

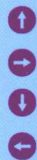
被译为10多种语言出版  
全球500强企业影响力培训教程

THE  
PSYCHOLOGY  
OF PERSUASION

# 说服 心理学

如何影响他人按你的方式思考


[美] 凯文·霍根 / 著



无论我在哪儿看到这本汇集各种说服策略的书，我都会被其深深吸引，甚至想藏好以免被竞争对手发现！

——乔·威特勒（美国著名影响力训练大师）

天津社会科学院出版社



THE  
PSYCHOLOGY  
OF PERSUASION

# 说服 心理学

● 如何影响他人按你的方式思考

[美] 凯文·霍根 / 著 邱 宏 / 译

天津社会科学院出版社

**图书在版编目 (CIP) 数据**

说服心理学:如何影响他人按你的方式思考/(美)霍根著;邱宏译.  
—天津:天津社会科学院出版社,2010.1

ISBN 978-7-80688-520-8

I. 说… II. ①霍… ②邱… III. 说服-方法 IV. ①H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 235600 号

Copyright © 1996 by Kevin Hagan. Original edition published by Pelican Publishing Company.  
Simplified Chinese edition published by Tianjin Academy of Social Science. All Rights Reserved.

天津市版权局著作权合同登记号 02-2009-96

出版发行:天津社会科学院出版社

出版人:项新

地址:天津市南开区迎水道7号

邮编:300191

电话/传真:(022) 23366354

(022) 23075303

电子信箱:tssap@public.tpt.tj.cn

印刷:北京领先印刷有限公司

---

开本:720×960 毫米 1/16

印张:15.5

字数:250 千字

版次:2010年1月第1版 2010年1月第1次印刷

定价:29.80 元



版权所有 翻印必究

# 序 言

房间里大约有十几位双子城<sup>①</sup>颇具煽动性的专家们在等候着会见丹尼斯·威特莱博士——举世闻名的心理学家和演说家。我很荣幸地受邀与威特莱博士共进早餐。他已为当晚要进行的高级会谈做好了准备。

房间里所有人都静坐着倾听威特莱博士向我们简要推介即将在全国范围内推广的新商业培训体系。就我个人而言,对全体美国人都将受益的“胜者的优势”这一计划印象颇深,并且产生了强烈的感受。

威特利博士的简要介绍告一段落,当他从陪伴在旁的爱妻手里接过橙汁小啜时,房间里有一人开始用一种让余人均感尴尬的方式贬低这一计划。威特利博士只笑了笑,对这位绅士留下了深刻的印象。当会谈几近尾声,又是那位绅士提前站起身来。威特利博士同时也站了起来,说:“约翰,我很感谢您今天能赏光参加,并给予我信息反馈。约翰,您是一个胜者。”

约翰笑起来,转身在告别声中离开了会场。

那天早上出席会谈的人中,至少有3个人离开时的感受比来时要好很多:

1. 约翰,他的自尊心膨胀起来。

---

① 美国明尼苏达州的圣保罗和明尼阿波利斯两个城市。



2. 威特利博士,他对一个受挫的生意人展现出了同情心,以此得到安慰。

3. 我,对共赢产生了另外一层理解。

共赢并非一种异想天开的观念。这也是一种生活方式,渗透到我们的日常生活中。威特利博士以自己有教养的态度对待约翰,几乎没有取得实质性的胜利。他可能永远也不会再看到那个人了。威特利博士就是这样一个人,总希望他人能获胜,甚至在自己一点实质性胜利都没有的情况下也如此。对他来说,“胜利”就是一种来自于某些特定行为中的自我满足感。这就是生活共赢哲学所涉及的一切。这是一种信念,也是一种高附加值。帮助他人以共赢的思维方式进行运作,就是我其中的一个人生目标。

当今,很多人都在以让其中一人或双方都失利的方式来对待客户或家人。

本书的主题是说服力。说服力无论好坏,都取决于谁拥有控制权!

