

一本教你搞定人性的口才书

这样说服 最“动”心

顶级培训师教你瞬间搞定交谈者

ZHEYANG SHUOFU
ZUI DONGXIN



国际认证顶级培训师
秘而不宣的说服技巧

北大心理学博士
第一代金牌主持人
马来西亚国际培训师



联袂推荐

政治家、企业老总、工薪一族等
人手一本的说服沟通课程

光明日报出版社



. 014001151

H019

280

这样说服 最“动”心

顶级培训师教你瞬间搞定交谈者

ZHEYANG SHUOFU
ZUI DONGXIN



北航

C1688981

光明日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

这样说服最“动”心 / 代志杰著. -- 北京: 光明
日报出版社, 2013.9
ISBN 978-7-5112-5130-5

I. ①这… II. ①代… III. ①说服—语言艺术 IV.
① H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 175879 号

这样说服最“动”心

著 者: 代志杰

责任编辑: 庄 宁
封面设计: 玩瞳书装
责任印制: 曹 净

策 划: 博采雅集
责任校对: 张 翀

出版发行: 光明日报出版社
地 址: 北京市东城区 (原崇文区) 珠市口东大街 5 号, 100062
电 话: 010-67022197 (咨询), 67078870 (发行), 67078235 (邮购)
传 真: 010-67078227, 67078255
网 址: <http://book.gmw.cn>
E-mail: gmcbs@gmw.cn zhuangning@gmw.cn
法律顾问: 北京市天驰洪范律师事务所

印 刷: 北京精乐翔印刷有限公司
装 订: 北京精乐翔印刷有限公司
本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社联系调换

开 本: 710mm×1000mm 1/16
字 数: 230 千字
版 次: 2013 年 9 月第 1 版
书 号: ISBN 978-7-5112-5130-5

印 张: 15
印 次: 2013 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 29.80 元

目 录

第一章 说服心理学：说服如战争，也需要“AK-47”

