

怎样把小鸟卖给
一个从没养过鸟的人？
答案不是
苦口婆心地劝说
养鸟的好处，
而是说服他
在家里最显眼的位置
挂一个空鸟笼。



李 然 〇 编著

〇 令人无法抗拒的 心理说服 〇

有两种办法可以得到你一生中想要的东西。其一，自己给自己做事，自我奋斗，自给自足。其二，使用影响力，说服、引导他人去做事，利用他人的努力，他人的知识和他人的金钱。谁能够在有限时间里，用最有效的方式，高质量地说服对方，谁就能获得成功。我们生活的世界归根结底就是影响力的世界。

李 然 编著

令人无法抗拒的 心理说服

LINGREN WUFAKANGJU DE
XINLISHUIFU

图书在版编目 (CIP) 数据

令人无法抗拒的心理说服/李然编著.

—北京:金城出版社, 2010. 11

ISBN 978 - 7 - 80251 - 665 - 6

I. ①令… II. ①李… III. ①说服—通俗读物

IV. ①H019 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 199759 号

Copyright©2010 GOLD WALL PRESS, CHINA

本作品一切中文权利归**金城出版社**所有, 未经许可, 严禁任何方式使用。

令人无法抗拒的心理说服

作 者 李 然

责任编辑 雷燕青

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张 17.5

字 数 210 千字

版 次 2010 年 11 月第 1 版 2010 年 11 月第 1 次印刷

印 刷 北京市业和印务有限公司

书 号 ISBN 978 - 7 - 80251 - 665 - 6

定 价 29.80 元

出版发行 **金城出版社**北京市朝阳区和平街 11 区 37 号楼 邮编: 100013

发 行 部 (010) 84254364

编 辑 部 (010) 84250838

总 编 室 (010) 64228516

网 址 <http://www.jccb.com.cn>

电子邮箱 jinchengchuban@163.com

法律顾问 陈鹰律师事务所 (010) 64970501



让对方服从自己的意志 (代序)

每天，只要你不是孤独地一个人在封闭的空间内，只要你面对其他人，都离不开说服。

何为说服——通过辩论或者恳求促使某人做某事；通过说理或者引诱使某人信服某事。

需要说服的对象有很多很多——你的父母、你的上司、你的顾客、你的朋友、你应聘的主考官……都要有说服力。说服你中意的女孩与你交往；说服你的领导接受你的想法；说服你的邻居在你长期出差的情况下，能够定期关照一下你的家。有时候需要说服的是大众，比如美国财政部就需要说服大众购买美国国债是目前比较安全的投资方式。广告商绞尽脑汁，每年不惜花费数千亿美元来吸引我们的注意，说服我们购买他们的产品或者服务。在美国，每年一人收到的推销和广告信息的价值就超过 3200 美元！

有两种办法可以得到你一生中想要的东西。其一，自己给自己做事，自我奋斗、自给自足。其二，使用影响力，说服、引导他人去做事，利用他人的努力、他人的知识和他人的金钱。

完全靠自己努力的人受限于自己的能力，比起事必躬亲，影响力能让你分身有术，事半功倍。今天，且看在中国市场中诞生的风云人物：马云、牛根生、柳传志等。他们在不同的领



域取得了巨大的成就，虽然他们在学校时的成绩、学业都不怎么样，但是他们有不同的长项，这些长项中有一个是共同的，那就是他们都会说服！他们会说服别人，他们会让你不知不觉中就信服了他们的想法，信服了他们指出的道路，于是，那么多人跟随他们投入到他们的事业中，成就了他们卓越的人生。更为重要的是，他们的影响力是通过说话的方式获得的，是说出来的影响力。

19世纪美国黑人的著名领袖弗里德里克·道格拉斯说：“如果我能说服别人，我就能转动整个宇宙。”谁能够在有限时间里，用最有效地方式，高质量地说服对方，谁就能获得了成功。我们生活的世界归根结底就是影响力的世界。

