

《布道之道》

图书基本信息

书名：《布道之道》

13位ISBN编号：9787115267276

10位ISBN编号：7115267278

出版时间：2012-1

出版社：人民邮电

作者：瑞恩

页数：135

译者：李松峰,李缨

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

《布道之道》

内容概要

《布道之道:引领团队拥抱技术创新》旨在告诉读者如何说服自己的同事采用新的工具和技术。作者总结了7种怀疑论者模式：孤陋寡闻型、随波逐流型、百般挑剔型、激情燃尽型、时间紧迫型、发号施令型和不可理喻型。围绕说服这些怀疑论者，书中介绍了9个实用技巧和4个策略。理解并熟练运用这些技巧和策略，能够让你的技术布道生涯收获累累硕果。《布道之道:引领团队拥抱技术创新》适合IT行业的技术布道师、推广专家、产品经理、需求调研及实施人员阅读，同样也适合对前沿技术时刻保持浓厚兴趣的设计和开发人员参考。

《布道之道》

作者简介

Terrence Ryan Adobe公司资深技术布道师，致力于宣传和推广ColdFusion、Flex、Flash和AIR等技术。他毕业于宾夕法尼亚大学，曾在沃顿商学院供职十年。多年来，他始终在监理软件项目、组织代码评审、推广产业标准，不遗余力地说服同事拥抱技术创新成果。

书籍目录

第一部分 导言

第1章 为什么写这本书 3

1.1 本书组织方式 4

1.2 为什么要看这本书 4

1.3 本书目标读者 5

第2章 开宗明义 7

2.1 什么是业内发展成果 7

2.2 怀疑者指的是谁 8

2.3 为什么需要推销 8

第3章 解决正确的问题 11

3.1 为什么要布道 13

3.2 考虑方案 13

3.2.1 研究问题 14

3.2.2 摸底调查 14

3.2.3 开列清单 14

3.3 面临的挑战 15

3.4 几点建议 15

第二部分 怀疑者模式

第4章 了解身边的人 19

第5章 孤陋寡闻型 21

5.1 他们为什么不用这种技术 21

5.2 深层次原因 22

5.3 有效的应对策略 22

5.4 几句忠告 22

第6章 随波逐流型 25

6.1 深层次原因 25

6.2 有效的应对策略 26

6.3 几句忠告 27

第7章 百般挑剔型 29

7.1 深层次原因 30

7.2 有效的应对策略 32

7.3 几句忠告 33

第8章 激情燃尽型 35

8.1 深层次原因 36

8.2 有效的应对策略 36

8.3 几句忠告 37

第9章 时间紧迫型 39

9.1 深层次原因 39

9.2 有效的应对策略 40

9.3 几句忠告 41

第10章 发号施令型 43

10.1 深层次原因 43

10.2 有效的应对策略 44

10.3 几句忠告 45

第11章 不可理喻型 47

11.1 深层次原因 48

11.2 有效的应对策略 48

11.3 几句忠告	49
第三部分 技巧	
第12章 装满工具箱	53
第13章 取得经验	55
13.1 技巧分析	57
13.2 怎样成为专家	57
13.2.1 研究技术和工具	57
13.2.2 实际使用	58
13.2.3 向现有专家求助	59
13.2.4 教人使用	59
13.3 适用对象	60
13.3.1 孤陋寡闻型	60
13.3.2 随波逐流型	60
13.3.3 百般挑剔型	60
13.3.4 激情燃尽型	61
13.4 陷阱	61
13.4.1 强迫别人	61
13.4.2 傲慢或霸道	62
13.5 小结	63
第14章 传达理念	65
14.1 技巧分析	66
14.2 掌握表达的艺术	67
14.2.1 要做人，别做计算机	67
14.2.2 要有激情，但不能激进	67
14.2.3 要提建议，而不是申饬	68
14.2.4 要多听，而不是多说	68
14.2.5 保持积极的心态	69
14.3 适用对象	69
14.3.1 孤陋寡闻型	69
14.3.2 百般挑剔型	69
14.3.3 不可理喻型	70
14.4 陷阱	70
14.5 小结	70
第15章 展示技术	71
15.1 技巧分析	72
15.2 把握展示时机	72
15.2.1 等待机会	73
15.2.2 创造机会	73
15.2.3 培养机会	74
15.2.4 代码评审	74
15.3 适用对象	74
15.3.1 孤陋寡闻型	74
15.3.2 百般挑剔型	75
15.3.3 时间紧迫型	75
15.3.4 不可理喻型	75
15.4 陷阱	75
15.5 小结	76
第16章 适当妥协	77
16.1 技巧分析	78

16.2 找到折中方案	78
16.2.1 找到条件成熟的规定	79
16.2.2 找到与规定匹配的技术	79
16.3 适用对象	80
16.3.1 时间紧迫型	80
16.3.2 发号施令型	80
16.4 陷阱	81
16.5 小结	81
第17章 建立信任	83
17.1 技巧分析	84
17.2 如何建立信任	85
17.2.1 不要故意撒谎	85
17.2.2 不要回避事实	85
17.2.3 永远不要制造FUD	86
17.2.4 承认错误	86
17.3 适用对象	87
17.3.1 激情燃尽型	87
17.3.2 百般挑剔型	87
17.3.3 不可理喻型	87
17.4 陷阱	88
17.5 小结	88
第18章 公之于众	89
18.1 技巧分析	90
18.2 让自己成为焦点	91
18.2.1 开源你的工作	91
18.2.2 参加竞赛	92
18.2.3 为得奖而设计	92
18.2.4 让人评审你的项目	92
18.3 适用对象	93
18.3.1 孤陋寡闻型	93
18.3.2 百般挑剔型	93
18.3.3 激情燃尽型	93
18.3.4 发号施令型	94
18.4 陷阱	94
18.5 小结	94
第19章 注重合力	95
19.1 技巧分析	96
19.2 构造合力	96
19.3 适用对象	96
19.3.1 时间紧迫型	96
19.3.2 发号施令型	97
19.4 陷阱	97
19.5 小结	97
第20章 搭一座桥	99
20.1 技巧分析	101
20.2 搭一座桥	101
20.2.1 情况调查	101
20.2.2 找一座桥	102
20.2.3 搭一座桥	102

