

# 《微影响》

## 图书基本信息

书名：《微影响》

13位ISBN编号：9787510451140

出版时间：2014-12

作者：[美] 马克·郭士顿（Mark Goulston）,[美] 约翰·厄尔曼（John Ullmen）

页数：217

译者：苏 西

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](http://www.tushu000.com)

## 内容概要

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，他是怎么做到的？  
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和同理心来制造共鸣，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

## 作者简介

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。

## 书籍目录

基础章 影响他人为什么越来越困难？ 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

## 精彩短评

### 1、营销心理

1、“灵魂歌王”雷·查尔斯封箱之作《真情伙伴》的制作过程，让我看到运用联结型沟通技巧，实现双赢的结果。合声音乐和星巴克签订合同，让一些淡出乐迷视线的音乐家重回乐坛，请雷·查尔斯录制一张对唱专辑想法浮出水面，合声音乐CEO格伦就与查尔斯的团队联系，双方很难达成共识，他找到与查尔斯直接对话的机会，了解查尔斯团队难于沟通的原因，站在查尔斯的角度思考，双方最终达成共识，录制了优美动人的不朽音乐，《真情伙伴》销量达到550万张，创造了单张专辑销量的新纪录，还一举拿下了包括年度专辑在内的8项格莱美大奖，他成了雷·查尔斯最畅销的唱片，如果没有格伦的倾听，这一切都不会发生。格伦“为了学习而倾听”，站在他人的角度，运用同理心，体会他人的感受，让我想起马克·郭士顿博士《只需倾听》，在一个大型超市停车场，弗兰克坐在自己的车子里。用一把猎枪抵着自己的喉咙。谈判专家与他谈判，希望他放弃自杀，由于采取不同的沟通方式，弗兰克最终放弃了自杀。为什么不同的话语会产生不同的结果？弗兰克从一开始拒绝沟通，变得肯听人说话，开始和人交流，这就是接纳、认可，他觉得自己的感受，别人理解了，原本冲动的情绪，也会慢慢在叙述中逐步平复，开始重新思考自己的所作所为。这让我想起我们常说的理解万岁。我们常会说理解你，但什么是理解？光是头脑中印刻的词语吗？为什么我们说了我理解你，别人还会质疑，甚至采取相反的做法？我感觉我们没有认同他的感受，也就是没有学会倾听，倾听是全身心的投入，感受他此刻开心、难过、愤怒等情绪，当你从内心能感受到他的情绪，跟他感同身受后，自然就有了语言，心理学中用倾听、共情拉近咨访关系，可见倾听是第一步，海明威说“我们花了两年学会说话，却要花上六十年来学会闭嘴。”由此可见语言的杀伤力。学会倾听，由内向外的理解别人的感受，这既是尊重别人，也是尊重自己。我们经常听到你要学会感恩，表达你的感激之情，那如何表达感激，可谓仁者见仁智者见智，《微影响》中本尼斯说，“坎诺姆医生救了我5次，他为我装了心脏起搏器，并根据我的身体状况不断对其升级换代，以我的身体状况能活这么久，完全归功于他。”本尼斯一直琢磨如何表达谢意，最初他想送医生一箱红酒，或是演出票，最后他说，“戴维，我一直在想，用什么方式表达对你的感激，感谢你救了我5次，后来我终于想到了。我想表达感激的最好方法，就是活的健康、长寿、幸福。”这短短数语，却让医生泪流满面，患者送给医生最好的礼物，就是对他工作的肯定，这真是重量级的感谢！为了学习而倾听，符合马斯洛提出的尊重需求，诚如《微影响》用大量的真实案例，告诉大家运用同理心，站在别人的角度思考，调动他人的积极性来赢得认同，从而建立起长久的、稳固的人际联结，获取多赢的效果。

