

# 精准

如何有逻辑地影响他人

# 说服

PRECISE PERSUASION

说服不了别人，  
错误不在别人，而在你自己

柳金秋  
著

如何让上级果断同意你的建议？如何让同级甘心配合你的方案？  
如何让下级虚心接受你的指导？如何让客户执意选择你的产品？  
如何让父母安心尊重你的选择？如何让子女顺利听从你的安排？  
.....

8大要素，让你在任何场合说服任何人

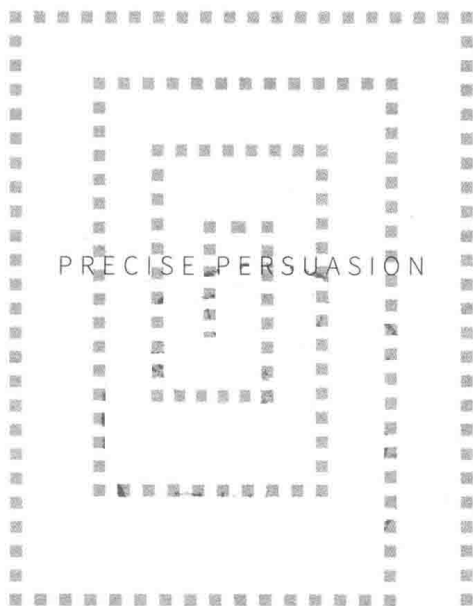


金城出版社  
GOLD WALL PRESS

# 精准说服

如何有逻辑地影响他人

柳金秋◎著



金城出版社  
GOLD WALL PRESS

中国·北京

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

精准说服 : 如何有逻辑地影响他人 / 柳金秋著. —

北京 : 金城出版社有限公司, 2020.5

ISBN 978-7-5155-1933-3

I. ①精… II. ①柳… III. ①说服 - 心理交往

IV. ①H019

中国版本图书馆CIP数据核字 (2019) 第 272778 号

## 精准说服 : 如何有逻辑地影响他人

---

作 者 柳金秋

责任编辑 王寅生

责任校对 岳 伟

责任印制 李仕杰

开 本 880 毫米 × 1230 毫米 1/32

印 张 9

字 数 180 千字

版 次 2020 年 5 月第 1 版

印 次 2020 年 5 月第 1 次

印 刷 天津旭丰源印刷有限公司

书 号 ISBN 978-7-5155-1933-3

定 价 48.00 元

---

出版发行 金城出版社有限公司 北京市朝阳区利泽东二路3号 邮编: 100102

发 行 部 (010) 84254364

编 辑 部 (010) 64391966

总 编 室 (010) 64228516

网 址 <http://www.jccb.com.cn>

电子邮箱 [jinchengchuban@163.com](mailto:jinchengchuban@163.com)

法律顾问 北京市安理律师事务所 18911105819

Preface

## 前言

与人合作，为什么会有如此多的分歧？

沟通协调时，为什么常常不被人认可？

让他人接受自己的主张，为什么难上加难？

我们有必要在此讨论与解决的是：假定在人际交往中，你已具备所有赢得认可与尊重的知识、智力、经验与信息条件，为什么你依然无法强有力地影响他人？

你可能并未意识到，导致产生这些问题的原因，并不在于你不够努力，或是在合作中过于疏忽或粗心，而是缘于你“毫无逻辑”。在普通人的影响力思维模式中，总是存在着某些错误的倾向，比如，我们应该逐个思考问题、分析问题，然后逐件解决问题。

这种线性思维只适合过去简单的世界，当下，我们生活在一个复杂且充满了变化的世界，一切看似简单的事物之间都有着某种关联。如果一味片面地思考问题，那么，你更容易忽略其他的可能性，由此导致的错误或产生的问题，将使你不断地丧失影响力。

当下，一切因素都相互联系，看似简单的事情很可能会产生多重结果。比如，你的客户为什么会拒绝你的提议？他可能只是单纯地想让你按照他的想法修改提议，也可能是因为你曾经的疏忽导致他下定决心拒绝你，并寻找可替代你的更好人选。如果你只是用孤立的因果模式去考虑问题，那么，失败在所难免。

在未曾了解全部有关事实真相的所有连锁因素前，便贸然采取行动；

忽视有关问题的根源与未来走向，解决问题不从大局考虑；

面对质疑与不被认可，未曾探寻异议与现实间的联系，便采取不恰当的应对措施；

只知道在自己已知的范围内寻求解决分歧的权宜之计；

这些毫无逻辑力的行动都只是杯水车薪，对解决事情毫无积极意义。

逻辑学是影响力的真正支柱，不管是否留意，逻辑无时不在影响着我们的生活。在个人影响力提升方面，逻辑学更是决定一个人从被动“受他人影响”走向主动“影响他人”的关键性力量。本书立足逻辑学的实际应用，以求将个人整体思维从“受影响”提升至“发挥影响力”的层面上，并在洞察他人需求的基础上，有条理地说话办事，从而解决异议，令有利于自己的改变自然而然地发生。