美国联邦调查局有一位专门研究罪犯心理的专家，他告诉记者，要说服一个人，靠的不是口才，而是攻心策略，攻心才是难点，攻心才是关键。

本书的特色，就是在于分析对方的心理需求、行为意识，从“心”去掌握优势，使你在任何时间、任何场合、面对任何人，都能比别人更敏锐、更正确地说服对方。

生活就像一场场说服竞赛，或者你说服对方，或者对方说服你。相信本书丰富的实例和各种技法必会对你的说服力有莫大助益，让对方无法说“不”，让对方对你“言听计从”。



令人无法抗拒的心理说服

目 录 CONTENTS

一、掌控心理弱点的说服力

1. 人生只做两件事——追求快乐、逃避痛苦 / 3

魔鬼的力量——永远在逃避痛苦 / 3

〔说服经典〕 谁能吃蟑螂 / 5

痛苦，为的是有快乐做交换 / 6

唯一令我们恐惧的，是恐惧本身 / 7

2. 人类至深的天性，就是渴求被人所重视 / 10

成为重要人物的欲望 / 10

〔说服经典〕 54 街上的奇迹 / 14

〔说服经典〕 四块糖果的“教育” / 15

说恭维话，指光明路 / 16

〔说服经典〕 投其所好 / 19

〔说服经典〕 请人指教也是赞美 / 20

赞美能让对方放弃抗拒 / 21



遇强则强，遇弱则弱 / 24

〔说服经典〕错误的广告 / 26

3. 说你行你就行，不行也行 / 27

给对方贴上一个“标签” / 27

〔说服经典〕只有你能欣赏我 / 30

你要让他知道，你相信他是信守承诺的人 / 31

〔说服经典〕能力在赞扬声中成长 / 33

具体明确是让对方履行诺言的要素 / 33

4. 给对方一个“美好远景”的框架 / 37

告诉对方“他将获得什么” / 37

〔说服经典〕让人负有重大使命感 / 39

〔说服经典〕霍桑效应 / 39

用美好远景打动对方 / 41

二、把握情感需求的说服力

5. 放“友善”的长线，钓“羞于拒绝”的大鱼 / 45

友善会孕育友善，付出会孕育付出 / 45

〔说服经典〕“沙子”换“金子” / 48

晴天留“人情”，雨天好“借伞” / 49

给足他人“面子”，他人就会给足你“面子” / 51

6. 说服——三分是道理、七分是感情 / 54

以“心”换“心”才能心悦诚服 / 54

〔说服经典〕以诚相待 / 56

市场其实也是“情场” / 58



- 〔说服经典〕赋予了生命的洋娃娃 / 60
- 7. 换位思考是说服的第一步 / 63
 - 站在对方的立场上看问题 / 63
 - 你为对方着想，对方才会为你着想 / 65
 - 〔说服经典〕老板是怎样想的 / 68
 - 聪明人懂得如何去满足别人的需要 / 69
 - 〔说服经典〕“犯人的权利” / 71

三、引导行为动机的说服力

- 8. 别人怎样做，我也怎样做 / 75
 - 人人都有“从众心理” / 75
 - 〔说服经典〕十字路口 / 77
 - 需要一种理由来获取安全感 / 78
 - 〔说服经典〕假名字也有说服力 / 81
 - 〔说服经典〕见贤思齐 / 82
 - 少数如何说服多数 / 83
- 9. “上帝”往往喜欢跟着“名人”走 / 86
 - 加一层攀龙附凤的光环 / 86
 - 〔说服经典〕总统难以下结论的书 / 88
 - 〔说服经典〕名人的认同 / 89
 - 〔说服经典〕里根总统与天然花粉 / 90
 - 名人还不如“观念领导者” / 91
 - 让第三者来当“证人” / 93
 - 〔说服经典〕周围多数人的压力 / 97



