

商务人士人手一本，只需察言观色就能操控人心！

3 SECONDS
TO CONTROL

商战心理 操控术

■ 3秒钟控制对方 ■

【日】内藤谊人 著 赵净净 译

日本顶级商战专家 **内藤谊人**
教你 **120个** 超强技巧，让你在一瞬间
看透 对方的所思所想。

赢得战役，只需3秒！

商战心理 操控术

3 SECONDS TO CONTROL

■ 3秒钟控制对方 ■

【日】内藤谊人 著 赵净净 译

南海出版公司

2013·海口

图书在版编目 (CIP) 数据

商战心理操控术 : 3秒钟控制对方 / (日) 内藤谊人
著 ; 赵净净译. -- 海口 : 南海出版公司, 2013.11
ISBN 978-7-5442-6835-6

I. ①商… II. ①内… ②赵… III. ①商业心理学
IV. ①F713.55

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第224371号

著作权合同登记号 图字: 30-2013-118

TITLE: ZUKAI 3 BYO DE AITE WO AYATSURU! BUSINESS SHINRIJUTSU JITEN
BY: YOSHIHITO NAITO

Copyright © Yoshihito NAITO, 2011

Original Japanese language edition published by East Press Co.,Ltd.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced in any form without the written permission of the publisher.

Chinese translation rights arranged with East Press Co.,Ltd.
Tokyo through Nippon Shuppan Hanbai Inc.

商战心理操控术: 3秒钟控制对方



策划制作 北京书锦缘咨询有限公司 (www.booklink.com.cn)

总 策 划 陈 庆

策 划 曹洪峰

编 著 [日] 内藤谊人

译 者 赵净净

责任编辑 张 媛 李凤君

装帧设计 季传亮

出版发行 南海出版公司 电话: (0898) 66568508 (出版) 65350227 (发行)

社 址 海南省海口市海秀中路51号星华大厦五楼 邮编: 570206

电子信箱 nhpublishing@163.com

经 销 新华书店

印 刷 北京世汉凌云印刷有限公司

开 本 889毫米×1194毫米 1/16

印 张 12

字 数 130千

版 次 2013年11月第1版 2013年11月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5442-6835-6

定 价 32.00元

南海版图书 版权所有 盗版必究

商战心理 操控术

3 SECONDS TO CONTROL

■ 3秒钟控制对方 ■

【日】内藤谊人 著 赵净净 译

南海出版公司

2013·海口

用这里介绍的“最尖端”心理学，解读对方的心理，你的人际关系和工作环境将得到全面改善！

很久以前，人们就广泛认识到了心理学在商务领域中的重要性。这是因为，人们开始认识到，心理学法则能为营业、销售、商品开发、组织关系的协调、顾客心理解读等各种各样的领域，提供具有实践意义的指导。

并且，在当今网络时代的商务中，心理学知识越发显得不可或缺。在Facebook等社交媒体蓬勃发展的现在，仅依靠公司组织就能建立起合作关系的时代已经结束。笔者认为现在是一个商人互相揣摩心思，事业就根本无法进展的时代。可以说，心理学知识将在今后的商务活动中，发挥如中世纪大航海时代的航海图和罗盘针一般的作用。

然而，尽管对心理学有如此高的需求，以“商务心理学”为主题的书却异常的少。的确，贴着“××心理学”标签的书并不少见，甚至随便一找就能找到一大摞，但提及内容，却几乎都是与心理学无关、贯穿着自我启发式内容的书，很多书让人读罢不禁发问：“这也叫心理学？”不免心中充满遗憾。

