

说服力

特别奉献给咨询、金融、公关、营销、销售、法律等领域的专业服务人士

最大化你的说服力和影响力
同客户迅速建立信任并达成交易

*The Financial
Professional's Guide to
Persuading For 1000*

说服力

赢得客户 攻心至上

【美】加里·德莫特 (Gary Demott) 著
【美】米奇·安东尼 (Mitch Anthony) 著
陈良智 译

中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

[说服力 下载链接1](#)

著者:[美]罗伯特·西奥迪尼 诺亚·戈登斯坦 斯蒂芬·马丁

出版者:天津教育出版社

出版时间:2011-6

装帧:

isbn:9787530964538

《说服力》内容简介：小小的改变能让您的说服力大大不同。什么文具能让您的说服力

异常有效？什么单词能让您的说服力提高一半？为什么声称自己喜欢宝马的人，会最终选择了奔驰？为什么有那么多牙医都叫“丹尼斯”？您当然想让同事更多地认同自己，想让孩子听话地去做作业，想让邻居听从劝说，不再乱扔垃圾。每天，我们都要面对说服他人的挑战。怎样才能让别人听从我们的意见？《影响力》作者罗伯特·西奥迪尼，延续社会心理学领域六大原则，联手影响力研究领域三大巨头，告诉你说服力里不能说的秘密。

作者介绍：

罗伯特·西奥迪尼 (Dr.RobertB.Cialdini)：美国亚利桑纳州立大学董事教授，世界最著名的影响力及说服力专家之一。

代表作《影响力》销售已过百万。2003年，罗伯特因其对社会心理学的杰出贡献被授予唐纳德·坎贝尔科学奖。

诺亚·戈登斯坦 (Dr.NoahJ.Goldstein)：美国芝加哥大学商学院教授，其学术研究成果发表于多家心理及商业期刊，曾获得美国科学基金会及美国国立卫生研究院等多家政府机构嘉奖。

斯蒂芬·马丁 (SteveJ.Martin)：英国“工作中的影响”机构总监，该公司提供以本书策略为基础的相关训练及顾问服务。他是《卖了！

》(Sold!)一书的共同作者，并在世界各地演讲及主持研讨会；此外他还固定在英国肯菲尔大学、伦敦商学院等地讲授影响及说服力的课程。

- 目录:
- 1.怎样通过为观众制造不便来提高说服力钥
 - 2.如何将从众效应转化为说服力钥
 - 3.什么样的错误会让说服力大打折扣钥
 - 4.什么样的劝说方式会收到反效果钥
 - 5.什么时候选择越多购买的人越少钥
 - 6.什么样的情况会令赠品变为次品钥
 - 7.为什么高端产品的出现会推动次一级商品的销售钥
 - 8.恐惧能说服人吗袁或是有相反的效果钥
 - 9.在国际象棋上能学到什么样的说服技巧钥
 - 10.哪种办公用品会牢牢树立您的影响力钥
 - 11.为什么餐馆应该扔掉薄荷篮钥
 - 12.野不加附带条件治含有怎样的说服力钥
 - 13.帮助的有效期像面包还是酒钥
 - 14.怎样得寸进尺钥
 - 15.怎样成为影响力大师钥
 - 16.美国总统候选人怎么提高支持率钥
 - 17.怎样做能促使承诺兑现钥
 - 18.如何用一致性来对抗一致性钥
 - 19.从本杰明·富兰克林身上能学到什么样的说服技能钥
 - 20.什么时候提一点点小要求会得到长期满足钥
 - 21.高价位起拍或低价位起拍袁哪个更容易让顾客掏钱包钥
 - 22.怎样才能不动声色地野自卖自夸治钥
 - 23.成为房间里最耀眼的明星会带来哪些潜在的风险钥
 - 24.可以从领导者那里学到什么说服技巧钥
 - 25.为什么集体会议会导致一场灾难钥
 - 26.魔鬼代言人和真正反对者谁更有说服力钥
 - 27.为何正面教材有时不如反面教材钥
 - 28.怎样能化劣势为优势钥
 - 29.什么样的缺陷能打开人们的钱袋钥

