

一本突破人際關係盲點的好書！

MYLES MARTEL 著
彭 和 平 譯

卓越的說服技巧

彭和平 譯

卓越的說服技巧

21 世紀文庫 ⑩

THE PERSUASIVE EDGE

Myles Martel, Ph. D.



亞太圖書出版社

翻
印
必
究

版
權
所
有

ASIA-PACIFIC PRESS

☆本著作之中文版權係經由大蘋果股份有限公司授權出版發行

卓越的說服技巧

定價250元

《21世紀文庫 16》

1993年3月 初版第1刷

原書名／*The Persuasive Edge*

作者／Myles Martel, Ph. D.

譯者／彭和平

發行人／許根諒

出版者／亞太圖書出版社

台北市長安東路2段169號7樓之2

電話：(02)731-1166／FAX：(02)731-9690

郵撥：0123785-1

登記證／行政院新聞局局版台業字第1842號

發行所／亞太圖書出版社

電話：(02)704-6604，755-7644

FAX：(02)754-9659，731-9690

排版／天翼電腦排版印刷股份有限公司

印刷所／優文印刷股份有限公司

ISBN 957-8510-26-8

*缺頁或裝訂錯誤，請寄回更換！

譯者序

本書原著者邁爾斯·馬特爾博士 (MYLES MARTEL) 是美國首屈一指的專門指導政府首腦和商界領袖進行溝通的顧問之一，他以自己的名字為名開創了一家諮商顧問公司並擔任總經理。多年來，在講演、介紹、廣播和電視節目中做重要演講或進行辯論等方面，接受過他指導和訓練的大企業經理人員和政界領袖不下數百人，其中包括26名素以能言善辯著稱的美國參議員。1980年，他出任美國前總統隆納德·雷根的私人辯論顧問，更是蜚聲全國。

馬特爾博士是廣播和電視節目中的新聞人物，哥倫比亞廣播公司的「早場節目」，美國廣播公司的「夜間新聞」及泰德·考培爾主持的深夜節目都多次對他進行過專訪，他的著述甚豐，在此領域中頗具影響。本書是繼他的兩本著作《掌握問答藝術：覺悟、棘手和敵對問題求勝指南》和《政治競選運動的辯論：形象、策略和技巧》之後的又一本重要著作。該書於1984年首次由福西特·哥倫賓尼出版公司出版，1989年經修訂後再版，譯者選用的是1989年的新版本。

古人云：「一人之辯，重於九鼎之寶；三寸之舌，強於百萬之師」，全力推崇口才的重要性。實際上，在我們這個高度社會化的資訊時代，一個人的口才往往可以成為決定其事業成敗的重要

因素。你所說的話就是你的力量、信心、智慧、知識和能力的象徵。

對於一般人說來，運用得最自然的是語言，但是，運用得最膽怯的也是語言。口才本身表現為一種運用語言的藝術，人們羨慕這種藝術，但卻不一定都能掌握這種藝術。我們可能都有這樣一種體驗，在我們越需要運用語言時，在聽我們講話的聽眾越多時，或是，在我們講話的影響可能越大時，我們却越顯得膽怯，究其實質，多半在於對自己講話的說服力缺乏信心。作為一名管理者，講話肯定是其一天當中最基本、最經常的活動，一個人在組織階級中所處的地位越高，講話所佔用的時間就越長，內容就越廣，聽眾就越多，影響就越大，如果對自己的講話能力或講話的說服力惶恐不安或臨場怯陣，確是一種嚴重的心理障礙。

怎樣才能使自己在開會、演講、辯論、接受新聞媒體採訪等各種場合的講話具有說服力？掌握講話的說服力有什麼方法和技巧？怎樣才能培養和增強說服力的信心？等等，邁爾斯·馬特爾博士的這本《卓越的說服技巧》為我們提供了最好的指南。譯者衷心希望本書能對各位讀者大有裨益，通過掌握本書中的方法而顯露出說服力的鋒芒。

本書在翻譯過程中得到譔馨蓀教授、安娜、武曉梅、馬丹的熱情指點和協助，在此特表謝意。

彭和平

中國人民大學心理科學研究中心副研究員

目 錄

〔序 言〕

〔PART 1〕 傳遞訊息前的階段／7

- 第1章 你就是說服者／9
- 第2章 確定目標／15
- 第3章 對聽眾的分析和前期工作／23
- 第4章 說服的策略／35
- 第5章 按圖索驥：組織結構與提綱／53
- 第6章 提證闡明並舉證觀點／69
- 第7章 開場白和結束語／85
- 第8章 如何說明你的意思——並引起注意／97
- 第9章 視覺教具——引人注意的目標／117

