

摇图书在版编目（悦孕）数据

摇和谐领导艺术之领导御心艺术 宿春礼，邢群麟主编 郢京北京：
中国广播电视出版社，郢郢郢郢

摇（和谐领导艺术与和谐管理艺术）

摇郢郢郢郢郢郢郢郢郢郢郢郢郢郢

摇 I 郢和...摇 II 郢①宿...②邢...摇 III 郢领导艺术
IV 郢郢郢郢

摇中国版本图书馆 悦孕数据核字（郢郢郢）第 郢郢郢号

摇摇摇摇摇和谐领导艺术之领导御心艺术

主摇摇编	宿春礼摇邢群麟
责任编辑	陈丹桦摇王摇瑛摇刘摇君摇李潇潇
封面设计	新悦翔图文设计
监摇摇印	赵摇宁
出版发行	中国广播电视出版社
电摇摇话	郢郢郢郢摇郢郢郢郢郢郢郢郢郢郢郢郢
社摇摇址	北京市西城区真武庙二条 怨号（邮政编码 郢郢郢郢）
经摇摇销	全国各地新华书店
印摇摇刷	北京市德美印刷厂
开摇摇本	郢郢毫米 伊郢郢毫米摇郢郢郢郢
版摇摇次	郢郢年 源月第 员版摇郢郢年 源月第 员次印刷
书摇摇号	郢郢郢郢郢郢郢郢郢郢郢郢郢郢
定摇摇价	郢郢郢元

摇摇摇摇摇（版权所有摇翻印必究·印装有误摇负责调换）

目摇摇录

第十五章摇口服人心，舌谋天下	(远源)
摇摇自然流露出“言行莲花”般的第一印象	(远源)
摇摇不要在无意中留下不好的印象	(远源)
摇摇让对方点头称是	(远源)
摇摇制造话题，引出另一话题	(远源)
摇摇让对方按自己的期望去行动	(远源)
摇摇说服的效应	(远源)
摇摇帮助他人成功	(远源)
摇摇关键的时刻给人以亲切感	(远源)
摇摇驱动人心的高效说服技巧	(远源)
摇摇反守为攻说服术	(远源)
摇摇顺水推舟说服术	(远源)
摇摇打破常规，别出心裁说服术	(远源)
摇摇欲擒故纵，“请君入瓮”说服术	(远源)
摇摇现身比较说服术	(远源)
摇摇激将说服术	(远源)
摇摇旁敲侧击说服术	(远源)
摇摇置于死地而后生的说服术	(远源)
摇摇单刀直入说服术	(远源)
摇摇“他山之石，可以攻玉”	(远源)
摇摇深入实质，击中要害	(远源)
摇摇解除对方心理屏障，创造和谐气氛	(远源)
摇摇顺着对方思路领他跑	(远源)
摇摇洞悉对方内心迅速出击	(远源)

第四篇摇威权御心

第十六章摇威信御心，威服四方	(远源)
----------------------	------

摇摇须给下属以权威感	(远震)
摇摇强调自己的权威	(远源)
摇摇借助奖励树立权威	(远苑)
摇摇表现权威的十大准则	(远愿)
摇摇如何使用强制手段	(远员)
摇摇发火需要适度	(远源)
摇摇发号施令，说一不二	(远远)
摇摇下达命令的讲究	(远愿)
摇摇如何准确下达命令	(远怨)
摇摇让下属站着听	(苑圆)
摇摇用建议的方式命令	(苑猿)
摇摇命令下达后应注意什么	(苑缘)
摇摇让能干的下属有所畏惧	(苑苑)
摇摇迁就有度，适时威慑	(苑怨)
摇摇黑脸白脸一起唱	(苑园)
摇摇威严也要有人情味	(苑猿)
摇摇惩一戒百	(苑缘)
摇摇为诛恶不妨将错就错	(苑园)
摇摇树权要掌握火候	(苑源)
摇摇小心对待有后台的刺头	(苑苑)
摇摇不要过于蛮横和施压	(苑怨)
摇摇以人品和风范树立权威	(苑园)
摇摇树立起做人做事的典范	(苑源)
摇摇不能以假象立真威	(苑苑)
摇摇不能靠张扬声势树立权威	(苑园)
摇摇以正确方式让所有人口服心服	(苑猿)
第十七章摇摇权力御心，令行禁止	(苑怨)
摇摇影响力比权力更重要	(苑怨)
摇摇真正把权力放下去	(苑圆)

