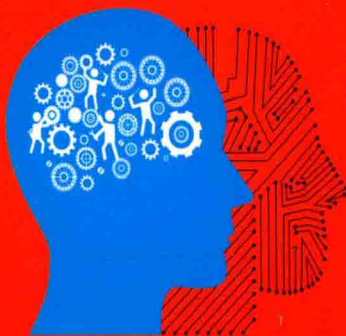


说服是一门技术，更是一种艺术



说服，把事做圆满必备的技能

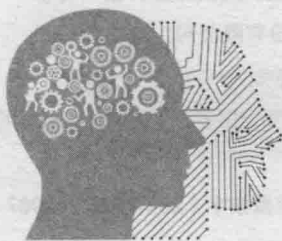
# 说服的艺术

## 怎样有逻辑地说服他人

抓住他人的逻辑漏洞和内心弱点，进行假设性引导，  
让他们抛开自己的逻辑，从而被你说服。

● 游一行◎著 ●

把好话说到位，说到他人心坎里。  
把丑话说自然，说得他人高兴听。



# 说服的艺术

怎样有逻辑地说服他人

游一行◎著

图书在版编目(CIP)数据

说服的艺术：怎样有逻辑地说服他人 / 游一行著.

—长春：吉林出版集团股份有限公司，2017.10

ISBN 978-7-5581-3649-8

I. ①说… II. ①游… III. ①说服—语言艺术—通俗  
读物 IV. ①H019-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 242967 号

---

## 说服的艺术：怎样有逻辑地说服他人

---

著 者 游一行  
责任编辑 齐琳 史俊南  
封面设计 颜森  
开 本 880mm×1230mm 1/32  
字 数 140千字  
印 张 7  
版 次 2018年12月第1版  
印 次 2018年12月第1次印刷

---

出 版 吉林出版集团股份有限公司  
电 话 总编办：010-63109269  
          发行部：010-69584388  
印 刷 三河市龙大印装有限公司

---

ISBN 978-7-5581-3649-8

定价：32.00元

如出现印装质量问题，调换联系电话：010-82865588

版权所有 侵权必究

## 前 言



从前，有一只白兔子，它最爱吃红萝卜，每天都吃红萝卜。

从前，有一只灰兔子，它最爱吃白萝卜，每天都吃白萝卜。

有一天，白兔子和灰兔子相遇了，它们相互问候：“你好，你吃了吗？”然后，它们就“红萝卜好吃，还是白萝卜好吃”这个问题争论了起来。

白兔子说：“红萝卜好吃。”灰兔子说：“白萝卜好吃。”两只兔子争执不下，就决定去找德高望重的老兔子来做判断。

然而，老兔子看着白兔子和灰兔子，说：“你们两只小家伙知道什么呀，胡萝卜才是最好吃的！”

于是，“红萝卜好吃，还是白萝卜好吃”这个问题，变成了“红萝卜好吃，还是白萝卜好吃，还是胡萝卜好吃”的问题，两只兔子的争论也变成了三只兔子的争论，它们争得面红耳赤，直到最后大打出手，却始终都没有争出个结果……

为什么兔子们没有争出个结果？

因为它们没有做到有逻辑地说服他人。

要做到有逻辑地说服他人，我们首先要知道什么是逻辑。逻辑，泛指规律，包括思维规律和客观规律；狭义上，就是思维的规律和规则，是对思维过程的抽象理解。简单点说，每一种事物都有其内在的根本性质，通过对事物本质的了解，往往能够让人们更清晰地了解事情是如何发生的，为什么会发生……这就是我们的逻辑所要干的事情。

正常人的逻辑还是基于经验的积累，这种经验也许不需要自己亲身去体验，但也需要见到过，或者听到过，想要做出判断一定是经过逻辑思考的。

有逻辑地说服他人的出发点，就是影响对方的思维，正是这一点构成了其本质的原点：抓住被说服人逻辑的漏洞和内心弱点，进行假设性质的引导，让被说服人抛开自己的逻辑，从而达到理想的说服效果。每当被说服者醒悟过来的时候，常常会发现自己的逻辑或多或少地偏离了原有轨迹，或者是变得复杂许多。

