

说服不是
兜售、争辩和吹嘘的代名词。
说服不是**征服**，是**联合**！

27 Powers of **Persuasion**

Simple Strategies to Seduce Audiences & Win Allies



说服 就这么简单

27种有效的说服策略

(美) 克里斯·圣·希莱尔 (Chris St. Hilaire) 著
丽奈特·派德沃 (Lynette Padwa)

刘懂礼 译



想要改变客户、朋友、老板的想法吗？
策略专家教你说服技巧！



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

27 Powers of **Persuasion**

Simple Strategies to Seduce Audiences & Win Allies

说服 就这么简单

27种有效的说服策略

(美) 克里斯·圣·希莱尔 (Chris St. Hilaire) 著
丽奈特·派德沃 (Lynette Padwa)

刘懂礼 译

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

Chris St. Hilaire with Lynette Padwa

27 Powers of Persuasion: Simple Strategies to Seduce Audiences & Win Allies

Copyright © by Chris St.Hilaire 2010

All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form.

This edition published by arrangement with Prentice Hall Press, a member of Penguin Group (USA) Inc.

本书中文简体字版由 Prentice Hall Press 授权电子工业出版社独家出版发行。未经书面许可，不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何内容。

版权贸易合同登记号 图字：01-2011-1875

图书在版编目（CIP）数据

说服就这么简单：27 种有效的说服策略 /（美）希莱尔（Hilaire,C.S.），（美）派德沃（Padwa,L.）著；刘懂礼译。—北京：电子工业出版社，2011.10

书名原文：27 Powers Of Persuasion: Simple Strategies to Seduce Audiences & Win Allies

ISBN 978-7-121-14540-7

I. ①说… II. ①希… ②派… ③刘… III. ①说服—语言艺术 IV. ①H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2011）第 181532 号

责任编辑：晋 晶

文字编辑：吴亚芬

印 刷：

装 订：三河市鑫金马印装有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：720×1000 1/16 印张：13 字数：110 千字

印 次：2011 年 10 月第 1 次印刷

定 价：32.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。

对本书的好评



“克里斯·圣·希莱尔所著的《说服就这么简单——27种有效的说服策略》一书，充满了巧妙的策略，它可以帮助你更有效地交流。用心阅读此书，尽快开始你的说服之路！”

——詹姆斯·W·罗宾逊，美国商会高级副总裁

“《说服就这么简单——27种有效的说服策略》提供了一些‘我已经知道如此做’的片段，还提供了更多的‘我本应知道如此做’及‘我希望知道如此做’的片段，对于该书我尚未读到一半，便发现自己在与同事、客户、对手、法官及其他商界人士交流时，已尝试改变自己的行为 and 方式。圣·希莱尔所提供的策略果然是名不虚传。”

——菲力普·M·富来德斯，美国国防资源研究所政府
责任委员会主席，曾7次当选乔治亚州杰出律师

“无论你的受众是选民、消费者还是陪审员，无论你试图说服朋友、妻子、儿子还是女儿，克里斯·圣·希莱尔所著的《说服就这么简单——27种有效的说服策略》都为你的说服工作提供了答案。克里斯总结了他20余年的交流经验并转化为平实易懂却极有效果的策略，我会狂热地把它推荐给我的学生及客户。”

——丹·施努尔，美国南加利福尼亚大学
耶西·M·昂鲁政治学院院长

“每位出庭律师都会翻开这本著作。该书提供的建议将会改变你——不管是庭内还是庭外——陈述主张的方式，并将会使任何律师成为更优秀的雄辩家。”

——道格·奥贝尔，美国加利福尼亚州长滩城市检察官

“运用《说服就这么简单——27种有效的说服策略》中所介绍的策略，将会使你在商业与生活中成为一位更善解人意的也是更具魅力的交流者。”

——麦·哈迪，加利福尼亚大学董事会董事

目 录



- 导读：说服的艺术与技巧 / 1
- 1** 关注目标 / 19
- 2** 省察自我意识 / 22
- 3** 缓解或避让他人的自我意识 / 28
- 4** 驾驭反对派的方法是不给他留有任何攻击的把柄 / 38
- 5** 把劣势转化为优势 / 43
- 6** 善于发现每个人的可爱之处 / 51
- 7** 利用最初 5 分钟使说服对象感到安全 / 57
- 8** 全神贯注 / 63
- 9** 辨认别人的真实想法 / 66
- 10** 自由、公平和责任 / 75

