

畅销美国80年，中国销量超过10000000册

[美] 埃文·韦伯 约翰·摩根◎著 陈衍 林莉莉◎译

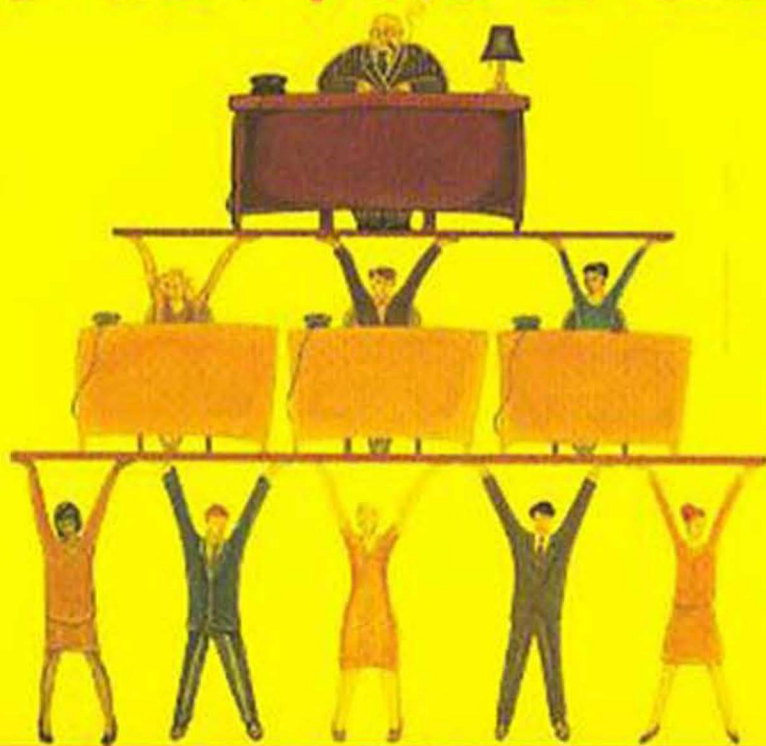
超值典藏版

19.90

心理操纵术

(全译本)

人际关系中的心理策略



哈佛、耶鲁、斯坦福等美国42所名校，159位心理学家协助编写
美国心理学协会、《美国心理学》杂志联袂向公众推荐

洞悉人心，驾驭他人，一步成为交际高手

沟通、交际、业务、面试、谈判、说服、管理、销售——不可不读



长江出版传媒

长江文艺出版社

新出图证(鄂)字03号

图书在版编目(CIP)数据

心理操纵术 / (美)埃文·韦伯, 约翰·摩根 著 陈衍 林莉莉 译

武汉: 长江文艺出版社, 2012.12

ISBN 978—7—5354—6173—5

I. 心… II. ①埃…②约…③陈…④林… III. 心理交往—通俗读物 IV. C912.1—49

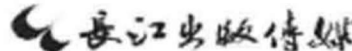

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第250028号

责任编辑: 康志刚 吴庆

责任校对: 陈琪

封面设计: 异一设计

责任印制: 左怡 邱莉

出版:  长江出版传媒  长江文艺出版社

地址: 武汉市雄楚大街268号 邮编: 430070

发行: 长江文艺出版社

电话: 027—87679360

<http://www.cjlap.com>

印刷: 湖北鄂东印务有限公司

开本: 787毫米×1092毫米 1/16

印张: 15

版次: 2012年12月第1版

2012年12月第1次印刷

字数: 349千字

印数: 1—8000册

定价: 19.90元

版权所有, 盗版必究(举报电话: 027—87679308 87679310)

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

前言

伟人与我们不同吗？

本书的目的在于告诉人们，成功人士如何解决我们平常遇到的人际交往难题，并解释为何他们的处事方式和心理策略往往能收到惊人的成效。

在一刻钟的采访时间里，总统候选人赫伯特·胡佛只回答了“是”或“不是”。他坐在一张舒服的大椅子上，圆圆胖胖的脸，面容安详……像是在等人。

保罗·利兹是《芝加哥日报》的著名记者，他的心中有一丝紧张。他正在胡佛的专列上，还是同一节车厢，注视着胡佛的一举一动。这是多么难得的一次访谈机会。可是，他的想法落空了，胡佛根本不搭理他。

利兹不断地提起胡佛感兴趣的话题，试图调动他说话的积极性。但胡佛那双灰蓝色、敏锐的眼睛里却没闪过一丝亮光。利兹正面临着一个我们所有人都会遇到的难题：他要去影响一个资历比他深，地位比他高的人。但是，大人物总是与众不同的。利兹要怎样才能提起胡佛的谈话兴致呢？

无意中他发现了一个非常规的沟通技巧。

“当我最绝望的时候，”利兹说，“我碰巧说错了一句话，而那个话题恰恰是他非常了解的。”

“当时，列车正在尼华达州的土地上向前飞驰，我望着窗外的荒山野岭，连着远处烟雾缠绕的紫色山峦，脱口而出：‘天啊，尼华达州居然还在用落后的人工方法来垦殖。’没想到胡佛一下子开腔了：‘现代方法，早就改变了无序的传统劳作，未来肯定会完全取代旧的生产方式……’在随后的一个小时里，他谈到了采矿业，然后话锋一转，又开始说石油、航空邮件和其他领域的话题。”

那时胡佛是世界上最具影响力的重要人物之一，他正以共和党总统候选人的身份，前往巴罗·阿尔托举办巡回演讲。在胡佛的车厢里，还有不少贵宾迫切地希望获得他的注意。

然而，他把接近两个小时的交谈机会全给了一个他不甚了解的年轻人。利兹让胡佛留下了深刻的印象。他并非靠展示自己的聪明才智，而是用另一种完全相反的方式，去吸引胡佛的目光：他表现出自己才疏学浅的一面，让胡佛去教育指正他。

为何这名记者对胡佛产生了如此大的影响呢？

回答这个问题并不难，但是却值得我们深思。

保罗·利兹所采用的策略只是众多简单但不同寻常的方法之一，成功人士在人际交往中常常采用这一策略。

这正是我们要去深究的待人处世之道。

我们会为你详细剖析，本杰明·富兰克林是如何通过一个善意的举动，把一个敌人变成了终身知己的；怀特·莫劳是如何做到只通过提出一些小问题，就能把那些大人物深深吸引住的；赫伯特·胡佛是如何假装自己会使用打字机而奠定了自己的事业基础的；西奥多尔·罗斯福是如何抓住一个常常被忽视的小细节，把陌生人一下子变成自己的衷心支持者的……在本书上百个活生生的案例中，我们将会看到，世界上最成功的人士是如何运用各种心理策略来解决我们平常遇到的那些人际难题的。

