

现代企业管理新概念丛书

零距离

点燃说服技能之火焰，
开启人的心灵之门，
成功之路将更为明亮。

说服

高美华◎编著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

现代企业管理新概念丛书

零距离

点燃说服技能之火焰，
开启人的心灵之门，
成功之路将更为明亮。

说服

高美华◎编著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

零距离说服/高美华编著. —北京: 中国经济出版社, 2006. 5

(现代企业管理新概念丛书)

ISBN 7-5017-7491-9

I. 零... II. 高... III. 企业管理—人际关系学

IV. F272.92

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 027275 号

出版发行: 中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 高焕之(电话: 010-68319290)

责任印制: 张江虹

封面设计: 任燕飞设计室

经 销: 各地新华书店

承 印: 三河市华润印刷有限公司

开 本: 170×230mm 1/16

印 张: 15

字 数: 172千字

版 次: 2006年5月第1版

印 次: 2006年5月第1次印刷

书 号: ISBN 7-5017-7491-9/F·6047

定 价: 24.80元

版权所有 盗版必究 举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68369586 68346406 68309176

现代企业管理

新概念丛书

编委会

主 任 任志新
副主任 杜占生 高美华
编 委 代义国 任志新 杜占生 高美华
张海峰 伏艳峰 郭 颖 张俊丽
刘 莉 候凤军 李海霞 刘海飞
邢晓凤 张秀红 田伟娟 边领如
齐新梅 王 超 王世芳 顾俊莲



前言

21 世纪是资讯革命的时代，由于信息技术的大量采用，客观形势的复杂变化，人们无论是处理国家大事，还是从事商务活动、社会交往，都离不开说服这一门艺术。可以说，说服无处不在、无时不有，它渗透社会生活的方方面面，已成为人们沟通、合作和相互协调的必不可少的工具。

善于说服的人，到处都受人欢迎，他们能够使许多素不相识的人携起手来，成为朋友；他们能够为人们排忧解难，消除疑虑和误会；他们能够安慰愁苦烦闷的心灵，勇敢地面对现实，微笑着迎接新生活。我们相信，人生的成功就是说服的成功！

《零距离说服》既是缘于此而构思编著的。在这里，零距离并非说服者与说服对象的面对面接触，而是心灵的真正沟通，即心与心之间的零距离。

本书从打开说服之门、精心说服无形中感化、搭建说服的桥梁、零距离掌控对方、成功的说服策略、无敌说服技巧、锻造最佳说服、你就是说服高手等 8 个方面，展现全面的说服艺术。尽量摒弃枯燥的理论、空洞的说教，以提高说服语言技巧为宗旨，从强化内在素质着手，由内而外、结合案例，全面培养说服技巧。告诉每一位读者在人生舞台扮演各种角色时的说服方法。对于说服能力强的读者，阅读本书无异于如虎添翼；对于说服能力欠缺的读者，阅读本书可能是一个反败为胜的契机。



本书的最终意图就是让想尝试说服的人明白，天下没有攻不破的城，也没有说服不了的事。你不能企图用“万能钥匙”去打开每一个人的心灵之门，说服的成功与否往往不在于对方是否合作，而在于说服者运用说服的策略与技巧走进对方的心灵。你不能企图用“万能钥匙”去打开每一个人的心灵之门。

要想成为一个有说服魅力的人不难，只要你肯用“心”来说服。引用拿破仑说过的一句话：胜利的曙光时刻招引着你，只要你愿意开始准备，而培养说服力也不例外。

但愿，读者朋友能喜欢这本书。

编 者

2005 年 10 月



目 录

第一章 打开说服之门 (1)

说服——使他人相信自己并产生行动是我们在日常生活中经常遇到的。无论是交友还是工作；无论是商品推销还是谈判协商，都离不开说服，因此掌握说服他人的语言艺术，也就成为我们每个人必备的能力之一。拿破仑曾说过：“胜利的曙光时刻招引着你，只要你愿意开始准备，而培养说服力也不例外。”

一、说服是一门艺术 / (2)

二、说服源于自我 / (9)

三、说服的基本原则 / (27)

第二章 精心说服 无形中感化 (31)

说服像一切伟大的技能一样，它是你自身内涵的升华，要想拥有它，你必须打造坚实的根基。每个人都可以拥有出众的说服能力，只要你不停地努力，相信你一定会成功。苏格拉底曾说过：“世间有一种成就就可以使人很快完成伟业，并获得世人的认识，那就是讲话令人喜悦的能力。”

一、不打无准备之仗 / (32)

二、用提问了解对方 / (36)