10. 利用“怕买不到”的心理 / 98

物以稀为贵 / 98

[说服经典] 咖啡杯为何被抢购一空 / 100

害怕失去，又怕得不到 / 101

[说服经典] “房子已经被人订购了” / 104

[说服经典] “都在找毕加索的画” / 105

定下明确的截止日期 / 106

四、驾驭语言艺术的说服力

11. 让反对者连续说“YES” / 111

强调彼此一致的共同点 / 111

[说服经典] 列宁的说服 / 113

把要说的话对 / 114

12. 问题也是有力的说服工具 / 117

让请求以问题的形式出现 / 117

魔力句式说服法 / 120

好的答案来自好的问题 / 122

假定成交说服法 / 125

[说服经典] 假设的结果 / 127

“末句放大”的心理作用 / 128

[说服经典] 语言的误会 / 132

13. 让对方进入一种入神的状态 / 133

催眠有一种神秘的力量 / 133

进入催眠世界的说服技巧 / 135



〔说服经典〕用催眠激发人的学习欲望 / 139

〔说服经典〕重复是一种力量 / 140

14. 话说在明处，意藏在暗处 / 142

心理暗示——神奇的心理效应 / 142

〔说服经典〕心理有病 / 145

“暗示”在说服上的妙用 / 145

式式精妙的暗示表达 / 148

〔说服经典〕诸葛亮死于心理暗示 / 150

〔说服经典〕第六枚戒指 / 152

15. “听话”比“训话”更重要 / 153

成也说话，败也说话 / 153

〔说服经典〕推销大王吉拉德的教训 / 155

做一个忍耐的听者 / 156

〔说服经典〕一无所知的领导 / 158

用“心”去倾听 / 158

五、操纵选择过程的说服力

16. 选择越少，可以越快做出决定 / 167

“选项少”优于“选项多” / 167

在两者之中做出选择 / 169

〔说服经典〕“A 和 B，你想要哪一个呢？” / 171

〔说服经典〕爱情的选择 / 171

“二选一”将复杂变得简单 / 172

〔说服经典〕卓别林的语言策略 / 175



简化处理信息的过程 / 176

17. 不会选最高的，也不会选最低的 / 178

让次一级产品更具有性价比优势 / 178

〔说服经典〕杀价的幅度 / 180

在三分之一处成交 / 181

18. 先大后小的心理渐退说服法 / 183

通过对比来影响人们的认知 / 183

〔说服经典〕给“抠”门的老板设下一个圈套 / 186

两难当中取其易 / 187

19. 先小后大的心理渐变 / 190

无压力的屈从——先踏一脚入门 / 190

〔说服经典〕“只要3分钟就够了” / 192

先试探，再出击 / 193

六、克服惯性思维的说服力

20. 人是惯性思维的奴隶 / 197

动者恒动，静者恒静 / 197

习惯成自然的“路径依赖” / 199

鸟笼之外还有另外一片新天地 / 201

〔说服经典〕补交税款 / 203

凡事都有另一种可能 / 204

〔说服经典〕洛克菲勒的女婿 / 206

21. 兜个圈子去说服 / 207

以曲为直，曲径通幽 / 207



换个角度，别有洞天 / 210

〔说服经典〕以定金为诱饵 / 213

避对方所长，攻对方所短 / 215

制造一个共同的“敌人” / 217

兜而不发，令对方自悟 / 219

〔说服经典〕用双关法兜圈子 / 222

〔说服经典〕用比照法兜圈子 / 223

〔说服经典〕绕弯子去批评 / 223

22. 反其道而思之 / 225

从问题的反面进行探索 / 225

〔说服经典〕租房子 / 227

指哪并不打哪——正话反说 / 228

〔说服经典〕放大荒谬 / 231

〔说服经典〕反话的“显微镜”作用 / 232

逆反心理既是绝购，也会是接受 / 232

〔说服经典〕反其道而行之 / 235

将缺点化作卖点 / 236