实践出真知。如果你能有效地将本书提到的逻辑技巧落实在现实生活中，那么，你改变的不仅是自身影响力的逐渐扩大，同时依托于逻辑学，将建立起一个有利于自我成功的权力秩序。

## Chapter 1 没有先机就没有说服力

如果你想更有效地影响他人，就要依据逻辑学建立起完整的思考框架。完整的思考框架是逻辑学的基础，它可以令人把握全局走向，抢占处理问题的先机。这也是精准说服的关键所在，即谁能够一眼洞穿事物的本质，谁就能够抢先一步分析、解决问题，在局势中处于掌控地位。

1. 知道你要去哪里，事情便会容易很多 / 2
2. 谁定义问题，谁赢得先机 / 8
3. 前提的“可接受”与“不可接受” / 13
4. 立足 3W1H，明确交流目的 / 19
5. 注意：你考虑的问题有意义吗 / 24
6. 用矩阵分析法，将眼下问题视觉化 / 29
7. 确认时间价值，增加优先筹码 / 34

Contents

## 目录

### Chapter 2 明确他的需求制高点

谁能满足对方需求，谁便在双方的关系中拥有更多影响力。当你能够针对一件事情展开逐层分析，找出应对之道，才能真正了解对方的目的、需求或者问题，进而在所有可视为“假说”的解决方案中，利用演绎与归纳推理，在因果连接的过程中，选择出那个成功概率最大的解决之道。

1. 发现他想要的是什么 / 40
2. 找到他的兴奋点，抛出你的诱饵 / 45
3. 分解议题时，哪种方式对说服最有利 / 52
4. 放下主观偏见，客观看待问题 / 58
5. 展示同一律，对方才会更感兴趣 / 64
6. 实现真正意义上的“自主” / 69

### Chapter 3 用对方认可的方式沟通

争议往往发生在双方对事件产生不同认知的情况下。此时，关键字、词汇的歧义或者沟通方式的选择不当，都有可能令矛盾进一步扩大。如果你选择了合理的论证，在个人阐述过程中有充分必要条件，同时清晰而有条理，那么你的说服将会更有力。

1. 塑造：如何阐述才能让人更理解你的主张 / 76
2. 不说任何无意义的话语 / 82
3. 更深入沟通，从了解对方的思维模式开始 / 87
4. 不可反驳的客观证据，让你更可信 / 91
5. 明晰对方对事件的了解程度 / 97
6. 与对方的价值观相关联 / 101
7. 善用数字的力量表达观点 / 105

Contents

# 目录

## Chapter 4 把想法有条理地装进他的脑子里

真正的逻辑建立在强大而不可反驳的事实基础上，这种事实从待解决的核心问题入手，使用金字塔、因果论、优劣势分析等恰当方法展开架构，将问题的因果关系转变为相应的手段，进而使事实的原因、过程、结果与解决办法呈现出条理分明的状态。在此基础上展开的说服与行动，往往比一般的说服与引导更有影响力。

1. 说服的前提是“知己” / 110
2. 注意：沟通应以减少他人负担为前提 / 114
3. 沟通前，先想好怎么说结论 / 119
4. 开言→展开→结束，让沟通清晰而有条理 / 124
5. 把主题说得简单易懂 / 129
6. 提出请求，并列好重点信息 / 136
7. 不想被反击，就得用 MECE 避免遗漏及重复 / 142
8. SWOT，一个都不能少 / 148

**Chapter 5 情绪决定他的行为动机**

每种情绪都会引发人们不同的行为动机。在固有的观念中，通常情况下，发生了某件事情，便会引起人们的某种情绪，进而引发一系列的行为与结果。情绪的走向往往直接决定事件的走向，这就意味着，如果你能够在处理事情的同时，渐进式地运用准确的表达方式，为自己的观点找到恰当的语言，那么，你便能恰当地引爆对方的情绪动力，进而相对更容易地左右他人的行为。

1. 分歧，多因模糊定义引发 / 154
2. 实现真正意义上的一致 / 158
3. 让情感为你的论证过程伴奏 / 163
4. 留意沟通中的模糊态度 / 167
5. 诱导对方说出真实想法 / 173
6. 选好连接词，让你的论述更有利 / 178
7. 立足共鸣，让沟通告别人身攻击 / 182

Contents

# 目录

## Chapter 6 以假设展示未来的好处

如果你愿意调查各个领域中最有影响力的那些人，你会发现，他们之所以强而有力，是因为他们能够迅速地发现问题，并在短时间内找到解决问题的方式。他们从不会等到信息充足或是分析完成，而是依据假说展示未来双方合作可能带来的好处，进而使对方更容易接受自己的提议。

1. 明确：引导对方进入你的预想 / 188
2. 谨慎措辞，别让假设变成结论 / 194
3. 打比方让对方进入联想 / 199
4. 善用“费米推理”，增强假设可信度 / 202
5. 试探：搞清楚对方的接受点 / 208
6. 唤醒共同情感，提升对方兴趣 / 213