摇摇放权必须掌握的几个原则	(苑缘)
摇摇把握好授权与控制的分寸	(苑怨)
摇摇一定要学会弱化自己	(苑圆)
摇摇大权集中小权要分散	(苑缘)
摇摇授权必须注意的几个问题	(苑苑)
摇摇不对部属纵容姑息	(苑园)
摇摇发挥权力的影响力	(苑源)
摇摇不妨用权势压一压	(苑远)
摇摇不能迁就大多数	(苑愿)
摇摇不要随便下令	(苑园)
摇摇要令出如山	(苑源)
摇摇训诫部属要注意的六点	(苑苑)
摇摇别让属下抓住把柄	(苑园)
摇摇让权不能随便	(苑圆)
摇摇要敢于说“不”	(苑源)
摇摇在关键时刻露一手	(苑远)
摇摇表现自己的领袖气质	(愿园)
摇摇不要滥用权力	(愿远)
摇摇权力要适可而止	(愿怨)

第十五章摇口服人心，舌谋天下

自然流露出“言行莲花”般的第一印象

会影响对方对你的态度和行动的一大变因，就是你留给他的第一印象。这一点你应该了解，如果别人对你不满，那么这些不满的情绪可能从此成为他评价你的基础。通常绝大部分的人对他人评价的基础，来自于最初邂逅的经验，以后的观点都会由此出发，而且很难再改变。

这样的情况，使我们不得不小心留给别人的第一印象。不管你在别人的心目中留下了什么印象，你自己都要负最大的责任。别人在第一次看到你所扮演的角色后，就在心中界定了你应该扮演的角色。

很多人会担心自己在别人心中形象的好坏，可是，很少人了解你对自己的评价会决定别人对你的评价。如果你对自己的评价没有被他人所接受，那也应该由你自己负起责任。因为，虽然你自认是成功的人，但你所表现的并不符合你的想法，所以没有人会认为你是成功的。

必须提醒你注意的是，虽然我们希望你行为像个重要人物一般，但那并不意味着要你故作姿态、自抬身价，表现出一副盛气凌人的骄傲。毕竟，这些矫揉造作的姿态，不仅会让人一眼看穿，还可能带来负面的影响。

社会上有不少的人想以傲慢、自大来表现自己的才干，以为只有表现傲慢、自大的态度，才能对其他人显示出他们的重要，但是，你也许不知道，这些态度会产生完全相反的效果。

真正优秀、重要的人物，他们根本不需要作如此愚昧的言行。因为他们对自己充满信心，因为他们相信，他平时的一举一动、一言一行早已使别人承认他的优秀。

那些会表现傲慢、自大态度的人，总是借此来表现自己的重要。可是他却只告诉别人他的心虚和对自己缺乏信心，事实上他们了解自己的无能和不重要。可是，他们却不愿承认，而一直想借外表的虚张声势来确信自己的地位。

真正重要的人物不仅不会作如此愚昧的言行，相反的，他的言行举止会自然

地流露出与他的身份和地位相符的度量。

理论上我们似乎无法凭自己脑中意识，判断别人外表的真假，但是实际上，如果我们拥有这些洞察力，就可以一眼看穿他人的诡计。就像对那些傲慢自大的家伙，你的潜在能力可以一眼看到他内心的懦弱与无能！

