

说服

罗杰◎著

在不为人知的情况下影响和改变他人

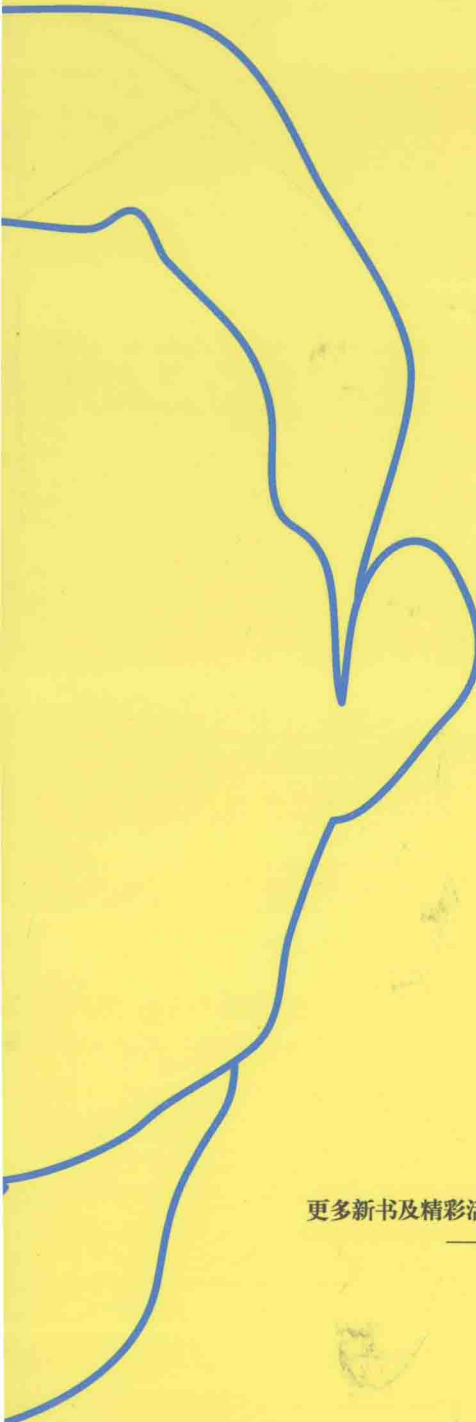
学会说服·说好难说的话·搞定难办的事
轻松拥有影响他人、掌控局面的能力

世界500强企业的说服力课程
让亿万人受益的口才培训教程

日常 + 职场 + 商务 + 必备
交际 + 沟通 + 谈判 + 指南

有了此书，你可以在任何场合说服任何人

中国出版集团
现代出版社



生活是一个不断说服的过程。从出生到死亡，你需要不断说服你的父母、老师、爱人、孩子、上司、同事、朋友、对手……成功的人，总是那些说服力强的人。学会说服，就能搞定一切人际难题，让你轻松拥有影响他人、掌控局面的能力。

在这本书里，你将知道：

怎样迅速取得陌生人的好感；

怎样快速提高自己的说服力；

怎样提升自身魅力；

怎样拿下你的客户；

……

本书将阐述无所不能的说服技巧，结合生活实际，教你成为说服达人。

更多新书及精彩活动敬请关注
——现代出版社官微！



上架建议：心理自助·人际交往

ISBN 978-7-5143-4462-2





9 787514 344622 >

定价：35.00元

说 服

罗 杰 著

 中国出版集团
 现代出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

说服 / 罗杰著. -- 北京: 现代出版社, 2016.1

ISBN 978-7-5143-4462-2

I. ①说… II. ①罗… III. ①说服—语言艺术—通俗读物 IV. ①H019-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 313960 号

说服

著 者 罗杰

责任编辑 杨学庆

出版发行 现代出版社

通讯地址 北京市安定门外安华里 504 号

邮政编码 100011

电 话 010-64267325 64245264 (传真)

网 址 www.1980xd.com

电子邮箱 xiandai@cnpitc.com.cn

印 刷 三河市南阳印刷有限公司

开 本 880mm × 1230mm 1/32

印 张 7.5

版 次 2016 年 2 月第 1 版 2016 年 2 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5143-4462-2

定 价 35.00 元

版权所有, 翻印必究; 未经许可, 不得转载

第一章 人生就是从不间断的说服

- 说服，无处不在……002
- 乔布斯的超强说服力……007
- 掌握说服，搞定人际难题……010
- 说服是现代人必备能力……013
- 如何说服一个人出生入死？……016
- 哈佛谈判课的精髓……021
- 为什么赌场没有时钟？……024
- 卡耐基留下的最大财富……031
- 成为说服高手并不难……035

第二章 说服背后的心理学秘密

- 人们为什么会被说服?040
- 潜意识: 行为的秘密.....045
- 无处不在的暗示.....050
- 神奇的哈佛视线控制.....053
- 为什么雨雪天更适合销售.....059
- 算命先生为什么知道你的内心.....062

