

图书基本信息

书名：《360°影响力》

13位ISBN编号：9787301227138

10位ISBN编号：7301227132

出版时间：2013-11-1

作者：HARRISON MONARTH

页数：216

译者：郑亚博

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

书籍目录

前言

致谢

影响力无时不在

从出生起我们就生活在各种影响中

为获取利益和争夺资源永无休止地斗争

我们的价值观是影响力的目标

深度解读人们的“非理性行为”

你正在被影响的十一种情景

不同的影响者，不同的影响方式

你的个人影响力宝库

360度影响力始于你

智商、情商以及社交智力：三种不同的智能

自我调控能提升你的影响力

打造更强大的影响力的十种技能

消除人们的抵制情绪

人们为何固执己见

如何改变想法

消除抵制，开始影响的十个关键点

厘清人们的真正动力与关注点

读心术：掌握精确移情的技能

调动所有感官倾听

体会言外之意：人们真正的关注点何在

通过“数字足迹”揭示人们的行为习惯、选择偏好及日常行为

决策方式决定影响能力

决策有多明智，我们的影响就有多远

最常见的决策陷阱以及如何避免

何时该听从直觉

优柔寡断的原因何在

决策越好，后悔越少

决策十招，现学现卖

从战略上影响他人的决策

认知能力决定想法和行为

价值观和信念影响决策

环境对人们选择的强大影响力

七种你可以发挥影响力的环境

掌握组织政治

组织政治

公平竞争的环境从来都不存在

迅速学习你所在组织独特的政治文化

评估你的真正实力

了解你周围的领导

运用政治战略战术提高你的影响力

影响上司：把他拽到你的想法上来

你具有高管风度吗

精通高管所看重的事情

紧要关头要树立信心

以让高管会采纳的方式推销你的观点

影响高级管理层的十种方法
掌握与高管闲聊的关键艺术
使你的评论中立化
影响异性：认清差异才能双赢
男女在大脑方面的差异
男女领导的不同风格
男女在沟通和冲突上的差异
女性发挥影响力时面临的挑战
男性发挥影响力时面临的挑战
男女组合的互补型团队更有影响力
影响公众：加深对你公司的印象
公司形象，人人有责
公司形象需要管理
公司形象管理出差错了
行之有效的形象管理
世界顶级品牌教你如何影响认知
用语言发挥影响力
掌握有影响力的语言
选择什么样的组织语言很重要
用讲故事的方式提升影响力
明确所要表达的主题
用强有力的文字表达
如何用语言提升影响力
怎样写作并发表
管理个人品牌的影响力
不是每个人都能成为奥普拉
“意外”建立自己的品牌
弄清楚你想要别人怎样看待你
建立有影响力的品牌
如何为个人品牌定位
损害个人品牌的十种做法
危机出现，抢先披露信息
后记

精彩短评

- 1、未到终场就不算结束
- 2、一本如何构建自己影响力的书
- 3、曝光效应：好感与见面次数呈正比。
- 4、前一半很有雄心壮志，后一半算是虎头蛇尾。
- 5、就是个筐，装了很多他人的观点，然后稍加阐释。
- 6、和所有此类书一样，范畴化方法不明确，太想面面俱到而丢失重点。好在行文不卑不亢，论证在理，参考价值还可以。
- 7、虽然没有感觉到像“是作者在多年培训首席执行官的实践中总结出来的，即使在世界顶尖名校也从未被讲授”评论那样神乎其神，但是，其中的一些话还是很有道理的！~

精彩书评

1、这本书属于李开复先生推荐的那种更多以实际案例为主要内容的管理学类书籍。阅读这类书籍之前，有几点大多数人存在的误区需要澄清。第一，很多人以为只有管理层需要阅读这类书籍。其实不然，即使是企业中的普通员工，也免不了要与其他部门或者领导打交道，所谓术业有专攻，并非其他人就一定有你的专业知识来判断当前事务的正确与好坏。第二，你现在看起来不可能碰到的事情并不一定以后碰不到。有很多人阅读此类书籍，会以自己现时是否有用，自己能否读懂作为自己认为书好看不好看的标准。如同电视娱乐节目的定位是迎合还是引导观众一样。书籍也一样。本书就是这种，目的在于引导读者去思考，而不是像心灵鸡汤一样，把观点直接施加给你。至于读者能够得到怎样的收获，或是对自己的生活能够产生如何的影响，都非作者力所能及。

