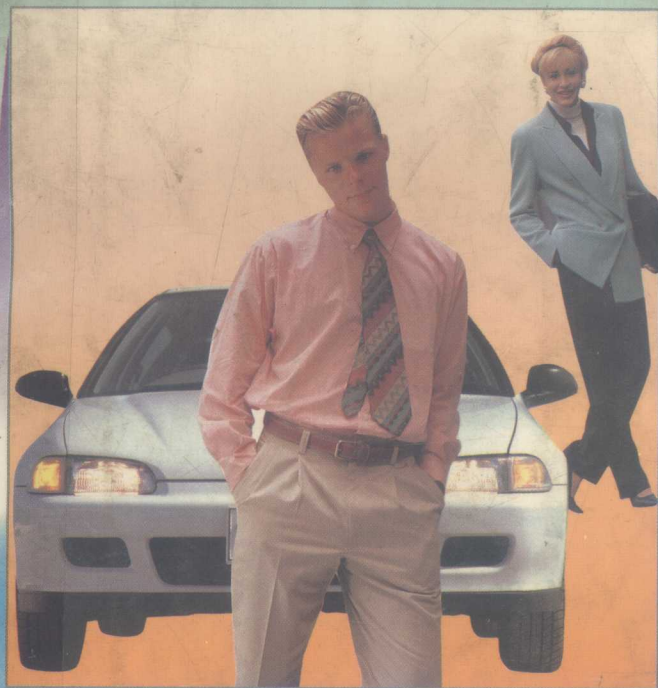


哈佛社交学

哈佛智慧丛书



明山



红旗出版社

哈佛智慧丛书之二

哈佛社交学

明山 黄琳 编著

经济日报出版社

(京)新登字 102 号

责任编辑:朱兰

封面设计:卢清

哈佛智慧丛书之二

哈佛社交学

明山 黄琳 编著

经济日报出版社出版发行 新华书店总经销
北京市崇文区体育路龙潭醒 54 号 广东七二一五工厂印刷

850×1168 毫米 大 32 开 29.5 印张 2 插页 740 千字
1994 年 4 月第 1 版 1996 年 4 月第 1 次印刷 印数:3000 套

ISBN7-80127-070-3/F·28 定价:38.40 元(单册定价:12.80 元)

目 录

第一章 哈佛交际与经商

获取信息.....	3
面对采访.....	5
人体语言.....	7
少说多听	10
简明扼要	12
讨价还价	15
动脑思考	16
成交技巧	17
出人意料	18
从长计议	20
赞美技巧	21
感情联络	23
寻找公敌	25
免费电话	26
说话技巧	28

巧妙息怒	29
售后服务	31
以柔克刚	33
投其所好	34
就价论价	36

第二章 哈佛交际与谈判

价格陷阱	41
掺入情感	43
正确选择	45
直觉反应	47
摆脱困境	49
会谈技巧	51
两全其美	54
优势因素	56
面对争执	58
商务谈判	60
谈判诡计	62
借力使力	64
替代方案	66
谈判原则	68
激发需求	71
失而复得	73
弹性策略	75

软硬兼施	77
------------	----

第三章 哈佛交际与求职

求职技巧	81
应聘技巧	82
面试技巧	84
热忱自信	85
求职措词	87
毕业求职	88

第四章 哈佛交际与事业

领导素质	95
面对老板	99
成功推销	100
获取信息	102
电话艺术	104
面对建议	106
成功老板	108
衡量自己	110
晋升途径	112
不要满足	114
正确选择	116
个性缺陷	118

第五章 哈佛交际与应酬

介绍艺术.....	123
第一印象.....	125
接受邀请.....	126
谦恭有礼.....	128
心理平衡.....	130
赠送礼物.....	131
送礼艺术.....	133
劝谏艺术.....	135
求助艺术.....	137
记住人名.....	139
听话听音.....	141
逗笑技巧.....	143
得体玩笑.....	145
礼尚往来.....	147