第三章 建立好感, 获得认同

- 说对方感兴趣的话题.....070
- 身体的模仿, 可以迅速改变气氛.....073
- 在三分钟内建立自己的可信度.....077
- 五分钟, 从陌生到建立好感.....080
- 寻找共同语言, 更容易得到认同.....085
- 引用对方的话, 能让对方感觉受重视.....089

第四章 有魅力的人, 说服更容易

- 你的形象价值百万.....094
- 有魅力的人往往更有说服力.....100
- 无意识的口头禅最容易出卖你.....103
- 营造权威感, 就能事半功倍.....106
- 你关心别人, 别人才会关注你.....110

第五章 说服，其实很简单

- 换位思考，也许就能打开局面……114
- 掌控谈话的全过程……118
- 无论如何，不要打断别人说话……122
- 真诚地承认自己的错误……125
- 让他人占优势，使他感觉自己重要……128
- 最高明的说服，是引导他人做决定……131

第六章 搞定难搞的人，说好难说的话

- 在不知不觉中赢得对方信任……136
- 多做准备，知己知彼……140
- 人人都喜欢听恭维话……143
- 积极回应对方所关心的问题……146
- 多说“我们”，少说“我”……149
- 对症下药，因人而异……153
- 灵活运用“冷热水”效应……156
- 只说有效得体的话……158

第七章 说服他人，就这么几招

把话说到心坎上，以情动人……164

勇于说出自己的要求……167

猛攻要害，一针见血……171

善于倾听，发现言外之意……174

学会变通，灵活应变……177

把对方当作“大人物”……179

不可忽视的外在因素……182

从对方的思维方式入手……186

一眼看透他人的底牌……188

必要的时候，也要察言观色……192

身体永远不会说谎……195

小细节中有大秘密……200

第八章 消除异议，实现双赢

引导对方，按自己的意图发展……206

异议中往往隐藏着机会……209

让步必须有条件……213

讨价还价是一门艺术……216

必要的时候保持沉默……222

巩固效果，善始善终……227

01

人生就是从不间
断的说服

说服，无处不在

我们的生活，由一系列的说服和被说服构成——不是去说服他人，就是被他人说服。说服力已经成为一个人的重要能力之一。无论是政界要人，还是商场精英，无论是销售人员，还是普通职员，都需要通过说服来开展工作，成就事业。

说服无处不在。以说服为业的销售人员自不待言，实际上每个人在生活中都离不开说服。我们经常会遇到需要说服他人的情况，同时，我们也经常被别人说服。在家庭中，家长要说服孩子养成良好的生活习惯，改正坏毛病；在学校中，教师要说服学生认真学习，掌握知识；在企业中，上司要说服下属尽心尽力工作，而下属则要说服上司采纳自己的建议；在公共场合，人们会说服违规者遵守公共秩序。可以说，说服涉及社会生活的方方面面

面，大至国计民生，小至家务琐事，谁也离不开说服。

我们每个人在成长过程中都会接受“说服”教育，在这个过程中，我们逐渐形成了世界观和价值观。我们不断地接受一些“说服”，又不断地面对另一些“说服”。人们的观念多种多样，千变万化，它们在有意与无意间交互发生着变化。而说服的过程，就是传递的新观念，让听者接受它，从而改变听者原有观念的过程。说服是讲究方式方法的，唯有如此，他人才乐于接受，取得良好的结果。

在当今的生活中，广告、宣传、影视、传媒等多种形式的媒介与我们形影不离，始终伴随我们左右。实际上，所有媒介无时无刻不在对我们进行着说服工作，只不过，这种说服没有那么明显罢了。我们都在无意间被它们说服着。当我们接受了某个信息，接受了它的说法或观念，我们就是被说服了，这个过程或许就是在我们毫不知觉的情况下完成的。当我们明白了这一点时，往往会疑惑于自己为什么会被说服，希望探究一下这一切是如何发生的。

每个人在成长过程中都会接受“说服”教育，在这个过程中，我们逐渐形成了世界观和价值观，为了一些目的，不断地接受和输出“说服”。

说服究竟是如何发生的呢？我们先来看心理学家弗洛伊德的这段话：“人的意识如同冰山露在海面上的部分，而在海面之下，也就是意识之外，还存在着潜意识。潜意识就是人们竭尽全力试图忘掉的那些不愉快、不恰当，或是丑陋的想法和冲动，它们往往无法被现实认知，在成长过程中也无法得到认同和满足。”

人是有欲望的，也是有弱点的，而且每个人的欲望和弱点又不尽相同，这些都给说服者打开了方便之门。彻底改变一个人的价值观是很难的，只有发现他的弱点，从中找到突破口，才能达到目的。