有人会问：“从专业书籍中，总可以学到商务心理学了吧？”其实不能一概而论。原因在于，专业书籍内容往往过于高深，若非熟悉实验计划法和心理统计学的人，只会对此感到莫名

其妙。所以，尽管“希望学习商务心理学”的需求出乎意料的高，但是，能够满足这一需求、面对一般读者、浅显易懂的入门书却几乎没有。

在这样的背景下，笔者一直为自己普及商务心理学的努力感到骄傲。并希望能从自己已出版的近200册有关商务心理的书中抽取最重要的精髓部分，并通过把它“图解化”，使更多读者加深对心理学的理解。这次得以实现这一愿望，对我来说是莫大的安慰。

本书以希望认真学习商务心理学的人为对象，选用了大量的图表和插图，同时网罗了最新的研究成果，希望读者能够吸收这些浅显易懂的知识，这也是编辑本书的目的所在。本书中的内容，无论在什么样的商务场景中都能运用，不仅如此，任何一个读者都可以灵活运用。以本书作为参考，学会从心理学的视角看待身边的事物，定能让大家在工作中取得新的进展。

内藤谊人



前言.....2

第1章 在谈判中站在“绝对优势地位”！ “高压攻势的心理战术”

★谈判的表现艺术

1 谈判前，用令对方喜欢的闲聊营造轻松的氛围 12
 2 在“主场”举行谈判，占领心理上的优势 13
 3 演绎“芳香效应”，促使对方让步 14

★自我表现艺术

1 轻咬笔端30秒，打造自然完美笑容 16
 2 选择合适的眼镜，掩盖自身缺点 18
 3 用男性风格的服装，演绎力量和决断力 19
 4 根据对方的性别，选择恰当的谈话速度 20
 5 用强有力的谈话，操纵对方的心理 21

★身体语言

通过“手势”掌控谈话 22

★魅力提升术

1 掌握“自我演出法”赢得对方好感 24
 2 赢得对方好感的“变色龙效应” 26
 3 模仿对方的姿势，赢得共鸣和信赖 27

★演讲技巧

1 用“大幅度动作”表现自我 28
 2 “具有平衡感的姿势”能使看者的心安定下来 30
 3 照本宣科对听者来说无聊透顶 31
 4 在演讲的最后打开照明灯，把现场环境调亮 32

5 运用“AM理论”，解读听众的心理	33
★人心掌握术	
1 视线呈“Z”形移动，诉诸听众内心	34
2 当目标人物难以对付时，不妨先和他身边的“秘书或熟人” 搞好关系	36
3 与其讨好前辈和上司，还不如对后辈和部下亲切一些	37
★有效的讨好艺术	
“奉承”，是让对方高兴的最强技巧	38
★专栏1 无论男女，外貌都会影响自身职业发展和收入	40
★专栏2 通过心理训练法，使收入提高成为可能	41

第2章 瞬间看穿对方的“真实想法”！ “瞬间判断的心理战术”

★性格把握	
1 从说话神态判断对方心理的要点	44
2 从对方的“口头禅”解读他的内心	48
3 要说服年长者，需先满足“自尊心”	52
4 对竞争型的人，要用柔和的方式	53
★类别攻破法	
1 操控难以对付的女性心理的5个说话技巧	54
2 攻破健谈之人的4个建议	56
3 “不安型”的人会对这样的行为敞开心扉	58
4 根据“体重”，判断说服的难易程度	59
5 看穿撒谎的痕迹，寻找对方的弱点	60
6 从走路姿势看穿对方的性格和心境	61
★读心术	
1 从手势语言，看透对方的“YES”和“NO”	62
2 判断情绪和身体动作之间的相互关系	64

- ★专栏3 家中老么容易成为拜金主义、挥霍浪费的人 66
- ★专栏4 领导倾向于采纳与自己相同类型的意见 67

第3章 让对方100%说“YES”！ “权利逻辑的心理战术”

★自我表现艺术

- 1 自我介绍要能引起对方情感上的波动 70
- 2 语言“交流量”催生信赖感 72
- 3 把积极情感传给对方的表演方法 73
- 4 用“附和”引出对方话语的秘诀 74
- 5 用“比喻”的威力暗中操控对方 75

