

杨滨 / 编著

性格

的

力量

The power of personality

——魅力行销



当代世界出版社

性格的力量

杨
滨
编著

魅力行

当代世界出版社

图书在版编目(CIP)数据

性格的力量/杨 滨编著. —北京:当代世界出版社,
2002.1

ISBN 7-80115-500-9

I. 性… II. 杨… III. 性格-通俗读物
IV. B848.6-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 092078 号

出版发行:当代世界出版社

地 址:北京市复兴路4号(100860)

网 址:<http://www.worldpress.com.cn>

编务电话:(010)83908400

发行电话:(010)83908410(传真)

(010)83908408

(010)83908409

版式设计:百思达文化 (010)68407405

经 销:全国新华书店

印 刷:天津宏瑞印刷有限公司

开 本:880×1230毫米 1/32

印 张:31.25

字 数:600千字

版 次:2002年1月第1版

印 次:2002年1月第1次

印 数:1~10000册

书 号:ISBN 7-80115-500-9/B.27

定 价:60.00元 本册20.00元

如发现印装质量问题,请与承印厂联系调换。
版权所有,翻印必究;未经许可,不得转载!

自序

(一)

在人类文明的摇篮——古希腊有一个深埋于人文学科的司芬克斯之迷，那就是“认识你自己”。这个古老而始终充满梦幻般活力的命题，让几千年以来古今中外无数人把毕生的时间和智慧都奉献给了它。面对这个不加雕饰的话题，人们无法抵挡住去研究的诱惑，时至今天，诸多人依然激情不减。我便是一位在这条路上奋然前行的思索者。

我研究的课题核心是人类的性格，其终极目的在于帮助人们“认识自己，找回真我、找到快乐、超越卓越”。这个课题在国外有一些研究成果，在国内却是一个全新的领域。当国内诸多人在蜂涌去接受国际上一些个人成长方面的理论体系时，这个在今天来讲已经非常被人们认同的领域却长期以来成了被人遗忘的角落，以至于当我的第一堂性格专题演讲公开亮相时，它一下子成了人们目光的焦点、媒体关注的焦点；他们邀请我去演讲，邀请我到电台做“人生热线”节目的主持，还有诸多熟悉或者陌生的人通过各种不同的途径找到我做咨询。一段时间，我被赋予了“中国第一位研究性格的人”的美誉。虽然盛名之下，我自己许多自由安排的时间被热情的人们强行分享了，但我非常



快乐,因为我发现了自己毕生智慧所应该寄存的地方,这就是开创中国人的性格成功学,帮助人们找回终生的真情快乐和和谐。所以当我的第一部个人专著《性格的力量——超越卓越的你》问世后,很多朋友就问我到底是什么智慧的力量让我闯进了性格研究的处女地?我回答得很干脆:偶然和使命。这就是我研究性格成功学的缘起。

(二)

六年以来,我一直坚持对于性格课题的研究,从没有停下来或松懈过。同时我还马不停蹄在国内各大城市和东南亚的华语地区穿梭。我的生活模式几乎被简化成为了书宅和课堂两大空间了。但是,不管是在广州、深圳、上海、北京等城市,还是在香港、新加坡和吉隆坡,我都会把自己的性格研究推进到一个新的层面:即尽量用数据和实证来印证我的研究成果,并反复地去修正它,以促进这种研究的系统性、科学性、实践性和指导性。为了达到这一结果,在我出入的每个场所我都要认真地琢磨人的性格特征,和我所接触的每一个人,我都不放过研究他们行为特征和性格之间的关联。在酒店、在餐厅、在地铁里、在飞机上,在同事的聚会上,在朋友的家里,在五里河足球场,在企业老总的办公室和他开放性的办公区域内,我都在近乎贪婪地利用着这些机会。以至于我的夫人琦琦都说我在性格的研究之路上都快走火入魔了。更多的时候,我会主动去一些我讲过课的企业,以