换位思考——痛对方之痛是说服的起点 / 002

主动接受心理——让你的建议变成对手的愿望 / 005

持续认同效应——让对方没有理由说“不” / 008

思维同步定律——从交谈者的思维特点出发 / 011

利益互换原理——给你一些好处，然后说服你 / 014

刺激情绪定律——以刺激隐衷达到说服目的 / 017

第二章 搞定人性弱点：洞穿伪装才有可能一击即中

强调对方的重要性 / 022

移花接木让对方做赢家 / 025

鼓励对方谈论自己 / 027

提出批评意见时要中肯 / 029

把欣赏和赞美作为说服的前提 / 032

洞穿对手欲望然后投其所好 / 034

第三章 说服的本质：话不在多，而在于妙

用心理而不是用口才说服对方 / 038

先肯定对方再说服对方 / 040

给别人留足面子、留个台阶 / 043

说话的态度重于口才 / 046

要控制谈话的时间 / 048

设置“度口”，让听众欲罢不能 / 050

第四章 统一立场：想钓鱼就要像鱼一样思考

虎也要敬重犬 / 054

倾听是艺术中的艺术 / 057

假装与交谈者永远保持一致 / 060

三寸巧舌弯弯绕 / 063

找人帮忙首先要“大事化小” / 066

要说服别人先做个虔诚的求知者 / 069

第五章 博得信赖：动之以情，晓之以理

避直就曲，从温馨的话题入手 / 074

丑话说头里，更易获得信任 / 076

创造属于两个人的秘密空间 / 079

用行动拉近关系 / 081

用额外的免费午餐获得对方的认可 / 084

会道歉也是一种说服技巧 / 086

第六章 揣摩微表情：从小信号获得大情报

学会辨明对方的言外之意 / 090

从眼神判断陌生者的性情 / 093

注意对方的厌烦信号 / 095

“重复”是一种心理倾向 / 098

不要相信轻易获得的信息 / 100

第七章 营造气场：字字珠玑能让语言重若千钧

害怕说错话反而时时说错话 / 104

先发制人镇住对方再说话 / 107

恰当开口巧说话 / 110

学会幽默，令说服否极泰来 / 113

用适当的强势增强自己的霸气 / 115

善于讲新话，语不惊人死不休 / 118

胜不骄，败不馁 / 120

第八章 因势利导：巧妙地“套”出所需信息

巧妙提问，找到对方感兴趣的话题 / 124

找准并创造对方吐露真言的时机 / 127

说服别人也要适当地装傻 / 130

迎合对方的谈话类型 / 133

套话之一：故意向对方透露自己的“隐私” / 136

提问需要进三步退两步 / 138

第九章 攻心战术：六则妙计快速说服对方

对于中伤，何妨成魔 / 142

右脑优先原则：先动之以情，再晓之以理 / 145

蔡格尼克记忆效应：适时中断引起对方的兴趣 / 148

指桑骂槐，巧借第三者 / 151

让对方在扬扬得意中暴露破绽 / 154

博弈需要一点诡辩技巧 / 157

第十章 投其所好：到什么山头唱什么歌

对待弱者需以同情开道 / 160

对犹豫不决者要助其一臂之力 / 163

找准吹毛求疵者的软肋 / 165

对待理智好辩者要适当藏巧示弱 / 168

不卑不亢地说服名人 / 171

懂得勾起沉默羔羊的欲望 / 174

第十一章 大胆博弈：说服是一场意志力的较量

保证说服氛围，提防博弈中的硝烟 / 178

逼定技巧：在关键的时刻驳倒对方 / 180

用藤蔓的技巧“缠”住对方 / 183

坚持一个观点，最终让对方屈服 / 186

击破对方拒绝的理由 / 189

让自己的每句话都获得对方的同意 / 192

第十二章 巧妙暗示：让对方的思维跟着你走

先顺其言，做对方的盟友 / 196

伪造“说者无心”的氛围 / 199

用自信提高自己的威慑力 / 201

给对方的选择不能太多 / 203

告诉对方不接受的严重后果 / 205

适当的肢体接触破除对方心理防线 / 208

第十三章 及时出击：成败决定于临门一脚

正话反说，引诱猎物自己跳入陷阱 / 212

白脸黑脸配合有奇效 / 215

适时下最后通牒，预防对方得寸进尺 / 218

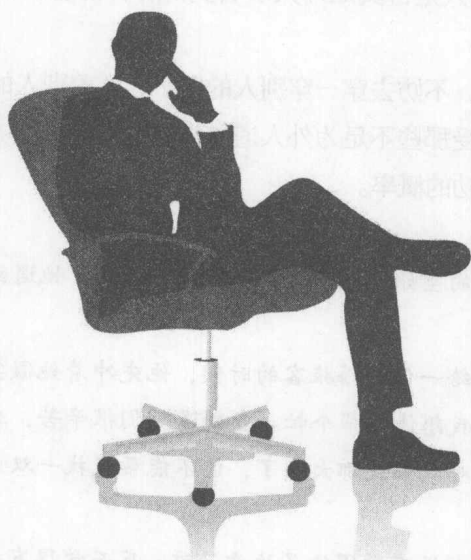
柿子必须拣软的捏，挑选对手很重要 / 221

别让世故老练者看穿你的城府 / 224

最高的博弈是让对方自乱阵脚 / 227

第一章

说服心理学：说服如战争，也需要“AK-47”



换位思考——痛对方之痛是说服的起点

攻心一点通：从某种意义上来说，每个人都是一座孤岛，有着别人所不能理解的苦衷。而所谓说服，就是让别人心甘情愿地登上你的岸。既然要让别人登岸，自然需要架起你与他之间的桥梁，这个桥梁便是通过换位思考所得的理解。

行走于当今社会，每个人都可以是你说服的对象，而要说服别人学会换位思考、痛别人之痛是首要也是重要的一步。

如果说生活是一场旅行，相信没有人会光着脚走完一生。这样，每个人都必须拥有自己的鞋。中国有句古话说得好，鞋子是否合适只有脚知道。这所谓的鞋，具体来讲应该是一个人不为人知的境况。

人们总是喜欢把亮丽、光鲜的一面展示给世人，却因为各种各样的原因把痛楚和难堪藏在背面，一个人默默地承受。虽然从表面上看，鞋子可能奢华、漂亮，但真正穿着这双鞋行走的人是否真如外人所看到的那样舒服，估计只有自己知道。

所以，作为说服者，有时候，不妨去穿一穿别人的鞋子，穿着别人的鞋子走一走，去站在别人的立场上，感受那些不足为外人道的痛楚，也许更能够了解被说服者的需求，从而增加说服成功的概率。

余小姐是国内某家航空公司的空姐。在一次飞往欧洲的途中，她遇到了这样一件事情：

当她把飞机上的纸拖鞋提供给一位外籍旅客的时候，他先冲着她微笑，然后非常客气地说：“漂亮的小姐，我想请您帮个忙。我知道你们很辛苦，我也无意为难您，但你们提供的拖鞋尺寸对我来说都太小了，能不能帮我找一双大一点的拖鞋？”