在上述案例中，我们将能够看到，往往一个非常简单明了的方式就能影响到别人。我们将细究其中的缘由并学以致用。

我们同样会解答那个被问了无数次的问题：“伟人与我有何不同？”

总的来说，优秀的领袖在处理人际关系时比普通人更加谨慎，他们会注意到更多别人所忽略的细节。他们认识到，只有借助别人的力量才能获得成功。

当我们停下来，思考我们当下的困难，思考过去的得失时，我们有没有在意其他人与自己的关系：上司或是下属，合伙人或是客户，朋友或是亲戚？

我们都知道，人，特别是年轻人，常常会对自己无法把控的人束手无策。通常这些年轻人才华横溢，勤劳诚恳，但他们很少花心思去学习怎样与人打交道。

查尔斯·施瓦伯被誉为近三十年来美国“最优秀的推销员”，罗斯福有着“天才般的交际能力”，欧文·D·杨以其能洞察他人难处而闻名，亨利·福特则擅长洞悉他人的需要和意愿……这一切绝不是偶然。

他们的目的就是在人群中树立起自己的影响力。

他们都具有圣菲铁路总裁威廉·斯多利所说的品质——懂得操纵他人的“技巧”。

我们可以看到，他们所采用的心理策略非常简单，只是多年来一直被蒙上了神秘的面纱。

比如，当马修·布莱斯，美国国际集团总裁，被问到“成功的最佳途径是什么？”时，他做了这样的回答：

“向成功人士学习，就好像你师从音乐大师学习音乐一样。”

毫无疑问，几乎所有领导者都具有影响他人的能力，只是无法用语言清楚表达出来。

这些人比我们大多数人更细致地了解别人，他们更懂得洞悉人性。实际上，他们大多只是运用了某些心理学法则去影响别人，而自己对此并没有非常清晰的概念，所以也说不出个所以然。

我们由此可以得知，为什么众多重要人物的助手也可以有辉煌的前途：这些助手们有机会长年累月地从上司身上学习驾驭人际关系的能力。

萨缪尔·尹素丽曾以这种方式与托马斯·爱迪生共事、约翰·拉斯科博与皮埃尔·杜篷、安德鲁·卡耐基与托马斯·斯科特、佐治·科特里尔与西奥多·罗斯福、J·H·巴林格与约翰·帕特森、詹姆斯·辛普森与马歇尔·菲尔德……

很多杰出人士都是重要领导人的机要秘书出身，他们可以在幕后观察自己的上级如何处理人际关系。

这正是我们需要探讨的成功人士的交际策略。这些实用的技巧能让我们从容应对工作生活中的难题。

第 1 章 让他人喜欢你的心理策略

- 1.请他帮个小忙，他就会喜欢你
- 2.首先，尊重他的自尊心
- 3.尊重他的习惯，满足他的个性化需要
- 4.细致的体贴最能打动人

第 2 章 快速与他人交朋友的心理策略

- 1.进入对方的“私人舞台”
- 2.一定要记住对方的癖好，不管它有多奇怪
- 3.“尊重”仍然是关键

第 3 章 让他人赞同你的心理策略

- 1.抓住对方最感兴趣的事
- 2.关心对方最关心的事情
- 3.吸引对方的注意力
- 4.运用对方的说话方式，说你想说的话

第 4 章 让对方说出心里话的心理策略

- 1.最好的赞美就是倾听
- 2.只有对方感兴趣的话题，他才会说个不停
- 3.问对方最在行的事情，他一定非常乐意说

第 5 章 让对方主动帮助你的心理策略

- 1.设圈套一定要不留痕迹
- 2.让他以为是他自己想出来的
- 3.不时给点小甜头

第 6 章 化解对方敌意的心理策略

- 1.激将法：刺激对方的自尊心
- 2.傲慢绝对不可以
- 3.让对方提出几种方案，然后再用排除法
- 4.“私交”很重要

第 7 章 争取他人支持的心理策略

- 1.搞清楚对方究竟要什么
- 2.描绘一幅前景，越美越好
- 3.把握每个人不同的需求
- 4.善于暗示，并仔细观察对方的反应
- 5.要说服对方，最好用对方自己的观点
- 6.让他不停地说“是”
- 7.不给他说“不”的机会

第 8 章 探索他人内心需要的心理策略

- 1.别被表面现象迷惑
- 2.把自己放到对方的位子上
- 3.研究他人的需要

第 9 章 处理反对意见的心理策略

- 1.抱怨的声音，一定要倾听
- 2.适时作些小让步
- 3.争辩开始了，一切就完了
- 4.社交金句：“您的意见是……”

第 10 章 避免对方敌视自己的心理策略

- 1.传达坏消息时一定要找到合适的方式
- 2.故作聪明最令人反感
- 3.把荣耀让给他人，把权力留给自己

第 11 章 让他人主动为你办事的心理策略

- 1.刺激对方的自豪感
- 2.头衔和标签的力量
- 3.让对方感觉受到关注
- 4.用自嘲获得他人的好感
- 5.牺牲一点虚荣心有大用
- 6.把功劳让给他人

第 12 章 让赞美更加有效的心理策略

- 1.找出对方的兴奋点
- 2.间接的、恰如其分的赞美最有效
- 3.任何人都有值得赞美的地方

第 13 章 提高读心术水平的心理策略

- 1.把握他人行为的细节
- 2.不要被表象迷惑
- 3.看看对方是否愿意说“是”
- 4.搞清楚对方是否有责任心
- 5.注意无意识的思维方式和行为习惯
- 6.在对方放松的时候考察他
- 7.采取各种方式多方面考察对方
- 8.提前收集对方的信息，越多越好
- 9.发展你自己的读心术

第 14 章 增强说服力的心理策略

- 1.让实物来说话
- 2.形象的图画非常有说服力
- 3.生动的故事非常有效

第 15 章 隐藏自己真实意图的心理策略

1. 放一个“烟幕弹”
2. 不要暴露真实的意图
3. 保守秘密是成功的前提
4. 实力有时是“吹”出来的
5. 虚张声势的力量
6. 一定要让对方先开口

第 16 章 展现自己光辉形象的心理策略

1. 关键的时刻一定不能谦虚
2. 充分展现自己的长处
3. 信誉非常重要
4. 有时也要“自作主张”一下
5. 抓住特别的机会
6. 特立独行有时非常有用
7. 有计划有步骤地宣传自己
8. 展现自己的人格魅力