20.3 适用对象	102
20.3.1 随波逐流型	102
20.3.2 百般挑剔型	102
20.3.3 激情燃尽型	103
20.3.4 时间紧迫型	103
20.4 陷阱	103
20.5 小结	104
第21章 来点刺激	105
21.1 技巧分析	106
21.2 给大家提一提神吧	106
21.3 适用对象	107
21.3.1 孤陋寡闻型	107
21.3.2 随波逐流型	107
21.3.3 时间紧迫型	108
21.3.4 百般挑剔型	108
21.3.5 激情燃尽型	108
21.4 陷阱	108
21.5 小结	109
第四部分 策略	
第22章 简单，但不容易	113
第23章 无视敌人	115
23.1 怎么无视敌人	115
23.2 为什么不好处理	116
第24章 先易后难	117
24.1 难度分组	117
24.2 容易	118
24.2.1 孤陋寡闻型	118
24.2.2 随波逐流型	118
24.3 难	119
24.3.1 激情燃尽型	119
24.3.2 时间紧迫型	119
24.3.3 百般挑剔型	120
24.4 最难	120
第25章 借力支持者	123
25.1 请求帮助	123
25.2 创造布道者	124
25.3 交叉推广	125
25.4 消耗关注	126
第26章 说服管理层	127
26.1 希望管理层做什么	127
26.2 怎么做到	127
26.2.1 解决管理问题	128
26.2.2 用数字说话	128
26.2.3 解释为什么需要强制执行	128
26.3 接下来怎么办	129
第27章 最后的话	131
27.1 经验教训	131
27.1.1 成功过度	131
27.1.2 莫求回报	132

《布道之道》

27.1.3 你可能错了	133
27.2 成功之道	134
27.3 问题会扩散	134
27.4 只有过程，没有终点	135
参考文献	136

章节摘录

版权页：这一类问题的关键就是必须解决。对于管理层或者规章制度所宣布的变更，任何人都不可视而不见。无论人们是否反对，公司都会安排时间来执行这个变更。这正是你跟时间紧迫型的人讨价还价的基础。他们已经接到指示，要为这件事投入时间。关于是不是有时间的问题，已经有结论了。现在，问题是你要给他们提供一个解决方案，让他们能在相对长的时间段里面节省一部分时间。对于争取时间紧迫型的人而言，没有比这个机会再合适的了。19.3.2 发号施令型不言而喻，这个策略是专门为管理人员量身打造的。这是把你的工具变成解决他们问题的方案的最佳例子。对于管理人员，最紧要的问题是，你必须把自己的工具或技术设计得让他们一眼就发现它是一个合适的解决方案。别忘了，关键在于商业上的因素，例如成本、时间、服从和工作，而不是诸如性能、封装等这一类的技术因素。19.4 陷阱构建合力是一种环境造就的策略，对于环境的变化你是无法掌控的。你不可能自己把规章制度中的某一条改掉，为自己创造机会。只有当客观条件具备的时候，这个技巧才能用得上。即使让你逮着了这么一个机会，也免不了会有人将它视为儿戏，或者抱着某种侥幸心理而有意加以抵制。这些不过是人类的本性而已。但是，这些问题你都可以控制。不是有一句老话吗，叫做：“如果你手里拿着一把锤子，那看什么都像是钉子。”因此，一定得保证自己的技术真的跟商业问题有着恰当的结合点。可不能干那种削足适履的事儿，明明不合适非得生拉硬拽，强求一致。请参考第3章来判断自己的工具或技术是否合适。

《布道之道》

媒体关注与评论

“在这本书里，Terrence Ryan、清晰地分析和概括了常见但又难以捉摸的人性——怀疑。同时，他也针对推动循序渐进的改变给出了切实可行的解决方案。人类确实经常会莫名其妙地抗拒遵循最佳实践，但这本书不仅有助于认清人们这么做的深层原因，还会告诉你如何在逆境中成功。从本质上说，这是一本讲模式的出色书籍。”——Ben Nadel，Epicenter咨询公司首席软件工程师“人际关系是让搞技术的人最头疼的一个话题，也是技术图书中很少涉及的一个话题。Terrence在本书中颇有见地而又条理分明地对这个话题进行了剖析。本书可以帮你理解各种反对者类型，帮你有策略地把人们引导到你的技术方向上来。”——Bill Karwin，《SQL反模式》作者“Ryan、以工程师的眼光、心理咨询师的洞见、一线战士的经验，为读者提供了一整套解决最迫切问题的系统方案。”——Jeff Porten，国际咨询顾问”这是第一本讲述如何推广技术成果的书，它回答了从事应用或Web开发的程序员都关心的问题。Terrence Ryan的语言幽默风趣，丰富的实例让人身临其境。读罢恍如作者刚刚在你们公司会议室里做完演示一样。”——Brian Rinaldi，Adobe公司Web社区经理