对于固守自己陈旧思维的心理患者，心理学家提出“实在没有办法沟通，就找空白处建立新思维再做心理辅导”。有逻辑的说服术也同时应用着这种理念，当对方固守限定思维而无法找到漏洞对其进行说服时，我们可以在被说服人的知识空白领域重新构建一个思维导向，让被说服人以这个新的思维导向进行思考，最终让被说服人付诸行动并达到对其说服的目的。有逻辑的说服术的这一本质被称为“在思维知识的空白处建立思维导向”。

因此，上面故事中的白兔子要想有逻辑地说服灰兔子，它就需要列举白萝卜的缺点，然后渲染红萝卜的美味，改变灰兔子觉得“白萝卜好吃”的逻辑，才能把“红萝卜好吃”的观点植入灰兔子的大脑中，真正说服灰兔子。灰兔子和老兔子的说服逻辑可以此类推。

如何避免成为一只陷入争论的兔子，做一个有逻辑地说服他人的高手，正是这本书要告诉你的。翻开这本书，你获得的是：打造你的影响力、成为应酬大师、维护你的利益、永葆你的优势、管好你的嘴巴，弄懂团队、朋友、爱情、父母、亲子关系的真相，真正拥有和谐的人际关系和成功的人生。

## 目 录

### CONTENTS

#### 第一章

#### 影响力是怎么形成的

说服的本质：利用左右脑的协作 // 001

有效的沟通是说服的保障 // 005

说服，就是把你的意见变成他的意见 // 011

话说到点子上，建立你的支配地位 // 017

说服者的逻辑与被说服者的“降服” // 022

利用潜意识，将说服贯彻到底 // 026

巧妙开口，总能让别人听了顺耳 // 029

#### 第二章

#### 利益决定立场

用利益诱导，再进行说服 // 032

利用权威和角色说服对方 // 035

巧设陷阱，让对方多说“是” // 037

软硬兼施，对方自然拒绝不了你 // 042

恰到好处的沉默比语言更有力量 // 046

用对方的弱点攻破其防线 // 048

为对手叫好是最高明的说服术 // 050



### 第三章 你的优势是什么

说服领导要把握七条原则 // 053

学会汇报工作，提升能力形象 // 055

提建议时，从不否定上司的想法 // 059

巧妙展示能力，做上司的得力助手 // 061

这样谈“薪”，领导才同意 // 065

有时绕个圈子会更好 // 068

婉拒加班，给领导一个理由 // 070



### 第四章 为什么你说了不算

切忌口是心非，让别人觉得你不真诚 // 074

说话不能无礼，否则会使人厌烦 // 077

不在语言上彰显自己的优势 // 079

信守承诺，才能将说服贯彻到底 // 081



## 第五章

### 管好嘴巴比什么都重要

清楚自己的目的和底线 // 085

怎么讲比讲什么更重要 // 089

见什么人说什么话 // 093

不需要过于诚实地去回答 // 096

用你的“糊涂”实现成功的说服 // 099



## 第六章

### 妥善化解别人的纠纷

不偏不倚，肯定双方的观点 // 105

适当地褒一方，贬一方 // 108

唤起当事人的荣誉感 // 109

私下称赞，双方各退一步 // 111

婉转批评，顺道给争吵者“降温” // 113

提出稍稍折中的意见 // 114



## 第七章

### 这样说才能劝服他人振作

探病时要适当说谎 // 116

怎样安慰处于困境的下属 // 118

怎样安慰失意的朋友 // 119

怎样说能让别人走出悲伤 // 122

如何说能帮对方缓解压力 // 124

如何说能为女性排解情感困境 // 127



## 第八章

### 如何说才能得到他人原谅

道歉时把诚恳表达出来 // 130

语意双关道歉，以情动人不尴尬 // 132

怎样借他人之口传达歉意 // 134

怎样向异性道歉才能获得原谅 // 136

怎样向朋友道歉才能不影响友谊 // 138

得罪领导时，说话一定要放低姿态 // 141



## 第九章

### 怎样说别人才能为你办事

提请求，先提小的再提大的 // 144

托人办事时应该怎样套近乎 // 147

