

揭秘克林顿&希拉里玩转世界的说服技巧
教你神不知鬼不觉地说服他人

COVERT PERSUASION

说服你 其实 很简单

凯文·霍根 (Kevin Hogan) 著
(美) 詹姆斯·斯皮克曼 (James Speakman)

从NO到YES的 心理营销战术

成静译



中国十大营销专家之一 孙路弘 《南方企业家》主编 段传敏
国际最佳销售教练 杰弗里·吉特默 世界潜能大师 博恩·崔西
国际畅销书《引爆吸引力》作者 乔·瓦伊塔尔

鼎力
推荐

广东出版集团
广东经济出版社

COVERT PERSUASION

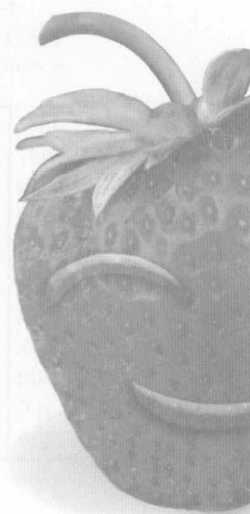
说服你 其实 很简单

凯文·霍尔 (Kevin Hall)
(美) 詹姆斯·斯皮克曼 (James Spickman) 著

从NO到YES的 心理营销战术

成静译

广东省出版集团
广东经济出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

说服你其实很简单 / [美] 凯文·霍根, 詹姆斯·斯皮克曼著; 成静译. —广州: 广东经济出版社, 2009.9

ISBN 978-7-5454-0261-2

I. 说… II. ①霍… ②斯… ③成… III. 说服—语言艺术 IV .H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 101668 号

版权登记号 图字: 19-2007-050 号

Covert Persuasion: Psychological Tactics and Tricks to Win the Game by Kevin Hogan and James Speakman
Copyright © 2006 by Kevin Hogan and James Speakman
Original English language edition published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey
Simplified Chinese edition Copyright © 2009 **Grand China Publishing House**
This translation published under license.
All rights reserved.

No part of this book may be used or reproduced in any manner whatever without written permission except in the case of brief quotations embodied in critical articles or reviews.

本书中文简体字版通过 **Grand China Publishing House (中资出版社)** 授权广东经济出版社在中国内地出版并独家发行。未经出版者许可, 不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分内容。

出版	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11 ~ 12 楼)
发行	
经销	广东新华发行集团
印刷	深圳市彩美印刷有限公司 (深圳市龙岗区坂田街道光雅园彩美印刷工业园)
开本	787 毫米 × 1092 毫米 1/16
印张	13.5 印张
字数	163 千字
版次	2009 年 9 月第 1 版
印次	2009 年 9 月第 1 次
书号	ISBN 978-7-5454-0261-2
定价	28.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市水荫路 11 号 11 楼

电话: (020)38306055 37601950 邮政编码: 510075

邮购地址: 广州市水荫路 11 号 11 楼直销部

电话: (020)37601950 37601509 邮编: 510075

图书网站: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社常年法律顾问: 屠朝锋律师、刘红丽律师

· 版权所有 翻印必究 ·

封底无“短信中奖防伪标”均为盗版
短信查伪中奖方法见本书最后一页

听说自己的新书《说服你其实很简单》即将在中国出版，我非常激动，也非常兴奋。

我对中国人民敬慕已久，原因是多方面的。但最主要的原因是由于中国人民的勤劳和纯朴。普通美国大众的辛苦工作所得在消费之后所剩无几，甚至入不敷出。而中国人民都很节俭，总是省吃俭用，严格自律。这也是中国人民的思考方式。

很多年前，这本书在中国可能不会被出版，因为它会被认为是某种形式的鼓吹宣传。这本书的主题是关于说服力的——你说服我去做一些事情，感受、思考一些事情，我很享受这个被说服的过程。我喜欢购物，喜欢听人们谈论那些他们认为重要的东西，更喜欢他们说服我去相信那些他们认为重要的东西。

《说服你其实很简单》意味着“微妙的或潜在的影响力”。关于“隐秘说服力”，它本身并没有好坏之分。每天我们都可以感受到它，但它的发生却很偶然。当我们在不同的环境中，如餐馆、家或庙宇神殿中，你我所做的决定很可能南辕北辙，我们期望听到“是”，他们偏偏回答“不”。