〔PART 2〕 傳遞訊息／131

- 第10章 克服講話顧慮／133
- 第11章 講話模式／149
- 第12章 非言語的溝通——我看見你正在說什麼／163
- 第13章 練習和講話——馬特爾方法／175
- 第14章 問答會／187
- 第15章 精彩的講先要認真的聽／207

▮ PART 3 ▮	傳播媒體／217
第 16 章	媒體關係——秘書的電話／219
第 17 章	利用電子媒體增強說服力／245
第 18 章	記者招待會／273
第 19 章	做好應付危機的準備／285
▮ PART 4 ▮	各種具體情境／297
第 20 章	「請講幾句話」／299
第 21 章	普通會議和電傳視訊會議／311
第 22 章	專門小組和辯論／329
第 23 章	主管的證言／339
第 24 章	具體問題／353
▮ 跋 ▮	主管人員溝通的倫理觀／365

PART - 1

傳遞
訊息
前的
階段

原书空白

第 1 章

你就是說服者

說服是你的領導能力、管理知識以及與周圍世界進行溝通的極其重要的內容。因為，在每天的日程中，你總有些想法試圖說服某個人或某個團體去接受，同時，某個人或某個團體也想對你施加影響。

下面是一些商業方面的典型事例，它們都涉及到說服。

- 說服你的老板同意你雇用其他職員。
- 說服委員會批准一項預算。
- 說服與你的公司有關係的銀行家撥給你一筆貸款。
- 說服金融分析家相信，貴公司是個很有吸引力的投資場所。
- 說服銷售人員更勤奮的工作。
- 說服董事責，你對公司經營有方，卓有成效。
- 說服裝配線工人，切勿因為追求生產率發生安全事故。
- 說服管理小組的一位主要成員，接受一項新的、困難的任務。

- 说服新闻媒体相信，贵公司安然处理好了某种困境，例如，解雇工人、工厂停工，或一场危机。
- 说服现有的客户或顾客，继续使用贵公司的产品。
- 说服可能的客户或顾客，选择贵公司做生产。
- 说服一名优秀人才来贵公司工作。

说服的定义

什么是说服？它是选择和整理思想、言语、以声音和身体动作进行暗示的过程，也是控制环境，以改变听众的态度或行为的过程。这一过程具有下列特性，可以帮助你更进一步了解，在掌握说服力秘诀的背后，你需作出多大的努力。

说服是复杂的。在你说服他人时，你正试图弥合自己与对方之间态度上的距离。如果不存在什么分歧，说服则是画蛇添足。但是，倘若存在着分歧，需要架桥进行沟通时，要使桥樑建得稳固结实，架桥过程本身包含着许多要素。这些要素包括：确定明确的目標；准确地分析对方、环境以及时机；恰当地选择思想、根据和言词；进行良好的组织；此外，还需具备可靠地、令人信服地传递你的讯息的能力。

说服常常是一种内在较量。如果你的观点和我的不一致，它们就处在较量中。当我试图说服你时，我在你的思想中引发了某种有意识的或潜意识的感觉，亦即你、我之间在态度价值观或需要（包括你的各种优先考虑的事情）进行着较量。

說服常常是很困難的。由於固有的複雜性和內在的較量，使說服成為很困難的事情，然而，我們根深蒂固的態度，以及我們對變革有一種天生的阻力，使這種困難更加複雜多樣。

說服是逐漸增強的。因為說服複雜、困難、並存在著較量，所以，當某人試圖說服別人時，對方的態度一般不會發生戲劇性的變化。他們總是以一點點增強的方式——逐漸地——「移動」。因此，注重實際的說服者充分認識到，每一次陳述只是整個說服活動中的小小的一步，他們必須建立起反映這種事實的目標和期望。

說服是動態的。在你試圖說服對方時，他們對你的訊息所作出的有意識的和潛意識的反應處於不斷變化中，受到你傳遞的訊息的刺激，他們自身的思想模式，以及周圍的環境的影響，他們在這種反映方面舉棋不定。作為說服者，你的作用是盡一切努力保證你的訊息（包括你的陳述）所產生的刺激強於其他任何進行較量的刺激，並且盡可能有效地保持你具有更強的說服力。