《布道之道》

精彩短评

- 1、对提高自己的管理团队的能力有帮助。
- 2、向团队推荐新工具和技术时需要的技巧。
- 3、适合技术人员看的布道书，针对不同的情况都做了分析，比较全面
- 4、把人分类对待，想起了爱的五种语言
- 5、经验汇总，指导读者去做说服、引导的工作（本书侧重于IT技术推广领域），虽然事例是IT技术相关的，但是其它领域也是适用的。
 - 1 对说服对象进行甄别、分类、不同类型适用不同的说服方法
 - 2 首先要成为该提议方案的增加，理解问题的背景、其它解决方案的优缺点、提议方案的优缺点，为何要选择该方案
 - 3 自己预演推介过程的各种问题，有备无患，提高说服的成功率
 - 4 沟通技巧也很重要
 - 5 可能的话，将解决方案发布为开源方案，方便他人，自己也可以将其更完善，采用量大的方案更易推广
 - 6 声誉，推荐人有良好的声誉，提高在听众中的可信度，成功历史多的当然大家对你信任度更高！
- 6、书名吸引人，内容无实质。
- 7、好薄的书。
- 8、看了一遍，还得再看几遍
- 9、KINDLE里200多页的小册子，一口气读完，对程序员这种生物会有一种很直观的评判。
- 10、书名起的好。对反对的人分了下类，还有点意思，但内容跟沟通，领导之类的没有什么差别。方法大家都知道，关键是心态和素质。
- 11、我只有一个问题书中未做解答：如果管理层人员是不可理喻型，该怎么处理呢==
- 12、好薄薄的一本书，好贵贵的人民币。为何进口的如此之贵，如此之贵，如此之贵，如此之贵。
- 13、推广任何东西之前，之后，都值得应用书中的理论框架仔细分析一番。书中对各种怀疑者模式的分析非常有趣。寻求支持者的时候需要坦诚、毫无保留，正如作者强调的“本书不保密”，没必要向其他人隐瞒本书的内容。
- 14、哟西。怪实用的。
- 15、其实这不是很技术的一本书，用来描述如何推进技术创新。方法就是将决策影响者进行分类，然后依次击破。但我觉得太学究了一点，不适合程序员
- 16、指引实现自己价值
- 17、值得阅读的一本书
- 18、程序员招架指南，咨询师必读。
- 19、实用
- 20、内容一般般吧
- 21、本书和所有教人谈恋爱的书一样不靠谱... 你百般技能用尽了人家讲不定就是不喜欢你说话的语气所以不爱你 怎么办？// 这种问题上天赋远远比技巧重要
- 22、好职业不知道我们公司什么时候可以有这个职业所有的高管都在用十几年前的理论说事
- 23、一本对想推销自己技术方案并让别人接受的布道师非常有用的书。书中列举了七种典型的对新技术的怀疑者，并给出了各种应对方案。书不厚，很精炼，技巧性十足。
- 24、技术不会驱动商业，商业只由商业驱动。商业问题始终比技术问题更重要。有趣的是那样几种怀疑者模式归纳得好啊，" 孤陋寡闻型，随波逐流型，百般挑剔型，激情燃尽型，时间紧迫型，发号施令型，不可理喻型。 "
- 25、这本书读得我很累。。。
- 26、推荐给非技术导向型公司的技术人员
- 27、强烈怀疑此书是由PPT改来的！7.22读毕
- 28、翻译太一般了
- 29、布道之路.~
- 30、深刻的理解到，跟一群热爱技术，思想开放的人一起工作是多么的幸福

《布道之道》

- 31、没时间做正确的事，但有时间重复做错误的事，谁都不应该盲目地接受别人替自己选择的哪怕是正确的道路。书很经典，但却太薄了，上了三次厕所看完.....有点戳中痛点也略有隔靴搔痒的感觉。
 - 32、把程序员分析的很彻底啊。
 - 33、太多又好又有效的工具出现，重复轮子是不必的，团队越小，越容易接收新技术。
好的技术往往是翻倍的生产力/
 - 34、老师和布道师是我职业生涯规划的终极目标，从这本书中，我学到了很多作为一个布道师需要注意到的事情，以及布道师的一些工作内容。只是，我更希望这本书能介绍一些具体的事情，类似于小说一样去记录布道师的工作以及遇到的小困难，而不是如同大多数的管理书籍一样泛泛而谈一些模式。
 - 35、感谢@xiaoyun_little 借书. 实用扫盲读物, 可以作为咨询师手册的一部分. @HuZhenbo
 - 36、技术的变革推动不是一项容易的事情，当公司里怀疑的声音很多时，往往我们会遇到一定的困难，因为你很难让他们心悦诚服的接受你的观念。本书提供了一系列方式来帮助我们更轻松地在公司中推行一项新的技术创新。在我们的工作过程中，这种问题确实碰到不止一两次，基本上碰到的情况在书中都能找到影子。一方面，需要让自身对新技术有足够的了解，以能够从容应对别人的疑问；另一方面，也需要向别人展示出新技术优秀的一面，如果能够有原型产出，那会更有说服力。
- 不过，这本书读下来的感觉并不是技术书，而像是手册，在教导我们怎么跟不同类型的反对声音进行沟通。个人觉得技术管理者更应该看看这本书吧。
- 37、一本关于团队管理的书，前段时间比较迷恋敏捷思想，看罢之后有点想成为技术领导者，带领团队成长。不过现在还是先扎扎实实提高自己，为找工作做准备
 - 38、人是重中之重，难中之难，这本书很接地气地讲人的问题
 - 39、在ThoughtWorks工作这么久了，这里面的技巧简直是家常便饭。通篇看下来，没什么不知道的，不过总结的非常全面，值得TW的同学们都读一读。时不时拿出来查缺补漏也是不错的。
 - 40、就像重构前先识别代码的坏味道一样，这本书先把怀疑者分类：随波逐流、孤陋寡闻、激情燃尽，百般挑剔、时间紧张、发号施令、不可理喻，然后给出解决方法：传递理念、展示技术，适当妥协，建立信任、公之于众等。最后给出了解决策略：对于不可理喻型的人要像障碍物一样绕开，其他类型需要按照先易后难的顺序解决，然后和已经转变的人一起合力帮助其他人。当然，这仅是一种解决策略或者布道之道。因为人不像代码，是死的，人都有自己的思想，是最难沟通的，所以不可能有固定模式，要在不断实践中，变换策略，增加经验。
 - 41、送货速度快，书也好，还不错啦
 - 42、可能中国人在汉朝的时候就精通此道了吧...
 - 43、没什么特别的见解啦
 - 44、又是一本“两个月之前看到就好了”，可是“没有这两个月的教训又怎么能理解的深刻”的书
 - 45、方法论一本
 - 46、技术人都应该读一读的书
 - 47、不仅是“技术布道”，对（技术）管理者甚至任何需要说服别人的人都有帮助。
 - 48、我管它叫吐槽书。
 - 49、代码之余看书放松下，还不错。
 - 50、看目录就够了..
 - 51、讲的各式各样的人，以及应对方式，很像是管理心理学，可以作为一种参考，但现实中的人绝不是这么绝对的分。
 - 52、随便看看还可以，实际的借鉴价值非常有限。我觉得我也是一个比较难被说服的人，大概是书中说的不可理喻型
 - 53、还可以，说人的技术书。
 - 54、对怀疑者模式的分析的很到位，感觉把这些直接讲给怀疑者效果会更高
 - 55、知易行难
 - 56、部门“图书馆”有藏，准备借来读。已读，不怎地。