三、打开对方的心扉 / (39)



- 四、说服是耐心加耐心 / (41)
- 五、说服前应取信于人 / (43)
- 六、寻找说服前的共鸣 / (46)
- 七、设身处地，替对方着想 / (50)
- 八、渐进式说服他人 / (53)
- 九、循循善诱，一气呵成 / (56)

第三章 搭建说服的桥梁 (59)

自然语言是成功说服的媒介,但也不能忽视肢体语言的功能。因为,它是思想的工具,它千变万化,要驾驭它的确需要艺术。爱默生曾说过:“你要相信理解的魅力,它从一个眼神,一抹微笑中散发力量。”

- 一、留下动人的微笑 / (60)
- 二、发挥幽默的力量 / (64)
- 三、不要吝惜赞美 / (70)
- 四、倾注全部的情感 / (77)
- 五、眼睛的说服魅力 / (81)
- 六、用气质说服 / (84)
- 七、雄辩是银,沉默是金 / (86)

第四章 零距离掌控对方 (91)

人的内心世界里,大都潜藏着自尊、好胜和虚荣。这种情感,如果得到他人的鼓舞、激励,就能激发出超越常规的转变。对于说服对象来说,良好的过渡非常重要,它能使对方感觉被带入了一个平坦的大陆,而不是在泥泞的沼泽中艰难跋涉。雨果说过:“对人说话时,若想了解对方的真正感觉,



便看他的脸孔,因为驾驭语言容易,驾驭感情困难。”

- 一、揣摩对方的需要 / (92)
- 二、抓住对方的好奇心 / (94)
- 三、谈论他人感兴趣的话题 / (96)
- 四、满足对方成就感 / (99)
- 五、让对方畅所欲言 / (103)
- 六、容忍对方的反感 / (107)
- 七、顺着对方的脾气走 / (111)
- 八、给对方适当的让步 / (113)
- 九、用低姿态说服对方 / (116)
- 十、发挥承诺的力量 / (118)
- 十一、尊重对方的意见 / (121)

第五章 成功的说服策略 (125)

说服不是赤膊上阵的对抗,而是斗智斗勇的较量。你要知道智慧的力量,令人神往,使人倾倒。制定有效的说服策略,能够帮助你交涉成功。柏拉图曾说过:“修辞与哲学背道而驰,哲学探讨真理,而修辞却教人‘花言巧语’,从而赢得辩论的胜利。”

- 一、步步紧逼,软磨硬泡 / (126)
- 二、以退为进,棋高一着 / (129)
- 三、迂回出击,以曲为直 / (133)
- 四、循循善诱,引君入瓮 / (138)
- 五、旁敲侧击,由浅入深 / (142)
- 六、先放后收,欲擒故纵 / (146)
- 七、软硬兼施,齐头并进 / (149)



八、单刀直入，直来直往 / (152)

第六章 无敌说服技巧 (155)

精通说服技巧的人，往往能够用语言这个“动力”牵引交涉的“火车”，沿着预设的轨道平稳而又快速地到达目的地。说服是艺术，能说会道，能言善辩者，能使难成之事心想事成，能在紧要关头化险为夷，能在为人处世时左右逢源，令人尊敬，业绩辉煌。马克·吐温曾说过：“同样是说话，同样是阐述自己的思想，有人惹来了一身麻烦，有人却赢得了阵阵掌声，这就是表达的哲学。”

一、见机行事 / (156)

二、委婉点拨 / (158)

三、直击弱点 / (161)

四、借喻明理 / (165)

五、反客为主 / (168)

六、打破僵局 / (171)

七、抛砖引玉 / (173)

第七章 锻造最佳说服 (175)

说服是带有一定目的性的交际活动，同时，它也是一个富有理性，且具挑战性的活动，要想达到“说服”的目的，你就必须牢固掌控说服的环境。一个人事业的成功，20%取决于他的专业知识，80%则取决于他的处世技巧和处事环境，爱因斯坦曾说过：“世界上更多的麻烦来自于莽撞的提问和轻率的回答，它们都是口才笨拙的表现。”

一、良好的第一印象 / (176)



二、积极向上的心态 / (180)

三、得体的肢体语言 / (183)

四、适宜的空间距离 / (186)

五、最佳的说服时机 / (188)

六、轻松和谐的气氛 / (191)

第八章 你就是说服高手 (193)

在生活中需要说服的对象有很多,根据不同的说服对象,采取相应的说服策略,巧妙掌握说服技巧,寻找说服起点,你就是说服高手,莎士比亚曾说过:“这个世界就是每个人都须扮演某个角色的舞台。”所以,如果你不抢先成为说服别人的人,那就势必成为被人说服的人。

