

写给在工作中历练，职场中奋斗，不抛弃、不放弃的人们

妙趣横生的心理学课堂 激励人心的办公室胜经

办公室里的心理诡计

世界上最难处理的是人与之间的关系，
而世界上最难处理的是办公室里的人际关系。

Negotiations

靳会永◎编著



办公室里有男有女，有老有少，有领导、属下，有会说话的与会做事的，有凭脑袋吃饭的，有凭嘴巴吃饭的……一个小小的办公室就是一个社会的缩影，在某种程度上，如何处理好方方面面的关系，使自己在其中挥洒自如呢？答案在这里——《办公室里的心理诡计》。



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

办公室里的 心理诡计

Negotiations

为什么你努力工作，你的上司、同事却偏偏看不见？为什么你劳心费神，
你的下属却吊儿郎当？与同事沟通离不了语言交流，但你会不会“说话”？

为什么有的人在办公室里左右逢源，而你却处处碰壁？

怎样才能被老板赏识？怎样才能与同事融洽相处？怎样才能让下属人尽其才、才尽其用？
以上问题每个人每天都会碰到。也许，此时此刻的你，正被上面的某一个问题的某几个问题

搞得焦头烂额！其实，这些问题不是无解的，关键就在于掌握四个字！没错，

就是四个字——心理诡计！如果非要在前面加一个定语，

那就是——办公室里的心理诡计！

本书不是教你诈，只是告诉你不吃亏的学问，

只是教你在办公室里快乐生存的立身之道！



要想成为职场高手，就要从懂点心理学开始！



责任编辑：雷洪勤



ISBN 978-7-121-09599-3



9 787121 095993 >

定价：29.80元

本书贴有激光防伪标志，凡没有防伪标志者，属盗版图书。

办公室里的 心理诡计

靳会永◎编著

電子工業出版社·

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

世界上最难处理的是人与人之间的关系,而世界上最最难处理的是办公室里的人际关系。

本书基于实用的心理学理念,着眼于工作中的点滴小事,从办公室里掌控人性、办公室里生存技巧、办公室里读懂领导、办公室里同事之间、办公室里说话方式、办公室做事之道、办公室里管理艺术七个方面,系统、详尽地为你在办公室里生存提供有效的心理建议、智慧支持。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

办公室里的心理诡计/靳会永编著. —北京:电子工业出版社,2009.10

ISBN 978 - 7 - 121 - 09599 - 3

I. 办… II. 靳… III. 办公室 - 人际关系学 IV. C912.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 172309 号

责任编辑:雷洪勤

印 刷:河北固安保利达印务有限公司

装 订:河北固安保利达印务有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本:720 × 1000 1/16 印张:14.75 字数:227 千字

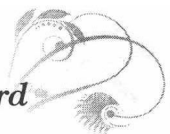
印 次:2009 年 10 月第 1 次印刷

定 价:29.80 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件 zlt@phei.com.cn,盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。



我不是教你诈

——代前言

宠辱不惊，闲看庭前花开花落；
去留无意，漫随天外云卷云舒。

——题记

为什么你努力工作，你的上司、同事却偏偏看不见？
为什么你劳心费神，你的下属却吊儿郎当？
与同事沟通离不了语言交流，但你会不会“说话”？
为什么有的人在办公室里左右逢源，而你却处处碰壁？
怎样才能被老板赏识？
怎样才能与同事融洽相处？
怎样才能让下属人尽其才、才尽其用？

.....

