

《说服》

图书基本信息

书名：《说服》

13位ISBN编号：9787504546340

10位ISBN编号：7504546348

出版时间：2004-8

出版社：中国劳动社会保障出版社

作者：凯文·霍根 (Kevin hogan)

页数：202

译者：苏静

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

《说服》

内容概要

《说服(透视沟通和说服心理的学问)》包含最有力的关于说服的工具、策略和技巧。有效沟通和说服的能力是一种可以应用到你的工作生活中各个方面的技巧。这些策略和技巧被世界上的大型商业机构、优秀销售人员所使用——现在你也能获得它们。

读完《说服(透视沟通和说服心理的学问)》，你就能：

用你的思考方法影响他人

在极短的时间内读懂他人的肢体语言

即刻与几乎所有人建立亲和感

准确地预知他人的行动

发现他人的真正需求

如何让他人把自己看作问题解决者

让你的销售业绩提高三倍

让你更有吸引力。

《说服》

作者简介

凯文·霍根博士是一位演讲家，在销售和沟通领域有着25年的研究经验。他在著名的圣托马斯大学的管理学院教授“说服心理学”这门课。他是美国人际沟通方面的最著名的专家之一。作者曾出版过七本沟通、营销和心理学方面的图书。

《说服》

书籍目录

引言 第一部分 说服的模式——双赢哲学第1章 影响力第2章 基于结果的思维第3章 说服的法则回报法则对比法则朋友法则期望法则关联法则持续法则稀缺法则一致法则力量法则第4章 说服技能熟练运用问题有力的词语时间压力技巧信用技巧秘密着眼将来催眠语言模式第5章 非语言沟通的影响空间关系学和说服战略性移动外表理解非语言暗示一致第6章 如何得到和利用情报价值取向确定为顾客收集情报会见某人策略综合使用第7章 沟通风格：准备信息判定沟通风格神经语言学第8章 你内在的力量控制自我的6个要素愿景自我暗示适当的举止第9章 即刻获得亲和感即刻获得亲和感的7个要素情绪模仿发现价值取向模仿价值取向和信念判定需求第10章 有力的陈述成功陈述的7个要素第11章 询问的时机先决条件拒绝确认第12章 双赢第二部分 掌握高级说服技巧第13章 说服的结构心理状态处理行事模式价值信念态度决定和记忆说服模式的结构第14章 说服大师阶段I判定行事模式说服大师的素质第15章 说服大师阶段 语言暗示理解眼睛运动策略引出术语表参考书目

章节摘录

可是，也许你还不需要Y产品。这种情况下，公司就会做两件事情来刺激你。第一，如果这家公司非常精明的话，会在其产品中附赠优惠券，这样一来，当你需要再次购买这种产品时手里就会有一张优惠券。或许你没有X产品的优惠券，而且如果你同样喜欢Y产品和x产品，甚至更喜欢Y产品的话，你就有了再次购买产品Y的动力。

第二，这家公司会不定时地给你寄送信件。因为你已经回复过一次信件，公司会在接下来的时间里继续从你那儿获取更多信息。你可能会收到一份很长的调查问卷，有更多的是关于你个人的人口统计学方面的问题。你或许并不知道这项调查是来自生产Y产品的那家公司。它或许会把调查转包给一家市场营销公司，这家公司会请你把Y产品同x、z、A产品以及B产品进行比较。然后公司希望知道你认为哪种产品最好，为什么。一旦公司得到了这些信息，它就能更有效地向你推销以迎合你的价值观，你的需求和愿望。它同样可以改进自己的产品，如果公众需要的话。

每次你的名字和地址出现在某些人的列表中时会有更多的事情发生。这里没什么必要详细讨论有关营销的每个方面。不过，考察一家公司如何掌控自己的数据库以更有效地进行销售，生产更好的产品则非常吸引人。因为一家公司从你那里得到的信息越精确，她就越能以更少的成本说服你购买她的产品。在这种特定的情形下，公司和消费者都是赢家。

日常被操纵的私人信息业已伤害到每一个人。隐私已经成为昨日黄花。事实上，世界上的每个人都会有一个信用卡记录，它列出了你所有的债务，偿付时间的长短，以及大量更多的有关你日常生活的信息。政府知道如此多的关于你的信息，以至于如果你知道他们知道了什么，你会坠入令人难以置信的悲哀中。政府能够发现你捐款给谁，你为什么人工作，你花钱购买什么东西，等等。很明显，你我自身上的信息可以用来反对我们自己，而且一直都是这样。

《说服》

媒体关注与评论

本书包含最有力的关于说服的工具、策略和技巧。有效沟通和说服的能力是一种可以应用到你的工作生活中各个方面的技巧。这些策略和技巧被世界上的大型商业机构、优秀销售人员所使用——现在你也能获得它们。读完本书，你就能：用你的思考方法影响他人 在极短的时间内读懂他人的肢体语言 即刻与几乎所有人建立亲和感 准确地预知他人的行动 发现他人的真正需求 如何让他人把自己看作问题解决者 让你的销售业绩提高三倍 让你更有吸引力。

《说服》

精彩短评

- 1、说服不一定用在商业谈判！
- 2、挺好的

《说服》

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