我们通常都知道自己是有弱点的，所以经常事先建立起一种防御机制，例如，拒绝接受路上散发的宣传单，拒绝商场导购的热情讲解，拒绝销售人员的上门推销，甚至从一开始就将他们认定为“骗子”。这些不仅仅是因为我们不愿意浪费时间，或是因为我们已经清楚地识别出了“骗局”，更多的是因为我们无法明确自己的弱点到底是什么，就像弗洛伊德所说，很多弱点在“海面以下”，是我们无法察觉的，我们害怕自己的某些潜意识会被触及，害怕自己会被“说服”，因此，可以说，我们已经承认了这种无处不在的说服力。

一般来讲，有主见的人不会轻易被说服，而没有主见的人被说服是轻而易举的事。但事实并非全部如此。

试图说服一个人，对一个人施加影响，其中往往有着利益的驱使。一个人的弱点，往往就是被说服的突破口。我们时常会看到各种所谓的保健医学讲座，看到那些老年人步履蹒跚地步入会场，看着他们不断地被“说服”，看到他们被说服后掏出大笔的血汗钱去买所谓的灵丹妙药，而其实那不过是有名无实的保健品，甚至是假冒伪劣品，于治病救人无补，甚至有害。为什么人们容易上当受骗？其根源就在于人们自身的弱点，而骗子就是抓住了一些人的弱点乘虚而入。

被说服的人其实在大脑结构上并未发生质的改变，所谓的

变化只是发生在对事物的认知和情感等感性因素上。新观念被大脑吸收后被脑细胞不断强化，大脑皮层下的神经回路在持续刺激下，人的短期记忆会发生改变。这样长此以往，长时的记忆也会发生改变，人们对某个事物的看法就会发生质的改变。这样的改变一旦变成习惯性思维，人就完全被说服了。

从另一个角度来讲，说服力能够在无形当中改变人的观念，这也足以说明说服力的高明之处。

被说服者头脑中的变化在于对事物的认知和情感等感性因素上。新观念被大脑吸收后被脑细胞不断强化，大脑皮层下的神经回路在持续刺激下，人的短期记忆会发生改变。长此以往，长时的记忆也会发生改变，人们对某个事物的看法就会发生质的改变。这样的改变一旦变成习惯性思维，人就完全被说服了。

所以，说服他人不是一件简单的事情，可以直来直去，需要一个过程，其方法之曲折甚至堪称一门艺术。恰当的说服方式能够有效地规避误解，抵达你想表达的信息的核心。说服的目的是使他人理解你的逻辑，步入你的情绪，理解你的动因，从而沿着你为他预设的方向行动，结果要么对他有利，要么对你有利。所以你在很多时候无法说服别人，并不是因为你的逻辑混乱，动机不善，或者立场偏差，而是因为你尝试说服别人的方式并不正确。可能你的立场观点有时候确实拥有足够的说服力，但却因为你轻率地选择了某种不太适宜的说服手段，其价值在传达过程当中耗损了。

了解到说服的发生过程后，你或许会更加坚固自己的防御机制，或许会更加恐惧这种“无形的操纵”，担心自己一不小心就

落入“骗局”。

但我们必须清楚，说服力并不等同于欺骗，有些图谋不轨的人的确会利用说服力来作恶，但说服力给人类生活更多地带来的是正面影响。说服力不断更新着人类的观念，推动社会向前发展。历史上的每一次变革，都是说服力做出的贡献。

1903年12月17日，莱特兄弟制造的人类历史上的第一架飞机——“飞行者一号”试飞成功。然而，这一历史性的事件并没有受到社会公众的重视，人们甚至怀疑其真实性，大多数报纸都拒绝报道。直到1908年，制造的第6架飞机成功后，莱特兄弟才说服美国陆军部观看一次他们的飞行表演。而此次表演使得飞机作为最新型的交通工具进入了社会公众的视线，并得到了极大的认可与推崇，各国企业家争先购买专利。

如果在飞机还是雏形的时候，莱特兄弟想要说服他人，情形如何，我们无法预测。但对他们而言，成功当然是来得越快越好。但万一他们因为最初无法说服他人接受自己的发明而气馁甚至放弃，那么飞机诞生的延迟必然会给人类带来更多的不便。

进一步讲，如果一切有潜力的想法、发明，一开始都能通过恰当的说服手段得到正确的传达，世界自然会迎来更多可喜的转变。反之，许多未知的、可能给现实带来转机的可能性，将会推迟出现，甚至就此夭折。

在日常生活中，夫妻间在争吵之后，如果一方可以说服另一方放下芥蒂，将怒气释怀，很多桩婚姻就不至于无可挽回；在面试中，优秀的人可能不善言辞，无法说服面试官选择他，失去心仪的工作……如果人和人之间是孤岛，那么说服则必定是沟通孤

