

文化生活丛书

如何成为

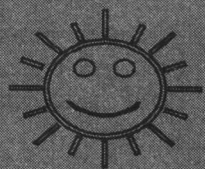
说服大师

柳永 主编



延边大学出版社

如何成为说服大师



责任编辑 张红飞

封面设计 司亮

如何成为说服大师

柳永 编

延 边 大 学 出 版 社 出 版

(吉林省延吉市延边大学院内)

全 国 新 华 书 店 经 销

华 山 印 刷 公 司 印 刷

开本:787×1092 毫米 1/32

印张:9.25

字数:227千字

印数:1—3000册

1999年6月第1版

1999年6月第1次印刷

ISBN 7—5634—1048—9/H·96

(全套共四册定价:36.00元) 分册定价:9.00元

序 言

说服别人之前,先说服自己

有句不太好听的话是这样的：“看你屁股怎么动,就知道你要放什么屁。”

说话,是一门艺术;说服,则更在艺术之上。拿个比方说,如果说话是游百米自由式,那么说服就是四百蛙式了。

这本书刚看过一遍,大概可以猜出原作者曾是业务员出身,所以在字里行间所运用的范例,多半是推销员会遇到的各种状况。把这些状况拉回到一般生活中,固然会有些格格不入,毕竟,美国人的生活和中国总有一段差距。

不过,换个角度来思考,用最广义的说法来看每天的生活,从睡醒到睡着(注意,不是起床和上床,因为从睡醒到起床还需经过一段说服自己的



过程)，甚至在梦中，每个人都不断地在说服自己和他人。而在说服别人之前，一定要先说服自己，就像那句广告词：要刮别人的胡子，先把自己的刮干净。

谈到广告，更是将说服这门学问发挥到最极致的事业，它每天透过视觉、听觉、嗅觉、触觉、功击我们薄弱的意志力。哪个小孩没吃过麦当劳？企业主不会只为了性能而去买宾士车；青少年熬夜排队买乔丹纪念鞋，也绝不是因为它弹性比较好；信义计划区的房子再贵，还是有人买。这些人都是广告征服者下的牺牲品。

要怎样才能说服别人？这本书的精神和中国人老祖宗传下的“大学”思想颇有异曲同工之妙，也就是由内而外，以己渡人。“大学”教我们的是“格物、致知、诚意、正心、修身、齐家、治国、平天下”。唯有先说服自己，让自己相信了，在说服别人的时候才有成功的可能。

谈到这里，卖东西的推销员和为人辩护的律师，本质上其实没有什么差别。这个东西再烂、这个人注定该死，你还是必须说服自己相信它的功效、他的无辜，直到这个 CASE 结束。某房屋公司的文案非常值得玩味再三：“没有卖不掉的房子，除非找了不会卖的人。”

作好了心理建设，接下来就是外显的说服动作了。说话的语调、文句的长短、眼神的接触、身体的距离、不经意的举手投足、暗藏玄机的说话等

等，戏法人人会变，巧妙各自不同。而这本书，就在教你如何成功地说服别人和自己。

与其把这本书作社会心理学丛书，个人倒宁可将它看作一本工具书，在遇到任何难以解决的状况时，不妨静下来，仔细阅读几回，然后自我省思下一步该走的路。这本书不是什么了不起的经文，作者和译者也不是宋七力或林清玄，不会也不能告诉你怎么做，但会提醒你：在出发前，你准备好了吗？