听了这位旅客的话，余小姐并没有觉得他是故意刁难，反而觉得有一股暖流

流遍全身，她甚至因为不能给这样一位和善的旅客提供一双合脚的拖鞋而心中有愧。她微笑着告诉那位旅客：“不好意思，这双拖鞋是本机尺寸最大的一双了，您先稍等，我再想想办法。您看可以吗？”那位旅客很是和善地点点头，表示愿意等待。

之后，余小姐把多余拖鞋的后半部分剪下来，并与另一只完整的拖鞋缝合起来，制作出了一双特殊的拖鞋。当她把这双专门制作的VIP拖鞋捧在那位外籍旅客面前，并微笑着让他试穿的时候，他惊呆了，以至于收下拖鞋久久舍不得穿，并不停地感谢余小姐对旅客的用心和对旅客需求的尊重。

这次交谈或说服对于双方来说都是愉快的。外籍旅客的需求得到了最好的满足，余小姐也因为外籍旅客的理解而心情愉悦。他们给予彼此满满的尊重和直达心窝的理解，将这次心与心的碰撞推上了最好境界。如果那位旅客颐指气使地直接说出自己的要求，估计只会换来一句“对不起，飞机上就这样的”之后，便光着脚飞到终点站了。

每个人的心都是非常小的，有时候，一点体谅、理解和尊重就能获得等价或者超值的回报。每个人面对强加于自己的建议都会怀有强烈的抵触情绪，只会牢牢地守卫着自己的条件，不肯作半点让步。但换位思考却像一把让人防不胜防的软刀子，让人无处躲、无处退、无法阻挡、无法反抗，也让人不愿躲、不愿退、不愿阻挡、不愿反抗，不知不觉放下条件，接受你的说服。

不管是老板说服员工，还是下属说服上司，抑或同事之间的互相说服和卖家与客户之间的谈判，只需要站在对方的角度，理解他们不接受的苦衷，为他们寻找一个更适合接受的理由，为生硬的说服裹上一层糖衣，接下来的说服便轻而易举了。销售员如果想要说服顾客购买某种新商品，如果说声“我也是消费者，也能够理解消费者追求物美价廉的心情”，再从物美价廉上重点阐述产品的性能，让顾客觉得此商品正符合自己的购买愿望，从而心甘情愿地买走商品。

屠格涅夫曾经说过：“不会为别人换位思考的人是不配受到别人的换位思考的。”既然说服无处不在，每个人都是说服者与被说服者双重身份的叠加，尽管我们更希望做说服者，但在不得已做了被说服者的同时，也希望对方能够以更为人性的手段获得你的认可和真心实意的臣服。

所以，理解至上，学着去设身处地地为别人着想，学会从被说服者的立场和

需要出发，做一个成功的说服者。

说服小技巧

1. 痛对方之痛，做对方的朋友或亲人让对方时刻感受到你的温暖、体贴。

2. 善于做倾听者，以同情的心态倾听他人的苦衷，学会说：“难怪你有这样的想法，换作我也是如此。”

3. 谨记“己所不欲，勿施于人”。即使再怎么义正词严，也不要以批评、谩骂、羞辱、威胁甚至恐吓等方式把你的说服强加于别人身上。

主动接受心理——让你的建议变成对方的愿望

攻心一点通：心是一件蕴含着巨大能量的神物。聪明的说服者会懂得调动被说服者心的巨大能量，并能够把这种能量从一种抵触力量变成一种可以为自己所用的力量，能够把自己的建议变成对方的愿望，从而如虎添翼，获得成功。

世界上没有受虐狂，更没有人愿意接受他人的胁迫和强制。胁迫和强制只会让人产生抵抗、逆反心理，而不是你所想要达到的心悦诚服。尽管对于你所在乎的人有时候可能因为爱之深、责之切，因为心急而让说服成为了一种强制和压迫，尽管你将这样一种强制的说服标榜成爱、标榜成情，但再怎么冠冕堂皇地标榜，最终还是难逃失败的厄运。原因何在？只是因为你忽视了一个最重要的因素，那便是“千金难买我愿意”。

尽管我们都相信唯物主义，但“心”的力量不可小觑。“心”是身体的主宰，身体是行为的载体。从这一点来说，说服一个人其实就是说服他的心，从而让他的心主导他的行为，让他履行被说服者应该履行的义务。当年诸葛亮七擒七纵孟获，正是不愿用强制的手段俘虏孟获，而是要在不断的擒与纵间让其佩服诸葛亮的领导魅力，让他主动接受诸葛亮的降伏，如此才能够保证在日后的征战中孟获不会随时叛逃。