不要在无意中留下不好的印象

一般来说，对方是按照他自己的思考方式来评价一个人。不仅如此，你也可能依据他对其他事物的评价来判定他。譬如，他对自己的职业、工作薪资、居住环境以及竞争对手的看法。

一位曾经处理过许多离婚案件的资深律师说：

“在我办理离婚案件时，不论是丈夫或妻子都会毫无隐瞒地在我面前攻击对方，指责对方种种不是，可是这样的情形似乎更可以使我了解攻击者的人格缺失和种种弱点。”

有一位朋友办了一家职业介绍所，他对于即将接受面试的顾客，总是提醒他们不可以在应征时批评过去工作环境的不是。不过人们总是喜欢用批评以前的工作环境，来奉承可能成为自己的新上司。无论如何，绝不可以轻易地说出你在以前的工作环境里遭到怎样不正当的待遇。因为，没有一个上司会喜欢雇用爱抱怨的员工。

各位对自己的工作环境，服务的公司抱着何种态度呢？当别人问你：“在哪儿高就”、“在哪儿得意”时，你是如何回答呢？你是回答：

“我在伊伊日用化妆品公司工作，它只是一家小公司啦！”还是回答说：

“我在伊伊日用化妆品公司服务，它是我们那里规模最大、历史最悠久的公司。”

你也许不知道，你的回答方式和语气，可能影响别人对你的评价：

当别人问你：“府上哪里”、“籍贯哪里”时，你不应该回答：

“噢！我住在伊伊，它只是伊伊乡下的小镇。”你应该回答：

“我住在伊伊镇上，那里虽然只是一个小地方，可是环境优美，民风朴实，是个值得居住的好地方。”

如果你介绍自己的服务单位、工作情形，留给别人的微不足道的印象，那么

别人也会认为在此微不足道的工作环境里任职的你，必定也是个微不足道的人。否则的话，你怎么愿意在那样不重要的地方，担任不重要的工作？！

推销员被严格教育不可在顾客面前批评竞争者的是非，纵使对方是众人指责的对象。通常我们都不会喜欢批评他人是非的人。

所以如果你想留给别人好的印象，切记不可说人是非。有许多人总爱把别人的坏话当作聊天的好材料，可是爱听的人多数都是市井小民。你应该了解，也应该切记，说人坏话只会降低你的人格。俗话说得好。

“对于写了但不能签名的话，千万不可说给别人听！”

让对方点头称是

很多人先在内心制造出否定的情况，却又要求对方说“好”，表现肯定的态度；这样做是不可能让对方点头的。假如你要使对方说“好”，最好的方法是制造出他可以说“好”的气氛，然后慢慢诱导他，让他相信你的话，他就会像是被催眠般地说出“好”：

换句话说，你不要制造出他可以表示否定态度的机会，一定要创造出他会说“好”的肯定气氛出来。

当你向别人发问，你可以连续不断地追问下去，而最后使对方不得不说“好”。这是制造肯定气氛最高明的技术，也是让对方点头的第一种妙方。

譬如当你看到某种东西，你先连续问对方五、六次：“它的颜色很漂亮吧？！”“它的手工很精细吧？！”“它的造型很完美吧？！”“它的……”让对方答出一连串的“是”之后，你再问他原先你想获得他肯定回答的问题，那他一定会说“是”。因为在此之前，他已被你催眠似的说“是，是……”很自然地，在回答你这关键问题时，他也会说“是”。

不过，有一件事你必须了解，制造肯定的气氛如果用法不当，也可能产生相反的效果而制造出否定的情况。

有一位当推销员的朋友就曾经犯过这种错误，虽然他是公司最老练的职员，业绩向来居全公司之冠。

有一天他按照往例，挨家挨户去推销商品。他按了门铃而对方也出来开门。当对方开门时，他马上就说：

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

“今天还是和昨天一样热啊！”

“是啊！”对方回答说。

“最近经济不景气，人们的情绪又不好。”他继续地说。

“是啊！”对方也回答。

“现在到处都在压缩银根，真叫人不知如何是好。”他又继续地说。

这一类的问题虽然很平常，不管推销员如何说，顾客都会回答“是”。好像他已经制造出肯定的气氛，可是仔细检讨他说话的内容，却已另外制造出回答否定语气的悲观气氛。也就是说，顾客在听到他的询问后，会变得心情沉闷，当然也就什么东西都不想买了。

