

# 微影响



[微影响\\_下载链接1](#)

著者:[美] 马克·郭士顿 (Mark Goulston)

出版者:新世界出版社

出版时间:2014-12

装帧:平装

isbn:9787510451140

运用联结型沟通技巧

实现影响力的加速度



互联网创业“菜鸟”通过一个微小举动招募到苹果公司的灵魂人物沃兹尼亚克，他是如何做到的？



耐克部门经理用一句真诚的劝诫，帮助创始人菲尔·奈特打造了全球第一运动品牌，他说了什么？



名不见经传的音乐制作人一句话也没有说，就促成了星巴克与“灵魂歌王”雷·查尔斯的强强联合，他做了什么？

如今，影响力不再是一种驱使他人为了自己做事的手段，真正的影响力是通过理解他人的立场、无私地给予、尽力争取双赢的结果，从而建立起长久的、稳固的人际联结。

在这本书中，两位作者用简单易懂的语言和大量的真实案例，描绘出一幅清晰的蓝图，告诉大家如何运用真诚沟通同理心来制造共鸣，如何调动他人的积极性来赢得认同，最终掌握这门“从偶遇中发现机遇”的联结型沟通艺术。

卓越企业内训读本

作者介绍:

马克·郭士顿 (Mark Goulston)

心理、沟通、营销

跨界整合专家

全美年度最优秀商业教练

FBI特邀顾问

医学博士，商界心理权威，心扉领导力 (Heartfelt Leadership) 主席兼联合创始人。“沟通类最佳培训教材”《只需倾听》(这本书已经被译成14种语言)的作者。

在近30

年间，郭士顿与众多知名企业展开合作，向人们传授处理各种复杂人际关系的方法，凭借其在沟通方面的独特洞察力，他成功地帮助IBM、柯达、高盛等《财富》500强企业实现了管理上的巨大突破。

约翰·厄尔曼 (John Ullmen)

加州大学组织行为学博士

美国空军综合素质教练

影响力专家，哈佛大学公共政策学硕士，著有多本关于影响力的书籍。他在加州大学洛

杉矶分校安德森管理学院任教，主持的“组织影响力”主题研讨会场场爆满。厄尔曼博士的客户包括苹果、思科、德勤、美林证券、迪士尼等数十家杰出的跨国公司。

目录: 基础章 影响他人为何越来越困难? 1  
影响力的大裂谷 3  
阻断情感联结的4个陷阱 14  
建立联结型影响力的4个步骤 28  
步骤一 超凡愿景: 池塘越大, 养的鱼越多 37  
结果: “过得去” 还是 “完美至极” 39  
声誉: 胆小鬼瞬间变身大人物 47  
人际关系: 好人缘更容易得到好结果 59  
步骤二 用心倾听: 眼睛看不到的地方, 耳朵却听得到 71  
他心里偷偷唱着哪支歌? 73  
掌握 “四级倾听” 的技巧 80  
愿意被人影响, 才能快速影响人 94  
步骤三 转换立场: 拆掉大脑里的 “墙”  
用 “3个理解” 调整大脑的 “默认设置” 107  
激将法, 让谈话 “活” 起来 119  
会说7个词, 就能与老外聊起来 128  
步骤四 多做一些: 切饼之前, 先把饼做大 137  
既然有开头, 就要有结果 139  
增添价值的3条黄金管道 151  
如何接受他人的帮助? 161  
进阶章 逆境中, 如何顺利发挥影响力? 167  
把脆弱说出来, 才会听到坚强 169  
让路, 也是一门艺术 178  
从 “我错了” 到 “我错在哪里” 184  
向内感恩, 才能向外影响 191  
案例章 运用微影响, 解决大问题 199  
将拯救流浪狗当成事业 201  
斯坦福医院给病人的 “微关怀” 205  
丈夫影响妻子, 还是妻子影响丈夫? 209  
如何安抚牢骚满腹的团队? 213  
结语 让我们开始影响他人吧! 217  
· · · · · (收起)

[微影响\\_下载链接1](#)

## 标签

交际

心理学

经济

沟通

个人管理

哲学

压力

2015wish

## 评论

营销心理

-----  
一本可以一阅而过的书，没什么特别实在的内容。本书主要内容有两点：1断裂型影响力 2联结型影响力  
前者：以目的为导向，不带感情。考虑的是我想让别人做什么，我能得到什么。  
后者：以过程为导向，看重情感。考虑的是我能为别人做什么，别人可以得到什么。

-----  
[微影响\\_下载链接1](#)

## 书评

不必战胜他们，跟他们一起获胜。——《微影响》  
曾有人将我们当下所处的这个时代命名为“场景时代”——由于信息技术的高度发达，我们身边的一切似乎都被“场景化”了。我们希求在不同场景间转换时，都可以通过技术得到一个唯一恰当的“解决方案”，譬如上班出行时，智能软...

-----  
人是高度社会化的动物，而所谓的社会，也只不过就是人们彼此交往以相互影响的场所而已。人在这个社会中生活，一方面要接受别人的影响从而完成个人的社会化，另一方面也通过影响别人而实现自己的目标，不管是从政，还是经商，抑或是自由职业者，都需要对别人施加影响而成就自己...

-----  
文/友竹

一个人影响他人的能力就是影响力，一个人所具有的影响力的强弱不仅会决定他的短期收益，更会决定他的远期成果。如果一个人对影响力的追求只放在短期收益上，就会倾向于使用断裂性影响力，也就是传统商学院和关于说服技巧的书籍教给人们的操纵别人的策略和方法。但这...

-----  
[微影响\\_下载链接1](#)