑路了。如果列车广播员改一种口气说：“在车站出站口补票十分拥挤，需要补票的旅客不妨利用旅途时间办好补票手续，节省您宝贵的时间。”由于强调了车内补票的好处，乘客也就容易听从劝告了。对方顺从你的说服能有什么好处？对方如不答应又会失去什么？做为一个说服者应时常记住这一点。

有一位年轻小伙子，则从学校毕业后分配到单位，单位老是叫他不平地抄写名册和报表，枯燥乏味。就在此时，有一位前辈告诉他，本单位的工作无论在哪个部门，做何种事情，准确抄写都是必备的基本功，多抄些东西没有坏处。小伙子领悟到了手头工作不仅重要，还事关自己今后的发展，自然也就干劲徒增。

可知凡事没有价值目标，而只是茫然地工作，是根本

没价值的。任何工作，不管它多么平凡，只有将它当成是自己的目标而奋斗不已时，才会感觉到倾心于此的价值，也才会激发出干劲。

人们一旦拥有挑战性更大、更困难的目标时，就越有达成这一目标的热情和欲望。目标达成过程愈曲折，达成时的喜悦就愈甜美，而且也一定能激起更上一层楼的意念。

2. 发掘你的说服潜力

当你说服对方时，对方却毫无反应，也许对方是你希望答应你要求的雇主，或是你想要向他伸出援手的人，也许是你的配偶，也许是你的朋友，但是因为对方毫无反应，于是你便会萌生一种想法：“人的行为是无法通过外界影响改变的。”你会认定要改变一个已经定型的人，是毫无办法的。

然而，事实果真如此吗？你真的无法改变他人的态度和行为吗？

尽管许多人都抱着无法改变他人的观点不放，但实际上这种观点是错误的。态度不仅能够改变，而且也会改变。这是商业心理学上一项非常重要的观点。这一观点的基本命题就是：只要利用不断的重复，就能有效地改变一个人的行为态度。

最能支撑这一命题的事实就是广告。所谓广告，就是利用不断地重复同一句广告词，而达到销售的目的。从事

广告工作的人都知道,当人们常听到一句相同的句子时,他便会开始对这个句子所代表的意义加以注意。这是受人的好奇心所驱使。其后,他会产生强烈的兴趣,引起买来看一看、试一试的冲动,最后,他就会有意无意地在商店里注意这一种商品,并且购买这种商品。

这种心态可以类推到人际关系中,其效果是同样的。

有一位心理学家,他能够使不善词令或害羞怯懦的人变成口若悬河、滔滔不绝的雄辩家。他所使用的方法之一,是让这些接受指导的人,站在窗户边,看着窗外,然后他不断提出问题要他们回答。例如:

“你看到一个女人正在下车吗?”

“是的。”

“她怎么会有那部车呢?”

“可能是别人卖给她的。”

“她为什么戴着手镯呢?”

“因为别人说她戴起来很好看。”

“她那双漂亮的鞋子不知道在哪里买的?”

“可能是在超级商场买的。”

“她为什么频频用手去拨弄她的头发呢?”

“可能她觉得头发有点乱。”

“她为什么站在那个角落和那个男人说话呢?”

“因为他约她在那里见面,他们是朋友。”

这段对话一直要进行到有一个结论,这个结论是什么呢?就是被指导的人能够自圆其说,将整段对话归纳成