这样的问题每个人每天都会碰到。也许，此时此刻的你，正被上面的某一个或某几个问题搞得焦头烂额！其实，这些问题不是无解的，关键就在于掌握四个字！没错，就是四个字——心理诡计！如果非要在前面加一个定语，那就是——办公室里的心理诡计！

真的，我不是教你坏！我只是想告诉你一些在办公室里的生存技巧！

现实很真，很残酷；竞争很大，很激烈。

工作不好找，升职不容易；前途太渺茫，理想太虚幻……如何从众多竞争者中脱颖而出，如何理顺办公室里千丝万缕的人际关系，如何破解自己职业成长的瓶颈……这是任何一个身处现代社会的人都无法回避也不能回避的问题！这时，你是抱怨，或是想换个环境，还是一条路走



办公室里的心理诡计

到黑呢？你OUT啦！你该玩点心理学了！

有人的地方就有心理学，办公室亦是如此。无论你是领导别人或是被别人领导，也无论你是说话或是做事，事事、时时、处处都无法离开心理学。一个人是否是一个成熟的职场人士，是否被上级青睐，是否被下属钦佩，是否受同事欢迎，在某种程度上都取决于你能否洞察他人的心理活动，能否灵活处理办公室内内外外、方方面面的关系……正如古人云：“世事洞明皆学问，人情练达即文章。”

世界上最难处理的是人与人之间的关系，而世界上最最难处理的是办公室里的人际关系。办公室里有男有女，有老有少，有领导、属下，有会说话的与会做事的，有凭脑袋吃饭的，有凭嘴巴吃饭的……一个小小的办公室就是一个社会的缩影。如何处理好方方面面的关系，使自己在其中挥洒自如呢？答案在这里——《办公室里的心理诡计》。

本书基于实用的心理学理念，着眼于工作中的点滴小事，从办公室里掌控人性、办公室里生存技巧、办公室里读懂领导、办公室里同事之间、办公室里说话方式、办公室做事之道、办公室里管理艺术七个方面系统、详尽地为你在办公室里生存提供有效的心理建议、智慧支持。在本书引领、帮助下，你一定可以轻松驾驭工作，也可以体会到工作中的快乐，进而超越自己、创造辉煌！

最后，提醒你一句：真的，我不是教你诈，只是告诉你不吃亏的学问，只是教你在办公室里快乐生存的立身之道！

书中难免错谬之处，敬请批评指正！

作者

2009年9月





目 录

第 二 章 办公室里掌控人性：把握分寸，知己知彼

- 1 利用首因定律，给人留下良好的印象 /003
- 2 掌握名片效应，使对方接受你的观点 /006
- 3 学会微笑，微笑能解决工作中的难题 /009
- 4 与人握手时，可以多握一会儿 /012
- 5 巧用“冷热水”，获得良好的评价 /015
- ☞ 个人影响力调查问卷 /018

第 三 章 办公室里生存技巧：韬光养晦，深藏不露

- 1 把目标埋在心底，看准时机再行动 /023
- 2 放下身份，以退为进，由低到高 /026
- 3 把荣耀送给别人，独自贪功最愚蠢 /029
- 4 保护好隐私，过去的事不轻易示人 /032
- 5 不亮底牌，直到最后一刻 /035
- 6 遵守办公室里的潜规则 /038
- 7 遇事和上司商量，不自作主张 /041
- 8 提防小人，不可轻易得罪小人 /044
- 9 擦亮眼睛，小心你的善良被人利用 /047