墙壁的颜色，干净整洁的居家办公环境，你所选择的书桌位置，坐在桌边的特别的人……这些看起来无关紧要的因素，往往成为影响他人的关键所在，这些微妙的、隐晦的、潜在的影响力，其实正是导致人们作出改变的原因。本书中，你将体验到这些因素的影响力。现在很多人还没有意识到这项看似简单实则难以捉摸的信息的重要性。一旦发现其中奥妙，你的感受就会大不相同。

我并不打算完全依赖文字来改变你的思想，尽管文字很重要，但相对于你从书中汲取的东西它显得苍白无力。

隐秘说服力就是《说服你其实很简单》的第一课，尽管它听起来可能有一点曲折，也有一点神秘。但它很可能正是你拿起本书的原因，它能让你彰显与众不同的风格、发掘潜在性格、延伸你所推销的产品、打造自我特色，就像你挑选本书一样，你的伯乐也会一眼相中你这匹千里马。

本书中并无任何虚假或是不友善的信息。本书的两位合著者都是正直朴实、致力创造和平世界的人士。尤其对我来说，本书探讨的主题意义非凡，这也正是我同意亲自撰写这封致中国读者信，而不让他人代劳甚至推脱掉其他的请求的原因。它是我专注探究的领域，也是《说服你其实很简单》谈论的所有内容。

中国很可能是未来世界的领导者。中国人民的敬业精神也是世界上其他民族难以企及的。中国让我充满了向往和期待，很期望在不久的将来能有机会亲自造访中国。



明尼阿波利斯，明尼苏达州



说服你其实并不容易

营销专家 孙路弘

每天，每一个小时，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，都不得不给别人让步，或者让别人让步。你不能用武器，不能用暴力威胁，当然也不能用钱行贿，因为生活中太多的小事是不值得用暴力，也不值得用钱的。你只有唯一的工具了，那就是让人能够超越一般低级动物的唯一工具：语言。

说话可以实现什么？你希望实现什么？

比如，要说服一个公司的人力资源主管接受你，并录用你；说服你中意的女孩与你交往；说服你的领导接受你的想法，并从内心认可你；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，比如财政部就需要说服大众接受购买美国国债的确是目前比较安全的投资方式。当然，如果你的说服本事足够强大，可以让其他人竭尽全力地为你筹款，并愿意跟随你。

天下真的有这么容易被说服的人吗？

诚恳地讲，没有！绝对没有！回想一下自己的生活，从你的意识开始独立的那一天起，你就在为父母总是拒绝你的要求而苦恼，要一个玩具遭到打击，连向父母申请一点零花钱都遭到拒绝，想玩一会儿游戏都被管制，要求有一个自由的空间都无法得到满足，甚至不能如愿得到想要的生日礼物。

说服别人，学校没有开这门课！没有老师会教学生如何说服别人，如何巧妙地让自己的愿望得到满足。真的没有，小学没有，中学没有，大学也没有。而社会这所“大学”中有，但是需要漫长的时间去学习。没有这门课程，因此，也就没有教科书。好消息是社会大学中有这本教科书，就是你眼前的这本《说服你其实很简单》。

社会上不用学校的数学成绩来论英雄，也不根据作文水平来发工资，更不根据历史知识来决定职位高低。

进入21世纪后，且看在中国市场中诞生的这些风云人物：马云、牛根生、柳传志等。他们在不同的领域取得成就，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，就是因为他们会说服，他们有影响力，更加重要的是，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。他们的成功依靠的就是说服人的本事。

眼前这本书中的说服技巧具备很高的实战价值：

- ◆ 包括了 55 个说服实战技巧
- ◆ 总结了 27 个观察人们得到的结果
- ◆ 提供了讲故事说服别人的 20 个关键技巧
- ◆ 列举了 12 个最常用的说服词汇

说服别人首先要透彻了解人们在说话交流时的心理状况，因此，需要丰富的心理学知识。作者凯文·霍根对心理学有长期的研究，通过研究他发现了大量的规律，并将这些规律运用到实践中，获得了很好的效果。由于依托于心理学研究，所以，他的说服技巧往往是隐秘的，被说服的人在不知不觉中就顺从了，并做出了对方期待的行动。