第 17 章 巧用幽默的心理策略

1. 幽默是社交的润滑剂
2. 用笑语打破人际障碍

第 18 章 巧用愤怒的心理策略

1. 如果要发怒，一定要迅猛
2. 沉默是一种武器
3. 发怒，一定要事先谋划好

第 19 章 最终极的心理策略：创造和谐的人际关系

1. 把别人的问题当成自己的问题
2. 把别人的前途当成自己的前途

第1章 让他人喜欢你的心理策略

1 请他帮个小忙，他就会喜欢你

在早期的奋斗生涯中，安德鲁·卡耐基和本杰明·富兰克林都运用了一些奇妙的心理策略。

他们所面临的问题十分相似：他们的计划遭到别人阻碍。卡耐基面临合伙人退出，富兰克林则遇到了一个死对头。

卡耐基和富兰克林都以自己的方式轻松地解决了问题，而他们所用的心理策略是惊人的一致。他们都以轻松愉快的口吻讲述了整个过程。

几乎是一夜之间，富兰克林就把一个敌人变成了毕生的挚友。

富兰克林还年轻的时候，就已经是费城一家印刷店的老板了。他在宾夕法尼亚州议会的复选中被举荐为下议院的书记官。

但是，他很快遇到了困难。在选举前，一名新议员发表了反对富兰克林的长篇演讲。他故意无视正坐在下面的富兰克林。

富兰克林对这起突发事件感到束手无策。

他应该怎么做呢？

他后来告诉我们：“我当然对这名新议员感到十分气愤，可他确实是一名学识和财富兼备的绅士，在州议会中是举足轻重的人物。然而，我没有低头去乞求他的好感，而是用了另一种更恰当的方式。”

“当我得知他的书房中有很多非常珍稀的藏书后，我给他写了一张小纸条，表达了我对某本书的渴求之情，然后询问他能否让我借阅数天。”

“他很快就把书送来了，”富兰克林接着讲，我一周后归还这本书的时候夹带了一张纸条，表达了我对这本书的强烈喜爱之情。

“当我们在议院再次相遇时，他主动跟我打招呼了（他之前从来没对我说过一句话），态度彬彬有礼。从此以后，他无论任何场合都对我客气有加，所以我们成了好朋友，我们的友谊一直延续到他去世。”

在赢得他人好感这件事上，特别是要赢得一个人发自内心的好感，本杰明·富兰克林在短时间内就令一个之前蔑视和反对他的人对其热忱相待。

或许富兰克林自己也对这个心理策略的力量感到惊讶吧。

阅历丰富的安德鲁·卡耐基应该是很好地吸收了富兰克林的传记里的经验，他用了同样的技巧去对付一个难缠的伙伴。

他的助手，性格古怪又有些可爱的柯林尼·派普打算在紧要关头抛下他。

他们两个正在圣路易斯为卡耐基公司刚建造的一座桥梁筹备征收过路费。但是，好样的柯林尼，在这个时候却思家心切，决定搭乘晚上的火车返回匹兹堡。

卡耐基发现了他的异常举动，认为这种幼稚的想法将会危及到公司利益，但是他没有要求柯林尼继续完成先前的工作，而是说有事情需要他帮忙。

卡耐基知道柯林尼是一个爱马之人，因此告诉他说圣路易斯有个非常著名的马场，自己要去买两匹马作为礼物送给妹妹，想让派普留下来帮忙挑选一下。

柯林尼非常高兴。

“这个方法奏效了……”卡耐基写道，“我们把任务完成了，并且创造了奇迹，柯林尼也履行了自己的职责。”

卡耐基像富兰克林那样，以投其所好的方式，让助手留在了镇上继续工作，既维护了自己的威信又避免了摩擦。

当有人拜托你办事时，如果刚好那件事又是你自己特别感兴趣的东西，你会发现自己十分乐意去帮助他，你发现了吗？

这种心理策略看起来非常的明智，但我们当中有几个人真的能用好它呢？

然而，卡耐基和富兰克林坚守这条信念，获得了巨大的成效。

这种心理策略的力量源自人性法则中的某一条，在下面将会得到详细讨论。

我们来看这条法则是如何体现在富兰克林和其他权威人士的交往中的。

为什么这个人对富兰克林的敌意一夜之间消失了呢？是什么一下子激起了他内心的善意？答案很简单。

在富兰克林导演的小戏剧中，他让对方成为巨星，自己则做了配角。在剧中那位议员是施主，富兰克林则在寻求他的帮助。他让对方受到自己的优越性和重要性。在心理学家看来，富兰克林激发了他的自尊心。

“自尊”一词在拉丁文中就是“Ego（自我）”的意思，心理学家以这个词来描述我们对自己所拥有的观点。它是我们在任何时候对自我重要性和价值的主观认识。

激起人的自尊心就可以使人充满强烈的行动欲望。

我们赞扬一个人，就会得到他的善意，因为我们满足了他基本的人性需要。这便是让别人喜欢我们的真正秘密：维护他们的自尊心。我们有很多简单的方式去做到这一点。其中之一便是富兰克林和卡耐基所采用的办法：在不麻烦他人太多的情况下，让别人心甘情愿地帮你一个小忙。

2 首先，尊重他的自尊心

想起过去曾经给予别人的帮助，我们会感觉非常愉快。

同样地，我们有时想避开一些人，不正是因为觉得自己欠他们人情太多吗？

当我们帮助他人时自尊心就会得到满足，而当我们接受他人帮助时自尊心就会饱受煎熬。

帮助别人让我们感到无比愉快：证明我们对别人很重要。更多地给予他人关心，是一件快乐和明智的事情。

但是，让别人背负太多的人情债则是不明智的选择。如果我们帮得太多，他们反而会很快明里暗里地对你表示不满。

豪夫·富勒顿是一名出色的撰稿人，拥有许多朋友，他说自己最糟糕的敌人是一个他曾给予过巨大帮助的人。

所有的领袖都明白这一点：当他们帮助朋友时，一定要让他们感到容易偿还这个人情。这样他们既可以备感自豪，又能赢得他人日后的报答。

他们让别人乐于接受自己的帮助，许多难题便迎刃而解了。

亨利·诗丹顿，芝加哥有名的广告制作人，发现一个好朋友对自己越来越冷淡，慢慢疏远了他。想到这位朋友是一名工程师，诗丹顿于是让他帮忙检查一下自己新房子的自来水系统，并给点建议。