小张来自农村，通过自己的努力考上了首都一所著名高校，又进了一家相当不错的公司。因此，对于赚钱心切的小张来说，最有说服力、最能让他激动的无非是与钱相关的建议。当然，这一切都要以遵守道德底线为基础。

一日，老板将小张叫到了自己的办公室，与他商量公司近期的一个发展方案。整个谈话过程，小张虽然看似认真地听着老板说话，心里却很迷惑地想：我刚入职，制订方案是老板的事情，跟我有什么关系？

谈了很久，老板发现了小张的迷惑和心不在焉，便告诉小张，因为他大学所

学的专业与这一方案相符合，便想让他来负责整个方案的具体实施，并告诉他如果他做好了，将会得到一笔可观的奖金，而且还可能升职加薪。

听到这里的时候，小张心中豁然一亮，突然就觉得这个方案正是自己一直在寻找却一直寻找不到的机会。于是，接手这个方案成为他迫不及待的愿望。他一改最初的心不在焉，开始细致询问老板关于方案的各个细节，并着手估算方案的可行性和风险度，开始负责这一方案的各项准备工作。

也许老板长时间试图说服小张接受这个方案的谈话，最重要的便是这“奖金”和“加薪”两个词了。正因为这两个词，小张才心甘情愿地接受了这个方案。

雪中送炭之所以被人们称赞，是因为炭送得及时，送到了需求者的心坎上。小张的最大愿望是赚钱，我们便可以将所有的说服都与钱挂钩，告诉他，如果接受并做好了，将会赚多少钱；如果放弃或者不接受将会损失多少，然后由他自己抉择。

所以，如果要让对方接受自己的建议，最好的办法就是把自己的建议变成处于雪地的对方最需要的炭火，让自己的建议直击对方的心坎。如果真能这样，说服便会成为一种赐予，而你的目的——让对方接受你的建议，也会因为对方的感激和愿意而得到履行和实践。这就如同给需要毛毯的客户提供毛毯，给身陷困境的人提供锦囊妙计一般，让你的建议成为别人最不可或缺的东西和想要达成的愿望。

有这样一个故事：北风和太阳同时看到一个匆匆赶路的旅者，它们便打赌，看谁能够让旅者脱去身上厚厚的棉衣。北风先用呼呼的大风吹，想通过风力吹开旅者的棉衣，可是无论它怎么使劲，也没有吹开旅者的棉衣。不但没吹开，而且因为冷，旅者反而将棉衣越裹越紧，北风最后只得败下阵来；相反，太阳则用温暖的阳光和煦地照在旅者身上，让旅者越走越热，最后不得不脱掉了裹在身上的棉衣。

其实，旅者就是我们要说服的对象，而脱掉棉衣就是说服最终所要达到的效果。有人如北风一般习惯用强势压服对手，要么遭到反叛，要么只是口服而未心服；而有人则如太阳一般，让旅者因为太热而主动接受脱掉大衣这样一个结果。

有人可能会说，现实的谈判和说服根本没有那么简单。就算对方愿意接受你的说服，那市场上还存在着价格问题、亲情中还存在面子问题等，总会有个一来二去的讨价还价、一波三折的心服口服。

诚然，被说服在虚荣心强的人看来是件不光彩的事情，即使各项条件满意，也要再争取一些空间，没有谁会心甘情愿地接受失败，即使没有任何退路的时候，还要挣扎片刻方可罢休。但是，如果你所提的建议正好是对方“众里寻他千百度”辛辛苦苦想要达成的愿望，正好是对方千般想、万般念所需要的东西，说服就已经成功了一大半，至于其他方面的细枝末节就是其他说服的技巧了。

曾经在一本书上看到过这样一个观点：爱他就让你成为他的习惯。如今把这句话稍加改动，便是：想要说服他，就把你的建议变成他的愿望。心，是一个蕴含着巨大能量的神物，如果你能够有神力开启它，并让别人的心为你的说服助一臂之力，你的说服就会因为别人的主观接受而获得一种源源不断的推动力。

说服小技巧

1. 只有对症下药才能药到病除。准确了解对方的需求和愿望。
2. 创造条件让你的建议成为与对方切身相关的东西，以对方最在乎的东西为单位，衡量接受的收获和不接受的损失。
2. 选择对方乐意接受的说服方式。同样是说服，柔化说服比强制说服拥有更大的成功概率。

持续认同效应——让对方没有理由说“不”