所以，要使对方回答“是”，问问题的方式是非常重要的。那么，什么样的发问方式比较容易得到肯定的回答呢？当然是你的问题已经暗示了你所想要得到的答案，这就是使对方点头的第二种妙法。

譬如当你在推销商品时，不应该问顾客喜不喜欢、是否想买，你应该问他：“你一定喜欢，是吧！”、“你一定很想买，是吧！”你必须用“这颜色很漂亮吧！”来代替“这颜色很漂亮吗？”因为，你问他：“颜色漂亮吗？”他可以回答“不漂亮”。可是，你问他：“颜色很漂亮吧！”他就不得不回答：“很漂亮。”

有一位担任推销工作长达十年的推销员，把他的销售心得写成了一本书，在这本书中他这样说：

“你不应该问顾客‘如果’，你应该问他‘哪一个’。”

这句话有什么玄机呢？作者解释说，当我们推销商品时，不应该逼问顾客买或是不买，而应该是协助顾客挑选买哪一个。也就是说，你应该用诱发性的语言，来引导你的顾客买你推销的商品。由此可见问问题的方式是非常重要的

你一定在电影上看过那些老谋深算的律师，在法庭为被告辩护时，一定是一步一步诱发原告说出对被告最有利的情况。

第三种使对方点头或说出肯定答案的妙方是，当你向对方发问而他还没有回答之前，自己也要先点头。你一边发问一边点头，可以诱导他更快点头，因为你的行动和态度会诱导对方的行动和态度。所以只要善用此原理，就会更快地得到对方肯定的答案。

那么要如何才能诱导对方作出你所期待的行动和态度呢？这个关键在于你说

话的语气和态度。

制造话题，引出另一话题

一、主动找出最有效的话题

纵使是初次见面，只要能谈得很融洽，就会成为你自己的好朋友。所以初次见面的印象很重要，若没有留给对方印象，对方就不会深刻地把您记在脑海里，而且会影响以后的交往。人的交往很重视第一印象，所以要留给对方好印象，才能开始这段好缘分，因此必须把你的交往诚意传达给对方。

由于每个人的工作都忙碌。所以经常沉默而不和人家谈话的人，更无法与人沟通，所以我们应该制造话题来交谈，而这种交谈的话题要如何寻求呢？有人一看到对方严肃的表情，就不敢开口从而放弃可以谈话的机会。

谈话这方面很值得作为参考学习的，就是接待客人那些餐厅或酒吧女经理的交际方法。这些人对于社交方法和接待客人的礼貌等都很了解，他们对待客人的态度和说话技巧确实和一般人不一样。他们绝不敢认为自己口才不好就不讲话，因为这是他们吃饭的家伙（谋生的方式），所以他们要想办法和客人接近，寻求谈话的机会，他们知道客人在了解餐厅或酒家的气氛以前，总是有若于不安感，所以为了消除这种感觉，就要主动地提出话题来和客人交谈。