10 办公室里忌不拘小节，该修边幅还得修 /049

☞ 办公室生存艺术调查问卷 /052

第三章 办公室里读懂领导：揣摩心理，获得赏识

1 尊重你的领导，无论他是否值得尊重 /057

2 不同的新上司，不同的应对战术 /060

3 把功劳让给领导，不要抢其头上的“光芒” /065

4 有意无意地亲近老板，让他记住你、了解你 /069

5 留一点空间给上司，让他在岗位上更有安全感 /073

6 向上司提建议时，尽量使用暗示的方法 /077

7 当上司犯错时，聪明的做法是替他承担 /081

8 为领导排忧解难，能使他对你另眼相看 /084

☞ 老板类型调查问卷 /088

第四章 办公室里同事之间：和谐相处，互惠双赢

1 处处为人着想是赢得同事支持的关键行为 /095

2 成为企业最受欢迎的人，不要被同事孤立 /099

3 同事相处，若即若离最相宜 /102

4 同事之间交浅言深，最易祸从口出 /105

5 没有完美的个人，只有完美的团队 /108

6 不要炫耀自己，让同事说出他的得意事 /112

☞ 同事关系调查问卷 /115



第五章 办公室里说话方式：有理有节，左右逢源

- 1 别人讲话不要插嘴，乱插嘴遭人厌恶 /121
 - 2 碰到不合理的请求，该拒绝时就拒绝 /124
 - 3 背后说别人的好话，能拉近彼此间的距离 /128
 - 4 换位思考，力求每句话对方肯听、爱听 /131
 - 5 说话要注意场合，别想到什么就说什么 /134
 - 6 当说实话给人带来伤害时，不妨说点谎言 /137
 - 7 莫说过头话，别为办不到的事情夸下海口 /141
 - 8 使用敬语和谦词，避免发生口角和摩擦 /145
 - 9 会说话的人，在上司面前有理有节 /147
 - 10 远离流言飞语，不听是非不传是非 /149
-  说话能力调查问卷 /152

第六章 办公室做事之道：脚踏实地，步步为营

- 1 老板不会让你升迁，你要自己升迁 /157
 - 2 发生错误时，与其辩护，不如弥补 /159
 - 3 把企业的事情看成自己的事情 /162
 - 4 让老板知道你是不可替代的人 /165
 - 5 精明强干才会得到领导的器重 /168
 - 6 做事先做人，不要小聪明 /171
 - 7 自动自发，做一名优秀的员工 /174
 - 8 公司就是你的船，与企业共命运 /177
 - 9 只为成功找方法，不为失败找借口 /181
 - 10 打破常规，在工作中展示创造力 /184
 - 11 注重工作结果，拿业绩说话 /187
-  工作情商调查问卷 /191

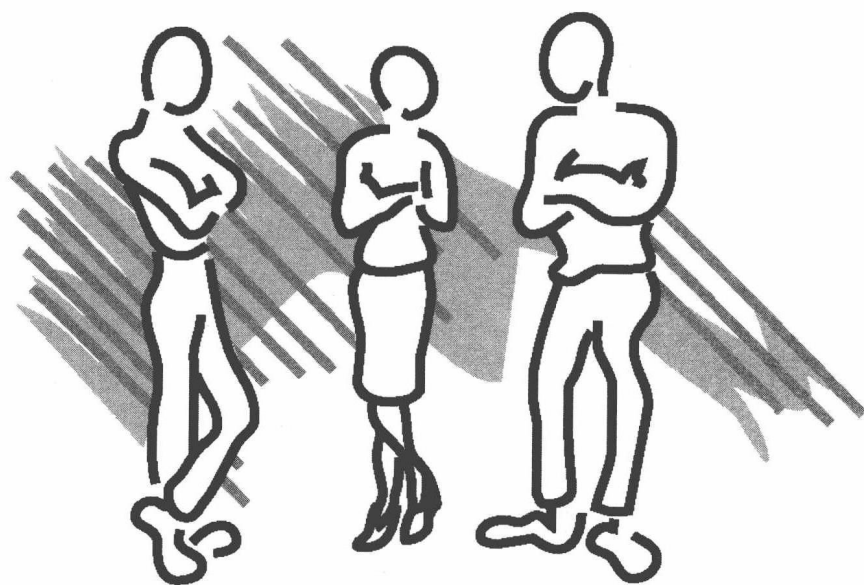


第七章 办公室里管理艺术：宽严并用，恩威并施

- 1 具备良好的人际亲和力，塑造心与心的平等 /197
- 2 赞美能激励员工，能起到事半功倍的效果 /200
- 3 推崇走动管理，多到一线看看、听听、走走 /204
- 4 运用南风法则，使下属感到领导的温暖 /207
- 5 解决帕金森定律的症结，启用能力强的人才 /210
- 6 及时修好第一个被打碎的玻璃窗户，防微杜渐 /213
- 7 利用马蝇效应，把难以管理的员工团结在一起 /217
- 8 运用人性特有的弱点，满足对方的欲望 /220
- 9 以身作则，身教重于言教 /223
- ☞ 管理能力调查问卷 /225