## Chapter 7 异议是提高说服力的契机

最能展示个人影响的时刻，往往是面对问题与异议之时。棘手的异议与问题往往伴随着迂回冗余的争论、不明确的结果、杂乱无章的对话、交流者间个性的冲突，甚至是不一致的目标。此时，双方的论点博弈最激烈。如果你可以利用科学推理，让对方看到你主张中合理与必然的成分，那么，你便有机会将原本有异议之处转变为提高说服力的新契机。

1. 基本原则：千万别说谎或用夸张之辞 / 218
2. 有异议时首先要避免人身攻击 / 223
3. 一分为二地让对峙走向缓和 / 228
4. 想出多种解决方案，减少异议出现的可能性 / 233
5. 将争论变成讨论 / 241
6. 借助切换话题，让交流继续 / 246

Contents

# 目录

## Chapter 8 利益介入督促双方从冲突走向整合

追逐最大化利益，聪明人从来不会否认这一点。事实上，那些强有力的人在影响他人的过程中，总是通过逻辑组合，从自我利益出发，以此为发散点，采用更有技巧性的方式为媒介，尽可能多地与他人联结成能够获得更大利益的新共同体，而这种增加信任变量的方式往往能够让那些持有异议的人发现合作与让步的必要性。

1. “只看得到自己”是一种病 / 252
2. 立足互惠原则展开对话 / 255
3. 找到彼此利益的契合点 / 260
4. 强调损失，让言辞更具吸引力 / 265
5. 注意：更谨慎地引导他的动机 / 269
6. 互信是展开整合的基石 / 273

Chapter

1

## 没有先机

## 就没有说服力

如果你想更有效地影响他人，就要依据逻辑学建立起完整的思考框架。完整的思考框架是逻辑学的基础，它可以令人把握全局走向，抢占处理问题的先机。这也是精准说服的关键所在，即谁能够一眼洞穿事物的本质，谁就能够抢先一步分析、解决问题，在局势中处于掌控地位。

# 1

## 知道你要去哪里，事情便会容易很多

爱因斯坦曾言：“若给我1小时解答一道与生死相关的问题，我会花费55分钟去弄清楚这道问题究竟是在问什么，一旦清楚了它问的到底是什么，剩余的5分钟便足够解决这一问题。”

可现实生活中，大多数人的做法却截然相反：他们在看到问题后，便会抑制不住想马上投入进去。



还记得将一份重要的工作交给某员工，请他进行某行业的研究，写一份报告，以便几天后与客户商讨使用。对方提前交稿，从他通红的双眼看出他熬夜苦干，脸上的笑容表明他认为自己交上的行业研究

报告是一流的。

可我看了以后，并不认为这是一份能够交到客户手中的合格报告。

不可否认，PPT很漂亮，但它用处并不大。我们是管理咨询公司，这个员工做出来的行业研究竟然没有市场上同类产品竞争的分析维度。他虽然进行了行业趋势分析，但是却没有相关的对公司管理的启示。

这样的报告，能拿去和客户谈事情吗？

其实，很多人都和这个员工一样，在看到问题以后，没有先辨明方向，便埋头前行。但知道要去哪里，事情往往会容易很多。同理，要想在影响他人的过程中抢占先机，就要先搞清楚自己所面临的真正问题是什么。

搞清楚真正的问题，其实就是逻辑学中所说的把握事情的主要矛盾。

矛盾，反映的是事物之间相互作用、相互影响的一种特殊的状态。从本质上来说，矛盾是事物之间存在着对立的关系，而这种对立关系中的一种即主要矛盾与次要矛盾。主要矛盾与次要矛盾其实同为矛盾特殊性的两种情形，它们都是因为事物发展的不平衡引发的，但相比次要矛盾，主要矛盾决定了事物的根源、发展方向与解决之道。

找出真正的问题，其实就是在纷繁现实中找出主要矛盾的过程。只有找到了主要矛盾所在的方向，才有可能真正地发现问题、解决问题。

## · 一旦方向错误，便只有苦劳没有功劳

为什么搞不清楚主要矛盾的所在方向，便无法有效地影响他人？

这与逻辑学中的有效概念相关。在日常语言里，有效常常会被简单地用来表示人们总体上赞同某一论证，可在逻辑学上，它则将注意力集中在论证的前提与结论之间的联系上。方向错误，就意味着论证的前提是错误的，而在这种情况下，是无法得到正确结论的。

这种方向性反映在以逻辑条理为基础的工作分类上，也有所体现。

我们的工作一般可以分为两类：一类是过程导向型，另一类是结果导向型。

打字员、清洁工等做的便是典型的过程导向型工作，要想做好它，就需要按照一定的流程，按部就班地做事。在这类工作中，人与人之间创造的劳动结果差别不大，所以，这些岗位的市场价值也往往非常稳定。

对于这类苦劳型的工作来说，要想多产出价值，通常就是多花时间，因为单位时间的价值基本上是固定的。

相比而言，结果导向型岗位就不同。工程师、策划人员、设计师等，同样在8小时的工作时间内，他们可以创造出更有价值、更高绩效的结果，而这也使他们有机会得到更多的回报。

影响他人便是一种典型的结果导向型工作，想说服客户接受你的方案，想将经营理念传递给消费者，想让同事接受你的想法……这些