第六章 哈佛交际与处世

面对批评.....	151
泄怒技巧.....	153
战胜失败.....	155
求助于人.....	157
求教于人.....	159
从不自满.....	162

留有余地.....	163
学会宽恕.....	165
面对怠慢.....	167
自我打趣.....	169
安慰艺术.....	171

第七章 哈佛交际与交友

友谊定义.....	177
建立友谊.....	179
人际交往.....	181
异性交往.....	183
交友公式.....	185
交友艺术.....	187
结交学友.....	189
维持友谊.....	191

第八章 哈佛交际与恋爱

洞察恋人.....	197
女性择偶.....	199
男性择偶.....	201
把握机会.....	203
恋爱技巧.....	205
姑娘恋爱.....	207
求爱技巧.....	208

含蓄求爱.....	210
电话恋爱.....	211
情书技巧.....	214

第九章 哈佛交际与情爱

一见钟情.....	219
感受爱意.....	220
尊重情侣.....	222
示爱技巧.....	225
娇弱女性.....	227
情爱谎言.....	229
女性职业.....	231
家庭和睦.....	233

第十章 哈佛交际与口才

说话技巧.....	239
巧妙应答.....	240
赞美技巧.....	243
应变技巧.....	245
幽默技巧.....	247
沉默不语.....	250
装聋作哑.....	252
争辩艺术.....	253

第十一章 哈佛交际与攻心

背后鞠躬.....	259
劝说技巧.....	261
交谈艺术.....	263
说服技巧.....	265
侧面说服.....	267
正面说服.....	269
动之以情.....	271
先扬后抑.....	273
寓理于情.....	275
适得其中.....	277
步步攻心.....	278
投其所好.....	280
激励艺术.....	281
以理服人.....	283

第十二章 哈佛交际与修养

自我激动.....	287
面对逆境.....	289
面对缺陷.....	291
不必自卑.....	293
摆脱困境.....	295
面对挫折.....	297

巧用时间.....	299
-----------	-----

第一章

哈佛交际与经商

获取信息

有一个管理人员从《华尔街报》上看到一个大企业集团，正在关闭他在美国中西部的一个工厂。他立即和那公司取得了联系，并要求购买那家工厂的部分设备。这笔生意几天内就做成了。这其中没有什么特别的地方。按这种方式进行的销售每天都在进行。但是，令那位管理人员惊奇的是，他是唯一向那家公司打电话的人。

他说：“你想，《华尔街报》有 200 万读者，除了我以外，这其中怎么的也应该有一个人会像我这样用 10 美元去买价值 100 美元的货吧！”

这并不令人奇怪，许多大商人都有来自四面八方的信息，只有极少数人敢于根据这些信息采取行动。

一家工厂在拍卖设备，便意味着廉价销售，得出这个结论并不需要天才。但你必须留心那些送上门的信息，进行考虑并及时采取行动。

信息的获得可以有以下一些渠道：

专业咨询人员。找专业咨询人员不是一件简单的事。好的专业咨询人员都是独立大队。他们不投其所好，能够直言不讳地说出自己的看法。

高级管理人员。只要你能接触到，高级管理人员是极好的信息来源。和一个高级管理人员在一起谈 5 分钟获得的信息比和他

的部下谈 5 小时获得的信息还多。你可能也早已感觉到，当你坐在别的公司的会议室里时，听着他们办事人员滔滔不绝地说着为什么你们能干某个项目，而最后对方的高级管理人员走进会议室，几分钟之内，便得出了你可以做这个项目的结论。

竞争对手。只要你的对手是那种办事不考虑后果的人，你就能从他们那儿得到不少东西。如果你去参加工业行业会议，与会者都有一种我们是同行的感觉，短时间地忘记了大家还是竞争对手。在这种场合下，别人告诉你的可能比你愿意告诉别人的多。