- 1、说服别人接受自己的想法这样的事情，不仅仅只发生在IT行业，也同样发生在其他需要团队合作的行业中，只不过在IT行业里这样的事情更频繁，也更特点鲜明。融会贯通地看这本书，才能将书的全部价值榨取出来。将自己的新点子在团队中推广开来，大多数的时候我们其实并没有事先思考采取什么行动方案，而是潜意识中自然而然的行。如何推广，我认为最根本需要的是热情和责任。如果不是因为对事业和团队的热情，我们根本不必要讲出自己的想法，做好自己的工作老实拿工资就好。而在热情无法持续的时候，责任就会发挥它的功效。书籍的作用也是潜移默化的，想要在看完书后马上就变成团队中的领袖那是不可能的。慢慢让自己充满热情与责任感，书中那些影响团队的方法就会由内而外地展现出来。这本书也同样适合产品经理阅读，前不久看的《启示录》和这本书相得益彰。做互联网产品也能在本书中找到经验，怀疑新技术的七种人把他们从团队中放到市场上，就是七种怀着不同心态的用户。揣摩他们的心理，对开发产品很有帮助。最后讲一下图灵这一系列的书籍出得非常棒，思维脉络相当清晰，一章一个重点且有小结，阅读起来又快又适合自我总结，好顶赞。
- 2、看起来很高深，读来一般！客观上说了一些情况，实际上没有太多新意。从对方的角度看待问题，采用发展的思路看待问题，根据不同的人采取不同的方案，使用数据说话等等。本书提到的布道主要指团队内部开发工具技术，不同于我们互联网新技术观察、分析、消化和发表观点的事（或许也有关系）。写的不怎么的！但还是佩服国外人的严谨态度和精神。
- 3、这本书虽然看着像是一本技术类书籍，但其实我觉得适用面应该会更广一些的。可能你在工作中不一定有「布道」的需求，但我想毫无疑问你会有过这样的经历。你了解某个问题的一个很Cool的解决方案，推荐给你的朋友，你希望他们接受你的建议，却发现他们听完后并没有作出改变的意思。虽然不像工作中的「布道」失败会对你造成影响，但这种情况依然会让人沮丧，久而久之也许你就失去了向他们推荐的热情了。这本书其实就是一本应对这些情况的实用心理手册，它将拒绝接受「布道」的人进行分类，分析他们拒绝的原因，并提出具有普适性的方案和技巧来针对不同类型的人逐个击破。不过其实布道并不是一件轻松的事，就我看来，你读完这本书对你需要做的事情应该很清晰但并不意味着它们很简单。所以最终愿意去进行布道的人从某种意义上是一种理想主义者，他们为此付出努力是为了让自己能够舒服地工作，让事情以符合自己品味的方式来完成。但即便你不是这样的人，这本书也能帮助你了解你的同事，总有一天你会面临用得上这些信息的时候。
- 4、这本书很薄，我看书不快，花了大概3个晚上也看完了。作为一个技术人员，在业务公司里都会面临这个问题：开发人员和项目往往会遇到困难，这会让他们非常痛苦。管理层看不到这样的痛苦，只会认为你们工作不够努力，所以认为加班很合理。而这困难，可以采用新的技术避免。这改变不会自然而然的发生，而是通过某些人的努力去改变。不要指望领导有天突然下令改变，他们站的太高，看不到你的痛苦，所以只能靠泥潭中的你们。作者就是这么一个有着改变团队的癖好的人。很难得他把经验总结出来，写成书分享给我们。这样，同样希望改变团队，却毫无头绪的人，就可以照着他的书来做下去了。书中总结了7种类型的怀疑者，9种技巧。每种技巧分别适用于不同类型的怀疑者。最后一部分讲策略，如何运用这些技巧，去改变团队。最后一章“最后的话”让本书上升了一个高度，不是按照书中的方法去做，达到了目的就成功了，这次改变也许就是下个痛苦的原因。变得更好，不是一个目的地，而是一个方向，没有止境。看完以后，面对这么多类型的怀疑者，我不禁质问我自己，我是否也是其中之一，是否曾经是某些类型。而面对布道的作者，我又不禁沉默，曾经我也遇到过很多痛苦，可最后没有改变几个，只好通过跳槽的方式解决。
- 5、在IT这个日新月异的行业，需要人不断学习和更新知识技能，如何让团队通过拥抱变化从而不断提高和改善？如何让不同的人能够认同和积极面对变化？作者在本书中讨论了如何用各种手段来说服和影响不同的人群在面临变化时。

章节试读

1、《布道之道》的笔记-第85页

由于知识的更新速度太快，真正的专家与过气的专家之间的区别就在于能否持续不断地学习和更新。既然连专家都要不断学习和更新，那么真正的专家与要努力成为专家的人之间就没有太大的差距。只不过那些专家在这条路上比你走得稍远一些而已。

2、《布道之道》的笔记-第13页

我们经常忽视让团队成员之间更好地沟通的价值。想一想，那些关于写注释、用制表键，还有如何命名变量的争论，归根结底都是缺乏沟通的表现。让其他开发人员轻松看懂你的代码可不是件小事。这里边可能意味着要遵守公司的编码约定，或者要使用某个代码框架。

3、《布道之道》的笔记-第276页

说服技巧之搭一座桥

根据公司的实际情况和自己想推行的方案，发现他们相差太远，推行太困难，那就找一种折中的方案，让大家先接受一个简单的小改变，再在小改变的基础上再做小改变，来完成整个大改变。