提出怎样的话题才会引出另一话题呢？当然这也要视情况而异。关于这点，餐饮协会以前的某经理王先生曾说过，根据他的研究结果，对提供话题最有效的法则包括如下各项：

①有关天气的话题。例如：今天较热或今天很冷，或和天气预报相反的竟下起雨等（晴、雨、阴、雪等话题）。

②有关季节的话题。例如：已到了春天，但这种天气也不比冬天好多少等（温暖、寒冷、气候改变等话题）。

③嗜好娱乐方面的话题。例如：你好像晒黑了，是不是常打高尔夫球？（有关钓鱼、打麻将等话题）

④时事方面的话题。例如：当天报纸上的一些消息（即社会上的热门话题）。

⑤有关衣着、打扮的话题。例如：你这套衣服很好看：你的领带大概是外国名牌的吧？（谈及鞋子、打火机、手表等方面的话题）。

⑥旅游方面的话题。例如：最近我和几位同学到某某地方去旅行（这样说的话，常能引起对方谈论他在国外旅游观光的情况）。

⑦有关住的话题。例如：你住在哪里呢？哦！和我从前住的地方很近（住宅、环境、建筑物等话题）。

⑧有关学习的话题。例如：在生活、学校、学习、烹饪等。

⑨工作方面的话题。例如：你做的工作将很有前途（或工作是不是很忙碌等）。

若将以上这些话题放在脑子里，一定就有讲不完的话，可以不断地继续聊下去。

二、谈话最忌讳的有三点：假装内行、谈时势、谈宗教

上面所说的是站在女经理立场的用语作为例子而整理出来的，虽然公司业务人员和她们的立场不一样，可是寻找话题的原则是同样的。所以拿上面的例子当参考，再用心整理一下的话，就知道怎样运用。

另外平常也该注意报纸、周刊上的一些消息，也就是要广泛地熟悉各方面知识，要不然就缺乏与人谈话的内容。然而这种聊天所使用的话题，当然不需要太过于深入，因为对某事谈论太详细，或在一件事上讲太久的话，就难免影响别人谈话的机会与兴致，所以应该稍微提到一些，轻描淡写带过，好像说了点序言或介绍词一般就可以，以引起对方主动谈话的动机。

谈话时要注意的是不要假装内行，在座的好几人当中，往往有比你更内行的人，要是得意得连不清楚的部分也装内行，这样给对方的印象就很不好。

曾有一次，有对相当有社会地位的夫妻，开酒宴款待一些客人，当时那位夫人指着宴席上中国菜常用的木耳，得意地大谈木耳，结果有些人知道夫人讲错了很多地方，因而对这位夫人的印象就大打折扣。

类似的这种情形，相信你在日常生活中也看到了很多，所以不要为了交际谈话，反而弄巧成拙，虽然对方当面不敢批评你，可是心里一定会轻视你，对你的吹牛与说谎产生很坏的印象，

前面介绍过的那位王先生就会忠告餐厅女经理，绝对不可以和客人谈到宗教或时势方面的问题，一旦谈不好，很容易破坏客人的心情。同样也不要谈到职业棒球，因为不清楚客人是哪个球队的球迷，若你喜欢的球队和客人喜欢的不一样，就容易一言不和而伤了和气。还有件事要注意，即不要谈起对方的家庭环境，除非对方自己先提起，否则不要先开口问。

让对方按自己的期望去行动

为了使你不至于忽视别人的力量，为了使你能够和别人愉快地相处，以便借此地动和影响他人，进而获得他人的协助，你必须牢记这句话：不论任何人都有自私自利的一面，也就是孔子所说：“人若不为己，天诛地灭。”

不管对方是小孩、丈夫、妻子、上司、同事、下属、朋友或邻居，你都应该牢记下面四项原则，并且按照此原则采取行动。

- （一）每一个人存在利己主义。
- （二）每一个人所最关心的首先都是自己。
- （三）每一个人都希望被视为重要人物。
- （四）每一个人都希望受人赏识、器重。

当你拿到一张团体照时，你的眼睛首先搜寻的，一定是你自己。可见我们都是最关心、最看重自己。换句话说，人类只有在自我的饥渴获得满足后（就算仅满足一小部分也可以），才会忘却自己，把注意力转移到别人身上。所以，假使你想要影响别人并让对方点头称是，想要让对方按照你的期待去行动，你就应该先满足他对自我的饥渴。

牢记前述四项原则后，我们再来讨论那些条件，会使我们可以随时随地影响一个人。关于这项问题真是众说纷纭，其中较受人赞同也是较容易了解的是《人的操纵》一书作者卡耐基的说法。