先数落自己一番，以此感动对方 // 149

用适当的话语引起对方的心理共鸣 // 150

向别人借东西时应该怎么说 // 153



## 第十章

### 教你成为应酬大师

请客吃饭，以好理由“打头阵” // 156

找对话题，调动与宴者的积极性 // 158

给别人敬酒时要讲究的语言艺术 // 160

以礼还礼拒酒，避免陷入圈套 // 163

酒量不好，坦诚拒酒不失礼 // 165

六招巧妙拒酒，不伤对方颜面 // 167



## 第十一章

### 爱情的分寸在哪儿

一见钟情，搭讪的话如何开口 // 173

妙用暗示拒绝求爱，委婉不伤人 // 175

女追男，想得手就要会“调情” // 177

用甜言蜜语拴住恋人的心 // 180

把握斗嘴的分寸，他会更喜欢你 // 183



## 第十二章

### 父母就该喜欢你吗

如何说才能让女方父母喜欢你 // 186

如何说才能让男方父母喜欢你 // 190

父母吵架时如何劝说 // 193

面对父母的打骂时该怎么说 // 195

与父母产生分歧怎样求得谅解 // 197



### 第十三章

## 孩子就要用爱喂大

巧妙利用孩子的好奇心来影响他 // 199

别对孩子发号施令，改由建议或提问 // 201

骂孩子“不争气”，不如说“你很棒” // 204

对孩子也要经常说“谢谢” // 207

告诉孩子：“没关系，再来一次” // 209

## 第一章

# 影响力是怎么形成的

### 说服的本质：利用左右脑的协作

人们被说服的过程离不开整个大脑的运作，一个理智的人做出判断通常出自左脑半球和右脑半球的协同工作，左脑接受语言而右脑产生画面。人们一般不会完全地依靠左脑半球或右脑半球思维，而是综合运用，就像每个人的身体都是将所有的器官灵活组织分配一样，所以说服力的本质是在言语上让对方的左脑接受观点，通过语言描述在对方右脑产生同步的画面效果，最终确保思维说服术顺利实施并且取得效果。

一般来说，实施说服的顺利与否在于对方是否能够想象出说服者阐释的情景，想象的本质通常在于左脑对语言的分析处理在右脑产生怎样的一个画面。也就是说，实施说服的关键在于说服者如何输入“计划中的信息”，拓展对方的思维，让他想象到一些必要的画面，来验证你的信息是正确的，从而确立你的思维主导地位。



心理学家曾经做了一个实验来证实“左右脑同时运转达到的说服效果”。随机找到四位因工作压力大而想要放弃工作的实验参与者，心理学家对他们进行不同程度的说服，努力帮助他们的大脑不要去想工作的劳累，同时测脑电波的仪器会显示四个人的大脑平静程度。

对实验者A说：“想这些也没有用，工作就是这么累，别想了。”

这时显示A的大脑情绪依然很乱，还是在为劳累的工作烦心。

对实验者B说：“请你不要去想这件工作是多么劳累！也不要想上司是如何训斥你，你要考虑到工作的快乐，想到它给你的生活带来积极的改变啊！”

显示B的大脑情绪慢慢有所平静，但是在心理学家停止告诉B工作是快乐的时候，B的大脑思维还是会恢复一些之前的烦躁。

对实验者C说：“请你不要想那些劳累的工作，那只是给你和你的家庭带来幸福的工具，想象一下在工作劳累之后，一家人可以使用你的薪资过上快乐的生活，一起旅行……”

实验者C的情绪慢慢趋向稳定，而且极少反复，实验结束后，C告诉心理学家，在实验中听到心理学家给他描述家庭的温暖时，他就像做梦一样看到了自己工作时为家庭带来的幸福。

对实验者D的描述，是基于C描述并更加细致，而且很多美好的描述多次重复，取得的效果相较于C也更加优化。

实验中对A的话语是直白的命令，所以A根本听不进去，无法达到说服效果；而对B的语言被接受后，在左脑徘徊却没有在右脑产生画面，所以说服效果只是暂时性的；对C与D的话语不但被左脑欣然接受而且在右脑产生相应的画面，所以达到了让其忘记工作劳累的说服效果，并且从人类大脑的工作方式来说，对于D的实验更说明左脑接收到的语言在右脑产生画面，语言的不断重复会强化右脑的画面。随着画面的强化说服效果越深入，这就是实施说服力所依托的生理本质。