这名工程师拿着图纸，仔细地检查了各个部分。诗丹顿完全没想到他会如此认真，很快他就给出了中肯的建议，从那以后，他们又和好如初了，感情比以前更加融洽。

唐纳德·史密斯是加拿大太平洋铁路的创建者之一，他的经历也是如此相似。史密斯早年曾是皮货商人，他提出了一个借住一晚的小小请求，与一名本来充满敌意的猎人成为了朋友。

英皇爱德华七世是著名的外交家，在首次见面会上他毕恭毕敬地恳求新到任的美国大使约瑟夫·乔特给他寄一张麦金利和罗斯福的照片，以此赢得了约瑟夫的好感。

虽然世界上的每个人都不尽相同，但这个心理策略是基于普遍的人性需求而提出来的，所以适用于所有人：上司或下属，陌生人或亲戚，朋友或敌人。他们值得我们考虑的唯一不同点在于：个人兴趣，习惯以及爱好。他们所有人都很乐意在自己感兴趣的事情上给你帮助。

我们在对方乐意施舍的方面寻求帮助，就能得到别人的热情关怀和注意。

这是领袖们影响他人的众多友善方式之一，然后这当中的所有技巧，其成功都得益于领袖们自身的某些优秀品质——这也是我们也可以培养的品质：诚恳。

如果采用这种方式时缺少善意，那么这就成了假意的恭维。但是，当我们内心希望对方一切安好，期待获得他的友谊时，这种真情就可以获得回报。

我们再回到成功人士的心理策略上面来：他们能洞悉对方的需要，并真诚地希望对方快乐。西奥多·罗斯福就是一个很好的例子。

“罗斯福极高的个人威望很大部分来自他对别人的热心关怀……”一名学生拥戴者写道：“他关心别人，富有同情心，有着高尚的品格。”

我们可以从最吸引人的领袖身上看到同样的品格，例如查尔斯·施瓦伯，欧文·D·杨，亨利·福特，本杰明·富兰克林，安德鲁·卡耐基，亚伯拉罕·林肯和其他优秀人士。

富有魅力，自信，良好的品格……这些都来自对人的深切关怀。这是我们的心理策略的唯一的力量之源。幸好，一颗炽热的心是可以通过简单的方法培养的，本书的目的之一就是介绍这些方法并阐明如何应用这些法则。

3 尊重他的习惯，满足他的个性化需要

在芝加哥的商界人士盛宴上，有人讲述了一名会计员快速晋升的故事，这个故事说明了为人处世的重要道理。

年仅26岁的斯坦利·艾林从一名会计升职为颇具规模的国家收银机公司的审计官。在35岁时，他被选为财务主管，并在那个位子上一直干到今天。艾林的成功依靠了一些他人忽略的琐碎细节，他本人把这些事实告诉了作者。

当他只是会计部门的一名年轻职员时，公司的创办人，约翰·帕特森，表示希望看到特殊格式的财务报告：采用大数字，写在两张报纸那么大的纸张上。但是他自己的会计不愿意提供，他们认为帕特森的想法古怪而荒谬。

但是，艾林，不顾他的直接上司的反对，编制好了这份“荒唐”的报表，并坚持把它交给帕特森。帕特森把他叫了过来，和他讨论这份报表。这件事成了艾林职业生涯的真正开端。通过满足帕特森在一些小事上的愿望，艾林获得了他的关注和好感。

很快，艾林从这家大型企业的年轻人中脱颖而出，他有更多的机会展示他的真才实学。他的快速升迁之路开始了。

艾林能够给予公司领导人所想要的东西，因此给领导人留下了深刻的印象。

我们当中有多少人能够不厌其烦地揣摩我们上司的小需求？我们当中又有多少人把目光和想法都集中在这些小需求上，努力去满足他们呢？

只有通过满足他人的需求，我们才能深刻地影响一个人。

他人的欲望、难题和需求是其个人特质中最活跃的部分。他们把注意力集中到这些需求上，可能以任何形式表现出来。在与人交往时要记住的最重要一件事是，每个人的需求是不同的。

成功人士都会煞费苦心地去了解他人的特殊需求，即使这看起来微不足道。这些小的需求是操控他人的有效之道。通过展示你对他们的尊重，就能够在他们心里树立起积极的个人形象，既赢得了别人的关注，也获得了他的好感。

通过这个策略，箭牌的创始人小威廉·瑞格利在早年当销售员的岁月里，轻易地与一名顽固的批发商交上了朋友。当时很多销售员都害怕与这名商人打交道，瑞格利却从他那里获得了众多订单，并且跟他维系了长久的友谊。这仅仅是因为瑞格利注意到了别人忽略的一个细节：这位商人非常喜欢一大早就开始办公。于是瑞格利日复一日地坚持在他之前到达批发店，在黎明之前就赶到那里——然后在他的办公室门口等候，向他打招呼。这名批发商很高兴别人这样跟随他的习惯。

再来看看另一个例子。

安东尼·迪莫克，一名办公室的小文员，准备向一位银行总裁推销一份债券。

这个18岁的男孩，刚从菲利普斯高中毕业，是一位贫困的新英格兰牧师的儿子，事业正处于起步阶段。3年后，虽然知道自己资历尚浅，他还是放弃了到纽约证交所上班的机会。在三十几岁时，他就已经成为一名百万富翁。

但是现在，迪莫克只是个跑腿的，以每周1.5美元的薪水为一名经纪人打杂。他的雇主认为他是个聪明的孩子，给了他一个推销铁路债券的机会。

现在这位年轻人正在等待与纽约花旗银行总裁摩西·泰勒见面的机会，据迪莫克所知，他对这条铁路发行的债券很感兴趣。

但他该怎样对这位权高位重的绅士说话呢？

“当我来到桌边时”，迪莫克写道，“他正不耐烦地对一名口若悬河的人说：‘直截了当点，别转弯抹角的。’很快他摇了摇头，把那人打发走了，同时点头示意让我上前。我把债券放在他桌子上，说：‘97。’”

“泰勒先生疑惑地看着我，拿过他的支票簿问道：‘你的老板叫什么名字？’”

“‘布兰科先生。’”

“当他填完支票后他又问道：‘布兰科先生给你多少佣金？’”