30.何时才是承认错误的最好时机钥
31.何时服务器的瘫痪反而创造了良机钥
32.相似之处如何制造与众不同钥
33.何时名字会成为您游戏的筹码钥
34.我们能从侍应生身上学到什么钥
35.什么样的笑容能让全世界都以笑回应钥
36.是什么让人们收集纪念性茶巾钥
37.损失能教会我们什么钥
38.哪些单词最能增强您的说服力钥
39.什么时候刨根问底也会犯错钥
40.为什么简单的名字会让您具有优势钥
41.为何押韵的语句能增强说服力钥
42.关于影响力袁击球练习能教我们些什么钥
43.忠诚如何帮助你先人一步钥
44.盒蜡笔有什么说服力钥
45.怎样防止自己的努力到头来变成他人的嫁衣呢钥
46.什么样的东西会让人们注意自己的行为钥
47.忧伤会影响您的决定吗钥
48.情感因素是怎样增加说服力的钥
49.人在疲惫时袁更容易被他人欺骗吗钥
50.咖啡因对说服力有何影响钥
21世纪的影响力
正当的说服
行为的力量
工作中的影响力
引用文献
感谢辞
· · · · · (收起)

[说服力](#) [下载链接1](#)

标签

心理学

说服

罗伯特·西奥迪尼

思考方法

心理

营销

个人管理

行为经济学

评论

大量的案例都是《影响力》中提到过的，这本更像是个编纂案例总结，按照先后顺序读完收获很大，计划4月份再更细致地重读一遍

极有用的一本书，看完就能拿来用。7.2 (122人评价)

有点乱

和【影响力】比起来差多了一—读那本就够了，这本太杂太散，也就是能在培训时讲讲段子的水平而已。

不得不说这书从内到外透露着一股说服读者的气息，无论是论据的科学性还是现实性，还是整个内容的选择排版。

室友的书，放床头看几次就看完廖。

这本相比《影响力》更浅显易懂 不过还是能有所启发 就是内容太少
集中精力半天就翻完了

20120409, 付川频推荐 20130505, 开始读 20130506, 读完, 销售必读啊

挺有意思的书! O(∩_∩)O哈!

比起那本很有名的《影响力》，这本书更不成体系，只是一些案例的举例说明。好在说得逻辑也蛮清晰，案例也比较生动，比起那本炒作的很有名的《清醒思考的艺术》垃圾书，明显在两个档次上，值得一读。

这本书有点乱

写说服力总是冒险的，谋略者和被谋略者都在现场时说的实话总让人隐隐触痛，心理系能玩成这样，真应了作者最后的忠告：做一个堂堂正正的说服者

影响力的补充版，更加有讲故事的感觉，不那么学术了

学过一门社会心理学，就是运用社会心理学部分知识进行说服的事例集合，有些事例稍牵强，但整体都比较通俗易懂，可以实践下~比影响力弱太多…

内容没有连贯性 缺乏纲领 记住的不多

完全看不下去 把自己变强大了 说什么都可以说服别人

烂书。

老生常谈了，说到底还是自己要有本事，并且让对方不觉得你在坑他

很多很多的心理学小知识，是心理，也是人性

跟<影响力>一样地有影响力，有"说服力"！

[说服力 下载链接1](#)

书评

上一本《影响力》是从6个原则出发，讲述如何认识自身的心理特征来影响和说服他人。这本书则是用50个小短文来具体阐述这些原则。1、从众原则：人们对一件事的未来不确定时，他们会倾向于观察并跟随周围人的做法；如果暗示顾客，之前的大部分顾客都是这样做或选择的，...

因为此前读过《影响力》一书，六大原则的基本原理已心里有数，因此此书读起来也比较轻松。书中的观点很多是通过对大样本的观察、实验得出的结论，在大数统计上比较有道理，也有说服力，但并不保证在个体上一定适用，因此我称之为基于大众的行为心理学。书中的例子和案例比较多...