对随波逐流型：他们需要被引导，搭容易通过的桥，容易引导他们做改变

对百般挑剔型：他们必然会批评新方案，就对某些方面的批评做一下妥协，采用折中方案。当然妥协不是无限制的，否则就无法做改变了。

对激情燃尽型：和上面类似，根据他们的痛点修改方案，绕过他们的痛苦经验

对时间紧迫型：通过折中的方案让他们不需要花时间学习太多，但能得到好处。

这种方式工作量大，可能需要自己设计制作折中方案。

4、《布道之道》的笔记-第87页

FUD，代表Fear（害怕）、Uncertainty（不确定性）和Doubt（怀疑）。

5、《布道之道》的笔记-第161页

传达理念

要让别人知道这个工具，首先需要宣传：

- 不要吓跑听众
- 要吸引听众

一个技术本身好，正确。并不一定可以赢得听众。适当的表达方式，可以让对方更容易理解这个技术的好处。表达方式，对别人施加影响的能力，是可以学的。

谈新技术的好处，而不是老技术的坏处

《布道之道》

要激情 -> 新技术能改进工作方式
不要激进 -> 新技术是正确的！

多听，而不是多说

引导别人

1. 为什么你会选择他？
2. 你想解决什么问题？
3. 他能不能很好得适应工作流程？

引导他们自己得出，新技术好的结论，而不是自己强行灌输。

让别人觉得你很友好。

对孤落寡闻型：传达方式不能太强势，传达知识，信息为主，否则容易让他们转变成其他类型

对百般挑剔型：这类人必然要争吵，正确的传达理念的方式可以减少争吵，甚至让他们慢慢听你的

对不可理喻型：其实不可能真正转变这种人。多么务实的解释都不能打动这些人。自己所能做的是让自己说的内容和方式尽可能合理，从而让别人觉得他们的不可理喻是自身的问题，而不是新技术的问题。

注意：

- 以诚待人，切不可让人觉得自己是推销员，过于积极的推销东西，而不管新技术是否真正合适

怎么传达和传达什么一样重要

6、《布道之道》的笔记-第十三章 取得经验

布道师是温和的信仰，是治愈系的终极目标啊！特别喜欢这本书里的这段话：挑选新的技术或工具是个苦差事。即使新的技术或工具将来能够节省时间和精力，但总还是有点远水解不了近渴的意味。为了推广新技术，要么需要有积极性，要么需要有捷径可走。或许你很有积极性，别人都不如你的兴趣深厚。但这并不是说别人有什么错误，只不过他们并没有你那么要求上进罢了。既然他们没有这种进取心，你就得成为他们的捷径。

回忆一下你在学习自己准备推荐的工具时付出的种种努力。有一次你发现它不能正常运行，可能是因为自己不知道该用什么语法，也可能是忘了某个选项，而在你打算通过google搜索来找到解决方案时，却又不知道该搜索什么。这件事记忆犹新吧？那时候，你有两个选择：继续或者放弃。你选择了继续，因为你对这件事一直充满激情。一定要让你的同事在面临类似情形时，能够再多一个选择：问你。

7、《布道之道》的笔记-第90页

《圣经》的模因，给与我新的感触，“在自己的家乡永远成不了先知”和中国的那句古话很相似，“外来的和尚会念经”，两个都是现象，只不过一个说的是自己，一个说的是外来人。确实，那些了解你调皮捣蛋的人是不会接受你的布道，不会马上接受你比他了解的那个你牛很多的事实。

从这个来说，就需要布道之人想要把自己布出去，把自己的能力宣扬出来，这样才可能进行布道，否则只能去另外的一个地方去布道。

8、《布道之道》的笔记-第54页

《布道之道》

已经看到了第三部分的开头，每13章了，每章基本上就2页，说实话刚开始看的时候，感觉稍微有点脑子的人都会知道的道理，还去写，当时就鄙夷了一下外国人，什么东西都能写出书来，看到第9章左右，开始有些转变，有些鸡肋的感觉了，可以看下去。

把反对的人进行分类，确实有利于有地方式，而且也比较深刻，可以在你遇到事情的时候，很形象的想起来这个人对应的分类。准备这两天读完这本书。

9、《布道之道》的笔记-第316页

说服技巧之找点刺激

让自己的技术一下解决一个困扰大家已久的问题，极大提高效率，让人觉得刺激。。。

10、《布道之道》的笔记-第243页

说服技巧之公之于众

在公司内部无法得到认同时，公开自己的作品（开源），通过外部公众的认可来让公司内部意识到你的作品的好处。

主要为了战胜公司对内部自己开发软件的偏见。

11、《布道之道》的笔记-第113页

不可理喻型

有深层次不便于公示的理由反对你
可以尝试公布他的反对理由来弱化他们
不可说服，只可包容或略过

12、《布道之道》的笔记-第26页

做领导的要诀：只提升你承担管理工作，但不任命你当领导。

13、《布道之道》的笔记-第95页

时间紧迫型

说服他们新技术能节约时间

14、《布道之道》的笔记-第39页

没时间做正确的事，但有时间重复做错误的事。

15、《布道之道》的笔记-第31页

谁都不应该盲目地接受别人替自己选择的哪怕是正确的道路。

16、《布道之道》的笔记-第100页

《布道之道》

原文片段
全书，所以略写。

原文概述

这本书主要是讲了如何能做了合格的布道师。大家听说过这个职业吗？一般这个职业出现在比较大型的IT公司中，比如百度、腾讯等等。布道师的一个能力就是说服公司内部团队使用一种新的技术或新的工具，这种技术或者工具可以提高团队的工作效率，节省开支等等。但是这很难吗？对的，说服团队人员用上自己没用过的技术或工具是很难的事情。也许大家并不觉得这是件很难的事情，举个平常一点的例子，如果你习惯性用傻瓜式美图秀秀来修图，然后让你卸载它，强迫你使用Photoshop，你愿意吗？再比如，很多人到现在还在抱着XP系统不放，然后让你升级到win8.1正式版，你愿意吗？其实在这个过程中，你会去怀疑说服你的那个人，怀疑他的目的，然后抵抗。当然我这是站在被说服者的角度去思考的，但是本书则是站在说服者角度去谈论的（因为谈论的是布道者），这也是我接下来要和大家分享的内容。

本书把怀疑者分成了7类，分别是孤陋寡闻型，随波逐流型，百般挑剔型，激情燃尽型，时间紧迫型，发号施令型，不可理喻型。

孤陋寡闻型。这种类型的人通常懂得知识很少，见世面很窄，也许他根本不知道这种技术，也不清楚这种技术能解决什么问题。这样的人一般很少会去看博客，看行业新闻，比如一个人学航空专业的，可他从来不去关注航空业的最新动态（在公司工作和在学校上学，本书都适用）。