★说话艺术

- 文章用“赞扬性语言”收尾 76

★说服艺术

- 1 向对方传达优点的4种演说艺术 78
- 2 想说服一个人，必须集中到一个要点上 80
- 3 说服力不是由“信息量”决定，而是由“质量”决定 81
- 4 向对方提出请求之前，一定要先“称赞”对方 82
- 5 获得对方信赖的7个说话技巧 83

★柔和的表现艺术

- 尽量用柔和的语言表现自己 84

★类别说服艺术

- 1 不易被打动的5种类型应对法 86
- 2 打动不易动摇的对方的4个技巧 88
- 3 对顽固类型的人，要用“两手准备”的说服方法 89
- 4 说服上司，应尽量用积极的表达方式 90
- 5 说服对方时，不要说多余的话，只传达事实 91

★ 说服的实现

- 10次“小说服”比1次“大说服”更能打动人心 92
- ★ 专栏5 运用“视觉效应”，提高说服力 94
- ★ 专栏6 要想强烈体现“存在感”，“面对面”是最有效的方法... 95

第4章 成为“人上人”！ “领导的心理战术”

★ 领导资质

- 1 领导力中最不可或缺的是“智慧” 98
- 2 “企业风气”和“领导力”的相互关系 100
- 3 枯燥的工作更需要“民主型领导” 101
- 4 部下“喜欢”的类型，不同于部下“好评”的类型 ... 102
- 5 一流企业使用的“领导培养方案” 103

★ 领导的思想准备

- 1 须谨记在心的“L.E.A.D.E.R”原则 104
- 2 什么表情的人能掌握对话的主导权 106
- 3 “说得过多的领导”会令对方讨厌 107

★ 领导的表演艺术

- 1 “有威望的人”怎么说话 108
- 2 说话无聊的人不适合当领导 110
- 3 赋予部下“小小的成就感”，激发他们的干劲 111

★ 领导的掌控艺术

- 1 后辈、部下希望前辈、上司倾听自己的心声 112
- 2 工作是否快乐，因“标签”而异 114
- 3 批评必须具有“建设性” 116
- 4 善于称赞的人使用的“三明治法” 117

5 “千万不要这样做”——不会批评的人易犯的禁忌 …	118
6 令人讨厌的说话方式——3个禁忌 ……………	120
7 工作中做出“正确判断”的条件 ……………	121
★ 组织论	
1 “组织变革”成功所需的5个要素 ……………	122
2 杜绝组织内的不当行为异常困难 ……………	124
3 反复开会后，思维方式极端化的原因 ……………	125
★ 专栏7 身高和体型也会影响他人对你的评价 ……………	126
★ 专栏8 如果有“高兴的事”，公司的请假率会有所下降 ……	127

第5章 克服心理的弱点！ “心理训练法的心理战术”

★ 障碍的突破

1 从心理学角度思考“障碍”的存在 ……………	130
2 在自己和他人之间制造“障碍”的是自己 ……………	132
3 停止产生负面情绪的“多米诺思维” ……………	133

★ 情绪控制

1 一旦被“别人的评价”牵制住，思维就会停止 ………	134
2 一旦产生“偏见”，将什么都做不了 ……………	136
3 故意回忆坏情绪的解压法 ……………	137
4 名僧良宽和尚的说话之道——16个建议 ……………	138
5 增加谈话次数，大家会逐渐打开话匣 ……………	139

★ 人际关系

1 人际关系中产生壁垒的8个原因 ……………	140
2 “结果无所谓”的思考方式 ……………	142
3 碰壁后，花1分钟时间看看远方的风景 ……………	143

★ 解压

1 写日记是最好的解压方法 ……………	144
---------------------	-----

2 “精神支柱”越多，越容易消除不安心理	146
3 让身体动起来，有利于消除抑郁	147
★解压技巧	
1 “主动的休息”比“被动的休息”更有效	148
2 人际关系的诀窍在于“尊重对方”	150
3 与关系很僵的人之间的关系修复法	151
★自我表现艺术	
提高“好人缘”的9个技巧	152
★专栏9 成功的管理者身上，有这样共同的性格	154
★专栏10 智商的高低和性格之间有怎样的关联	155

