

说服人要懂心理学



[说服人要懂心理学_下载链接1](#)

著者:[美] Susan M. Weinschenk

出版者:人民邮电出版社

出版时间:2014-1

装帧:平装

isbn:9787115339577

每个人都想说服其他人做一些事，不论是说服客户购买产品、说服供应商提供高性价比

的服务，还是说服员工更加积极主动地工作，甚至是说服自己的另一半做饭。总之，我们每天都会用许多时间说服自己周围的人。你说服他人的成功率如何？何不充分利用心理学与脑科学的研究成果呢？你不仅能说服别人做你希望他们做的事，甚至能让他们主动去做这些事。

书中介绍了激发人类积极性的七大动力，即求知欲、归属感、故事的力量、胡萝卜与棍棒、本能、习惯以及思维幻觉。行为心理学家苏珊温斯切克博士逐一介绍了与这七大动力有关的研究成果，并提供清晰具体的行动策略供读者使用，比如下面这些有益的总结：

选择越多，人们就越容易后悔当初的决定。如果你希望人们不那么后悔，那就尽量减少可选项。

最有效的奖励机制是先持续奖励，然后间歇奖励。

如果你希望人们表现得独立，可以在他们面前提钱。但是，如果你希望他们可以和其他人合作或帮助他人，那就一定不能提钱。

不论是写书、演讲还是开会，都要把你希望人们记住的信息放在开头或结尾。中间部分的信息最容易被遗忘。

若要利用反馈意见激发人们的求知欲，一定要保证意见的客观性，不要把表扬和意见混为一谈。

说服他人，是一门学问，你有必要学学说服人的心理学！

作者介绍:

作者简介：

Susan Weinschenk

拥有行为心理学博士学位。在35年的职业生涯中，她一直致力于把心理学领域对人类行为的研究成果应用到商业领域中。她不仅是享誉全球的演说家，还为各种《财富》1000强公司、教育部门、政府部门以及非盈利组织提供咨询服务。客户送给她“智慧女神”的美誉，因为她博览群书，善于追踪神经系统科学方面的最新研究成果，并成功运用到人际交往中。她著有多部著作，最有影响力的是《设计师要懂心理学》《抓住听众心理：演讲者要知道的100件事》。

译者简介：

刘吉熙

1984年生，江苏扬州人；首都师范大学英语语言文学系硕士研究生，翻译理论与实践方向。已出版的译作有《社会化经济》《微博营销：140字的淘金游戏》《你不可不知的50个建筑学知识》《项目管理实战》侦探小说《脸》，并有多篇译作发表在杂志《幼儿园世界》上。

杨硕

1983年生于北京，毕业于首都师范大学英语教育系，硕士研究生，专业为“翻译理论与实践”，现主要从事科技翻译工作。译作有《你不可不知的50个天文知识》《影响宇宙学发展的20个大问题》《你不可不知的50个建筑学知识》《微博营销：140字的淘金

游戏》《口语教学实用技巧》等。

目录: 第1章 七大动力	1
激发积极性的七大动力	2
是否有操纵他人之嫌	6
第2章 对归属感的渴求	8
利用人与人之间的关联感提高工作积极性	9
用名词, 不用动词	10
利用他人观点的力量	11
由适当人选提出要求	13
巧施人情	17
让对方说“不”	19
运用模仿	20
通过模仿肢体动作营造融洽氛围	21
情感也可以模仿	22
迅速扩散	23
如何拉近彼此距离	25
如何获取他人信任	28
演讲者与聆听者的大脑同步	29
领袖效应	31
手势的含义	35
脸和眼睛也会说话	37
通过语调表达	38
人靠衣装	39
如何在瞬间成为领导者	39
第3章 习惯	41
习惯的规律	42
习惯是如何养成的	44
有意识地利用潜意识	47
如何在一周内养成新习惯	49
第4章 故事的力量	53
我能体会你的痛苦 (真的!)	56
以内在故事驱动自身行为	58
如何开启人格面具	60
“裂缝”策略	62
借助已有的人格面具固定新的人格面具	65
从小处着手	67
公开承诺	68
书面承诺更可靠	70
诱导新故事	72
第5章 胡萝卜与棍棒	75
说服别人自发做事	76
赌场的运作秘诀	78
五项基本强化机制	80
连续强化: 说服他人尝试新事物	81
变化间隔: 打造稳定的行为习惯	82
固定比例: 使目标行为频繁发生	83
固定间隔机制的效果略逊一筹	85
逐步强化	86
选择正确的奖励方式	89
奖励的时机	90
负强化	91
惩罚	93

第6章 本能 95
恐惧、注意和记忆 96
对疾病和死亡的恐惧 97
害怕失去 98
饥饿营销 101
害怕失去时，人们更需要熟悉的品牌 102
人人都是控制狂 103
安全感与参与性 105
新鲜感与注意力 106
令人上瘾的多巴胺 107
新鲜感与多巴胺 109
食物与性 109
第7章 求知欲 111
求知欲完胜奖励 112
给人特殊感 115
挑战就是动力 116
自主权调动求知欲 117
努力是好事 118
用反馈维持动力 119
利用福流状态 121
第8章 思维幻觉 125
大脑爱偷懒 127
寻找原因 129
运用连贯的故事 130
启动效应 131
死亡信息 133
锚定：当数字不仅仅是数字 135
提高阅读难度 140
被现状麻痹 141
让人不适 143
不要让人考虑太多或太久 145
押韵的话更显深刻 146
如何让他人记住信息 147
大脑中的图式 151
陈述与提问的区别 153
巧用比喻改变人的想法 154
把握时机 155
时间就是金钱 156
人们更看重经历，而不是物品本身 157
思想漫游 158
手提重物 163
第9章 案例分析：动力与策略的实际运用 165
说服他人捐款 167
说服他人采取主动 169
说服他人聘用你 170
说服他人接受工作邀请 173
说服他人选你作供应商 175
说服孩子练习乐器 177
说服客户为你宣传 180
说服他人投票 181
说服他人采取健康的生活方式 183
说服他人利用任务清单 185
说服人们废物回收 187
说服客户积极参与 189

说服他人换个角度看问题 191
第10章 策略列表 194
归属感 195
习惯 196
故事的力量 196
胡萝卜与棍棒 197
本能 198
求知欲 199
思维幻觉 200
参考文献 205
· · · · · (收起)

[说服人要懂心理学_下载链接1](#)

标签

心理学

心理

设计心理学

沟通

管理

图灵社区

职场

途径_纸本

评论

虽然有点蜻蜓点水，但一些实验和一些洞见还是有启发的

这个作者读过的第三本书，很喜欢这种cook book的形式。

”说服他人最简单的方法就是让他们发自内心地想做一件事“，这是最难的吧……

算是一本入门书吧，比较浅显易懂

一章浓缩了《习惯的力量》，一章浓缩了《思考，快与慢》。介绍了很多有趣的小实验。可延伸到其他场景。

非常实用的心理学读物，最近在研究如何帮助用户养成习惯，有不少建议值得参考。

打开眼界，好好学习

每部分后面都有策略非常好，但是有的内容不够容易理解且比较局限于工作上

挺实用的心理学技巧，心理学入门知识

[说服人要懂心理学 下载链接1](#)

书评

[说服人要懂心理学_下载链接1](#)