本书将详细介绍说服心理学方面的内容。我们将要思考如何才能说服对方,实际上是如何让自己变得更有说服力。我们还要思考治疗师、心理学家、销售人员、煽动家等人群的研究成果。

本书的目的是要教给您一个既能应用于个人生活中,也能应用于职业生活中的技能。具有说服力的沟通能力是任何人成功与否的关键因素。

我对您有一个期望,在学习了解了说服大师的技能之后,利用它们去过一种更激动人心、更强劲可爱的生活吧。我最强烈的愿望就是在您阅读完本书之后,将会发现自己一直在寻找的关系,并且建立起自己的美国之梦。

当我们在检验劝说过程时,您将发现更能让人们按照自己的意愿行事。您还会发现如何建立关系以及倾听他人需求,以此您就能按照曾

经认为绝不可能的方式来帮助他人。

- ◎ 如果您是销售人员,您的销售业绩将大幅提高。
- ◎ 如果您已结婚,那么夫妻关系将会更加牢不可破。
- ◎ 如果充满恐惧又迟疑不决,那就将学会如何将恐惧转化成力量,将犹疑转化成自信。

需要着重指出的是,本书中包含着最强有力的说服工具、说服策略和说服技巧。本书中的信息经过了诸多获胜的参政候选人、拥有数百万美元资产的电视人和某些拥有世界强权之人的验证。同样地,这些工具、策略和技巧还被应用于诸多全球杰出的公司中。那些拥有幸福婚姻的人们、那些对事业充满爱并有优秀业绩的人们,也都曾使用过这些工具、策略和技巧。世界上最伟大的教师们也在应用着这些工具、策略和技巧。

其中,唯一的差别就在于道德规范的问题。道德规范并非一个非黑即白的问题,一个人的阴暗面可能会是另外一个人介于好和坏之间的灰色地带。说服力常被轻易地滥用或被轻易地利用,它能轻易地被用于伤害他人、制造邪恶。同样地,这些工具、策略和技巧也能被应用于完成好现象的操作中。你的责任就是在道德约束下使用劝说的力量。

没有人能为您决定什么是伦理道德。我们将在后面的内容中详细探讨道德规范和劝说过程。

我最大的愿望就是你能小心、明智地使用这种力量去影响他人。带着这样的理解,我们将开始实际学习如何在家庭生活中、在职业生活中或在生意场上实现自己的说服力。你不久之后就会认识到影响力已经无数次地渗透到日常生活中!理解人们为何如此行事以及如何让他人行事的过程,是一个引人入胜的奇妙之旅!



目 CONTENTS 录



序 言 ..... 1

## 上 篇 说服模式

第一章	影响力 .....	3
第二章	结果导向型思维 .....	13
第三章	说服规律 .....	23
	互惠规律 /24	
	对比规律 /27	
	友谊规律 /30	
	期望规律 /31	
	关联规律 /32	
	一致规律 /34	
	稀缺规律 /37	
	从众规律 /39	
	权利规律 /41	
第四章	说服技巧 .....	45
	提问的强势应用 /46	

	强势的言辞 /55
	时间压力技巧 /58
	信誉技巧 /60
	秘 密 /62
	未来进程 /63
	催眠的语言模式 /63
<b>第五章</b>	<b>非言语沟通方式的影响</b> ..... 71
	空间关系和说服力 /73
	战略性移动 /79
	外表形象 /81
	理解非言语线索 /83
	一 致 性 /87
<b>第六章</b>	<b>情报——如何获取与使用</b> ..... 91
	价值观的确定 /93
	为消费者收集情报 /94
	狂热追求的情报 /98
	满足普通人的需求 /100
	合并策略 /106
<b>第七章</b>	<b>沟通方式:信息的准备</b> ..... 111
	善于分析型 /113
	管理型 /114
	社交型 /115
	亲切型 /116
	以视觉为主 /118
	以听觉为主 /119
	以知觉为主 /119
<b>第八章</b>	<b>你的内在力量</b> ..... 123
	掌控自我的六个要点 /124
	愿 景 /133
	自言自语 /135