第6章 最大限度提高自身能力！ “突破自我的心理战术”

★自我控制	
1 拥有更鲜明、更具体想象的人容易成功	158
2 空想习惯可以产生灵活的思维	160
3 用图像训练法驱赶压力	161
★突破技能	
1 只有“不轻言放弃”的人，才能突破障碍，获得成长	162
2 可以用“试行&错误”突破障碍	164
3 体会到的“喜悦”，能够转化成为继续前进的能量	165
★让心灵强大起来的方法	
1 “没关系”比“冷静”更能稳定动摇的心理	166
2 提高直觉和想象力的“I think 法”	168
3 使“感情三要素”增强的训练方法	169
★目标设定	
1 为达到目标而体会的“目标设定法则”	170

2 目标只有经过不断“修正”才能顺利实现	172
3 用“累积度数的图表”，士气会有大幅提高	173
4 目标应尽量设定得小一些，清晰易懂	174
5 用“至少”一词，防止偷工减料	175
★提速方法	
当工作量过大时，不妨用“做游戏”的心态对待	176
★能力开发	
1 灵活运用4种能力，人际关系将日趋完美.....	178
2 帮助你成为专家的3个要诀.....	180
3 “出于义务工作”与“出于喜欢工作”的不同之处 ..	181
★专栏11 占据成功要素50%的是什么	182
★专栏12 突破“常识的壁垒”后，你会发现机会就在眼前 ..	183

第 1 章

在谈判中站在 “绝对优势地位”！

“高压攻势的心理战术”

人与人之间存在“实力”的差异。

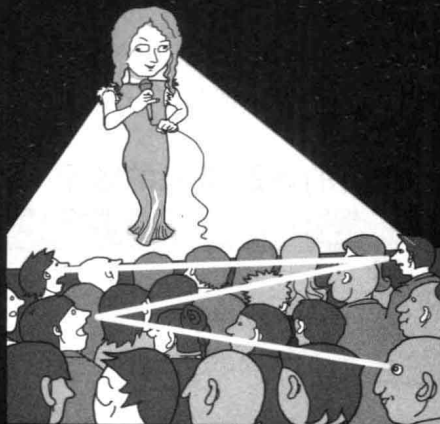
实力差的人要想取得成功，就必须采取某种“战略”，
以此为目的的心理学战略就是“高压攻势”。

“高压攻势”产生于尊奉绝对胜利主义的美国。

一个人仅靠认真和诚实，是无法胜利的。

要想成为“有能力的人”，必须要有胜人一筹的思维，
必须学会运用一切技巧。

本章将为你介绍在高压攻势中赢得心理战役所必须的技巧。



谈判前，用令对方喜欢的闲聊营造轻松的氛围

人会在很大程度上受到氛围的影响。谈判之前，应尽量聊令对方感兴趣的话题。对方的心情会因此缓和下来，有利于谈判顺利进行。

在哥伦比亚大学教授心理学的Stephen Holloway博士和他的同事，举行了一个两人一组的实验。游戏规则非常简单，即从红色按钮和绿色按钮中任意选一个。

- ① 如果两个人同时按下绿色按钮，那么两个人将同时获得1美元。
- ② 如果两个人同时按下红色按钮，那么两个人将同时被扣去1美元。
- ③ 如果一个人选择绿色按钮，另一个人选择红色按钮，按下绿色按钮的人将被扣去2美元，而按下红色按钮的人则将获得2美元。