随波逐流型。这种类型的人他知道你推荐的这种技术，而且知道这种技术很好，可以提高自己的工作效率，但是他还是按照原来那个不好的方法在行事，这样的人一般都是追随者，不是领导者，而且不以成为领导者为目标，每天朝九晚五，循规蹈矩。

百般挑剔型。这种类型的人在你推出新的技术时，会提出很多反对意见，说出这种的各种缺点，试图让你说不下去，他的目的也就达成了。这样的人一般都比较喜欢跟别人争论，试图想通过争论来表明自己比别人更聪明。

激情燃尽型。这种类型的人一般是已经用过这种技术了，然后被这种技术深深的伤害过，已经对它不抱希望了，所以这个时候再去说服他用这种技术，对他来说，就是在重温噩梦，哈哈~这样的人一般都有新技术方面的经验，所以会让很多人觉得很真实，你要说服他的难度就大了。

时间紧迫型。这种类型的人会觉得重新学一个技术会很浪费时间，这么说吧，他们现在用的技术也许很浪费时间，但是他们清楚自己会浪费多少时间，而新的方法肯定要花时间去学习，但是付出学习时间就一定能得到回报吗？不一定。反而有可能会因此拖他们的后腿，导致时间比以前更加紧张。

发号施令型。这种类型的人一般是老板，当你兴致冲冲地去和他说你要推广的技术时，他一般嚼着口香糖，一边翘着二郎腿，然后突然问你，你在这件事情上话了多少时间，然后你老实地告诉他，他立马来了一句：「赶紧把这件事停下来，先把手头的科研项目干完！」然后你就没戏了……老板一般都是不懂很多技术的，跟他们说技术简直就是白搭啊！

不可理喻型。这种类型的人基本就是「不可理喻」，不管你怎么说服他，都没用，也许，你们之前在相处的时候有过什么过节，或者他更倾向于另外一项新的技术，呵呵，你懂的~

联系经验

虽然都在说公司的布道，这个不是我要拆的主要内容，迁移到学校上，一样是适用的，我主要说学校里。这几种类型的人，我基本都碰到过，所以理解起来不算太困难，不过我相信你也是的。

先说到这里，下次我会谈一谈该如何去对付这些怀疑者。如果你有这样的需求的话，可以关注一下下次的读书笔记，咱们下次再聊！

拆为己用

略。

<http://jianshu.io/p/46a04a0ba4a5>

17、《布道之道》的笔记-第31页

苛求是好的，有意挑错就不好了。

18、《布道之道》的笔记-第189页

展示技术

百闻不如一见，有时说半天不如见一下技术的展示效果有说服力。

把握好的展示时机，

- 充分准备，等待时机（可能有些技术不容易等到机会，如源代码恢复。需要等很长时间）
- 创造展现时机（机会可能出现更大，但更容易有质疑声）

对孤落寡闻型：

他们缺乏对新技术的知识，一次展示可能立刻让他们茅塞顿开，了解新技术的有用。

对百般挑剔型：

他们喜欢争论，对付争论最好的方法就是展示事实。成功的展示是最快说服他们的方法。

对时间紧迫型：

只要技术能展示出真正帮他们节约时间的地方，他们会在非常短的时间内意识到新技术的潜在能力。

对不可理喻型：

同样的，事实胜于雄辩，不可理喻的人在看到了展示结果以后也会意识到自己继续反驳只会让别人觉得他不可理喻。他们不可能真正合作，但不再会成为阻碍。

注意：

演示可能失败，演示成功可以说服别人，演示失败也能帮别人否定新技术。失败终不可能完全避免，失败时注意镇定，说明具体情况，尽量让自己的信用不失分，不要再追求说服成功。

这种说服技巧适用范围广，耗时短，见效快。

19、《布道之道》的笔记-第317页

策略

无视敌人

尽最大可能对完全敌视的人视而不见

先易后难

对自己能接触到的意愿最强烈的人采用说服技巧

借力支持者

然后鼓动被说服的人参与进行一两个战术实施，然后回到上一步

说服管理层

指导把所有人说服过来，包括管理层。

20、《布道之道》的笔记-第96页

技术不会驱动商业，商业只由商业驱动。商业问题始终比技术问题更重要。

21、《布道之道》的笔记-第22页

面对孤陋寡闻型的人，最有效的策略就是给他们提供信息。

22、《布道之道》的笔记-第264页

说服技巧之注重合力

技术不会驱动商业，只有商业能驱动商业。商业问题始终比技术问题重要。

把自己想推行的新技术与解决商业问题结合起来，会得到管理层关注，并得到关心，保护，同时帮助你说服其他同事。

对时间紧迫型：商业问题是必须解决的，有没有时间不再是个问题。这些人已经明白这一点并规划好了时间安排，自己的新技术如果可以帮他们节约时间，就是水到渠成的事情。

对发号施令型：这个策略就是专门针对管理层的，就是把自己的工具所解决的问题和他们的问题变成同一个问题。他们必须听你的。

注意一定要确定自己的工具真的和商业问题结合在一起了，不要手里拿着锤子，看什么都是钉子。

23、《布道之道》的笔记-第27章-最后的话

终于看完了这本薄薄的小册子，讲了很多，学到了一些东西，更多的还是上一节里面写的那句话，这本书最大的作用就是使个人的思路和想法更加清晰和明确，帮助梳理了一下个人混沌，模糊的想法。

《布道之道》

最后的总结是可看可不看，或者只看这本书的标题和目录就可以了，里面的内容都可以猜到90%以上。

24、《布道之道》的笔记-第90页

在自己的家乡永远成不了先知。

25、《布道之道》的笔记-第82页

把阻力的人划分成类之后，开始了技巧的学习，现在又开始有了读了没用，不读可惜的感觉了。说的都是很多人知道的道理，只不过总结归纳了一下。但是读了之后，心中却是有了清晰的路线。看来总结还是有用的。