一、说服上司 / (194)

二、说服下属 / (201)

三、说服客户 / (208)

四、说服听众 / (214)

五、说服孩子 / (217)

六、说服父母 / (222)

七、说服朋友 / (225)

第一章 打开说服之门



说服——使他人相信自己并产生行动是我们在日常生活中经常遇到的。无论是交友还是工作；无论是商品推销还是谈判协商，都离不开说服，因此掌握说服他人的语言艺术，也就成为我们每个人必备的能力之一。拿破仑曾说过：“胜利的曙光时刻招引着你，只要你愿意开始准备，而培养说服力也不例外。”





一、说服是一门艺术

● 说服是一门学问也是一门艺术，是沟通这门大学问中的小学问。
● 强有力的说服力不仅使我们在人生的旅途上获得更多的机遇，更重
● 要的是它所带给我们的那种对自己人生把握的自信和雄心。

1. 说服的独特魅力

在我们的工作生活中，我们常常希望把自己的观点、想法、思路准确有效地传达给别人，并且需要对方能够接受我们的意见或建议，然后付诸实施，这个过程就是说服。被说服的对象又因为本身经历、价值取向等等的不同，大大增大了“说服”的难度。因此，“怎样去说服？”这样的问题，不会像“1+1”这样能够得到明确的强逻辑性的答案。“说服”没有绝对的公式。

在今天这个经济发达、自由竞争的社会中，沟通是全方位的，你的讲话水平、交际风度昭示着你的学识、修养和能力。因此，才华就展现在你的说服力上。

具有说服力的人，必然能成为现代社会中的活跃人物。说服力是一门技术，也是一门艺术。卓越的企业家，必须具备这门艺术，律师要动用这门艺术雄辩，政治家要用这门艺术阐述自己的政见，教师、推销员、演员……谁都必须具备这门艺术。

说服能引导一个人的心灵穿越无知，避开错误的消息，离开误



解之地，抵达正确的目的地。真正的说服能使另一个人理解你所说的话、体会你的感受，相信你的动因，按照你的想法去做对他真正有利的事情。

如果你是一位房地产经纪人，想说服一对年轻夫妻买下一套他们想要的房子，其费用也是他们能轻松负担的，同时你也得知它是城里最合算的一笔买卖，这对夫妻找了一整年可能也没找到一笔像这样的交易。这时你就可以用恰当的方式把这一信息公布出去，主动接触他们帮助他们了解这笔划算的交易，以及接受这笔交易的合理性和有利点，最后达成交易。这样的做法就是零距离说服。真正的说服并不是谎言，而是一种艺术，它能使你达成与别人有关的美好事情。

如果你无法说服别人，并不是因为你的观点不对，而是因为你不善于运用说服的艺术。你可以拥有世界上最好的点子或最好的产品，但如果你无法有效地向别人传达这些信息，那么再好的东西都没有价值。

克拉罗·巴顿、托马斯·爱迪生、欧佛里·莱特以及琼纳斯·索克博士都不是推销员，然而如果他们没学会说服艺术，他们的梦想就绝对不会实现——我们生活的这个世界也会大大不同。

如果巴顿在1962年没有说服她的长官允许她上前线照护受伤的士兵，那么从那时起不但会有好几百万人战死战场，而且我们也不会有红十字协会了。

如果爱迪生没能说服他的投资人以及他的工程师相信电灯完全是有可能发明的，那我们就只能在煤油灯下阅读了。

如果莱特没能说服政府官员相信动力飞行器不只是种新奇事物，我们就得花几天或几星期搭火车、汽车或船去旅行了。

而如果索克没有学会不可思议的说服艺术，你们仍然会看着好



几百万男女老幼因为小儿麻痹——这种不治之症而痛苦地死亡了。

感天谢地，这些人士学会了说服的艺术。如果承担风险者没有说服他们的雇主、同事、银行家、投资人与政府给他们的想法一个机会的话，今天你视为理所当然的大部分事情就绝对不会存在。同时，请想像一下个人与家庭因为没有说服而错失的一切美好事物。如果一方可以说服另一方去寻求心理咨询的话，也许有很多桩婚姻可以得到挽救。很多中学生或大学生，因为没有人说服他们教育给他们带来的最大好处，所以他们选择退学。无数辛苦经营的企业主之所以失败，往往因为他们无法说服银行家或投资人继续投资。是的，说服他人的好处到处都是。你没搞清楚的是，因为大部分成年人都是无能的说服者，所以你已经失去好几百万次机会了。