性格为题和他们就企业管理、市场营销和领导培育以及团队建设进行对话；更多的时候，我还会去拜访一些朋友，就性格与夫妻关系的话题进行深入的探讨；更多的时候，我也会去一些学校演讲并邀请老师们来共同座谈，就孩子性格与培养方案的制定问题进行深入切磋，为了取得更多的一手资料和前沿资讯，我专门开通了自己的网站，WWW.YangBin 365.Com。年复一年地继续着这些工作，它几乎占住了我全部的时间，以至诸多朋友都笑谓我成了“性格学痴”了。但抑制不住我自己情感的是，这些年来，我虽然苦、虽然累，但我过得非常充实，非常快乐。我虽然对不住我的亲密爱人琦琦以及我的家人，但我却会对得住我的每一位朋友和国人。这种心境就象卢梭先生在自己每天清晨的郊外之旅中所表述的那样：每当我发现一株带着露珠的新草，我就感觉到我的灵魂升华了一次。在六年性格之旅的探索中，我每每都有同样的感觉。因为我在一点一滴地收获。

(三)

当我在亚洲地区演讲性格方面的专题课程已达到千余场的时候，当我拜访的企业超过千余家的时候，当我访问朋友的婚姻家庭和孩子的教育千余次的时候，我的朋友们建议我应该建立一门性格成功学，与之相对应的则是应该把自己研究心得和讲课教案辑录成书、VCD碟片和录音带。他们一直用他们的言语和行动来确认着这件事的价值。最后我答应了他们，决定以尽



量快的时间来出版我个人在性格研究上的著作。我把这些著作辑录为一套丛书，共分六册，命名为“性格成功学”系列丛书、VCD碟片和录音带。以了却朋友们真诚的牵挂。

该套丛书的第一本取名为《性格的力量——超越卓越的你》于2000年6月出版，目前已再版四次。该书是整套丛书的基石，它以人的性格为原命题，综合分析了人们各种无序行为和千差万别的行动特征后的性格规律。依据这个规律，我在书中把人的性格分为活跃型、能力型、完善型和平稳型四种主体性格，并提示了这四种主体性格和其组合后体现在每个人的语言、行为、情感等方面的标志性表现。在书中我还专门设计了检测自己性格的方法系统，它能帮助我们随时随地检索自己的性格以及缘于自己性格的优势和弱势，真正有目标、有成效地提升自我，改变自己。

第二本书取名为《性格的力量——魅力行销》，2002年1月正式出版发行。其主要内容为：如何运用性格规律去进行卓越的行销。这是性格运用于市场营销实践的专门法则。在书中，它提出了运用性格迅速提升个人综合素质和营销突破能力，它也提出了在全面把握顾客性格基础上快速提升个人业绩十倍的系统方法，其实战精神使行销过程充满了神奇的魅力。

第三本书取名为《性格的力量——人本管理》，2002年1月正式出版发行。其核心内容为：如何运用性格规律去进行人性化的组织管理。这是性格运用于管理实践的专门法则。在书



中,我提出了运用性格分析的方法去透视你的组织结构,把卓越的管理效能建立在对组织成员性格的把握基础上,不同层级的管理者也要认真检索自己的性格,真正建立起管理者与被管理者良性对接的通路。

第四本书取名为《性格的力量——完美团队》,2002年1月正式出版发行。其核心内容为:如何运用性格规律去打造一支人们梦寐以求的完美团队。实践证明,21世纪已不再是一个个人英雄主义的时代,永远没有完美的个人,只有完美的团队,所以团队打造始终是所有组织、所有创业系统矢志应对的一个问题。在书中,我提出运用性格差别进行资源互补,从而打造企业经营管理的梦幻团队。它展示了性格运用于团队建设的专门技法。

第五本书取名为《性格的力量——亲密爱人》,2002年5月份正式出版发行。其核心内容为:如何运用性格规律去建设和谐的家庭氛围和恩爱的夫妻感情链。它是性格运用于家庭婚姻建设的专门法则。在书中,我系统阐述了建立在性格差异基础上夫妻双方的认同、宽容、理解 and 爱以及运用性格克服夫妻冲突的有效途径,这将是现代家庭走向终生和谐的性格之旅。

第六本书取名为《性格的力量——亲亲宝贝》,2002年5月份正式出版发行。其核心内容为:如何运用性格规律去教育孩子早日成材。这是性格运用于孩子教育的专门法则。在书中,我系统地阐述了如何对孩子进行有效的性格认知以及运用这种



性格认知真正做到“因材施教”，以帮助我们的父母和教师真正完成学习的革命这一光辉旅程。

VCD碟片2002年1月推出2盘，它是根据我在新加坡演讲时现场录相带制作的；录音带也将于2002年1月推出1盘，它是我在北京人民广播电台接受专访并和观众进行热线对话时的现场录音制作的。它们与书配套，构筑起我的“性格成功学”传播载体。

(四)