不过书中的很多技巧，其实用于人际沟通，项目应用来说都还是有些用的，而不是仅仅的布道。继续学习，希望后面能看到更有营养的东西。

26、《布道之道》的笔记-第125页

同意书中所说的，本书的理论体系自身什么也做不了，它只能帮你做事更有条理。真正管用的是你的东西，观点和实例。这本书给我的感觉也是这样。

27、《布道之道》的笔记-全文

《布道之道——引领团队拥抱技术创新》读书笔记

第一部分 导言

本书的目标是使你能够说服自己的同事采用新工具和新技术，虽然这也需要策略，但不需要你像政客一样在办公室里玩阴谋诡计。

开发人员的目标：既能提高工作效率降低劳动强度，又可以把精力主要集中到真正创造价值的地方。在职业生涯中，应花些精力去持续不断寻找适合自己的这种方法。

第二部分 怀疑者模式

孤陋寡闻型：一般不会自己主动获取新知识，最有效的策略就是给他们提供信息。

随波逐流型：不会主动寻求领导的帮助。你必须主动找他们，向他们提要求。激励他们进步的手段会有效果，但十分有限，而某些强制性措施或许对他们更好使。

摆满挑剔型：有些人就是喜欢争论，也有些人喜欢证明自己比别人聪明。

让他们少开口，别给他们机会；

做好充分准备，避免被其驳倒。

激情燃尽型：曾经尝试过一些新工具或新技术，但受到了挫折。关键是要弄明白他们经历过哪些挫折或问题，其次你必须知道自己建议的方案是不是最适合的，最后你要尽力把自己的所思所想讲给激情燃尽型的人听。

时间紧迫型：这些人思想上存在的问题就是：“没时间去正确的事，但是有时间重复做错误的事。”比如对单元测试的抵制。这些人之所以感到时间紧迫，是因为他们的工作量没有足够的资源保证，如缺少人手、过度承诺、以及其他形式的计划不周。

需要让他们认识到新技术或工具确实能够减轻他们的负担。不光说给他们，还要演示给他们。

《布道之道》

发号施令型：管理者抗拒专业技术的一个最大原因，就是他们不理解这些技术。用管理者听得懂的语言描述方案，用可以取得的量化收益作为根据，并同管理者棘手的问题挂钩。同时，管理者一般倾向于“外来的和尚会念经”，从而对内部的解决方案不够重视。因此可以找机会让“外来的和尚”为你的方案说几句话。

不可理喻型：最难对付的类型。不可理喻型的人会急切的和你争论，伪装成其他怀疑者类型。关键不在于转变他们的想法，而在于运用各种工具和技巧将他们的反对意见公之于众，同时设法扭转他们的说法。你不是要尽力说服他们也不可能说服他们，而是要尽力包容他们——传达理念 & 建立信任。如果还是不行，就忽略他们，让管理者批准使用你推荐的技术或工具。

第三部分 技巧

取得经验

千万不要推荐别人使用那些自己都不熟悉的工具或技术，而教会别人是最好的学习方式。但不要在你自己还是学习的过程中，就强迫别人去使用。例如单元测试，初期尽量在自己独立的项目中使用。

对于激情燃尽型的人，如果他们觉得你是在攻击他们，或者是在不客观地评价他们，反而会促使他们更加坚持自己的立场。因此在推销的过程中，不要让人感觉傲慢或霸道。

百般挑剔型的人一般都博而不精，因此你的发言比他们更有深度一点即可。

因为你通常是正确的，人们才会给你贴上专家的表情；而不是因为你是专家，所以你就是正确的。

如何迅速积累经验：

- 1.通读你所推荐的工具或技术的完整手册；
- 2.找到相关工具的论坛，看看自己能不能回答别人提出的一些问题；
- 3.就你想推荐的工具和技术写一些博客。

传达理念

传达理念时，要有激情，但不能激进。

如果你所说的话全部围绕一定能改进自己同事的工作，那么你基本上就是有激情。

如果你所说的话全都是围绕让大家接受正确的开发方式，恐怕你就有点激进了。

如何更好地传达理念：

- 1.练习带着感情来表达观点，可以找别人或自己练，关键是声情并茂。
- 2.练习时要录音，然后放给自己听。如果你不认真地听自己说，那还谈何信心？
- 3.如果你把自己的想法写成了邮件，那么在发送之前先搁置一小时，然后在发送之前再读一遍。

展示技术

如果担心演示因未知原因失败，可以预先录制一般或准备之前成功的截图。如果失败了，最恰当的做法是停止演示，从容地跟大家解释，不要让人察觉你内心的慌乱。

适当妥协

向团队成员了解哪些规定或者编码标准最让他们头疼；时常想一想“我们公司/团队是否还需要这条规定”，即使对那些答案明显是“需要”的规定也要定期反思。然后根据以上情况提出折中方案。

建立信任

不要故意撒谎；

不要回避事实；

《布道之道》

永远不要通过恐惧胁迫别人来做出决定；
如果错了，则勇于承认。

公之于众

人们通常都会拒绝来自公司内部的东西，也不能接受自己身边的人一下子“牛”起来。通过将你的工具和技术公之于众，让外界来检验它们的价值，可以解决这个问题。比如把你的工作成果开源（前提是需要得到公司的许可）或让别人评审你的项目。

注重合力

把自己的工具和技术与商业需求联系起来，你就创造出让别人使用它的比较充分的理由。此外，你通常还会因此得到管理层的支持。

搭一座桥

在现有方案和你心目中的最终方案之间，选择一种过渡性的方案。
比如想推行TDD，而该小组此前从未做过单元测试，则可以先推行单元测试。

来点刺激

找到团队最难受的问题，然后创造一些吸引人的方案，并成功解决该问题。

第四部分 策略

想让不可理喻型的人接受你的工具和技术是非常困难的，有时我们只能采取不向他们推荐的方式，不要想说服他们，但在他们也参加讨论的时候，多少可以通过各种技巧让他们了解一些相关信息。