“‘0.25%。’”

“‘告诉他这太低了，我会给你1%，如果他做不到，我可以替他做。’”

迪莫克卖出了他的债券。更重要的是，他引起了这名银行家的关注，并且与他建立了联系。

凭着细心地观察及倾听，迪莫克发现这位银行家泰勒有一种很不明显但是很刚烈的性格：他喜欢别人说话直截了当，他讨厌长篇大论。此后，在和泰勒打交道时，迪莫克“惜语如金，绝不赘言”。泰勒很高兴，他继续从这位年轻人手里购买债券，对他的事业起到了积极的帮助。

迪莫克仅仅依靠这个简单的手段，打败了多少比他资历深的人啊！

安东尼·迪莫克在年轻的时候，就懂得了在细节上迎合他人愿望的重要性。

4 细致的体贴最能打动人

在已故的弗兰克·A·蒙西的副手埃尔曼·里奇韦为其撰写的传记中，我们发现了一个富于启发意义的段落。它有助于解释蒙西是如何成为领袖，如何从一个卑微的人成为《纽约太阳报》的出版商的。

“我在大约二十五年前失去了右耳的听觉，”里奇韦在蒙西去世前不久写道，“之后再也没有恢复，我们每次在一起时，总裁先生总是坐在我的左耳一边。在他的房间或者办公室、在车上、在大街上、在宴会中，无论何地他总是坐在一个让我舒服的位子，而且他的举动是多么的自然，任何人都不会留意到这一点。我想，这是很了不起的……他对同事的感受有着异乎寻常的关心。”

和所有能干的人一样，蒙西很重视在细节上尊重其下属的需求。

这种真诚的特质——细心，有礼貌，体贴——我们对这种关心有着很多种称呼。正是这些体贴关怀的小举措，可以让你获得别人的好感和支持。

例如，凯尔文·柯立芝是美国的副总统，当其计划在阿拉巴马州塔斯基吉的政府医院募捐大会上发表一次演讲时，他改变了这个计划中的一个小细节。柯立芝原本打算让阿拉巴马州州长在乔治亚州到阿拉巴马州这段路上乘坐自己的座驾。但是，柯立芝考虑到州长在其本州的地位，坚持自己去搭乘州长的车以表达尊重之意。

在此之前，由于哈丁总统无法参加一个医院的落成典礼，庆典委员会邀请了柯立芝代替哈丁总统讲话，他忽然想起哈丁曾经是这家宏伟医院的创建者之一。柯立芝不想让自己沾了哈丁总统的光，拒绝了这个邀请。直到后来委员会再次邀请哈丁，并向柯立芝保证哈丁本人非常愿意让他去，他才答应下来。

虽然这些看起来都是无关紧要的小事，但正是这些小事让伟人们得到了友谊，并让自己迈向了成功。

“在所有艺术中，取悦他人的艺术才是最伟大的艺术”切斯特·菲尔德勋爵，英国政治家，是当今公认的最伟大的交际家，他如此写道。“如果，”他说，“你希望被爱而不是被恨，有一点要时刻牢记在心，满足他人细小的虚荣心。如果你因为一个人讨厌猫或奶酪就取笑他们，或者出于无心或疏忽而让他撞见它们，特别是如果你本来可以避免的情况下，那个人就会认为你侮辱了他，还无视他的感受，他们会一直怀恨在心。而如果你谨慎地做了他们喜欢的事情，摒弃掉他们所厌恶的东西，满足他们的虚荣心，这比起为他们帮一个大忙，更能促进你们之间的友谊。”

詹姆斯·里夫斯，纽约里夫斯食品连锁店的创始人，坚信以这种方式可赢得及维持大部分的客户：多些微小的体贴。

“我不知道，”他说，“还有什么东西能比这个更能赚钱，更能维持经营……”

“生活中这样的例子非常多。例如，一位母亲让一个小孩拿着采购单和钱到商店去买东西。这时，明白的店员就会把零钱包裹在纸里，这样孩子在回家的路上就不会散落。”

一位知名的华盛顿记者曾经告诉作者，这种微不足道的关怀是如何帮到一些记者，以获得定期采访凯尔文·柯立芝总统的机会的。因为柯立芝总统十分偏好那些不会过分沉浸在自己的想法里，而能时不时对总统的小笑话和黑色幽默报以会心一笑的记者。

人们很容易忽略他人在小事上有何种期待，而这种忽略通常会让你付出巨大的代价。

在钢铁大亨约翰·盖茨的办公室里，一位年轻人曾经丢掉了一份理想的部门经理的职位，因为他在最后会见盖茨时没有“像通常人那样在这样一个重要的日子穿上得体的衣服，把自己打扮齐整。于是，”欧文斯说，“盖茨让他铩羽而归。”

这位年轻人不适合当经理，他忽视了老板在服饰打扮的细节上的看法。

“没有哪本商务教材，”哈佛商学院的院长华莱士·B·多纳姆说，“明确地告诉你，老板是否对打红领带的人有偏见，这需要你自己去了解。然而这些小细节有时是相当重要的。”

注意这些经验教训，并记住其他人在小事上的期望和偏好。要给他人留下深刻印象，赢得友谊和信任，就要让他们觉得自己在你心里很重要，尽量满足他们内心的需要。

第2章 快速与他人交朋友的心理策略

1 进入对方的“私人舞台”

在一次奥巴马州的宴会上，民主党人西奥多·罗斯福发现了很多不认识的共和党人。

他们都知道罗斯福，但之前没什么交往，因此只是和他说些客套话。罗斯福希望在宴会结束前让这些人感受到自己的诚意。

当时，刚从非洲返回的罗斯福正在为1912年的总统大选做准备，对于这些餐桌上的陌生人，他早有计划，打算问他们一些简单的问题，以此展开话题。

“寒暄过后，”当时坐在罗斯福身边的维克多·罗斯沃特博士写道，“罗斯福上校弯下腰，悄悄地对我说，‘罗斯沃特先生，给我介绍一下眼前这些人吧。’我答应了，给他说了每个人的性格特点。”

接着，罗斯福开始“征服”这些未曾谋面的陌生人，这对他来说简直是易如反掌，因为他已经知道每个人自豪的是什么，做过什么事，喜欢什么。

因此我们可以看出罗斯福是如何施展他的“交际天赋”的。

“有了这些信息，”罗斯沃特博士写道，“罗斯福上校很快知道该跟餐桌上的每个人聊什么话题了。”