简单说一下吧，主要是对影响力中提到的几个原理的具体实例化。增加了一些新的东西，可以结合《不做平凡的傻瓜》来读。书中举的例子很是具体，可以当一个实用手册吧。

1、书中50点，基本都是“引出问题、引用实验、用法说明”；所以可以认为是“《影响力》实践手册”。

2、有不少案例或实验都看到过，直接导致我给这本书的评价不会高于3星。最初在哪里看到这些例子的，我倒确实不记得了，不知道是因为最近这类书看多了，还是确实出自《影响力》...

教你怎么说服别人的一本书。用出去旅游路上的时间看完的。

记录一下自己觉得还不错的地方法：

1.人们更愿意相信和自己相似度高的人所推荐的事物。

2.先给人贴标签，再提出与标签相符的请求会更容易得到同意。

3.从众原则，人们对一件事的未来不确定时，他们会倾向于观察并跟随周...

Lionel Richie唱得老歌say you say

me绝对是经典中的经典，英文金曲排行榜里无论横排竖排都是要把这首歌收入的。这也是上中学的时候听英文歌曲的启蒙教材。说你还是说，这相当于我们幼儿园时候唱过的：找呀找呀找朋友，找到一个好朋友的路数。可真的回到了生活中来，朋友却是...

《yes，说服》这本书实际上给“说服”这个词所应用的场景给了更加广泛的定义。我们用“说服”的心要去应对的不仅仅是同事之间或者朋友之间面对面的交流，也可是将说服策略应用到商业策略上：说服对方买单。其实，还可以用在说服自己上。在自己还没有形成习惯的事情上，往往...

强势的同时往往有着这样的特征：

以自己对对方能力的评判来决定是否要相信对方的语言，他们比较热衷先给说话者贴上便签：能力强还是能力弱，专业还是不专业，基于这样的内心判断再决定是否认真听。习惯打断对方的观点，直接了当的说：你别说的，不是这样的，先听我说。较真，...

001 明确沟通目标

在任何相对正式的沟通前，都需要先对于自己的目标有者明确的判断，否则很容易会被对方推着走，然后在过程中迷失了自己想要什么。002 找到利益相关者
识别事情推进过程中的关键干系人，包括最终利益相关者，过程利益相关者和需要关注的利益相关者，先从过程利...

书中用大量的案例说明一个原则如何奏效，共计60个细述。也许是外国人从事严谨，有些大家都已经习以为常，现在是被概念化成某条原则。对于普通读者而言，可以参考我整理的脑图，查缺补漏，如需要参考进行实操，可在本书中查阅，大部分案例相信在不同情境下还是不能奏效的，需要...

综合来看这本书不具备称为经典的价值，人际、商务、推广的大杂烩，比较《影响力》差距实在是明显。内容也缺少一种体系化的叙述，呈现更多的散点信息。建议作为经典人际关系的补充读物，随机性看看。

文中涉及商业推广方面值得关注，如从众心理的把握，敏感数值的关注，惊喜点的...

之前读书，没有太多做记录的习惯。从这本书开始，先做简单的读书笔记提纲。再将这些担纲根据自己的实际情况，重新写作书评。这样应该可以更好的消化吸收书中的精华，真正为自己所用。

一、英国1761年伦敦大地震恐慌是一个很好的显示从众心态的例子。
给别人一个焦虑感压力（地...

和某些人呆的时间久了，就会和此人有相似之处，所以我们要选择自己的朋友圈和生活环境，让我想起同样租房是选择在别墅区租赁费用较高的房屋还是租赁杂乱环境的便宜房屋这个故事，确实环境对人的帮助是非常大的。

要改变没有主见，视野狭窄，就要去阅读，收看和收听那些我们并...

说服力-说服他人的50个秘密 思路清晰，每个章节一个论点，用2~4个例子论证。
但这本书没有宣传的那么好。论点较老套粗浅，部分章节的论点更适合作娱乐，能实际运用的并不多。另外不得不说一句，这个版本的翻译真的很差。

[说服力](#) [下载链接1](#)