岛的桥梁。说服别人带来的好处，多得难以想象。

大多数时候，我们并不是不够真诚，或者不够优秀，缺少的只是说服他人的能力。

乔布斯的超强说服力

作为一个有梦想的人，超强的推销能力和说服能力是必备能力。只有这样，才能影响别人接受、认可你的观点和产品。苹果创始人乔布斯，无疑是一个具有超强说服能力的天才。

为了把百事可乐的营销高手斯卡利挖到手，乔布斯三顾茅庐，用他的经典名句打动了斯考利磐石一般的心：“你是愿意一辈子卖糖水，还是去改变世界？”果然，此言一出，斯卡利下定决心加盟苹果公司。

在过去近十年的时间里，一年一度的Macworld大会是乔布斯向世人布道的工具。2007年iPhone发布会，是人们一致认为最精彩的一次演说。这是一段必定会写入沟通设计和商业演讲教材的完美演说，有适度的幽默和调侃，有精准到毫秒的节奏把控，更有不容驳斥的数据提供支持。他所使用的美轮美奂的PPT以及高超的表达技巧，使苹果产品大放异彩，他本人也因此赢得了无数粉丝。

人们用“乔氏力场”来形容乔布斯这种无与伦比的天赋。参与第一台麦金塔电脑研发工作的安迪·赫兹菲德是这样描述乔氏力场的：“‘乔氏力场’令人惊讶不已，它混合了富于魅惑力的修辞、强悍无比的意志以及为当前目的不惜扭曲任何事实的决心。如果一种道理不能说服你，他会立即轻松娴熟地换另外一种。有时，他会突然转到你的立场来，打你个措手不及，而且装得好像他从来就是那么想的一样。最不可思议的是，即便你意识到了‘乔氏力场’的存在，它似乎还是同样有效，尽管史蒂夫离开后效果会减弱、消失。我们后来经常讨论有什么方法可以克制这个力场，但没过多久大部分人都放弃了，把它当作自然界的法则接受了下来。”

今天的世界充满各种诱惑，吸引人们的注意力，引导人们的行动。也许是一部新款轿车，也许是一套梦想中的房子，也许是一趟美妙的旅行，也许是诱人的美食。几乎全世界的每个人，都生活在这种说服的环境里。随着社会的发展，说服的功力越来越高超，越来越难以招架。往往在不经意之间就能对你施加影响。

在这充满说服方式的世界里，你可以去说服别人，也可以为人所说服，你可以引导别人，也可以被别人引导，至于你要做哪一种人，就全看你的说服能力。说服能力强的人影响和改变他人，而说服能力弱的则只能被影响和改变。如果能够练就超强的说服能力，便能成为趋势的带动者而不是跟随者，便能掌握住自己的人生方向，而不是随波逐流。

感恩节之所以能成为美国法定假日，不是某位政治家的功劳，而是一名普通家庭妇女借助说服的力量促成的。她的名字叫

莎拉·海尔，在此之前，感恩节并非美国的传统节日。

从1621年以后，有一百五十五年之久，殖民地都没有任何可用来庆祝的正式节日。直到独立战争的胜利，才有了第二个感恩节——不过还未成为传统。第三次感恩节是在1789年的11月26日，因为庆祝宪法的签署完成不久，由华盛顿宣布全国共同庆祝，不过也还未成为法定假日。

到了1827年，莎拉·海尔以无比坚定的决心和毅力，呼吁感恩节能成为法定假日，让全国家庭都有团聚的机会。她当时已是五个孩子的母亲，为了养家，她以从事职业作家为生。在当时，还很少有女性成功的例子。她身为一份女性杂志的编辑，在不断的努力下，将这份杂志发展为全国性的期刊，每期发行量高达十五万份。为了使全国能有一个永久的感恩节，她把杂志当作一个带动趋势的强大工具不断地呼吁。在三十六年的时间里，她不断地写信，把她的那个梦想传达给历任总统和各州的州长。

终于，南北战争的爆发给了莎拉一个绝佳的机会，能把她的看法告诉全国人民。在1863年10月份的杂志上，她呼吁道：“如果我们能永久明订一天为感恩节，岂不是对社会有很大的好处？让我们全国人在那一天忘掉国家分裂的痛苦，让我们停止战斗，一同向上帝献上由衷的感恩，谢谢他在过去一年之中的保护和赐福，这样岂不是一举多得吗？”她同时还写了一封信给林肯总统，由国务卿转呈。林肯认为全国每个家庭都能有一天全家团聚非常重要，于是在四天之后下令宣布，将1863年11月最后一个星期四作为感恩节。从此，这个节日就沿袭至今。

感恩节成为美国的传统节日，就是源自这次伟大的说服。既