为了争取到这些人，罗斯福故意称自己遇到了难题，而这些问题刚好是他们所在行的，他以此来提起他们的兴趣。宴会结束后，罗斯福给他们留下了深刻的印象。

罗斯福非常擅长使用这种策略。著名记者艾萨克·迈可森说，罗斯福在白宫工作时，对每一个要见他的人都了如指掌。每个人都有某种程度上的虚荣心，罗斯福在不知不觉中满足了他们的虚荣心，又让他们觉得自己在罗斯福心里很重要。

罗斯福采取的是所有心理操纵术中最简单的一种，如果你要取悦一个人，就要维护他的自尊心。

他尊重跟对方有关的一切，尊重对方的特殊喜好。

伟大的领袖都把一个事实视为金科玉律：每个人都是不同的，不同的人要用不同的方法。

他们认识到，操纵不同的人的突破点就在于抓住他们的兴趣。我们必须提前了解：他们生活中的人和事，他们的经历，他们说过、想过和做过的事情，他们的习惯、兴趣和观点。

“私人舞台”是一名优秀推销员对我们所生活的小小世界的称呼。

成功人士的力量在于他们走进了别人的“私人舞台”。

艾伯特·H·加里刚升任美国钢铁公司总裁的时候就遇到了大麻烦。

他的同事不喜欢他，在工作上不配合，令他寸步难行。

“他有一次告诉我，”一个熟悉加里的人说，“最初公司里与他共事的多数人都喜欢他，他必须找到原因，然后处理好与他们的关系才能继续合作。”

贾奇·加里最爱谈的话题便是交朋友。

这名杰出的行业领袖是怎样解决这个问题的呢？

他习惯使用的一个技巧被沃尔特·迪尔·史考特介绍给了记者，史考特是一名心理学家，同时是美国西北大学校长。

“在他给同事和下属的商务信函中，”史考特校长说道，“加里常常会夹杂一些私人话题，比如对方的爱好或者成就，家庭和交际情况等，有时还顺便提起他们上次见面的场景，等等，于是，没多久，公司几乎所有的人都开始拥护加里了。”

这种体现他人对自己的重要性的方式只是举手之劳，加里最后就是用这种方式获得了他人极大的好感。

2 一定要记住对方的癖好，不管它有多奇怪

一名年轻的纽约商人威廉·比尔不喜欢马克·汉纳，连续两天拒绝跟他见面。

马克·汉纳，来自克利夫兰的商业巨头，他梦想成为世界上的人物，叱咤美国政坛。在1896年的共和党会议上，麦金利就是在他的支持下竞选总统成功，并促进美国采用了金本位制。

但在比尔眼中，马克·汉纳只是一名“搅局者”，一个克利夫兰的“红顶”商人。有一次，比尔为了自己的政治信仰到圣路易斯参加共和党大会时，受到报纸负面新闻的误导，这位傲慢的政治外行人便把汉纳视为“洪水猛兽”，唯恐避之不及。

但是比尔的朋友一再劝说他必须会见共和党的领袖，最后他做出了妥协。

在南方酒店的一个嘈杂的客房里，他们见面了。比尔靠在椅子上，旁边放着一瓶矿泉水，表现出一副傲慢无礼的样子。

面对比尔，汉纳开了腔。让比尔吃惊的是，汉纳居然谈起了比尔的民主党父亲，一名法官；比尔的叔叔，还有比尔对共和党纲领的看法。

“你来自俄亥俄吧？父亲是比尔法官……”这位年轻人更惊讶了。“嗯，你的父亲曾让我的朋友在一宗石油交易里栽了大跟头啊……”汉纳慢条斯理地接着说：“有些民主党的法官，要比共和党的更讲原则……嗯，你在阿什兰还有一个伯父吧……那么，现在你能告诉我，你对共和党的纲领有什么看法？”

这名政治新手开腔了。当他把话说完后，已经口干舌燥。

“这次交谈很有趣。”汉纳说道。

威廉·比尔掀开了人生的新篇章。

在那次共和党大会上和往后的八年里，比尔倾其全力辅助汉纳，那个曾让他心生厌恶的人。

查尔斯·施瓦伯是著名的马术锦标赛冠军，他认为，能否洞悉他人心理是一个人领导能力的重要体现。

在南北战争中，担任紧急装备船舰公司总裁的施瓦伯，以这种方式激励了一名得力助手。施瓦伯对主管猪岛造船厂的一名海军将领说：“如果你能在今年造出50艘船，超额完成31艘的原任务，我就送你一头美国最好的娟珊牛。”这名将领非常高兴，他全力以赴，最终创造了佳绩——施瓦伯通过其他途径得知他很喜欢娟珊牛。

有一个叫塞勒斯·柯提斯的年轻人，他是《周六晚间邮报》和《家庭主妇杂志》的出版人，他很早就懂得运用这种策略以取得成功。

他刚在缅因州波特兰销售干货淘到第一桶金，便马上开始筹办《家庭主妇杂志》。

但没有一个知名撰稿人愿意向这本奇怪的杂志投稿，他们当中质疑声最大的是当时的著名作家路易莎·M·爱考特，而偏偏是她后来成就了柯提斯。

柯提斯发现，爱考特十分热心于慈善活动。

“所以，一个满腔热血的约稿人对爱考特女士展开了攻势。”

爱德华·波克写道：“柯提斯应允爱考特女士，她每写一篇专栏文章，他将会付出100美元作为她的慈善资金。这对于她来讲，是多么巨大的诱惑。于是爱考特投了一篇稿子，柯提斯马上给她寄了一张100美元的支票。”

柯提斯实际上只是为爱考特的喜好埋了单，把稿费变成了善款，却使她对自己的态度从轻蔑转向喜欢，为自己的出版人生涯跨过了一道重要的难关。

著名的英国外交官罗德·费德烈·哈姆顿，在他事业起步的时候，就用这种心理小策略解决了一名难缠的老绅士。

最初哈姆顿在外交部门的工作之一便是与这名特殊人物搞好关系，这是来自里斯本的罗马教皇代表。

哈姆顿预先了解到这名万人仰视的意大利大主教的一个特点，他特别喜欢美食和精致的烹饪。他马上精心搜集了意大利菜的许多资料，在与主教交谈时，表现出对烹饪极大的兴致，同时谈论相关的话题时也表现得游刃有余。

“接着，”他说，“我成为了教皇使节的座上宾。”他们一直聊意大利的美食，“直到这名尊贵的使节两眼放光，大流口水。”