他在《人的操纵》中说：如果我们想要按照自己的意思影响别人，我们必须遵守以下三个规则：（一）承认对方有五分理；（二）让对方有重要感；（三）在对方的立场上思考。

一、承认对方有五分理

人在犯了严重错误以后，通常都不愿意承认自己有错。俗话说得好：“做贼也有三分理。”从第三者立场来看不可饶恕的过错，在当事者看来却会有充分的理由，总以为错不在己。因此，如果你是莽撞、直率地正面指出对方错误的行为，你就不可能因此影响他、矫正他。

直率的态度，也不会在我们的人际关系中创造出有利的条件。因为一旦对方受到你正面、直接的指责时，他会立即采取防御的姿态抵抗你。无论你的态度多么诚恳，你的建议多么有益，他都不会敞开心胸接纳。所以你首先必须做的是：无论何种情况，先承认对方的立场。也就是先肯定对方的辩解有充分的理由，然后再掌握机会陈述你个人的意见。

推销员在推销商品时，不可避免地会遇到顾客各式各样的反对意见。有些顾客会说：“你不认为价钱太高了吗？”有些顾客会说：“你不认为这款太老旧了吗？”面对顾客的种种挑剔，推销员早已准备了各种各样的公式来对付。你最常听到的就是：“是的……但是……”这种解决反对意见的方法，也就是利用“是的”表示接受对方的立场，而用“但是”陈述自己意见的技巧。

我们相信不仅是推销，在我们面临各种反对意见时，我们也可以运用这个方法来解决双方之间的分歧。

在解决问题时，我们不应采用高压的方式，或正面直接地非难对方的过错，而应该站在对方的立场，仔细考虑对方的想法和理由。假使你能够这么做，结果一定对你有利。你会因而了解对方、同情对方，最后也就能够因此打动他、影响他，让他心悦诚服地点头。

二、让对方有重要感

根据心理学家的说法，每个人都盼望自己受人注目、受人欢迎。我们应该设法满足别人的这些企盼。

有本叫《霍桑工厂的实验》的书，虽然被视为是讨论人际关系的旧作，但有些实例的验证仍然相当有效。书中提到西屋公司的霍桑工厂对员工所做的一项实

验，此项实验的目的，在于调查影响工厂生产力的原因。

他们选出一部分的员工作为实验的对象。首先他们改善这些人工作环境的照明设备，以探究照明设备是否影响生产力，结果显示生产力因此大大提高。然后他们又把照明设备恢复原状，结果生产力仍然提高。此后他们控制的变因包括：工作时间长短、休息时间长短、膳食好坏等，结果均发现，不论变因改善，或是恢复原状，这些人的生产力均能提高。调查的结果，似乎说明了没有任何一项的变因可以影响生产力。

但是，谜底终究还是被解开了。这些被选为实验的员工，因为自己的入选而感到责任重大，因而产生荣誉感，这就是提高他们工作情绪和效率的主要原因。过去他们感觉自己不过是大机械中的小零件罢了，没有人会特别认真卖力工作。可是现在却是完全不同，他们已经成为全工厂注目的焦点。他们已经被赋予重任，他们知道自己已经不再只是领薪名单中的一员，而是被人赏识、被人当作是真正的人才。所以，他们必须有所改变。

各位不妨好好深思其中道理。当我们和别人相处时，也一定要能够满足对方的企盼，这样我们才能充分掌握对方的心理和行动。

当你交付工作给属下，或是委托孩子办事时，能否获得对方鼎力的协助与合作，上述的道理将是重要的影响因素。我们在一家旅馆经理的口中学习到一项重要的规则。这位经理惯用的口头禅是：

“不告诉对方理由，而用高压态度命令别人做事，是不会成功的。”