- 11** 保持语言简洁 / 83
- 12** 拥有自己的话语权 / 92
- 13** 使用富有感情的语言 / 101
- 14** 融入每个人的思想 / 109
- 15** 争取第三方的支持 / 115
- 16** 用数据说话 / 123
- 17** 武装你的支持派 / 130
- 18** 拉拢中间派 / 138
- 19** 避免使用绝对化的语言和回答假设性提问 / 147
- 20** 学会如何运用沉默 / 155
- 21** 学会使用肢体语言 / 161
- 22** 遇事勿要轻易说“不”，应说：“让我们试试看” / 165
- 23** 坏消息宜和盘托出，好消息宜慢慢释放 / 169
- 24** 反驳坏主意应从细节入手 / 177
- 25** 纯粹为了找碴儿 / 185
- 26** 勿要改变，要学会“适应” / 189
- 27** 做自我判断 / 198

导读：说服的艺术与技巧

政治家知道：通过触摸其他人的手臂你可以改变一个会谈。

市场营销者知道：使人信服他已经相信了的东西是最容易的。

记者知道：人们讨厌沉默，当你默不作声时，他们会利用语言来填补这种沉默，这些语言恰好为你所用。

律师知道：你不能提问，除非你已经知道了问题的答案。

然而，作者知道如何把以上人的知识合并整理成可资利用的策略，以便你在任何方面说服任何人。

作者的谋生方式是探索并发现——人们按照其既定的方式思考、投票、购物——其背后的动因：究竟是什么说服他们选择了一件商品或一位候选人而放弃了其他的商品或另一位候选人；究竟是什么驱使他们把一个人投入监狱而把另一个人无罪释放。利用那些探索，作者帮助政治家、辩护律师及市场营销者巧妙地编织信息以便形成与其受众的沟通与交流。在任何说服活动中，媒体同样发挥着作用，因此，作者也已经掌握记者是如何在自己及自己的客户身上实践他们的说服技巧的。经过 20 余年的努力钻研，作者已经发现在任何场合下，任何成功的说服无不体现着基本的共性。不管你面对的是你的妻子还是两千万选民，说服方法和策略都一样，而且大多数雄辩家都在使用着这些方法和策略。在本书中，作者将与你分享这些方法和策略。

除了极个别的例外，人们生活的方方面面无不涉及说服艺术。不管是柔声劝告你的孩子去清理他们的房间、直接说服别人

雇用你，还是推心置腹地说服你的挚友资助你所热爱的事业，说服在你成功的道路上都发挥着重要的作用。几乎每个人在交流互动中都会遇到某种类型的说服，但很多人对说服的目的性持怀疑的态度。他们把说服艺术看做销售的一种交易技巧。对他们而言，“说服”这个词语让人想起江湖骗子向生命垂危的民众兜售蛇油，或者执著的串门推销者向易于上当的主妇骗售假货的场景。

说服的真谛不是通过武力或智力征服你的对手。在有些场合，你可能通过强力来要求人们按照你的意见行事，但那不宜称为说服，而应称为胁迫。真正的说服是双方之间化干戈为玉帛、化漠然为合作且双方都因合意而心悦，也就是说，说服并非是用武力使人顺服，而是需要诚意让别人顺服。所以，说服的前提是，采取好的方法并通过一系列的行动，创造一个共同的目的。这些方法不但在商业交易中极为重要，在私人关系的处理中也具有重要的价值。通过阅读本书，你会发现说服艺术不但是一种高尚的事业，而且对于你及与你合作的团队乃至任何人来说，它都是一个可以从中获取巨大利益的宝藏。

在过去的 20 余年里，作者见证了他的客户——政治家、行政总裁、辩护律师及市场营销者——是如何实践说服这门艺术的。作者认识了这些行业中最好的与最差的人，观察他们的谈话风格，倾听他们的谈话用语，体会他们的身体语言。而且，作者发现了一些总是非常有效的特定模式。

最差的游说者往往倾向于重复相同的过错，但他们从未意识

到自己的错误。他们不断拒绝接受能让自己准确评价情况的信息，这通常只因为他们不愿听到不利的消息。他们盲目的自我成为其在努力获取成功之路上所遇到的障碍。同时，他们忽略了其他人也怀有自我意识的事实。他们因纠缠于细枝末节而迷失了目标方向……诸如此类的情况一时难以尽述。

相比较之下，优秀的游说者会遵循一些基本策略，而本书将详细介绍这些策略。优秀的游说者，或者凭借其天资颖慧，或者凭借其刻苦训练，最终无不达到思维敏捷、语言流畅，而毫无造作的至纯之境。一些伟大的体育明星，如球迷所认为的那样，他们在其体育项目上可谓出神入化。例如，橄榄球运动员乔·蒙塔纳、棒球运动员罗德·卡鲁、足球运动员罗纳尔多，技艺都堪称一流。如果你对体育运动不感兴趣，那把话题转至音乐方面，埃里克·克莱普顿之所以有“慢手”之称，是在于他能毫不费力地拨动最难弹奏的琴弦奏出行云流水般的旋律。任何想在体育运动或乐器演奏方面有所作为且付出努力的人都知道取得成就已非易事，更别提达到大师级的水平了。你也应当知道，尽管这些明星的禀赋异乎常人，但他们也花费了数千小时的培训与练习。