“我从这次经历中获得了很多东西，”汉姆顿后来说，“我的上司，英国外交部长告诉我，教皇使节称赞我是他见过的最聪明的年轻人，还说他对我的到访很欣慰，因为我们之间的谈话十分有趣。”

对于这个心理策略，不同的人会采取不同的应用方式。

知名记者佛瑞德·凯利告诉我们，他认识一名成功的推销员，平时总是会随身带着小卡片，上面写着客户的兴趣和个人喜好。

沃尔特·迪尔·史考特给我们讲述了一个经理的故事，他记录下所有雇员的生日，每到这特别的一天就给他们发奖金。

如果我们能给人一个特别的惊喜，这个心理策略就会收到更好的成效。通常我们要做的就是充分利用我们所了解到的一个人的信息。

休·富勒顿讲述了他每次和罗斯福见面都会有愉快的交谈。罗斯福总是见面就问：“看棒球比赛了吗？安森队长还上场吗？”

这个技巧不论是对于卑微的穷人，还是对于重要的大人物，都相当奏效。

“所有杰出的人士，”以采访过众多世界名人而著称的艾萨克·马克森写道，“如果你记得上次见面时的交谈内容，他们通常会十分高兴。”

不久前一名广告商谈到一位年轻的银行总裁，他在芝加哥金融界是叱咤风云的人物：“他懂得如何向他人发问，喜欢谈与对方有关的事情，直奔主题。那是因为他记得对方做过的事，对方对什么感兴趣，没有什么他不知道的。我个人对他来说并不重要，只是泛泛之交。但每次见面他总会微笑着问：‘你还打牌吗？’‘你的孩子又赢了几场赛马？’”

要做到这一点很容易，因而也更容易被人忽略。因为，我们每时每刻想的都是自己。

成功人士无论何时都竭力把目光放在别人身上。跟别人有关的一切事物，他们都给予尊重，自然在人际交往中就会游刃有余。

3 “尊重”仍然是关键

每天晚上，威廉·霍华德·塔夫特都会扭动着自己那“庞大的身躯”，灵巧地跳着西班牙“里戈登”舞。在40天的时间里，他每天都会踩着复杂的舞步与步履轻盈的菲律宾女人共舞。

西班牙内战后菲律宾也发生了叛乱，担任菲律宾委员会主席的塔夫特跑遍了菲律宾的每一个省份，向充满敌意的当地人宣传西班牙政府的政策。为了赢得当地人的好感，他学会了“里戈登”舞，每天晚上都与深黄肤色的菲律宾美女共舞。

“他的个人魅力无可抵挡，”奥斯卡·戴维斯说道，“菲律宾人一肚子的怒火，满心猜忌，他居然和这些人做起了朋友。”

塔夫特尊重当地的习俗，让自己学会了当地人最喜爱的“里戈登”舞。

所以卡尔文·柯芝在农场拉选票时特意降低自己的身份，以表达入乡随俗之意。他穿着破旧的工作服，手拿干草杈，让摄影师拍照，还戴着羽毛头饰赞美我们的印第安同胞。

戈瑟尔奉命修建巴拿马运河时，他脱下将军服，穿上平民服装，所有人都觉得特别惊讶。官兵们深受感动，心中的顾虑全部消失。

本杰明·富兰克林，曾是美国著名的外交家，是一名交际能手。他却是在一次重大的挫折后才学到了这种策略。

他以前曾在一家离家很远的印刷厂工作，他要打破公司的一个坏传统。在排字房，他拒绝支付老员工对所有新人收取的“保护费”。在接下来的几周里，他受尽排挤……但最后老员工们放弃了。富兰克林让他们明白，对于成规陋习最愚蠢的办法就是默默地忍受它的存在，而不做任何改变。很快，他就在同事中树立起了巨大的威信。

但如果要做领导者，就必须尊重一个群体的习性，无论是一个俱乐部，民族，商会或者一所学校。对于一个不了解我们习俗，行为习惯迥异的陌生人，他对于我们所尊重的事物表现出轻蔑，我们不也会对他冷漠和充满戒备心吗？富兰克林一生中只犯过一次这样的错误。

在刚刚出任美国驻法大使的那段时间，他并不认为入乡随俗有多么重要，在与法国人谈话时，他仍使用英语。随后，他的工作出现了许多本不应出现的阻碍。在他仔细思考了这个问题之后，他马上就想到解决的方法——练习法语。几年后，他的法语已经与法国人不相上下了，这使他在法国大受欢迎，后来成为最深受法国人民爱戴的美国人，一直到一战期间他的继任麦伦·T·哈里克才取代了他的位置。

成功人士常常对他人的姓名表示尊重，这样能深得别人的爱戴，因为名字与每个人的自尊心有着密切的联系。

钢铁大王卡耐基小时候在波特兰一个贫穷的纺织工人家庭长大，他最先运用了这个心理策略，那时候他为了赚钱养起了兔子。

“那是我第一次做生意，”他说，“我雇佣了很多小伙伴，整整忙活了一个季度，报酬是出生的小兔子以他们的名字来命名。乐意加入的人越来越多。即便是整个季度都忙于陪我采摘蒲公英和苜蓿给兔子做饲料，他们也乐此不疲，虽然只有可怜的一点报酬……天呐，我拿什么去报答他们？”

“我很珍惜这段美好的回忆，从那时起，我发现了自己有一个优点，总是能够号召足够多的人一起奋斗。而这在我日后事业的发展 and 成功中得到了印证。”

后来，卡耐基把这种策略运用于钢铁销售。当时他最大的客户是宾夕法尼亚铁路局。当卡耐基在匹兹堡的大型钢轨厂竣工后，为了永远纪念这名大客户的帮助，他以宾夕法尼亚州州长的名字埃德加·汤普逊来命名工厂，把他与这座钢铁厂联系在了一起，以示敬意。

在与社会各界人士打交道的过程中，安德鲁·卡耐基采用了同样的方法：尊重每个人的名字。

萨缪尔·冈波斯是著名的工人领袖，他告诉我们，自己最得意的优点之一便是直呼工人们的名字，以示他们之间的平等，因此，在他任期内从来没有发生过一起罢工事件。

很多行业领袖都意识到，最有用的心理策略是记着千百个下属的名字，以便交谈的时候能说出对方的名字。

这种先见之明的巨大能量可以从国家收银机公司的休·查莫斯被挖角的案例中得到印证。罗伊·查斌和霍华德·科菲创办了托马斯-底特律汽车公司，他们决定邀请查莫斯加入。但查莫斯当时在原东家的年薪已经高达7万美元，对此毫不感兴趣。但当对方给出了更优越的条件后——公司以休·查莫斯的名字命名——查莫斯再也无法抵挡如此大的诱惑。于是，查莫斯·底特律汽车公司开业了。