说服的效应

当初迦勒·法拉第发明电动马达时，想引起当时英国首相威廉·格莱斯顿的注意，以获得他的支持。

法拉第拿着粗糙的模型——在磁石的四周，缠绕着尽是一些小小电线的东西，去会见格莱斯顿。但是，格莱斯顿对这项发明丝毫不感兴趣。

格莱斯顿向法拉第问：“真的有那么好吗？”法拉第回答说：“总有一天，你会对这项发明课税的！”因为这样，法拉第的发明获得了首相的支持。

这是最具说服力的事实。

人都会遵循着自己的意志行事，这是相当重要的，也是不可否认的事实。

人们是依循着自己的意志行事，而不是依照别人的意愿行事。

法拉第深深知道这个道理。

当他听到首相说：“真得有那么好吗”的时候，如果他仔细说明这发明的潜在力量、使用方法以及坚持自己的理想，相信任何人都不会责备他；但是，这毕竟只是他自身的见解罢了！因此，他知道，即使对它作说明，也不会有什么效果的。

于是他这样回答：“总有一天，你会对此项发明课税的！”这是搞政治的语言，此项发明是以格莱斯顿的立场而说的，所以能获得他的支持。

这便是所有伟大指导者、发明家的秘诀：当人们开始行动时，他们非常明白行动背后的理由：站在对方的利益及立场来思考、说话及行动可以获得对方的支持。

即使没有遵守其他的说服规则，也许仍很顺利；但是惟独这条规则千万不可遗忘，这条规则是 ~~栽栽~~栽，也就是说服力的黄色炸药。这项规则正是高明说服力的真髓，倘若忽视它，你将无说服力可言。

为了使强有力的要素成为习惯，你就必须牢记住下面四项原则：

一、高明的说服力是讲述事实

你向某人请求做某些事情时，大抵会表示出你对事情的看法或意见。

当叙说单纯或残酷的真理时，你的意见几乎不具任何意义，人们对于你的意见会保持不变的态度。然而，高明的说服力便是讲述事实，而不是表示意见。

例如，汽车推销员这样说：“这是相当经济实惠的车子呢！”这只是单纯的叙述，只能被解释成“口上的推销”罢了。

但是如果说：“最近这种车种，根据测验结果显示，员公升的汽油，平均能跑员源公里的路程。”这便是事实，也许客人会考虑接受它吧！

如果你想召集某组织的成员，而这样说——“这是相当好的组织呢！请家长们踊跃来参加。”这只是你的意见，得不到一点影响力。

但是，如果说：“这个组织的父母成员有二百二十八人，每年举办四次会议，本周二晚上的集会里，我们将讨论有关教育的问题、老师和父母的关系、新的学习法、儿童心理学等。”不但说明事实，且有它存在的意义。

二、要说明的那个事实能让对方得到好处

有一次，我曾被知道这原则的推销员说服，而买了船外发动机。

起初我因一时兴致，而对这小马达有兴趣，看了三间展示室，每一个推销员都以如下的说法叙述着意见和事实。他们说：“这种发动机的马力是一般的两倍，三个口及回转的真空管，两者相互发火产生力量，而且活塞的排气量是八点八四方英寸。它的总组合是由混合调节气、真空管及多支管接续而成，是相当不错的马达。”

也许是相当不错的马达。但是，我无法领会那种事实，对我而言，这些话是不具任何意义的，也就是跟利益毫无关系。

我们知道，为了要使马达启动，最常产生的一个问题，便是针轴切断的时候。明白地说，便是当它碰到水底的海藻物时，取代马达的小针轴便会被折断。亚斯基 缘号曾被改装修正过，当一碰到海藻时，马上关掉推进器，为了让吊钩容易进行，逐次被钓着，且中途休息三十分钟，这样的马达即使不修理，也没关系。

所以不管你到多远的地方度假，纵使在必须修理的时候，他们也能修理。这样可以避免为了修理马达，而破坏休假气氛的情形发生。

如此说服持续二十分钟之后，我的车箱内安置了一个新马达。

每当推销员叙述事实，而显示出我能获得的利益时，也提供了我买马达的理由。

在买卖和推销上，常常这样讲着：

“客人并不是买商品，客人买的是这商品给客人的利益。”