随着这些书的陆续出版，我想自己不仅完成了一次学术上的性格之旅，更加重要的是我真正完成了一次思想上的性格之旅，这便是无数充满真情的朋友寄寓我的热切期盼。“性格成功学”的框架虽然稚嫩，但它以性格规律的发现及其在行销、管理、团队、婚姻和孩子教育方面的运用而构筑成一个多维框架。这个框架是我六年来的一个梦，也是六年来一直和我在性格研究领域里共同对话人的一个梦。如其说花环和桂冠属于杨滨，倒不如说花环和桂冠属于所有在性格研究中耕耘不辍的我的前人、同辈人和后人。

我真诚地祝福大家！

杨 滨

2001年12月于北京

目 录

第一部分 性格解析与个性塑造

第一章 性格类型	(3)
活跃型性格	(3)
完善型性格	(11)
能力型性格	(17)
平稳型性格	(23)
第二章 性格克服	(31)
性格的致命点	(31)
活跃型性格缺陷及解决方法	(33)
完善型性格缺陷及解决方法	(39)
能力型性格缺陷及解决方法	(43)
平稳型性格缺陷及解决方法	(50)
第三章 销售员的个性培养	(55)
培养积极自信乐观豁达的心态	(55)
培养果断的决策力	(57)
培养恒心和真诚	(58)



培养幽默感	(60)
培养正义感与责任感	(61)
拓宽专业知识	(63)
培养自己优雅的气质	(64)
提升机智特质	(66)
增强销售沟通技巧	(68)
第四章 销售员个性塑造法则	(70)
相信对方喜欢自己法则	(70)
灵活变通不辩解法则	(72)
缓和气氛轻松对话法则	(73)
洗耳恭听不要插嘴法则	(75)
多赞扬少批评法则	(77)
做事情不要以自我为中心法则	(80)
面对现实奋发图强法则	(82)
像爱自己那样爱别人法则	(83)
面对微笑直面人生法则	(85)
和睦相处共享生活法则	(86)
承认与尊重他人价值法则	(87)
第二部分 消费者心理与行为	
第一章 消费者心理解析	(91)
消费者现状	(91)
消费者统一价值取向	(102)
价值取向差异的消费群体	(105)



客户消费动机	(110)
消费七个阶段	(122)
第二章 客户异议分析	(131)
客户异议	(131)
客户异议类型	(134)
如何面对异议	(138)
异议产生的原因	(150)
异议处理技巧	(151)
冰释客户异议	(157)
第三部分 性格分析销售	
第一章 销售的成功准则	(171)
清除大脑恐惧	(171)
走出销售失败暗窗	(174)
赢得他人信任的六种方式	(176)
怎样使他人愿意和你做生意	(177)
金牌销售步骤	(178)
第二章 性格分析成功销售技巧	(183)
做个成功的听众	(183)
寻找共同话题的方式	(191)
在销售中察言观色	(194)
运用肢体语言推销	(203)
找出客户的购买诱因	(210)
激起客户的需求	(218)



达成交易的有关技巧	(223)
第四部分 性格的魅力销售	
第一章 销售员性格自测	(251)
性格与气质	(251)
你属于哪种气质?	(256)
性格内向外向测试	(261)
通过喜好颜色判断性格	(263)
决断力自评	(264)
个性成熟度判断	(268)
你的性格属于哪种类型?	(276)
第二章 判断客户性格类型	(286)
从对方眼睛看性格	(286)
握手方式反映性格	(289)
从谈话速度和语气看性格	(291)
从服装和表情看性格	(293)
从对方行为看其性格	(295)
从对方言语知其性格	(296)
从对方姿势知其性格	(298)
第三章 性格类型购买模式	(303)
活跃型购买模式	(303)
完善型购买模式	(305)
能力型购买模式	(307)
平稳型购买模式	(307)



第四章 接近不同性格的客户	(310)
接近活跃型客户	(311)
接近能力型客户	(313)
接近完善型客户	(316)
接近平稳型客户	(317)
第五章 性格掌控策略促成交	(321)
性格的七大特征	(321)
沟通技巧	(325)
销售妥协条件	(327)
把握风险准则	(329)
违背意愿的失败方式	(330)
截断其兴趣的沟通方式	(331)
后 记	(333)

第一部分

性格解析

与

个性塑造



第 1 章 性格类型



活跃型性格

活跃型性格 (Sanguine)

——外向·多言·乐观

优 点

情感方面

予人好感

健谈聚会的灵魂