在编译这本书的过程中，承蒙各阶朋友的热情帮助，在此表示衷心的感谢。希望读者诸君能从中汲取精髓，运用自如，成为顶尖的说服大师。

编者
1999.5



如何成为说服大师

RUHECHENGWEISHUOFUDASHI

目 录

3

1 影响他人的力量

15

2 结论式思考

29

3 说服的九大准则

57

4 说服的技巧

93

5 非语文沟通的影响力

117

6 如何取得和使用情报

139

7 沟通的管道

151

8 充实你内在的力量



如何成为说服大师

RUHECHENGWEISHUOFUDASHI

173

9 建立亲切感

189

10 强有力的说明事半功倍

203

11 不断发问

223

12 双赢局面

229

13 说服的结构

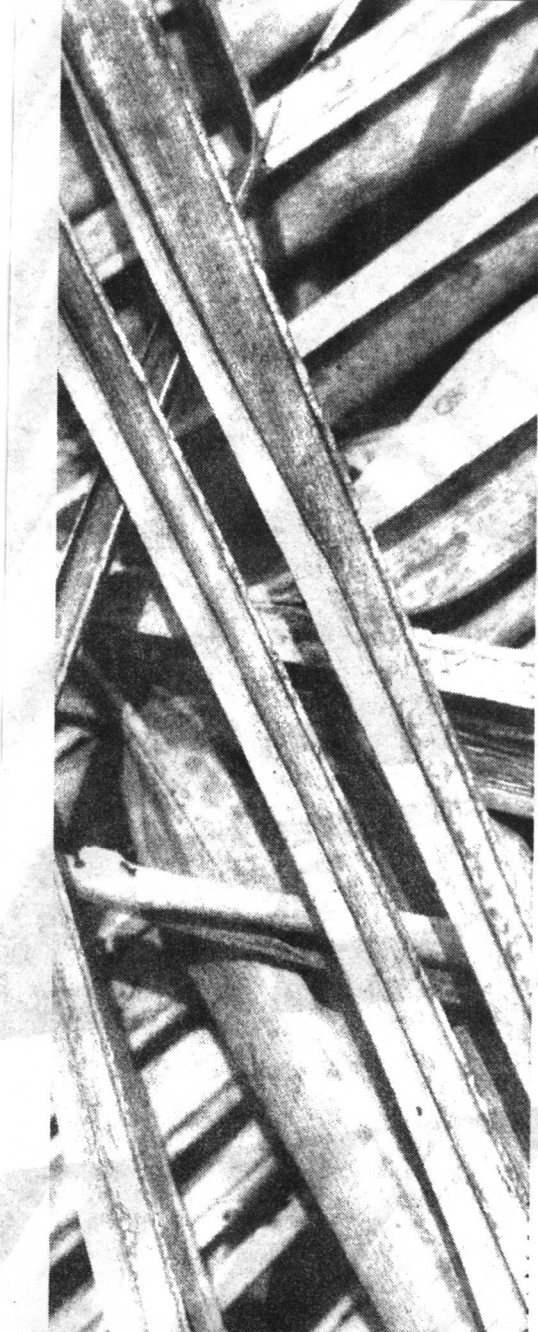
261

14 说服大师双赢术

275

15 梦想成真





1. 影响他人的力量

◎「每个人总是靠付出事物而活着。」

——史帝文生 (Robert Louis Stevenson)

◎「如果说成功有何秘诀，那就是接纳别人观点，并用自己和对方的角度来看事情的能力。」

——亨利·福特 (Henry Ford)



1. 影响他人的力量

如果没有了那些拥有说服他人力量，并灵巧运用的少数天才，这个世界将会大为不同。你也许没有改变全世界的打算，但你可以从这本书中，学到这种力量的使用方式和策略！

你想不想拥有操控一切的能力？在辩论中充满自信地述说自己的意见？享受说服另一半带你出游的成就感？再三强调自己的论点是所有演说者惯用的技巧。你想不想知道行销大师们是怎样做到的呢？

首先我们必须先由说服力在心理学上的定义，以及你可以从这本书学到什么说起。

说服力是种透过特殊技巧，用劝服他人信仰



和价值观的方式，来影响他人思想和行为的能力。

如果我们都记得，人类总是倾向喜乐、远离痛苦，那么我们就更能了解说服这个概念。无论我们是要取悦上帝，还是要作奸犯科，几乎我们所有的行为都是在选择或回应来自各方的刺激，以迈向目标或远离恐惧。

最后，想从这本书中学到更多，你必须跟着书中提供的实验一起做，这样你才能把所有讯息立即整合进入潜意识中。如果你想拥有说服别人的能力，就一定要参加实验。知识只有在被应用的时候，才能发挥力量。

影响一个人或一群人的力量，从创世纪开始，就是人类文化中的一项必要因素。几次重大的变动，都是由极具说服力的人物所引导。这些家伙都会说服其他人追随他们的信仰，改变其价值观，这样生活才会改善。

圣经中有个出名的故事，说到一个人如何说服他的奴隶同伴们起来反抗，离开埃及。当然，这



些奴隶知道他们不可能成功，想逃离法老王的军队是不可能的，而且，在沙漠中更无生存的希望。他们又没有武器，只有一点点食物和家产。摩西(Moses)也知道这些，但他告诉大家，上帝已指示他如何走，要在沙漠中走四十年，然后才能进入天堂般的迦南地(Promised Land)。

摩西不只要说服希伯来人离开埃及，他还得让他们相信上帝曾和他交谈。等他说服了他们上帝真的和他说过话，他还得再说服他们，让他们相信可以活着走到巴勒斯坦。

如果摩西无法让这几千人相信他负有“天命”，这些希伯来人的命运会是如何？摩西拥有何种其他圣经上的领袖人物所没有的东西？不过，这些人听从了摩西。而在许多故事中，人们总是忽视了上帝的信差。