說服是一種藝術。世上並不存在一種嚴格的科學公式，能夠影響他人按照預定方式產生信念或採取行動。

雖然並沒有掌握說服力秘訣的嚴格的公式或訣竅，但確實存在著不少真知灼見，指導我們如何進行說服工作。本書廣泛汲取了這些見解，並主要以我自己身為幫助許多美國公司和政治領導人進行溝通的顧問的經驗為基礎。本書的目的在於，為你提供一名「隨時可面授機宜」的顧問，以適應範圍廣泛的溝通要求。

本書的第一部分是「傳遞訊息前的階段」，它帶你通過各種必不可少的主要步驟，計劃制定有說服力的演說或介紹，實際上，

這一部分為你展現了一個有效的管理機制，幫助你排除意外事故，使你信心百倍，一語破的。你也將了解如何根據對方情況建立自己要達到的目標，進行聽眾分析和完成前期工作，評估演說對象的需要，計劃並起草一份有效地進行演說的綱要，研究演說的觀點，以及選擇適當的視覺教具。

第二部分是「傳遞你的訊息」，重點集中在如何陳述你的訊息方面。你將認識到，無論你有多強的專業知識或自信心，你首先應如何克服演說時的顧慮——我認為這是很多人所面臨的首要問題，而且，你將了解到一些注重實效的、簡明扼要的知識，照本宣科的演說、死記硬背的演說和即興演說各有什麼優、缺點。我將著重強調非言語溝通的重要性，向你介紹一種馬特爾方法，這是一種系統的對策計劃，我已經將其發展運用於演說——（我可以毫不誇張的說），正是這種方法，曾幫助了數百名到我的諮商顧問公司尋求建議的人員。最後，專門有一章，記述如何為開好質詢會做好準備。這是一項基本技能，在準備演說的過程期間，人們常常低估它的重要性。

第三部分是「傳播媒體」，它為在範圍廣泛的、各式各樣的環境中（如個人之間的談話，記者招待會和出現危機的情境等），如何處理與印刷媒體和電子媒體的關係奠定堅實的基礎。

第四部分是「具體要求」，涉及要求進行專門諮詢的廣泛的場合和技能：禮節性講話、會議和電傳視訊會議、專門小組和辯論，以及主管人的證言。此外，這一部分還包括為下列各方面做好準備的一組論述：小組介紹、雇用演說撰稿人、選擇特約演說人、挑選諮商顧問公司、說服某個主管人和進行溝通的顧問進行合

作。

我非常喜歡講這樣一句話：「沒有十全十美的溝通者。」但是，我們所有的人都可以學會如何改進這種技能，承認這種現實並且成為更有效、更有說服力的溝通者的義務，這是我們面臨的挑戰。《卓越的說服技巧》一定會使讀者從中受益。

原书空白

第 2 章

確定目標

你進行演說或介紹的出發點是什麼？當有人邀請你進行演說或介紹時，在許多情況下，除了應承之外，你幾乎別無選擇——例如，老闆讓你在某個重要會議上做一番介紹。有時，你有較多的選擇自由，你對邀請的一方沒有或很少有什麼義務，因此在決定是否應邀演說或介紹時，你有一定的選擇餘地。

如果你遇到後面一種情況——即有較多的選擇自由——你不僅應該認真考慮出面介紹的好處和風險，而且，應該認真考慮，演說或介紹作為一種溝通媒介本身有什麼優點和缺點。

演說或介紹的優點

- ☐ 時間利用率高。它可以使你同時影響許多人，而不是一次次地逐個進行溝通。
- ☐ 個人性強。它可以發揮你的個性和領導能力，使你的說服

力鋒芒畢露，書面溝通是做不到這一點的。

□ 它可以相互影響且又靈活變通。你從聽眾那裡得到反饋，可以當場調整訊息，這又是一個書面溝通做不到的有說服力的優點。

演說或介紹的缺點

□ 從邏輯上說，很難在「合適的」時間集合起「合適的」人員。

□ 拙劣的演說者演說時，聽眾容易分神。

□ 訊息內容可能過於複雜，不適於作口頭介紹，因此，也許進行書面溝通更為適宜。

□ 演說常常是一次性的活動。如果你的演說未能奏效，利用另外的媒介傳遞訊息也將受到限制。

□ 人們記住的常常是進行演說或介紹時的腔調或情感而不是它的內容。

確定目標

如果你斷定，進行演說或介紹利大於弊——或者說，你在此問題上別無選擇——那麼，你現在應準備採取演說過程的第一個重要步驟：亦即確定目標。

確定了目標使你演說時可以把握住目的和方向。它可以幫助你抓住重點和適當的時機，幫助你確定適合於傳遞訊息的組織方