23. 让对方自己说服自己 / 239

让对方自己踢自己的球 / 239

〔说服经典〕让对方帮你做决定 / 242

瞄得准，才能射得准 / 243



七、妙用非语言的说服力

24. 一次示范胜过一千句话 / 249

耳听为虚，眼见为实 / 249

亲身体验的影响 / 252

[说服经典] “免费的午餐” / 254

25. 你能用数字来证明一切 / 255

“数字”对人具有一种魔力 / 255

[说服经典] 两则招生简章 / 257

具体的数字最有说服力 / 258

26. 去模仿，绝对有效果 / 260

大家都喜欢帮助像自己的人 / 260

强调彼此的相似因素 / 261

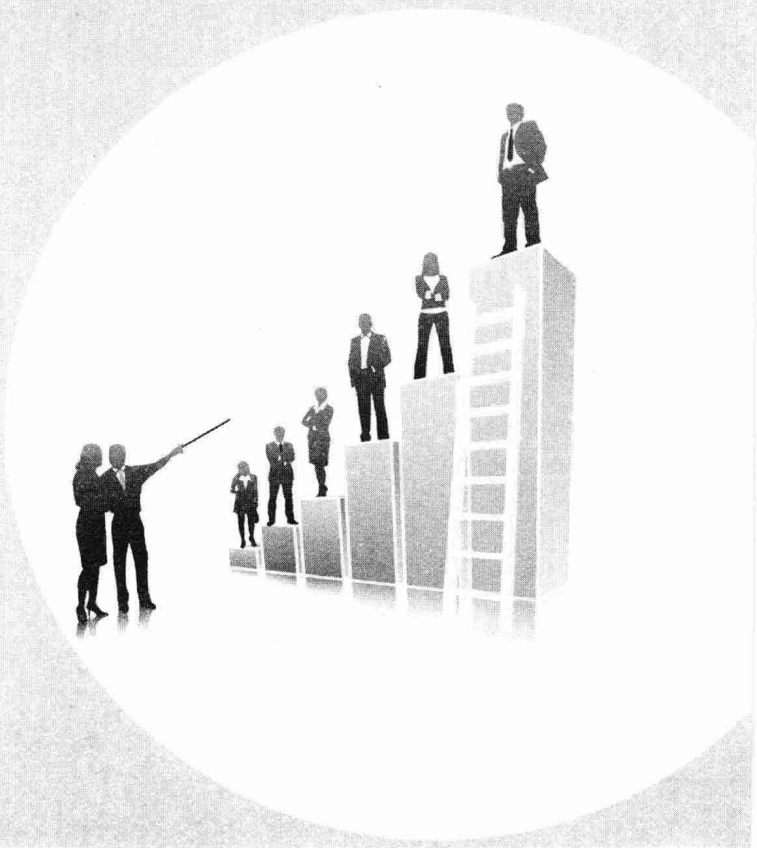
[说服经典] 原一平的模仿术 / 264

[说服经典] 猴子的摹仿 / 266

音乐对人情感世界的影响 / 267

一、 掌控心理弱点的说服力

L 令人无法抗拒的心理说服
Lingren wufa kangju de xinli shuofu





1

人生只做两件事——追求快乐、逃避痛苦

人永远在追求快乐，永远在逃避痛苦。
而人逃避痛苦的力量，要大于追求快乐的力量。

——心理学笔记



魔鬼的力量——永远在逃避痛苦

人生在世，一举一动不外乎两种目的——一是“追求快乐”，二是“逃避痛苦”。这是人的本能，人的一切行为动机不是为了追求快乐，就是为了逃避痛苦。

追求快乐和逃避痛苦哪一种驱动力比较大？心理学家告诉我们——逃避痛苦的驱动力要远远大于追求快乐的驱动力。

有一个笑话说，一个男人去减肥，被关进一个笼子，里面走出一个美女，衣服上写着：“抓到我，我就是你的。”男人追啊追，一天减掉20斤。他还不满意，第二天又进笼子，这次跑出一只母猩猩，身上写着：“追到你，你就是我的。”男人跑啊跑，一下减掉40斤。

还有一个例子：有两个成绩相当的长跑运动员，退伍时一个当了小偷，一个做了警察，在发生抓捕时，谁会赢呢？小偷知道，如果被



抓住的话一定会受到法律的制裁；而警察呢，抓到小偷不仅可以加薪，还有可能升职，但是当他们的体能都已达到极限，加薪、升职带来的快乐和体能极限所带来的痛苦相比就显得不那么强烈了；但是小偷为了逃避法律的制裁带来的痛苦，他一定会继续往前跑，直至摆脱警察的追捕。因此，赢的一定是小偷，因为他们内在的驱动力不一样。

这个故事告诉我们，追求快乐的动力远不如逃避痛苦的动力大。心理学上也证明：

——当痛苦与快乐同时出现时，除非痛苦大于快乐，否则人们会选择追求快乐。

——当痛苦与痛苦同时出现时，人们会选择较小的痛苦。

比如，如今的人们在面对大大小小的考试时，会把它看成一件痛苦的事情，考试很痛苦，考过了，就是逃避了痛苦。极少有人会把考试当作一件快乐的东西，考试只是个跳板而已，痛苦地去考试也就意味着他在“追求快乐”。

若结果是痛苦的话，我们会竭力避开眼前的快乐，若结果是快乐的，我们会百般忍耐暂时的痛苦。我们若是把目光放在眼前，那么未来就难以掌握；我们若是想获得长久的快乐，那么就必须忍受暂时的痛苦。

大自然把人置于“痛苦”和“快乐”这两位主人的管辖之下，它管制了我们的一切行为、所言及所思，哪怕我们费尽一切力气想摆脱掉控制，但最终仍无济于事。人们害怕失去金钱、失去健康、失去爱情，以及任何我们想努力得到的东西。我们害怕变革、冒险和动荡，因为这可能带给我们潜在的损失、威胁。

比如，发现在损失与收益可能性相同的情况下，公司的管理层会因惧怕损失而做出决策。这时，如果你有个点子，一经采用就能为部门每年节省 10 万元。那么在向经理推荐此做法时，最好告诉经理若不采用会损失 10 万元，这样会更有说服力。

加州大学的研究人员假扮电力公司员工做过调查，他们告诉一组用户，通过能源节约，每天能省 50 美分。另一组用户则被告知，如果不节约能源，每天将损失 50 美分。结果节约用电的住户中，后者比前者要多出三倍。看到了吧，这个案例中的损失与收益是一样的，但以