并不是买香水，而是买好的香味。

并不是买车，而是买驾车的快乐。

并不是买运动器材，而是买娱乐。

并不是买花的种子，而是买美丽的花园。

并不是买貂皮大衣，而是买特权及美丽。

三、善用你的“用”枪

这是命中“金的利益”的枪，这里的“用”枪，意思是月窟金窟月窟金窟，即能够瞄准利益，命中目标的枪。不管是谁，比较其他的利益时，必定有一个最重大的利益，那便是“金的利益”，这正是我们行动上应有的目标。

例如，有一位医生，他花五万美元购买一幢新居，朋友去拜访他时，他引领朋友走在厚厚的地毯上，并且取下壁上的画，让朋友看他隐藏在豪华壁上的金库。构成买这房子的欲望，便是金的利益，即是墙壁上的金库，为此他花了五万元美金。

有人问换新车的朋友：此车有何特点吗？不然为什么买它？回答是：“不管从车子的外表和速度而言，好像都没有什么特别。”

那个人决定买车的理由是，如果上锁，后座的门便无法打开，还有在开车的时候，也不用担心小孩子是否会去打开车门。

现在说这些话，只不过是一些细节罢了！但是对当事者来说，都是相当重要的利益呢！

四、依情感而行动的说服秘诀

有一位很著名的辩护律师——克拉雷斯·塔罗乌，这样说：“感情是使你更有精神的最好方法，这并没有包含智慧和常识。”

说服审判官和陪审员的最大秘诀正在于此。他说：“如你所愿，审判官和陪审员会如你所愿作判决。”首先要引导对方的感情，然后站在法律的观点提供理由。

塔罗乌知道，人们行动并不是依循理智，而是依循感情的结果。

不管是谁，都依照自己所想的去行动。

如果你能够倾诉利益及对方的情感，更能增加一份力量。如果你能给予对方友情、好奇心、自信、幸福、所有权、魅力等的情感，便能说服对方。

有说服力的人，知道人们是依循自己的想法及原则而行动的。

所以，有说服力的人，都会遵守四项强效力说服他人的原则：

(员) 不要叙述自己的意见，要叙述事实。

(圆) 当指出事实的时候，必定要说明那事实会给对方带来怎样的利益。

(獭) 善用你的“月枪”，它能命中瞄准的目标，为你获取“金的利益”。

(源) 尽可能地使用情感说服秘诀，诉诸利益和感情。

帮助他人成功

一面帮助他人成功，一面为了使自己成为有魅力的人，有三个方法。

一、即使是无法赞同的意见，也要努力让他人的意见能顺利达成

例如，你想和朋友一同去看电影，而你想看的片子和你朋友的不同。最后你让步去看你朋友想看的电影，而在电影院时，你总是坐立不安，当大家笑的时候，你总是一副苦瓜脸。

电影结束后，你这么说：“多么无聊的电影啊！如果看我提议的片子不就好了。”在这种情况下，你完全忽视对方的存在，而认为自己只是单纯的奉陪朋友看电影而已。

也许大家听过一位年轻的王子和一位家庭老师之间的故事。女王对家庭教师这样说道：“我儿子，将来是国王，所以，儿子想要的东西，一定要给他。”

两三分钟之后，女王听到从小孩房间传来大声地叫嚷及哭泣声。女王吃惊地冲过去，并问家庭教师到底发生了什么事。

家庭教师这样回答：“您说过，王子想要什么，就给他什么。然而停在窗户外的是蜜蜂啊！王子一看到它，就说要蜜蜂。”

家庭教师完全依循着女王的意见，但是这样的做法显然是错误的，失去它的弹性了。

为了使他人的想法和做法能顺利进行，就助他一臂之力吧！如果确知他人的想法是正确时，毋庸置疑地支持他，但如果他持的是错误的想法时，其结果马上就会明白地显现出来，于是你就不用每件事情上费心了。

二、拿出真诚赞扬并支持他

我们要如何对付阻碍我们的敌人呢？或许大家听过吧！

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com