也就是说，只要两个人同时选择绿色按钮，那么双方都不会有损失。而如果一方情愿承担风险，也要胜过对方的话，他就会选择红色按钮。

游戏过程中，禁止双方语言交谈。并且，在游戏开始前，分别给他们听一组令人高兴的新闻和一组令人难过的新闻。事实上，这是游戏中的一个程序。

结果表明，听了令人高兴的新闻的人，更容易默契地采取合作的作战方式。

在商务谈判和谈话前，假装闲聊，向对方讲一些令其感到温馨的趣事，就可以在温馨的氛围中开始谈判了。

事前的话题带来的效果

	竞争型	合作型
令人高兴的话	23%	77%
令人难过的话	46%	54%
什么都不说	44%	56%

(出自：Holloway, S., et al.)

在“主场”举行谈判，占领心理上的优势

人到了陌生的场所，不免会紧张起来。举行谈判，应尽量请对方到自己公司。因为那里对你来说，是一个“优势空间”。

体育运动中，把对手的区域称为“客场”，而把自己的区域称为“主场”。多次调查结果表明，在“主场”参加比赛更容易获胜。

田纳西大学心理学家科罗伊和圣德斯德姆进行了一项让大学生们开展讨论的实验。

这项实验在大学宿舍举办，分为“在自己宿舍参加讨论的小组”和“到对方宿舍参加讨论的小组”。他们悄悄用录音记录了在自己宿舍参加讨论，和作为客人到这里参加讨论的人的发言量。

结果，在自己宿舍的人能够自由地畅所欲言，而作为客方的人，却迟迟难以融入进去。并且，当有不同意见出现时，在自己宿舍参加讨论的人，绝大多数都会增加发言量。

这一实验结果，印证了在“主场”进行谈判，能够占领心理上的优势这一假设。把对方请到自己这里来，我方的攻势自然而然就增强了。

公司高层领导之所以能向下属下达命令，是因为高层领导拥有“单独办公室”这一优势空间，并且总是把下属叫到他那里去。把谈判对手请到自己公司来，仅此就取得了进一步的优势。这就是“主场”效应。

工作场合的应酬，选择“自己常去的店”，已经成为一种常识。常去的店就相当于自己的地盘，就好比把客人请到自己家里去一样。

演绎“芳香效应”，促使对方让步

与对方交涉时，请灵活运用香味这一小道具。这是因为，香味直接诉诸人的本能，具有在无形中使心灵柔软起来的效果。

与对方交涉时，请灵活运用香味这一小道具。这是因为，香味直接诉诸人的本能，具有在无形中使心灵柔软起来的效果。

在谈判过程中，不仅要做到没有异味，还应该适当巧妙运用香味。原因在于，怡人的香味具有使谈判顺利进行的功效。

美国伦塞勒理工研究的罗伯特·巴伦博士，以40名女性和40名男性为对象，开展了以下实验：每两个相同性别的人组成一组，把他们中的一方设定为经营者，另一方设定为劳动者，进行模拟谈判。并且，一半的人在去谈判场地之前，提前使自己身上散发出一种好闻的香味。

香味是利用通过事先调查确认，用选出的较受欢迎的“新鲜干花”和“雨季沐浴”这两种香水营造出来的。

结果表明，闻到好闻的香味的人们，即使遇到金钱问题也会适当让步，相对于没有异味的场景，更容易减轻在谈判问题上的对立姿态。

如果是女性，在谈判前一定要使用带怡人香味的香水。男性也应尽量在到达谈判场所之前，使身上散发出好闻的香味。

提前采取这种措施，一定能实质性地促使谈判对手妥协和让步。

由于香味能给人类的心理反应带来巨大影响，所以对手会在不知不觉中开始认可你所说的话。

当你不得和难以招架的人交涉时，请务必使用香味这一小道具，使对方调整步伐，与你达成一致。这样一来，对方妥协的可能性将上升。

但是，值得注意的是，大多数人都不喜欢过于强烈的香味，所以笔者推荐使用清新的花草香味，尤其是男女都可以使用的花香系列香水。