这些技巧被家长用于说服孩子是应该的，但是，如果孩子掌握了之后，成功说服家长就有一点让人担忧了。作者是虔诚的，在开篇就强调保持道德纯洁的重要性。说服技巧本身不存在道德感，就看运用其达到什么样的目的，目的是有道德的。

一本书也许不能改变你的一生，但至少可以改变你几天。本书就是这样，如果改变的这几天让你快乐，那么这个改变就会延续更长的时间，你就是这本书的受益者。

如果你愿意，读完这本书后请写信给我，试图运用其中的技巧说服我，让我将我珍藏的作品分享给你。同时，也体会一下自己对说服技巧的掌握程度，当然，我也会对你的说服技巧进行点评。如果你认为你读懂了这本书，真的理解了其中的奥妙，并能够运用自如，那就放马过来，写一封邮件给我。我的邮件地址是 yes4you@gmail.com。有来有往，来信皆复。



这本书中所蕴含的道理胜过其他许多本书的内容。不论你是否需要说服你的爱人、你的配偶、你的老板、你的客户、你的朋友或是你自己，这本说服技巧秘笈都会令你身手不凡。在竞争激烈的今天，这是一本说服奇才的必备手册，你需要用它来控制各种情况，得到你想要的东西。

——乔·瓦伊塔尔 (Joe Vitale)

《引爆吸引力》作者

这部作品一鸣惊人，推开了过去只有精神导师才可以自由通过的、藏有神话般影响力的大门。现在，你也可以学会用一副没有大小王的扑克去影响他人了。如果你希望能够影响和说服别人，《说服你其实很简单》绝对是你的必读之物。

——马克·乔伊纳 (Mark Joyner)

畅销书《三秒成交》作者

《说服你其实很简单》就像祖母的烹调秘方一样，味美至极，简直就是无价之宝。每一个影响他人的窍门都是一块美味的小点心，让人欲罢不能，吃饱了还想要。两者唯一的区

别是，祖母不会透露她的烹调秘方，而霍根和斯皮克曼却向读者揭示了成为影响力大师的所有秘诀。

——艾尔·邓肯 (Al Duncan)

职业演说家，《释放你的完美潜能》合著者

读霍根的作品时，你会感觉自己正得到圣者的指点。你希望其他人每次都能作出对你有利的决定吗？那么，这本书正是你想要的。

——戴维·加芬克尔 (David Garfinkel)

《助你致富的广告语》作者

本书提供的关于动态销售和沟通的信息，比你穷其一生亲自探索到的经验还要多。好好利用这个优势，认真阅读这本书吧！

——托德·D. 布拉姆森 (Todd D. Bramson)

职业理财师，《真正的生活理财计划》作者

当你非常迫切地想得到他人的认可时，《说服你其实很简单》就是你用来建立同盟的最好工具。认真读读这本书吧，就算你永远用不上这些技巧，至少也不会在需要它们的时候感觉自己很蠢，甚至陷入他人的掌控之中。祝贺你踏上影响力的探究之路！好好品味这本书，并用它来为你服务吧。

——本·麦克 (Ben Mack)

《事先想好两种产品》作者

作为经营多种服务业务的业主，我十分推崇霍根博士关于影响力艺术的所有作品。借助从霍根博士的课程和书籍中学来的技巧，我多次在商业及法律谈判中取得成功。他的作

品真是我的商业影响力圣经！我有一个小图书馆，用来收藏霍根博士的作品，里面书籍的数目已经较为可观，大大方便了我 and 下属员工的查阅和参考。现在，霍根博士的新作《说服你其实很简单》就要加入我的收藏了，这让我感到十分兴奋。事实上，我一直要求每个新来的团队成员都要读读霍根博士的作品。如果没有霍根博士，我就没法开展工作！

——米歇尔·德拉姆·马特森 (Michelle Drum Matteson)

The Razorz Edge 总裁

《说服你其实很简单》以严谨的调查为依据，其“如何去做”模式会令每一个希望成功影响他人且不失道德水准的人感到由衷的满意。

——菲尔·汉密尔顿 (Phil Hamilton)