2、下面是我看这本书记录下来的一些东西，感觉，看完了，也就剩下这些东西了。PS：喜欢看书的同时记录一些东西。因为页数比较多，所以没有放在了读书笔记那儿。花言巧语的骗子常常是最有魅力的人。——P114同时我也同意普费弗下面的话：“指望这些事情会自行好转，同时期待他人获得权力，然后怀着慈悲的意图运用这种权力改善局面，别白日做梦了，你不能指望这种事情会发生。”因此，当你明白你所拥有的权力，才能运用它给你的影响力去完成你个人或者事业上的目标。——P115工作不一定要更努力，但一定要更有智慧。更聪明、更努力的工作。——P124当你扩展自己的各个角度施加影响力的能力的时候，始终记住，和你一起工作的人都希望自己能够因为某项技能得到尊重，而不希望被看作是某个定型的角色。——P152弄明白你的核心信息，其关键是你自己要充分的相信它，然后用简洁有力的语言将你要传达的信息概括出来。——P181让我们看一些具体的例子。在这里我们主要关注具体词，因为与那些抽象词相比，具体词往往能使人们内心产生更多的影响。文字越具体，你的听众越容易明白你的意思。具体词通常能快速的翻译为具有感官意思的词，因为具体词是以你的五官为基础的。触觉、听觉、嗅觉、味觉、视觉、思想，都是具体词。而感知是一个抽象词，储存在我们的逻辑思维而非情感中。——P183当然，在特定情况下，你必须检查你的言语是否合适，但要选择最能引起人内心情绪、最具画面性，感觉最丰富的文字，唯有如此你才可以更好的影响你的听众。——P187当你寻找适合你的词汇时，我建议你考虑如下特点：首先，具体词是明确的，能表达你想要的意义。其次，具体词是通俗易懂的，无需查字典。最后，具体词能使你与听众产生情感和思想上的共鸣。无论在什么时候，如果你想要你说的话有影响力，那就必须树立信誉度和亲和力。这两点对你的成功吸引别人的注意力至关重要，如果可能，你最好让他们为你或者你的想法投票。——P185一般来说，吸引别人的注意力，或是将别人从某种懒散的状态中唤醒，WIIFM（译为：我能从中得到什么好处）必须是可信、有力的；而且越是能立杆见效越好。人们讨厌等待报酬的过程。你的语言必须足够鼓舞人心、积极向上，但不要做太多详细的描述，这样，你的听众就可以自己勾勒出你所提倡的未来的画面。一旦他们知道能从你的解决方案或提案中获得较多的益处后，现状或许就没有这么迷人了。而你就是要他们对现状——这种安逸的状态，产生不满情绪，进而改变现状人们反对甚至敌视你的想法，理由不一而足。但关键是，你要准确无误地了解他们的价值观和信仰，接着曝光他们、指出他们，并且说：“据我所知，虽然那些对你很重要，但是这些对你也很重要。”如果你是对的，他们就会兴致勃勃地继续听。——P186如果你想被赋予某种责任，那么你的行为就应该表现得与这个责任相符。——P201你可以按照这个模式继续下去：如果你想要别人认为你在危机爆发时能保持良好的状态……如果你想要别人认为你坚强不屈、沉着冷静、诚实可靠、慈悲善良……不论你想要别人认为你具有什么样的价值观念，你都要将这个模式在自己的行为中表现出来。——P207不管你关注的是哪个领域，很可能会有某个特别突出的人，给你的生活带来大量的价值观，而这些价值观又能和你看重的价值观产生共鸣，与你自身的价值观相一致。这个突出的人会在你的脑海中呈现一个个人品牌形象。你想到他或她的时候，在脑海也会浮现一些感觉和联想，这些东西你都可以在自身培养的，而且也有利于他人的利益。你只需要认真倾听，并了解别人最宝贵的是什么，然后根据这一点裁剪出你能够提供的东西。其结果将会是，你的个人品牌围绕某种价值观建立起来，而这种价值观又会擦亮你在他人意识里的个人品牌形象。——P209不要把障碍物设的太高太远，否则你连障碍物都到不了，更不要说越过了。如果你确实需要帮助，而别人又提供了帮助或没有终止原来的帮助，那就不要拒绝。——P212毋庸赘言，抢先披露自己的负面信息看起来确实非常有用，这也突出了监控秘密消息传播途径的重要性。如果你存在一些有关丑闻的闲言碎语，那么最好赶在它们泛滥之前就采取针对性的措施。如果你能抢先采取措施，那就不要回避它。你听过众多记者竞相猎取消息吗？当人们极度渴望消息的

时候就会发生这种情况。把消息给他们，全部给他们，他们就很有可能平静下来。最后，就当你真的犯错误了，你也要记住，你是可以缓过来的。你要始终牢记美国职业棒球纽约洋基队知名总教练尤吉·贝拉（Yogi Berra）的那句名言：“未到终场就不算结束。”在这里我在补充一句：全世界只有你才能决定什么时候才是终场。——P215——《360度影响力》哈里森·莫纳斯（Harrison Monarth）著