成功人士懂得在不同场合尊重他人所崇拜的东西。

有一天，新教徒李奥纳多·伍德在烈日暴晒下的古巴圣地亚哥的街道上赶路，虔诚地摇着天主教的香炉，主头上顶着天主教的华盖，身旁是一名大主教，四周围观的人沸腾起来。那时西班牙战争刚刚结束，伍德担任古巴的总督，为了安抚躁动多疑的古巴民众，带领这个国家向民主政体过渡，他用这种向古巴人所信奉的宗教表达了崇高敬意的心理策略实现了他的目的。

第一次世界大战期间，英国政治家阿瑟·鲍尔弗访问美国时，也是本着这种精神向美国人民传达善意。他公开称赞了赫伯特·胡佛和詹姆斯·杰拉德，还赞美了美国的气候；在各种场合不忘提到“民主主义”；为了表示自己信仰“民主”，他常常说些美式笑话，骑自行车；他还强调，自己跟威尔逊总统一样爱读侦探小说；在国会发表讲话时，他不忘提醒听众，自己也跟他们一样参加过集会。

威廉·里格利是营销界的领军人物，拥有数百万资产，他也是采取这种策略去开拓自己的事业的。“我每到一个地方推销产品时，”他告诉记者，“我会先去了解当地的风土人情，以当地人的口吻与他们交谈。”

比如，他在向法裔加拿大人推销香皂时，就挨家挨店地拍着胸脯说：“Savonminerals！”他只会这个法语单词，接着他便开始讲英语。但这句法语帮了他大忙，商家很乐意听到自己的母语。而其他推销员却很少注意到这种小礼节。

如果想赢得对方的好感和合作，必须记住一点：他的兴趣与你的是不同的。要熟知他们的习惯和爱好；他做过的事，拥有的东西；他的学识、观点和姓名；他尊敬的人和事；他的欲望和需求。

尊重他人所喜欢的事物吧！

让别人知道你所了解的事物，并表达自己的喜爱之情。要充分抓住每一个细节。

对于特别重要的人士，你需要提前了解他的兴趣爱好，如果可以的话，作出一个应对计划。

与一个群体打交道时，你必须接受他们的风俗习惯，以表示尊重。

第3章 让他人赞同你的心理策略

1 抓住对方最感兴趣的事

爱德华·博克是《家庭主妇杂志》的主编和创始人，他在十三岁的时候，写了一封特别的信寄给众多名人，引起了他们的注意。

那个时候，博克只是一名在布鲁克林的西联电报公司跑腿的小职员。令人惊讶的是，他不费周折便与格兰特将军夫妇、卢瑟福·海斯将军、舍尔曼将军、亚伯拉罕·林肯夫人、杰弗逊·戴维斯等名人建立起了个人情谊。

后来，博克那群朋友中的卢瑟福·海斯当上了美国总统，他在博克刚创办的《布鲁克林杂志》上发表了一篇文章，使得这本杂志销量大增，一开始便获得了巨大的成功。

成千上万的人都期望获得伟人的那么一点关注，却不是每个人都如此幸运。

然而，平凡的爱德华·博克轻而易举地与这些成功人士交上了朋友。

那是一封特别的信，他寄给了他的每一位贵人。

博克预先拜读了这些名人的传记，这就是他的成功之处。

“他起初只是想核实这些传记中的人和事，”贝尔德说道，“这名天真直率的荷兰裔男孩便写信去问詹姆斯将军小时候是否真的做过纤夫，还告诉将军自己写这封信的原因。詹姆斯将军热情地给他写了回信。受到鼓舞，博克便有了给各个名人写信的想法，不仅仅是想得到他们的手迹，还想从他们身上学到对自己有益的东西。”

“因此他又开始写信，在信中对他们问东问西，还查证他们生平最重要的事发生在什么时候。竟然有几个人还邀请博克登门造访，因此每当这些与他有过书信来往的人到访布鲁克林，他都会与他们见面并表示感谢。”

我们都希望能够获得未曾谋面的大人物的关注，而这需要克服很多的障碍。我们的武器是什么呢？我们能否像博克一样从别人的经验里获得这些武器？

毫无疑问，想打动他人，就需要抓住机遇，赢得别人的关注。

这正是博克的成功之处，他懂得运用所有成功人士推崇的方法：通过别人的兴趣点去接触他们。

安德鲁·卡耐基在一次关乎事业成败的紧要关头，运用了这个策略，幸运地使他的企业起死回生。当时，卡耐基发现自己的一张合同几乎落入他人之手，而这是一份巨额的铁路桥修建合同。

卡耐基使出浑身解数，企图说服桥梁建筑公司的管理层改变这个决定。卡耐基发现这些老板们忽略了一个重要的因素：熟铁的质量优于生铁。卡耐基找到了突破口。

接着发生了一件事，用卡耐基自己的话来说，是：“上帝在暗中帮助我。”——一名建筑工在夜间驾驶马车时意外撞到了一根生铁做的灯柱上，身受重伤。

兴奋的卡耐基马上借题发挥：“瞧，先生们，看见了吧？如果这个灯柱是熟铁做的，还会这样子吗？”这下子，那些老板都相信了卡耐基的话。趁热打铁，卡耐基便向他们解释为何熟铁要比生铁好。

卡耐基在关键时刻抓住了机会，在桥梁建筑公司管理层差点接受了竞争对手竞标的时候，把这份大合同重新夺了回来。卡耐基运用了与爱德华·博克相同的策略：迎合管理层的兴趣，达成自己的目标。

当我们在谈话中发现对方的眼睛在四处观望，同时感觉到他们的注意力不在自己身上时，那是因为我们忽略了一个细节：我们没有在意对方的经历，没有提到他特别感兴趣的事物。杰拉德·斯沃普的失败便是最好的例子。

2 关心对方最关心的事情

在杰拉德·斯沃普的事业蒸蒸日上的时候，他居然弄丢了一笔大生意。

通用电气公司总裁斯沃普过去只是西部电气公司的一名年轻职员，他想靠自己的努力当上分公司的经理。