汉密尔顿集团总裁

霍根和斯皮克曼收集了许多有价值的智慧之言，无一不是全世界最优秀的推销员所应具备的第二天性。《说服你其实很简单》对于每个人来说都是一本非常有用的人生指南。

——玛莎·罗杰斯 (Martha Rogers) 博士

Peppers&Rogers 出版集团的创始人，《顾客至上》合著者

献给凯蒂、杰西卡和马克。

——凯文

献给玛丽亚。

——詹姆斯



致中国读者	3
专家推荐	5
权威推荐	8
前 言	17

第 1 章 一切从心开始 23

“隐秘的”事情通常被隐瞒或者藏匿于一般视野之外。洞悉顾客当前的信念和态度，你才能说服他们。

- 说服有违道德吗 25
- 诱导提问 25
- 使出分心术 26
- 8 个步骤助你说服成功 27

第 2 章 拿什么让他点头 31

有些时候，说“不”只是一个即时反应，并没有什么意义。人们也不知道他们为什么要说“不”。

- 他为什么说“不” 32
- 欧米伽战略 35
- 让他向成见说拜拜 39
- 放干蓄水池的水 41

第3章 牵着他的鼻子走 43

别给顾客留时间考虑“落选情结”或“占有欲望”。
否则他们就会产生失落感，对购买行为犹豫不决。

- 落选情节 44
- 请他吃顿免费午餐 47
- 编写行为剧本 48
- 他被偶然撞了一下腰 51
- 锁定他的想法 54
- 不可思议的人类行为 57
- 白纸黑字写下来 59

第4章 隐秘说服掠影 61

只要你稍微尝试一下，就会发现这55个隐秘说服策略在不同的商业场合是多么有价值。

- 55个隐秘说服策略 62
- 巩固说服战果 117

第5章 具有魔力的词汇表 121

仔细留意人们描述生活经历时所使用的词汇，这些词语影响着他们当时的感受，然后列一张最有说服力的词汇清单。

- 不同的词汇，不一样的感受 124
- 自我评估测验 125

第6章 聚焦你的目标 127

当你树立起专注结果的意向，并将它内化为强大的力量时，你达到预期目标的成功率便会成倍增长。

- 专注于结果 128
- 幸运不会从天而降 129

要的就是抢眼	130
散发自信的魅力	131
垃圾想法请走开	131
储备专注的能量	132
带着前瞻狂欢	133
别让精神悬浮	133
画出你的矩阵图	134
专题：受害者病毒	136

第7章 我的故事，你想听吗 143

一个枯燥乏味的故事也可以很吸引人。只要讲故事的人绘声绘色，你就可以经历每个情节，仿佛身临其境。

做一个有效的交流者	144
20条法则抓住听众	145
如何灵活运用20条法则讲述故事	155

第8章 精心设计你的问题 167

寻找恰当的时机提出带有感情色彩的问题，其他人就不由自主想要听。籍以提高你的个人魅力和说服力，使其他人愿意买你的账，购买你的产品和服务。

非理性思考	168
可获得性因素	169
提问是你的杀手锏	170
甩掉破坏性问题	171
形成一条问题链	172
小“因为”，大名堂	172
提问的10大优点	173
提问的6大技巧	175
用问题理清思路	177
拉拢他，引诱他	178
提问方式改变了什么	179
向未来发问	180

第9章 情感秘密出动 181

用感情来说服比用事实要有力得多。因为事实本身是冰冷无情的，感情却可以承载意义，打动人心。

尼尔森家的故事 182

先谈感情，后讲逻辑 184

第10章 你不了解的人性 187

27项人性大发现，与你共同分享，体验人们在不同情境中的思考和行动，教你如何隐秘地劝说。

巧妙总结 27项人性 188

第11章 最后的叮嘱 199

隐秘说服的最基本目标是使说服对象从原先的立场改变为你希望的立场。我们把它叫做“决定导向”。

勇敢作出决定 201

保持好奇 202

附录1	隐秘说服工作表	205
附录2	隐秘说服词汇表	206
附录3	隐秘说服问题清单	208
附录4	催眠语言模式清单	210
致 谢		212
译后记		213