章节试读

1、《360°影响力》的笔记-L788

因为相信我们现有的观念，会使用生活变得更轻松。相信我们每个人都有一套属于自己的独特的思维模式，会给我们带来一种踏实的感觉，而少了它，我们会感觉迷失了自我。

.....
逻辑与事实不见得是最重要的观念驱动器。

.....
是这些源于生活经验的决策规则或经验法则有时会使人们误入歧途，部分原因是我们经常发生的感知扭曲。特韦尔斯基和卡尼曼表示，与其说把这些长期存在的探测法归因于大脑的结构，还不如归因于我们想要在不确实中创造确定的欲望。

.....
你既不能指望所有人对问题的看法都和你一样，也不能仅仅依靠冰冷的事实去消除人们的抵制情绪，让他们接受你的观点。

.....
必须提前意识到，无论是你的个人魅力还是你提供的证据，无论它们是多么有必要，都不足以说服别人相信你的建议是明智的。

2、《360°影响力》的笔记-LOC3419

损害个人品牌的十种做法：

- 1、行为反复无常
- 2、承诺过多或承诺不足
- 3、预期目标设立不当
- 4、对社交媒体应用漠不关心
- 5、喜欢当“隐形人”
- 6、发出相矛盾的信息
- 7、自己的理念不身体力行/语言的巨人，行动的矮子
- 8、不良伙伴关系
- 9、越过自己的级别，跑到高手如云的那一级别上竞争
- 10、面对竞争对手，不能标新立异

3、《360°影响力》的笔记-Loc1418

把焦點放在『你真正想要的是什麼』這個中心問題上。如果你只會說『我不知道』，那麼你需要弄清楚你對自己過去做過的重大決定有何反應，是什麼使你更幸福，又是甚麼減少了你的幸福感？

4、《360°影响力》的笔记-LOC3258

你将会意外地被人们标以某个品牌形象。它会产生并加强人们的某种观点，这种观点并不是你有意创造的，而且在大多数情况下，它会降低你在个人和职业发展方面获得成功的概率。一些漫不经心

的行为以及这些行为引起的与他们相关的各种情绪和看法最终会导致你意外地建立起个人品牌形象，这个品牌形象将会跟随你的整个职业生涯。

5、《360°影响力》的笔记-LOC3244

她确实给我们剩下的这些人树立了一个榜样：发现你的天资；驾驭你的技巧；然后工作、工作、再工作，向创造自己的品牌努力进军。……正是建构个人品牌的精义所在。……你也可以掌控你在他人心中创造个人形象的过程，进而影响人们对你的情绪、认知和了解。

6、《360°影响力》的笔记-LOC564

如果一个人在面临具体的问题时，能够在合适的时间点，以恰当的方式展现出那些由自我意识、自我管理、社会意识和社交技能构成的能力，并且经常能够取得成功，那么我们就可以清晰地看到这个人情商的高低了。

……
情商划分为四个部分：

- (1) 感知情绪的能力
- (2) 使用情绪思考的能力
- (3) 理解情绪的能力
- (4) 管理情绪的能力

……
即与他们相处的能力。

……
社交智力模型，五方面：
情景感知——感知到自己处于某种情景中
存在——对自己所处的环境的认知
真实性——对自我与他人的诚实度
条理性——口头表达能力和说服能力
换位思考——连通性

……
有毒行为能引起“疏远、冲突和敌意”，导致他们“感到自己没价值、没能力，引起愤怒、沮丧，或愧疚”。
滋补行为可以使他人“感到自己受到重视，很有能力，被爱、被尊重、被赞赏”。

……
要提高认知智商、情商和社交智力，是没有捷径可走的。

7、《360°影响力》的笔记-LOC1003

……
如果你愿意主动倾听，然后对他们的顾虑做出具体而实际的回应的话，你也许能进一步影响他们。

……

倾听的过程就是一个沟通者暴露其真正安排和感觉的过程。

.....
工作场所的听力技巧对一个人职业发展的重要性是讲话技巧的3倍，在创造积极结果的效用方面是读写技能的4-5倍。

.....
有效的听力过程包含四个关键因素：演讲者、谈话内容、信息的直观化、听众。

.....
演讲者此时成了一个关键变量，因为他表达中的细微差别、言外之意、所表达的意义、语言的清晰度等是变化的，需要听众把这些变更整理分类。

.....
出于某种战略目的的倾听实际上是一项积极主动的活动，因为对于正在接收的信息，包括非语言暗示，倾听者会瞬间解读、排好优先顺序、赋予其意义并评估信息的上下语境。