说服艺术对于任何想要实现梦想并帮助他人实现梦想的人来说绝对重要。它是开启通往他人理智与情感之门的钥匙，也使你能够对他人的生命产生一种持续的正面影响。

一个人的魅力是和他的说服能力是息息相关的，一位卓越睿智的商界精英，一位魅力无穷的政府领导，一位儒雅的学者，都会在他的公众表达上有着不同凡响之处。说服力的伟大之处凸显于让人信服你的理论，并钦佩你的魅力。

如果现在有人要你去说服一个牧民的儿子成为洛克菲勒的女婿，你能做到吗？你会犹豫了。然而，擅长说服别人的乔治·拜伦就是依靠他的口才使这样的事变成了现实。

加利福尼亚州一老者有三个儿子，两个大儿子在城市扎了根，老人与小儿子相依为命。

乔治·拜伦想把小儿子介绍进城，多次被老人断然拒绝，拜伦最后想了想对老人说：“假如把你的小儿子介绍给石油大王洛克菲勒做女婿，你是否同意我把你的小儿子介绍进城呢？”



老人经过一番激烈的思考后终于同意了。

拜伦又找到石油大王洛克菲勒对他说：“如果我能让你女儿嫁给世界银行的副总裁，您会同意吗？”

洛克菲勒也同意了。

拜伦最后又找到世界银行的总裁对他说：“如果我把石油大王洛克菲勒的女婿介绍给你做副总裁，你是否会考虑再设置一个位置？”结果，该总裁也同意了。

你不得不佩服拜伦的说服力吧！他居然能利用他的口才，让一个牧民的儿子成为世界银行的副总裁。如果你能够具有这样的能力的话，你还担心什么事情不在你的掌控之中呢？

每个人的一生都需要去说服别人。

无论是你的上司、同事、朋友、配偶还是身为销售员的你自己——你都在试图说服他人接受自己思想和理念、购买自己的产品、认同组织的文化、做他希望他去做的事……

说服，谁都能掌握这门一学就会的艺术，它是一道数学题，有公式可遵，简单、有效，相信人人都愿意投资时间和金钱来参与学习。

今天，已是资讯革命的年代。说服力是推销人员的核心竞争力，要成为新资讯年代的成功者，我们需要学习新的知识、技能与态度，说服力正是这种集合三者为一身的思维方式及工作方法。

林肯说过：“无论人们如何恨我，只要他们肯给我一个说话的机会，我就可以把他说服了”。这就是说服。

2. 说服不是争论

说服不同于争执、争论、争吵之处，在于说服不是斗争性、对抗性的。在试图说服那些与自己意见不一致的人时，我们不是把他



们当作对手或敌人，而是当作平等的伙伴，不是为了让他们言听计从，而是为了让他们接受那些对他们有益却因为种种原因还没能理解的东西。说服是一种和平的事业，即使争吵，取胜的一方也要和“失败”的一方和平相处。一旦考虑到这种“和平共处”的价值，在语言上战胜对方就绝非上策了。

不考虑对方利益且又盲目地投入争论的人，是不可能达到真正说服人的目的。

美国科学家、政治家本杰明·富兰克林在他还是涉世不深的青年时，有个关心他的人对他说：“本杰明，你真是无可救药。你对你意见不同的人，总是无礼地与人争论，致使他们也不得不尽力反击。你的朋友认为，若是你不在他们身旁，他们会更快乐自在。你懂得太多，所以他们觉得自己没有什么话可以对你说。”

这一番话对富兰克林起了重要的作用，他在自传中写道：“从此之后，我立下规则，我不再直接反对并伤害别人，也不过于伸张自己的意见。假如有人提出某种主张，而我认为是错的，我不再粗暴地与他们争辩。相反的，我先找出一些特定的事例，证明对方可能也是对的，只是在目前状况下，这些看法‘似乎’有些不妥。”结果，富兰克林发现情况有奇迹般的转变：“经过这样的改变后，我发现受益颇多。和别人交谈，气氛显得愉快了，由于采取一种谦和的态度，别人在接受我的意见时也不会发生争论。如果我是错的，则不会有人攻击我而使我受辱；而在‘我对，别人错’的状况下，则更容易说服对方转而同意我的看法。”

富兰克林由此走上了一条成功之路，使他的智慧为越来越多的人所承认。他的思想也影响了他生前及逝后的几代美国人，他也成为一代历史伟人。

真正的说服力就是形成被说服者的内在服从效应。它与借助权