适当运用生理行为 /138

第九章 瞬间亲和力 ..... 141

获得瞬间亲和力的七个关键因素 /147

模仿情绪 /150

发现价值观 /151

模仿价值观和信仰 /156

明确需求 /157

第十章 有力地陈述让一切变得简单 ..... 165

成功陈述的七个关键 /163

第十一章 一直追问 ..... 173

有限条件 /175

异议 /175

对付异议 /176

应对异议的附加策略 /181

确认 /183

六个收盘的好方法 /183

第十二章 共赢 ..... 189

## 下 篇 说服技巧

第十三章 说服结构 ..... 195

画面 /200

过程 /201

处事模式 /203

价值观 /213

信念 /214

态度 /215

决定和记忆 /217  
说服模式结构 /218

第十四章 你就是一位说服大师..... 220  
判断处事模式 /221  
精确问题 /223  
在潜在客户的程序中工作 /225

第十五章 成为说服大师的技巧..... 228  
声音线索 /228  
眼球运动解码 /229  
启发式策略 /232  
练习 /234

目

录

附录:本书部分术语..... 237

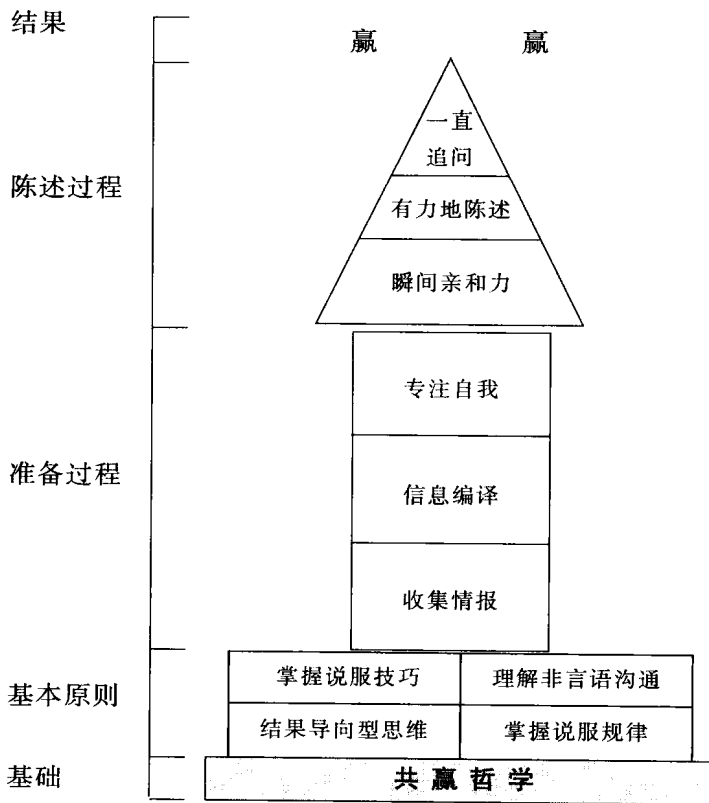




上 篇  
说 服 模 式

The Psychology  
of  
Persuasion

# 说服模式



## 第一章

## 影响力



每个人都靠卖东西为生。

——罗伯特·L·史帝文森

如果成功有秘诀,那一定藏在获取他人观点的能力以及换位思考的能力中。

——亨利·福特

与人相交之道就像去买糖或咖啡一样唾手可得。并且,为了获得此能力,我愿付出任何代价。

——约翰·洛克菲勒

如若没有那几个已经掌握了说服技能,且在成就百万富翁之路上有效运用了此技能的少数人,这个世界将完全不同。你可能并不想改变世界,但是在了解了本书中的内容之后,你将学会那些少数成功人士所拥有的战略方法!

你想不想对自己生活中的事件具有更多的掌控权?你想不想在争论中更有说服力地陈述自己的观点?能够劝说配偶多带自己出去玩,你是

否很享受？很多论坛的主讲人都在承诺可以使销售业绩翻番，你想知道产生这样惊人结果的真正销售秘诀是什么吗？

我们应该先明确说服心理学究竟是什么，以及从本书中能够学习到什么。

说服力是用特殊策略通过影响他人的思想和行为，从而使其产生信念和价值观的能力。从其字面意思来看，心理学就是研究人类精神思想（真正的个人灵魂意义）。因此，这本书就是研究整个影响过程如何工作，以及人们如何在日常生活中应用这些说服方法和策略。