圣经后来写道，这些希伯来人的后裔中有一个人，走遍他所知道的所有地方，传述另一个人的故事。他说，这个人克服了死亡，因为他是上帝之子。谁会相信这种鬼话？但弥赛亚和救世主的故事



流传各地，是什么让这个人如此有说服力？

今天，经由保罗圣徒的著作，全世界超过十亿以上的人都被说服，信仰了这位克服死亡的人，这位有生之年从未谋面的人！不管你是不是基督徒，都无可避免地会对这位一度曾为迫害犹太人的的人物，其所拥有的强大影响力进行考量。

一千八百年后，有个家伙说：“如果我能说服众人，我能移动地球。”不过很不幸，他是个黑人，而且是另外一个人的财产。除了大家认为他应为其有关自由的言论挨顿鞭打外，他不能说服任何人任何事情。除了极少数人外，十八世纪中叶没有人会听进这个黑人的唠叨。

在脱逃到另一个自由天地后，他成为美洲首屈一指的活跃分子。也就因为他的宣传，向不可能挑战，说服了白人支持解放黑奴。这位重要人物把观念带进了十九世纪的政治圈，让林肯在〈解放宣言〉中写下所有人都应是自由的。这位黑人的名字是佛烈德瑞克·道格拉斯(Frederick Douglass)。

当然道格拉斯不会是第一个要求自由的奴



隶,也不是第一个反抗的人。但何以他会如此有影响力?他拥有什么样的技巧和内涵,能用以改变所有美国人对自由的想法?其实他可算得上是本书所谓“说服大师”的化身。道格拉斯是位能在聆听者心中绘出图像,把自己的价值观灌注给追随者,改变听众信仰的人。他的雄心、目标绝不停止。一旦获得自由,自由的“喜悦”和奴役的“痛苦”远超过被抓回去被迫害的“痛苦”。如此我们可以得知,喜悦和痛苦都是强劲的驱力来源。

具影响力和说服力的大师们的故事数也数不尽。摩西、老子、佛祖、耶稣、马丁·路德(Martin Luther)、杰佛逊(Thomas Jefferson)富兰克林(Benjamin Franklin)佛烈德瑞克·道格拉斯、林肯、甘乃迪(John F. Kennedy)、金恩博士(Martin Luther King)、戈达·美尔(Golda Meir)德瑞莎修女(Mother Teresa)、柴契尔夫人(Margaret Thatcher)玛丽·凯·艾许(Mary Kay Ash),还有许许多多改变世界的远见人物。

这些大人物所用的技巧和策略,其实和推销




员、管理员、企业家、演说家、宗教或政治领袖一样，都是希望能影响别人来相信自己的信念。

看看比尔·克林顿(Bill Clinton)，他能在性丑闻、财务弊案和其它丑闻阴影下，仍能当上美国总统。而几年前盖瑞·哈特(Gary Hart)所面对的指控，远比克林顿轻微许多，但是哈特没有办法影响投票者改变心意，克林顿却做到了。可见一个人所能拥有最重要的沟通技巧，就是影响别人的能力。

你不需要拥有和克林顿、甘乃迪、或是马丁·路德一样的技巧，但你却很有必要去了解这些伟大沟通者的技巧。你会惊讶地发现，向他们学习真是太容易了。

当然，这股影响力也有负面的例子。希特勒(Adolf Hitler)、海珊(Saddam Hussein)等等人物都能操控负面影响的技巧。这是个很不幸的事实，说服的技巧在正反两面都能获得，所发挥的影响力，可以更好，可以更糟，也可以是中庸。



希特勒把日耳曼人视为纯洁和强有力，而有

上百万人相信了他。但是，一如说服过程中所发生的缺陷，后来发生的灾难变成了历史。

而全付武装的海珊，认为他有“取回”科威特成为伊拉克一部分的权力，群众们专注地倾听，陷入将科威特重整人伊拉克的幻想中。

当布希总统传达讯息要伊拉克退出，否则将付出代价时，海珊当然什么也不做。他的权力是在八十年代由美国建立起来，作为中东的一股“制衡力量”。海珊知道美国可能会采取攻击，但不会打倒他，然后伊拉克又能掌控中东地区。虽然他在波斯湾战争中错估了许多情势，但他对自己个人权力安全的评估却是正确的。

从上面几个例子可以明显看出，**价值观和信仰在说服过程中占有一席之地**。你的价值观会决定如何应用新的技巧，了解整个说服心理学，你将不会再是他人的一颗棋子，而能自行作主。

时至今日，影响他人并说服他人接受自己想法的能力，在成功之途中已渐式微。很多人认定目标，努力工作，高度自许，使用高尚的语言，但是，