把所有类型的怀疑者划分为三个难度组：容易、难和最难。先从容易的开始。

容易：孤陋寡闻型、随波逐流型；

难：激情燃尽型、时间紧迫型、百般挑剔型；

最难：发号施令型。

为什么没有不可理喻型？要把不可理喻型的人想象成障碍物，实在不行，绕过即可。

最后的方法：说服管理层。该方法相当于原子弹，需慎用。因为你使用这招后，人们很可能就不再在意你，何况这样做也不保证一定能成功。

如何说服：

1.能够解决管理人员的问题；

2.用数字说话；

3.解释为什么需要强制执行。

如果管理层同意并发布了相关命令，则你必须得监控、跟踪，最终报告执行情况。

28、《布道之道》的笔记-第7页

说到提高工作效率，人们往往会首先想到自动化和代码生成。

29、《布道之道》的笔记-第39页

没时间去正确的事，但有时间重复做错误的事。

30、《布道之道》的笔记-第31页

有两种方式让人看起来聪明：

- 1.在观众面前表现的非常聪明。
- 2.在观众面前表现的比某些人聪明。

31、《布道之道》的笔记-第112页

boss型

他们不理解技术

要把新技术得优势转化成他们能理解的语言，告诉他们能节约时间，人力，钱的成本
把新技术放到他们的整体解决方案里

32、《布道之道》的笔记-第1页

test

33、《布道之道》的笔记-全书

34、《布道之道》的笔记-第4页

同一类人所持观点相同

有些人始终都乐于接受新事物

另一些人则在别人转变之后才肯改进

有些人你永远也说服不了

某些观点对有些人有用对另一些人没用

有时候让管理层插手是让人们服从的唯一方法

35、《布道之道》的笔记-第1页

“没有时间做正确的事，但有时间重复做错误的事”

向发号施令型的人推广新技术：以他们听得进去的方式跟他们解释，或者说从他的角度出发，使用他能听得懂的语言，投其所好。

“可以让代码更容易维护” -》 “能够减少项目的成本”

“自动生成机械代码” -》 “能够让项目更快结束”

对管理者要说：更少的人力投入和更少的停机时间，最好能用节省多少成本的数字来说话。 Dynesy:

但是列出具体数据比较难

管理者更多的时候相信“外来的和尚好念经”

FUD: Fear, Uncertainty, Doubt

36、《布道之道》的笔记-第9章 时间紧迫型

《布道之道》

没时间去正确的事，但有时间重复做错误的事。
一针见血啊。

37、《布道之道》的笔记-第72页

百般挑剔型

主要是悲观者和想表现得自己聪明的人
对这样的人要1充分准备，竟可能准备各种问题2说话连贯不要给他们说话的机会3无论如何表现得自信

38、《布道之道》的笔记-第136页

说服推广技巧1：自己积累对技术的经验

自己学习技术，成为专家，了解优缺点以后来推广。

对孤落寡闻型：他们只是不了解新技术，自己知道越多，越容易推进新技术。要充分共享自己的只是，他们越觉得你了解深刻，越会答应使用该技术。这类人最容易说服

对随波逐流型：这类人需要你领导，能鼓舞他们。自己对技术的掌握程度越深刻，越能鼓舞他们

对百般挑剔型：这类人厌烦任何变革，普遍特点是博而不专，什么都知道，但都用得不深就认为是不可用的。对这类人需要用比他们更深的对事情的了解来让他们闭嘴。

对激情燃尽型：这类人以前用过该技术，但用的不好。对这类人要切实了解他们以前遭遇的问题，说服他们（和自己），我们这次不会遇到这样的问题或可以克服那个困难。

要注意的问题：

- 1 不要在学习过程中就强迫别人使用。非常容易被质疑技术本身是否有问题。
- 2 在推销过程中，让人觉得傲慢和霸道。要让对方切实知道，你了解他们的需求，而且这个技术真的可以解决问题。

39、《布道之道》的笔记-第242页

说服技巧之建立信任

建立信任，没太多既定步骤可走，约等于多干好事，少干坏事

取得信任有用，因为人们不喜欢感觉被操纵，而他们信任的人，他们认为说出的话更贴近真实。

建立信任的要点

1. 不要故意撒谎, 容易被识破, 对信任大打折扣。
2. 不要回避事实, (一些对自己观点不那么有利的事实, 回避不讲)。这条不如上一条容易被人发现, 但是使用次数一多, 会给人造成总是弄错, 或故意保留的印象
3. 不要制造假恐慌。
4. 承认错误, 愿意承认错误, 至少说明现在自己在坚持的观点, 自己认为是对的。知道错误而不愿意承认, 会让人怀疑你持有的所有观点。

《布道之道》

对激情燃尽型：

激情燃尽型对技术上抱有很大的怀疑感，对你描述的技术都有过经验，对你本人的信任是让他们再次愿意尝试的重要原因

对百般挑剔型：

只要让他们认为你讲的真的有漏洞，他们会深挖到底，证明你就是他们认为是的骗子傻瓜。对这样的人诚实和信任感是最重要的防御。

对不可理喻型：

和上面类似，目的只是阻挠你，给他们抓到借口，就是他们的胜利。

说真话很重要，包括讲明新方案，新技术的缺点。只要记得补充为什么这些缺点比其优点来不值一提。

40、《布道之道》的笔记-第96页

技术不会驱动商业；商业只由商业驱动。商业问题始终都比技术问题更重要。把自己的工具和技术与商业需求联系起来，你就创造出让别人使用它的比较充分的理由。

41、《布道之道》的笔记-第64页

随波逐流型

跟随者，对什么都不介意，对强制规定不多抵触情绪。
需要领导他们前进，过程中需要不断说服

42、《布道之道》的笔记-第14页

寻找解决方案时，记住要从问题出发，而不要从特定的实现方法出发。

43、《布道之道》的笔记-第58页

孤落寡闻型

不了解新技术，不会刻意去找
需要不仅演示技术，还要演示技术的理由

44、《布道之道》的笔记-第88页

怎样才能更好地建立信任？两点建议：

- 1、在自己的头脑中想象那么一种情景——竞争性的技术比你打算推荐的更合适。
- 2、搞清楚自己的解决方案到底存在哪些弱点，以及这些弱点会在什麼情况下暴露出来。

45、《布道之道》的笔记-第107页

看到了后面，又看到了为了拼凑章节而写的一些文字，写的很无聊，就是白开水一样，平淡无趣，确实，在中国一篇文章就可以解决的，写成了一本书，也导致了里面的强品硬凑的内容。

《布道之道》

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