如果我们能牢记人们都倾向于获得快乐、远离痛苦这个真理，那么就能很容易更好地全盘理解说服力的概念。无论人们是在试图取悦上帝，还是准备开始一项不光彩的事业，几乎所有的行为都可归结为选择或者回应不同形式的刺激，这些刺激或许会促使我们朝着目标迈进，或许会致使我们远离恐惧。理解这个简要前提，就能让你在头脑中准确地记下本书所涵盖的内容。

虽然看似简单，但仍有诸多事项可帮助你更好地理解本书。每当你接触某个不熟悉的定义时，请参考本书后面的术语汇编，或者去查字典。如果术语定义不够清晰明确，人们就不能理解其中的精确含义。

若想从本书中获取最大利益，最后建议你确保自己愉快地按照书中提供的指导进行练习，如此你才能迅速将信息整合到自己的潜意识中。如果你希望能说服他人，就要有真正参与练习的意愿。如果你只是想阅读、了解说服力的相关知识，并不想真正利用这些信息，那就是另外一回事了。知识只有在使用时才能发挥出力量！

从开天辟地起，影响其他个别人或其他群体行为的能力，就是人类文化中必不可少的一个因素。人类进程中的伟大变革几乎都是由那些精通说服过程的个体所引导的。这些人能够借助于遵循自己的信仰、信念或者转化自己的价值观来说服他人，他们的生活将会变得更加美好。

《圣经》里有一个家喻户晓的故事，一个人游说了诸多追随他的奴仆

起义,离开了埃及。当然,这些奴隶们也非常清楚自己无法取得成功。从法老的军队统治下逃出去几乎是异想天开的事情,一旦逃进沙漠中,也根本没有生还的可能性。他们没有武器,只有一点点食物和少得可怜的财产。了解到此,摩西告诉他的人民,上帝赋予了他前进的指引。他们在沙漠里度过了 40 年的光阴,终于进入了乐土(上帝许给亚伯拉罕的地方)。

摩西不仅劝说了希伯来人离开埃及,他还使人们相信实际上是上帝在和自己对话。一旦人们相信了上帝在和摩西对话,摩西就能说服他们相信一定能够度过艰难跋涉,到达巴勒斯坦。一旦摩西没能成功地劝说成千上万“拿他当真的”那些人,希伯来人的命运又会如何呢?摩西有着《圣经》上其他领袖们所没有的什么特点呢?毕竟,人们的确都听信了摩西。在其他诸多故事中,几乎所有人都忽视了上帝的信使。

在《圣经》的后半部分内容中,我们还会看到这些希伯来人的一个子孙后代。这个男人几乎走遍了世界上他所了解的主要城市,一直在对人们讲述着另外一个男人的故事。他说,这个男人战胜了死亡,因为他是上帝之子。谁会相信呢?救世主耶稣的故事多如牛毛。什么原因使这个男人的说服力如此有效?现今,通过圣徒保罗留下的著述作品,无数的人们都已被说服去相信这个已经战胜死亡的人,相信这个活着时并不曾相识的人!无论你是不是基督徒,都不妨考虑一下从前犹太人所遭受迫害的巨大影响力。在本章后面的内容中,我们将详细探讨保罗如何劝说多数人按照他的思维进行思考。

1800 多年前,一个男人曾经听说:“如果我能说服他人,就能移动整个宇宙。”很不幸的是,这个人是黑色人种,有着自己的主人。除了为谈论自由所获得的鞭打之外,他并不想为了任何人的任何东西去游说。除了少数几个人之外,在 19 世纪中期,没有人会听信一个黑人奴隶的闲扯。逃亡到自由国度后没多久,他就成了美国最活跃的积极分子。是他的煽动性缔造了这种可能性的存在——说服美国的白人支持黑人奴隶获得自由。这个强大的男人给 19 世纪的政坛灌输了新观念,最终直击总统。