第一章 办公室里掌控人性

把握分寸，知己知彼





利用首因定律， 给人留下良好的印象

有位心理学家撰写了两段文字，讲的是一个叫吉姆的男孩一天的活动。其中一段将吉姆描写成一个活泼外向的人：他与朋友一起上学，与熟人聊天，与刚认识不久的女孩打招呼等；而另一段则将他描写成一个内向的人。

研究者让有的人先阅读描写吉姆外向的文字，再阅读描写他内向的文字；而让另一些人先阅读描写吉姆内向的文字，后阅读描写他外向的文字，然后请所有的人都来评价吉姆的性格特征。

结果，先阅读外向文字的人中，有78%的人评价吉姆热情外向，而先阅读内向文字的人，则只有18%的人认为吉姆热情外向。

可见，人们在不知不觉中，倾向于根据最先接收到的信息来形成对别人的印象。

这就是第一印象的作用。第一印象又称为初次印象，指两个素不相识的陌生人第一次见面时所获得的印象。那么，第一印象真的有那么重要，以至于在今后很长时间内都会影响别人对你的看法吗？

一个新闻系的毕业生正急于寻找工作。一天，他到某报社对总编说：“你们需要一个编辑吗？”

“不需要！”

“那么记者呢？”

“不需要！”



“那么排字工人、校对呢?”

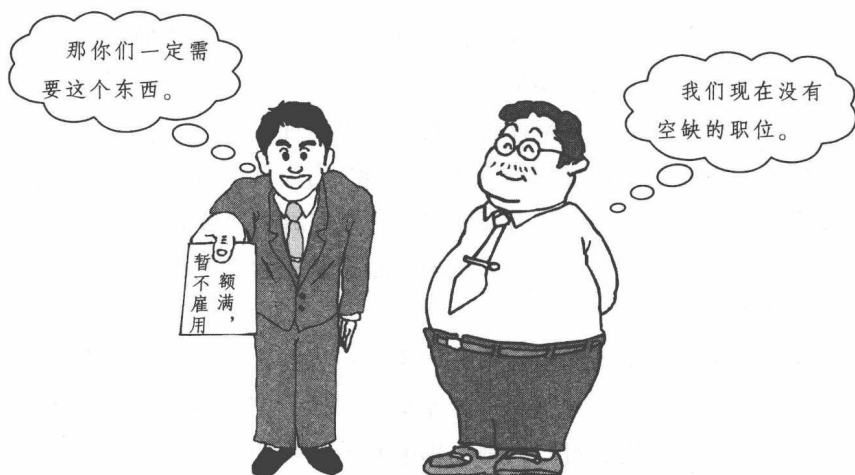
“不，我们现在什么空缺也没有了。”

“那么，你们一定需要这个东西。”说着他从公文包中拿出一块精致的小牌子，上面写着“额满，暂不雇用”。总编看了看牌子，微笑着点了点头，说：“如果你愿意，可以到我们广告部工作。”

这个大学生通过自己制作的牌子，表现了自己的机智和乐观，给总编留下了美好的“第一印象”，引起了对方极大的兴趣，从而为自己赢得了一份满意的工作。并且，因为对他有良好的第一印象，总编一直对他印象颇佳。由此可见，第一印象真的很重要！

人们对你形成的某种第一印象，通常难以改变。而且，人们还会寻找更多的理由去支持这种印象。

有的时候，尽管你表现的特征并不符合原先留给别人的印象，人们在很长一段时间里仍然要坚持对你的最初评价。第一印象在人们交往时所产生的这种先入为主的作用，叫做首因定律。



人类有一种特性，就是对任何堪称“第一”的事物都具有天生的兴趣并有着极强的记忆能力。承认第一，却无视第二。不经意地你就能列出许许多多的第一。如世界第一高峰，美国第一个总统，第一个登上月球的人，等等；可是紧随其后的第二呢？你可能就说不上几个。