攻心一点通：心越是柔软的人壳就越是坚硬。而认同对于每个人来说，就如同一种极具腐蚀性的液体，可以攻破盔甲，直击内心最柔软的地方。想让别人接受你的建议，就必须懂得利用这种液体，打通对方坚硬的盔甲，让两颗心能够不受怀疑、猜忌的干扰，面对面地真诚交谈。

所谓认同，就如同一丸会让人上瘾的药，而所谓生活，就是一个寻找认同的过程。相信每个人心中都有柔软的一隅，渴望被呵护，渴望被尊重，渴望被理解，更渴望被认同。如果有人能够巧妙地卸下保护柔软一隅的种种坚强和武装，在呵护、尊重、理解对方的同时，让自己的建议在对方的持续认同中直达内心，那便是一个精明的攻心者和一个成功的说服者。

人人都在寻找认同，都希望从别人那里得到认同，却总是用冷漠和怀疑将自己的真心包裹，懒于、怯于或是吝于打开心扉，去给别人更多的认同。不管是强行的推销，还是好心的提醒，不管是面对亲人、朋友、上司等的谆谆嘱咐，还是面对陌生人的建议，人们的第一反应总是怀疑，怀疑他们的真实目的，怀疑他们是不是有着某种企图。

作为说服者，最需要做的，便是用自己的攻心之术和说服技巧让对方一层一层地卸下防备和伪装，让对方一点一点地打开心扉，然后认同你的观点，接受你的建议。

当然，因为每个人的喜好、思考方式、信仰、处世方式、人际关系等存在差异，并没有一个方法如同万能钥匙般可以打开所有人的心锁。所以对于不同的人除了发现其与众不同的兴趣点以便对症下药进行说服外，对于不同的人、不同的说服内容也需要变换不同的说服方式。

美国的《独立宣言》脍炙人口，永载美国史册，对美国的历史和发展具有巨

大作用。然而最初写成的《独立宣言》并非我们现在看到的样子。这篇文章出自于美国总统杰斐逊之手。杰斐逊才华横溢，并对自己的文笔颇为自负，认为自己写出来的东西一字千金，无可挑剔，因此也不愿意作任何的删减和修改。

富兰克林是杰斐逊的好友，也是起草这个文件的负责人。他深知杰斐逊的自负，但也明白这篇文章必须修改。于是他便向杰斐逊讲了这样一个故事：

曾经有一个青年人开了一家帽店，挂了一块招牌，上面写着：“约翰·汤姆森帽店，制作和现金出售各式礼帽”，还在字下面画了一顶帽子。青年人看着自己设计的招牌，认为很是醒目，便很得意地等着朋友来夸赞。

然而他等到的不是朋友的赞赏，而是各种各样的意见与建议。一个朋友认为“帽店”与“出售各种礼帽”语义重复，建议把“帽店”一词删去。另一个朋友认为，约翰并非以制帽出名，而顾客也只是关心帽子的式样、价格和质量，所以建议连“制作”也删掉。还有一个朋友认为“现金”一词纯属多余，也建议删去。

如此一来，这个青年人的帽店招牌就变成了“约翰·汤姆森，出售各式礼帽”的字样和那顶礼帽的图案了。

尽管这样，但还是有个朋友不满意。他认为帽子绝不白送，因此“出售”二字多余，“各式礼帽”与“图案”相互重复，也应该删去。

几经修改，约翰的招牌只剩下“约翰·汤姆森”的名字和礼帽图案了，变得更加简洁明了，也更加醒目。年轻的店主非常感谢他的朋友们的宝贵意见。

杰斐逊听了富兰克林讲的故事，终于认识到了经典都是修改出来的，便广泛听取公众建议，使《独立宣言》精益求精，最终得到了北美十三个殖民地的一致通过，引领了美国伟大的独立战争。

富兰克林正是了解了杰斐逊的脾气和秉性，为了避免不愉快，用讲故事的方法引起对方对建议的认知，从而使对方采纳了他的建议，造就了精品。

如果想要说服你的朋友加入你的慈善之举，心理学教授梅兰妮·格林认为最好用故事的方式触动朋友的内心，让他为你的善心所感染，从而加入你的善举。

如果要想让你的另一半赞同自己的观点，经济学家琳达·巴布考克博士建议你关注对方的共同点，在兴趣的交叉点找到解决办法。

如果想要同事接受你的建议，史蒂芬·贾西亚博士告诉你，利用别人的说法，模仿对方的沟通风格，在重复论述的环境下让对方形成一种熟悉感和持续认同感，