如果说服者用枯燥的语言对对方进行说服并不顺利时，就可以自己创造画面让对方去想象，以此来达到说服目的。在销售说服术的应用中，很多优秀的销售人员都是以描绘“美好画面”进行表达，直接跳过所销售物品需要通过消费者左脑进行处理，然后在右脑产生画面的程序弊端。

罗伯特曾经是美国某个州的飞利浦吸尘器代理商兼销售顾问，他率领的销售团队在任何一个超市或者大型商场中，都会位居各大品牌吸尘器销售榜首，因为罗伯特不像其他品牌的销售人员不停地讲述自己的品牌多么好或者功能有多么完善，而是直接让消费者通过自己的手机视频，看到用飞利浦吸尘器在家庭清洁中的画面。

这个创意来自一次在大型购物广场的销售中，罗伯特遇到了一对新婚夫妇，他们刚刚结婚，想为新买的房子选择一款吸尘器，但是挑了好久也没有选中。当罗伯特与这对夫妇聊起来的时候，女士说：“每一家的吸尘器都



不错，价格也合理，但是服务员说的大多太专业，我的大脑感觉转不过来，实在想象不出他们说的那些吸尘器在家庭使用上的优点。”这个时候罗伯特拿出自己的手机，里面有自己拍摄的自己妻子使用飞利浦吸尘器清理家务的情景，包括客厅，厨房，卧室和卫生间。罗伯特本以为给这对夫妇随便看看，但是这对夫妇中的女士却反复看了两遍，然后说：“我就要这款吸尘器，两台，我要给我的母亲也买一台，您的夫人太厉害了，用这个吸尘器她居然可以打扫这么多我认为都是死角的地方，我相信我拥有这款吸尘器也可以清理很多地方，而且我的母亲也一定会喜欢。”

当这位女士和她的丈夫拿着两台吸尘器走的时候，罗伯特和他们一起看了第三遍自己手机中的视频，并且告诉他们吸尘器的各种功能。在这件事情之后，罗伯特特意和妻子录制了代理的所有飞利浦吸尘器的使用视频，并把它拷贝给每一个销售员，告诉他们如果和客人解释吸尘器功效还无法将客人说服的时候，就给他看录像。最终罗伯特的这种方式取得了超凡的销售说服效果。

罗伯特巧妙地弥补了左右脑协作联系的空白，达到了销售说服的优化效果。在推销吸尘器的时候，销售人员的讲解的确被顾客的左脑接受，但是由于吸尘器的功效太多并且很多是专业讲解，因此左脑处理这些信息难以在右脑产生相应画面，而罗伯特以视频的方式直接将画面灌输到顾客右脑，让自己的语言被顾客接受的同时在右脑产

生相应画面，如此一来，达到说服效果并促进销售就容易很多。

在说服的过程中，被说服者的左右脑是在不停地进行对话，左脑告诉右脑自己的想法然后右脑像画家一样勾勒出画面，说服术的成功，本质上不但是被说服者的左脑接受了语言，也必须是右脑成功地产生了让自己信服的画面。看清楚说服力的这一特点，当遇到别人以言论让自己产生想象的时候，就要开始注意自己是否在被对方“说服”。当自己大脑产生不了和对方言语相符的画面，而对方又准备好一个美好场景让我们参考的时候，也许你需要拒绝了，因为对方已经开始抓住思维的特点准备说服了。

## 有效的沟通是说服的保障

沟通是连接我们与他人之间的重要桥梁，在我们生活当中无处不在，从某种意义上讲，沟通不仅是一种说服技能，也是一种生存方式。沟通能力可以说是人作为一种社会性生物的基本素质，良好的沟通能力可以保证我们尽快得到他人的信任。沟通的目的就是为了有效传递信息。从说服力的角度来说，沟通是让对方接受自己的想法、观点的重要途径，说服往往是在有效的沟通中实现的。

我们经常看到这样的情况：销售人员一见到客户就滔滔不绝地介绍，总是说自己的商品与众不同，能给客户带来很多的利益，比同类商品更受客户的欢迎等。但是很可