与体育、音乐一样，说服不但是一门艺术，也是一门技术。作者所了解的大多数游说大师虽然有语言天赋，但他们同样也离不开对其所犯错误的总结与反思，并从错误中吸取教训。在本书中，作者将会为你提供一些方法，让你借此来思考并实践游说这门技术。而它的艺术性正是从中而来的，作者始终坚信并非任何

人都可以把说服这门技术提高到艺术的层次。虽然你不得不考虑自己固有的天赋处于何种层次，是否可以胜任这门艺术，但是无论你的资质如何，通过认真阅读本书，你的说服能力都会得到最大限度的提升。通过认真学习，你在所遇到的任何场合下都会具有更强的说服能力。



对雪景的遥思与超越

在作者9岁时，作者上了关于交流的第一课，这使作者体会到运用积极的语言是何其的重要。作者的家乡位于南加利福尼亚州，那里降雨很少，更难见下雪，实际上，作者只看过一次下雪，而且是在银幕上，并非在真正生活中。记得那年冬天，父母决定驾车带领作者和弟弟去大熊湖滑雪。大熊湖依偎在当地的圣贝纳迪诺山脉的怀抱中，是一座宁静的小城。

这是一个平常的日子，全家人驾驶着雪佛兰新星体验了一次愉快的旅行。作者全家花费两小时驾车到山顶，来到一个小山包旁，此时，这里已经聚集了很多家庭。父亲把车停在路边，全家人走下汽车。之后，全家人在一起堆雪人，打雪仗，坐在皮划艇内滑下山顶。

最终，不得不结束一天的旅行。父亲驾车，母亲坐在旁边，一家人往回返。一路上欢歌笑语，调侃戏谑，其乐融融。值得一提的是，作者的父亲往日总是不苟言笑，而那天也融入了尽情的



欢笑之中。作者从后座探出身子，把脑袋伸向前方，唯恐错过任何有趣的事。就在这时，快乐突然终结了。作者的母亲丢了一颗“交流炸弹”——这在作者现在的业务中会经常碰到——犯了一个在说服中应当竭力避免的严重错误。她因忽略了说服的目的而出言消极。

她开始时说得挺好：“今天非常快乐。”但是，她接着却说：“我们的生活中为什么不能多出现几次这样的快乐呢？我简直难以相信我们从未带他们出来滑雪。”之后更多的此类话致使作者的父亲又缩回他那安静的世界里。作者的母亲捅破了快乐的气球，否则，这将成为完美的一天。她的目标很积极——多进行几次家庭旅行，多长点见识，多花点时间外出以便彼此增进了解，共同体验快乐。然而她消极的话语与她要达到的目标是不相称的。“我们从未”与“为什么不能”这样的表述通常不利于实现你的目标。即便作为一个孩童，作者都已经意识到如果母亲想花费更多的时间与家庭共处，那她只需简单地说出如：“今天玩得很开心。抽空我们要再来一次。”这样效果会更好。自那以后，作者的父母再也没有带他们去滑雪了。后来他的父母离婚了。

那个被雪花覆盖的日子已离作者远去，10年后的一天，当作者被一所大学录取时，作者决定选择语言交流专业。当时作者之所以选择这个专业，是因为该专业对数学的要求不高。只有回首往事，作者才能体会专业选择及学习经历，以及后来在专题小组

讨论时，对参与者采访花费的一万多个小时等对自己获得说服技巧是何等的重要，后面作者将会在书中详细说明。姑且不论作者出于何种目的选择了语言交流专业，更重要的是作者对它充满了兴趣。作者总是痴迷于人与人之间的交流方式，并不断看到作者的亲身经历被用于实际。

在大学期间作者学到了很多有价值的理论，但同时也对教授们所讲的一些理论的正确性表示怀疑。他们中的绝大部分除了教学，并没有参加过现实世界的实际交流。作者之所以怀疑他们所传授交流策略的实际运用效果，是因为他们所介绍的那些情况并没有以任何方式对他们的生活造成影响，他们超然于物外。在从业的过程中，作者有一种把理论付诸实践的渴望。

在毕业前不久的一个晚上，我观看了一场名为《交叉火力》的政治秀节目，并与孩提时代的朋友就当天的政治进行争论。争论进行了10分钟时，竟然演变为人身攻击。

“你是一个白痴，”我的朋友说，“而且，你从未接触过政治。”仅此一次，作者不是对自己的观点进行反省，而是在第二天就决定证明他的谬误。作者一起床，就开始完善自己的简历，并把它寄给自己能想到的活跃在加利福尼亚州政坛上的所有人。在投了50份简历之后，作者成功地在萨克拉门托市加利福尼亚州议会谋得一职。