亚拉伯罕·林肯在《解放黑奴宣言》(美国总统林肯于1862年9月颁布)中指出,所有人都应被视为自由人。这个伟大的男人就是弗雷德里克·道格拉斯。

道格拉斯当然不是第一个想要获得自由的奴隶,他也不是第一个试图反抗的奴隶。是什么促使他实现了自己的追求呢?道格拉斯拥有什么样的本领和品质,最终改善、提高了所有美国人对自由的展望?他就是本书中我们称之为“说服大师”的化身。道格拉斯是一个善于在听众心里勾画蓝图的人,他能将自己的价值观灌输给听众,他具有转化听众信仰和信念的能力,他对自己的雄心壮志有着不可阻挡的信念。一旦他重新获得了自由,自由的“快乐”和奴隶制的“痛苦”就远远超过了恢复奴隶身份和遭受潜在迫害的磨难。正如我们看到的,痛苦和快乐并存,这就是强烈的激发因素。

人们熟练掌握影响力和说服力的故事比比皆是。摩西、老子、佛陀、拿撒勒的耶稣、马丁·路德、托马斯·杰斐逊、本杰明·富兰克林、弗雷德里克·道格拉斯、亚拉伯罕·林肯、约翰·肯尼迪、马丁·路德·金、戈尔达·梅尔、特蕾莎修女、玛格丽特·撒切尔、玫琳凯等,这些人都是想要改变世界的人。当然,决非只有改变世界的想法这么简单,他们那影响他人观点,使其信服自己观点的能力才是关键。

这些伟大人物所使用的技巧和策略,与一般的销售人员、经理、企业家、公众演说家、政治宗教领袖和当今的活跃分子们为使他人信服自己的观点和主张而使用的影响方式、技能和策略是一模一样的。

我们来看看安东尼·罗宾,《激发心灵潜力》和《唤醒心中的巨人》就是他的作品。正是他的自信和帮助他人的能力促使其创造了那些改变自己生活的人们,大家通过应用他多年从伟大的说服大师们身上总结出的规律,让自己过上了更加美好的生活。

我们再来看看比尔·克林顿在应对任美国总统期间出现的性丑闻、金融违规行为和其他有失颜面之事时的能力。几年前对加里·哈特的指

控远远低于克林顿面对的那些问题,可哈特却没有能力影响选民们改变自己的价值观和信念,而克林顿却做到了。影响力是一个人所能拥有的最重要的沟通技能。

你不必拥有安东尼·罗宾斯、比尔·克林顿、约翰·肯尼迪、马丁·路德·金等人的能力,在自己从事的领域中或所处的关系中制造冲击。但你需要理解这些伟大的传播者们所具有的技能。更让人感到惊奇的是,在经过练习之后,人们很容易学习并领会它。

影响力当然也会有极大的负面作用,总会有些操纵者也能熟练掌握这个本领。阿道夫·希特勒之类的人也掌握了影响力,并将之运用到了恶道上。这是一个不幸的事实,说服技能既可以被以善为动机的人掌握,也可以被以恶为动机的人掌握。影响力之箭既能被挥舞着有益于社会,也能去破坏社会,还能被用于做这两者之间的任何事情。

希特勒绘制了一幅让德国更加纯净、更加强大的蓝图,他还绘制了一幅让反对者看起来更邪恶的蓝图。成千上万的人相信他的观点,愿意改变自己的价值观,追随他的信念。然而,在这个说服过程中,大众的判断和理智都不起作用了。随之而来的灾难当然就成了历史。

从这个例子中,我们清晰地看到了价值观和信念在整个游说过程中所扮演的角色。你的价值观将决定你如何使用这些新技能。在读完本书后,你就会理解说服心理的全过程,而且还会意识到熟练操纵和道德劝说战术都无须经过深思熟虑。你将不再喜欢利用这个能力,你会变得更加坚定。当你了解到自己更能控制目标,而不是成为别人棋盘中的一兵一卒时,就会更加快乐。

现在,影响他人的力量和说服人们按照自己的方式思考,已经越来越成为成功秘诀中不可或缺的要素。很多人都会设定目标、努力工作、拥有高度的自负、言谈举止亲切和蔼等,但是他们永远不会真正实现自己的目标、梦想和愿望。原因就是他们还没有开发出向他人推销自己的产品、服务和观念的能力。