在生活中，每个人同样对第一情有独钟，你会记住第一任老师，第一天上班，第一次恋爱，等等，但对第二就没什么深刻的印象。这就是首因定律的表现。

心理学家认为，第一印象主要是一个人的性别、年龄、衣着、姿势、面部表情等“外部特征”。一般情况下，一个人的体态、姿势、谈吐、衣着打扮等都在一定程度上反映出这个人的内在素养和其他个性特征。

无论你认为从外表衡量人是多么肤浅和愚蠢的观念，但社会上的人们每时每刻都在根据你的服饰、发型、手势、声调、语言等自我表达方式在判断着你。

无论你愿意与否，你都在留给别人一个关于你形象的印象，这个印象在工作中影响着你的升迁，影响着你的自尊和自信，影响着你的幸福感。

办公室 心理诡计

学会作秀。作秀是艺术，是演讲的艺术、营销的艺术、差异化竞争的艺术、打造个人品牌的艺术。做人，做事，作秀。简单做人，勤奋做事，有空时再艺术地作秀。“三做”缺一不可。





掌握名片效应， 使对方接受你的观点

有一位求职青年，应聘几家单位都被拒之门外，感到十分沮丧。最后，他又抱着一线希望到一家公司应聘，在此之前，他先打听该公司老总的历史，通过了解，他发现这个公司老总以前也有与自己相似的经历，于是他如获珍宝，在应聘时，他就与老总畅谈自己的求职经历，以及自己对未来的展望。

果然，这一席话博得了老总的赏识和同情，最终他被录用为业务经理。

有实验结果表明，经过“名片递送程序”的要比未经过“名片递送程序”的更快、更容易地接受我们所主张的思想观点，而本人在对方面前也容易成为一个他们所能接受的、感到亲切的、同他们有许多共同点的人。

只要我们摸准对方的预存立场和基本态度，而后恰当地运用“名片”，就能比较有效地对别人施加影响，并顺利地实现自己的目的。

名片效应指的是要让对方接受你的观点、态度，你就要把对方与自己视为一体，首先向交际对方传播一些他们所能接受的、熟悉并喜欢的观点或思想，然后再悄悄地将自己的观点及思想渗透和组织进去，使对方产生一种印象，似乎你的思想观点与他们已认可的思想观点是相近的。

表明自己与对方的态度和价值观相同，就会使对方感觉到你与他有



更多的相似性，从而很快地缩小与你的心理距离，更愿意与你接近，结成良好的人际关系。

美国前总统里根迎合选民的手法变化多端，富有吸引力。在向一群意大利血统的美国人讲话时，他说：“每当我想到意大利人的家庭时，我总是想起温暖的厨房，以及更为温暖的爱。有这么一家意大利人住在一套稍嫌狭小的公寓房间里，但已决定迁到乡下一座大房子里去。一位朋友问这家人12岁的儿子托尼：‘喜欢你的新居吗？’孩子回答说：‘我们喜欢，我有了自己的房间，我的兄弟也有了他自己的房间，我的姐妹们都有了自己的房间。只是可怜的妈妈，她还是和爸爸住一个房间。’”

这个笑话明显地拉近了他与选民的心理距离，有效地推销了他的形象。他所使用的，就是一种名片效应。

松下幸之助出身贫寒，年轻时到一家电器工厂去谋职，这家工厂的人事主管看着面前的小伙子衣着肮脏、身体瘦小，觉得不理想，信口说：“我们现在暂不缺人，你一个月以后再来看看吧。”

这本来是在推辞，没想到一个月后松下幸之助真的来了，如此反复了多次，主管只好直接说出自己的态度：“你脏兮兮的是进不了我们工厂的。”于是松下幸之助立即回去借钱买了一身整齐的衣服穿上再次去面试。负责人看他如此实在，只好说：“关于电器方面的知识，你知道