始于自我意识

作者在议会供职的头衔是立法机构服务代表，事实上，它仅是官方报纸收发员虚张声势的代称。从周一至周五，作者在每天早上 5 点钟收到报纸，开始工作：剪下每条重要新闻并复印，然后在决策议员开始工作之前塞入他们的剪报箱中。不可想象作者的工作是何等的重要！在首个工作周，作者自感荣耀备至。通过浏览报纸，作者变得博学多识；通过传递新闻，作者显得举足轻重。

然而出人意料的是很多议员并不喜欢作者的做法，因为作者会把有关他们不好的报道传至他们同僚的信箱中。1992 年，互联网尚未普及，圣地亚哥的议员丑闻很容易避开弗雷斯诺议员，至少在作者谋得该职以前尚是如此。现在，作者却把参与决策议员的形迹公诸他人，致使他们很难取悦大众。因此，作者的努力招致不满，也使作者成为州议会比较不受欢迎的人。

作者立即被带到主管的办公室并被数落罪过。“不要只盯着负面报道。”主管指示道。与大多数年轻雇员一样，作者感到无辜与无助，之后表示悔改并决定不再传递负面新闻，但是这个经验教训一直萦绕于脑海之中，难以泯灭。作者将会在策略 9 中详细介绍这个经验教训。如果你要就某事说服某人，正视任何与之相关的信息是至关重要的。企图绕开不利的信息并不能抹杀它的

存在，这只能使你显得粗疏。所以，对于政客失利于选举，律师输掉了官司，汽车制造商则以牺牲纳税人利益为代价宣告破产来说，这个经验教训必须吸取。

通过阅读全书，也许你最终并不能成为一名政客或汽车公司经理。但作者希望你能够以宽阔的胸怀坦然面对人生的遭遇，做到宠辱不惊。要学会换位思考，这有助于你成为一名善谈者。不要回避问题，无论于公或于私。

在加利福尼亚州议会实习几年之后，作者已经能够更深层次地理解：为何无论是高层决策者还是街头民众，在面对坏消息或批评时总是不能从容应对。因为，它会危及他们的自我意识。在西方，绝大多数人都有很强的自我意识倾向，它是人们心理活动不可或缺的一部分，是自尊形成的基础。而东方哲学如佛教，却抱有与之不同的观念。根据佛教观点：每个人的头脑中都存有一种张力，即小我与大我的斗争。小我认为，“我有别于众人，我是独一无二的”。大我则认为，“众生平等，万物无别”。在策略 2 和策略 3 中，作者将会更具体地谈论这个问题。

作者正式转信佛教已 20 余载。虽然作者生于天主教家庭，但天主信仰却不能带给自己快乐，这绝非是对天主教及其他西方宗教的批判。作者的妻子是一名虔诚的天主教徒，他们在天主教堂举行了婚礼（同时伴以清静微妙的梵音）。尽管如此，天主教义不能填补作者灵魂深处的空虚，不能弥合作者内心的伤痛，这有悖于作者秉持信仰之所愿。佛学却触动了作者，作者受教于佛

学大师唐先生，学到了很多关于人际沟通的知识。这里作者暂且提到了他的圣名，他的很多见解其实已蕴涵在本书之中。



从政选到法庭

在州议会决策委员会供职一年之后，作者转行服务于政治选举活动，在那里作者体会到了语言的重要性，对每个词语的选择都要慎之又慎。作者体会到选举能否成功取决于团队能否通过宣传抓住选民的感情，以及是否拥有精确界定所使用语言和措辞的能力。正如作者在策略 12 所提到的，要拥有自己的话语。作者认为在美国没能通过更多关于自主择校法案的原因——该法案因欲取悦于争执双方而迟迟不定，是语言表达方面的问题。自主择校的支持者输掉了语言战争，至少从目前来看确实如此。

作者作为一名政治顾问服务于政治选举活动多年，上至美国参议院，下至州议事机构的选举活动，无不参加。但最终却厌倦了权力的争夺，以及与选举活动相关的一切。尽管政治已经毋庸置疑地渗透到任何行业，但作者却没有了战斗热情。当作者为宣传自己的政治营销术而另谋出路时，作者得知一个商业团体正在招募人员进行人际关系心理分析（PAC）研究，该研究试图改变美国共和党（GOP）的政治风向——使它更具包容性，并且使之对关于界定“一位合格的共和党议员的标准”的社会测试反应不要太过强烈。他们恰好急需一名政治方面的负责人，作者欣然接