亲朋好友。个人朋友是一个人获得信息最重要的渠道。这不仅是因为他们诚心诚意地给予你正确的指点，如果他们不与你处于同一行业，他们往往能看清一些使你很糊涂的关系。更重要的是，如果他们也了解你的工作，他们会明确地就“谁”、“什么”、“何时”、“哪里”、“为什么”这样一些关键点给予你指导，免去你几个月的困惑和彷徨。

另外一个好处是，只要你向他们寻求帮助，一般来说他们都非常乐意帮忙。有位管理人员制定了一个计划，准备与某家大金融公司建立业务联系。上门拜访之前，他给一个朋友打了个电话。凑巧，他的那位朋友正是那家金融公司的广告代理。他没有要求那位朋友引见，也没有要求别人替他安排与某个决策人会面；他希望得到的仅仅是有关这家公司的情况介绍，而这正是他的朋友乐意帮忙的。对方的建议为这位管理人员省下了几个月的时间去摸索合适的联络对象。

宣传媒介。宣传媒介所能提供的最有价值的信息是关于其它公司的人事变动，那些刚来的新人和刚被提拔的人最渴望做出成

绩，因此他们是最好的推销对象。如果你注意留心报刊上关于某公司人员变动的消息，你会发现与那些刚变动职务的人联络是非常有效的。

面对采访

一个精明的管理人员怎样才能和新闻界保持不近不远的关系呢？新闻界人士既不想和你太亲近，也不想被你疏远。你只有处于中间位置，新闻界才能起作用。

和新闻界人士争论，一般的对话也成了争吵。你的话一旦被别人引用，便更加充满了敌意。在新闻界工作的人和别的行业工作的人一样，既有君子，也有小人。但是，与别的行业不同的是，他们拥有一个独特的武器，那就是最终发言权，这一点不容任何人争辩。聪明的管理者因此也绝不与新闻界人士争论。

记者要求进行三个小时的采访，你只给了一个小时。在这样的情况下，你不能责备记者没有如实报道或不站在你这一边。

你最好尽力避开新闻界的注意，尤其是避开公众的注意。任何一个好的发展战略计划，只有在较长时间内不让对手知道才能起到更好的效果。

如果你在某个行业中的位置举足轻重，有效的保密能打击你的竞争对手。至少能干扰他们的方向。比如说，IBM 公司从来不对尚在开发中的产品做任何评论。结果一大批专门分析 IBM 动向的专家应运而生。这些专家们很少能够做出正确分析，即使他们

的结论是正确的，IBM 公司也绝不会将自己的前途建立在他们的分析之上。

虽然你不愿在公众场合曝光，但你还是很吸引注意。在体育行业中，如果你干得好，总有人来报道你。如果你非发言不可，请务必先考虑一番。

有一回，《体育画报》派人来找麦克科迈克，要写一篇关于他们的文章。怎么办？经过一番认真考虑之后，麦克科迈克决定和他们合作，以确保他们把麦克科迈克的公司视为本行业中占主导地位的公司。这一合作态度很有成效。从此，麦克科迈克开始以“体育界最有影响的人物”出现。那时，这篇文章使不少人开了眼界。不少人说：“万万想不到，你干了这么多事。”因为在这篇文章发表之前，他们对麦克科迈克的公司业务无从了解。

当然，有时候有必要对自己的成就保持沉默。如果你把给 100 个篮球球星做代理人的成绩公布于世，结果必然是弊大于利。让人人都知道你们的成就是一件令人高兴的事，但是这也会激起竞争对手更激烈的竞争。他们会找到你的客户说：“他们有 100 个客户，你对于他们无足轻重，不过增加一个数目而已”。这样说对你们不公平，但却不能说不会使客户们动心。如果你们有 100 个篮球球星做客户，你最好让人以为你只给 30 个人做代理。

有时，你可能会受到电视采访。走向电视屏幕有不少好处，这是促进业务的最有效的方法之一。出席电视采访前，你应当多少了解一点电视采访的特点。比如：

事前有计划。不要指望一帆风顺的电视采访。新闻节目要有戏剧性的内容和争论来吸引观众。采访人提出的问题一般比较尖