2、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。但这种短视的策略虽然能给人带来暂时的认同，最后却往往害得使用者赔上声誉和人脉。本书着重介绍的联结型影响力正是与此相反的一种策略。联结型影响力倡导人们使用一些强有力的、能够改变人生的方法影响他人，从而取得伟大成果和精彩人生；而不是去哄骗、操纵和利用他人去推销商品、获取利益。两位作者提出了发挥联结型影响力的“四步法”，并认为只要大家真正按照他们所说的方法去做，一定可以成功地影响他人——不论双方在阅历、地位、年龄、收入或权势上的差距有多大。当然无论作者说的方法有多简单，还是需要读者去耐心实行的，惊喜会如期而至，但不是什么都没做或者做了一点点就会见到惊喜。要在较大范围内发挥积极正向的影响力，既需要愿景，也需要辛勤耕耘。但只有这些还不够，它还需要十足的耐心。要让人们接受你的观点绝非易事，我们往往需要花费数周甚至数月才能让人们接受一部分观点。在这个过程中，我们要学会认真倾听对方，但不能放弃自己的立场。甚至为了长远的利益，有时损失短期利益也要在所不惜。拥有强大影响力的实例无不向我们传达了这样的讯息：想要提高你的影响力就要与人合作，而不是试图控制别人为你做事。仔细想来，在这个世界上能成功对我们产生影响的人往往不是那些竭力说服或发号施令的人，而是真正关爱我们的人。我们会在若干年后记起那个中学时告诉我们读了大学会有更多时间和精力愉快恋爱的老师，却痛恨那个给家长打电话投诉我们早恋、搞乱班级风气的班主任。事实上，我们不仅“鄙视”班主任诋毁青少年间存在感情的做法，更不可能因其一通电话或被迫在教室前公开检讨一番就跟喜欢的人断了联系。善于跟学生沟通的老师绝不会这么做，他会倾听也会引导，在保护隐私和自尊心的前提下，让陷于漩涡的学生自己走出来并精神抖擞地再次上路。联结型影响策略要求我们在追求伟大成果的时候，要先下定决心真诚帮助每一个能帮我们实现梦想的人。毫无疑问，拥有好人缘的人更易影响他人。牢固的人际关系

会让他人愿意听我们说话，接受我们的观点，而不是心存狐疑，甚至暗地里搞破坏。所以，坚持培养真挚美妙的人际关系比发名片给他人更易让你被别人记住。书中提到的好多影响力高手都是通过帮助别人牵线搭桥，建立了自己的声誉。想让别人愿意听取你的意见吗？那就从尽可能地帮助别人做起吧。最后再说说感恩与联结型影响力的关系。懂得感恩本来是人性中很美好的一件事，但是现在社会上很多人对他人的付出与帮助却表现得过于理所当然或反应冷漠。这是一种很消极的做法，不仅不能激起被帮者的感激之情，也会打消助人者的积极性。所以，每个人都要学会感恩，因为感恩不仅可以帮我们改善情绪，真心感受这个世界的美好，还会向周围的人散发出更强大、更积极的影响力，被影响的人又会将积极的影响传给更多的人。如此一来，不是更大范围、更长久地提高你的影响力了吗？关于提高个人影响力的理论方法，本书已经讲得相当全面；而如何将理论化为实践，则要完全靠读者的选择和努力了。

3、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，智能软件会根据路况、天气等因素，为我们安排好行程；而回到家里，预设好的程序则会提醒我们当日合适的娱乐安排。至于社交，则不过是向一个个虚拟头像发起会话。形式上的改变，看似为我们的生活提供了便捷，却也改变了很多东西。其中尤为明显的便是人与人之间的“社交”。很明显地，在虚拟空间里聊得热络的两个人，或许在面对面时往往哑口无言；而当你试图通过话语去影响他人时，却会发现即使你所阐明的道理，是显尔易见的“我说的都是为你好”，恐怕也会遭遇恍如“鸡同鸭讲”的尴尬。信息化社会的一大标志，在于信息的高度共享。同时一个社会成员，在作为信息的接收者的同时，也还尝试最大限度地发起“话语”。而自我表现渠道的丰富，最终导致了人们的自我意识得到强化，从而在积极的一面，促进了人们的独立思考。但消极地，便是个人对他人的“影响力”遭到了削弱——那么在这样一个时代，我们真的很难将自己的想法，变成对他人行为的引导吗？答案显然是否定的。事实上，《微影响》一书，所尝试解答的，人们诸如此类的困惑。没有一本书能够针对某一问题，为读者提供一个完全恰当的解决方案。但文字的力量在于阐释。它可以将问题的来龙去脉呈现在纸面上，从而让你自己找到自己的方案。本书开篇，作者便给出了“影响力缺失”的根本原因——“对立与影响力无法并存”。人们往往会对来自自己对立面的声音产生本能的抗拒，这便是沟通不畅时常出现在老板与员工、老师与学生甚至是家庭成员之间的原因了。影响力并非来自话语，而是说话者的立场。既然如此，那么改变立场便显得十分关键了。我们必须学会一种沟通方式，让被沟通者感受到来自同向的推动力，而非大多数人，“没有耐心了解他人的出境和作出某种行为的原因，却拿高尚的意图当借口”。高尚的影响力只能留存在纸面上，而出于感同身受的努力，却会使你希望影响的对象倍感温暖。因而《微影响》，表面上看是一本讨论社交技巧的作品，实际上阐释的却是“如何成为一个‘社交动物’”的秘密。而一个人想要消除与他人的“对立情绪”也并非易事。从根本上看，这种对立来源于利益的冲突，一旦你把自己的目标，由胜负转化成“共赢”，立场的变化便顺理成章了。也许所谓，“每个人的心都是一面镜子”。如果你的言行，是出于显而易见的善意，那么影响他人，从而实现共赢，或许并非难事。

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](http://www.tushu000.com)