8、《360°影响力》的笔记-LOC3073

十种可以避免的言语陷阱：

- 1、与听众失去沟通，因为你背对观众，盯着屏幕上的幻灯片或活动挂图，或在白色书写板上写得过多文字。
- 2、开不恰当的玩笑，冒犯你的听众。
- 3、使用无关或模糊的例子和数据，导致听众注意力分散。
- 4、使用听众不太常用的言语和行话，并耗费时间解释。
- 5、让过多的听众发言，而产生喧宾夺主的现象，或提一些无关的问题、讨论项目。
- 6、提问阶段有些慌乱，因为你没有做好准备，或是害怕某些听众提问。
- 7、发言内容没有清晰的目标，听众茫然不知所措。
- 8、发言缺乏逻辑性，听众难以听明白。
- 9、运用故事情境展示数据，但没能使你所说的和听众产生关联。
- 10、没有一个战略的结论，听众不知道你到底期待他们做什么，下一步他们应该怎么想、怎么做。

9、《360°影响力》的笔记-LOC1589

群体思维是新闻记者WILLIAM WHYTE在20世纪50年代首次提出的，但人们经常把这种现象和心理学家欧文·詹尼斯联系起来，他是这样定义群体思维的：“当人们深深地融入到一个凝聚力很强的核心集团，而且这个集团的成员不屑于客观评估其他行动方案的积极性时，为了努力达到全体一致，他们会陷入一种思维模式，这就是群体思维。”

.....
社会对一个团队的认同程度，这个团队显著的或共有的行为规范，这个团队在处理其面对的问题时表现出能力上的自我效能低、缺乏自信等因素之间可能是相互影响的，这样就产生了群体思维。

10、《360°影响力》的笔记-LOC1165

.....
如果某项决策可能涉及你要追求的进步，你就不能犹豫不决，让别人抢占了先机，你也不能背负立场

不坚定的名声。你的同事最受不了的就是你不能当机立断，让尊重和影响力消失得最快的方法就是在重要的决策时临阵退缩。

.....
“我们越是狂热，我们离智慧也就越远”。

.....
“没有清晰的变量列表，所有的决策都将被平等对待，这很可能意味着，你根本就没有做决策的必要。”

.....
理性其本身并不能抑制冲动，唯一能中和某种冲动的方式是产生相反的冲动。理性可能形成一种干扰，激发想象力，来释放这种相反的冲动。

.....
根据你和他们想到影响的过程中，别人对你的陪伴，他们对你的专业知识、帮助、意见的需求程度与目的，可以看出你的受欢迎程度、对他人的贡献大小、你能提供多少有价值的资源以及你的影响力的大小。

11、《360°影响力》的笔记-LOC1827

组织政治行为是“一个过程，人们在这个过程中表明自己的利益、待议诸事项，以及种各观点，然后展开竞争、冲突或合作以达到以下目的：为了决策而解释并评估信息；分配和要求获得稀有资源和好处；构造或重新改造组织结构”。

.....
如果你把文化等同于组织政治，那么你就引入了这样一个命题，即文化是由组织的政治立场和政治偏好办公室的，这使一个组织中所有的小团体都变得独特。

.....
随着时间的流逝，这类事情会变成大多数人的第二天性，成为在工作场所最基本的普遍事物。

.....
“指望这些事情会自行好转，同时期待他人获得权力，然后怀着慈善的意图运用这种权力改善局面，别白日做梦了，你不能指望这种事会发生。”

.....
自恋者通常是防守型人物，他们更擅长说而不是听。当事不关己时，他们会因为缺乏移情心理，而拒绝提供帮助和指导。

.....
高管风度的核心是这样一种能力：做一个很好的倾听者，熟知不同谈话模式之间的连接点，从而深刻了解别人看重什么、需要什么、欣赏什么。

.....
我们努力施加影响力最重要的目标是获得买入资本。那些经过不断进化的影响力好比是通过借债建立起的一家银行，只不过这里存的是共识、信誉和权力。

表现出兴趣、不断问问题、认真倾听、积极参与、补充价值观念、善解人意……

12、《360°影响力》的笔记-LOC634

自我调控的过程分为两步：先设立一个标准，然后按照个这标准监控行为。

……
我们之所以在自我调控方面失败，最大的原因是我们对那些与目标直接相关的活动的关注不够，而其原因之一是我们设定目标时要么不切实际，要么这个目标和我们要实现的目标的兴趣之间联系不足。

……
由于我们忽视了风险，而不断失去信誉。

……
随时随地寻求反馈。你要从他人的反馈和自己的感受中了解自己，这才能提高你自己的情商。得到的反馈越多，你的认知就越准确，也就我准确地确实是坚守还是放弃。放弃不合理，坚守合理。

……
了解自己、控制自己的情绪、想法以及行为。

……
能够以自信而令人信服的方式将你的观点和想法表达给听众，是通向成功、增加影响力的捷径。

……
提出一种能够影响他人选择和行为的观点。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com