

<<抓住听众心理>>

图书基本信息

书名：<<抓住听众心理>>

13位ISBN编号：9787115292407

10位ISBN编号：711529240X

出版时间：2012-10

出版时间：人民邮电出版社

作者：温斯切克

页数：237

字数：280000

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：<http://www.tushu007.com>

## <<抓住听众心理>>

### 内容概要

《抓住听众心理——演讲者要知道的100件事》作者是国际知名的设计心理学专家，她从听众心理的角度出发，通过对“人是如何思考与学习、如何抓住听众的注意力，如何激励听众采取行动、人们如何对环境、演讲者以及情绪做出反应、人们如何做出决定”等100个心理学知识的详尽探索，总结出了成功演讲的方法与技巧。

除此以外，她还为读者制订了一个“90天改进计划”，帮助读者在短时间内显著提升演讲水平。

《抓住听众心理——演讲者要知道的100件事》内容实用、示例清晰。

每个主题短小精悍，片刻即可读完。

通过学习书中的知识和技巧，不同水平的读者都可以有所收获，经过练习，必定可以成为一名优秀的演说家。

## <<抓住听众心理>>

### 作者简介

Susan M.

Weinschenk拥有心理学博士学位，她在将心理学应用到沟通及在线交互设计方面有着30多年的丰富经验。

除了写作超人气博客[www.whatmakesthemclick.net](http://www.whatmakesthemclick.net)外，她还是Neuro Web Design：What makes them click?和100 Things Every Designer Need to Know About People等几本书的作者。

绰号“ The Brain

Lady ”的她是一个备受尊敬的演讲大师，她不但给数百家客户做过演讲，还在众多的美国国内及国际会议发表过演说。

## <<抓住听众心理>>

### 书籍目录

#### 第1章 人们是怎样思考和学习的

- 1 人更容易处理少量信息
- 2 听众需要上下文
- 3 听众会过滤信息
- 4 人们越是不确定, 越会坚持自己的既有观点
- 5 听众有其心理模型
- 6 人们更容易在故事中处理信息
- 7 人们更易从示例中认知
- 8 短期记忆是有限的
- 9 一次只能记住四个条目
- 10 人们必须使用信息以巩固它
- 11 再认比回忆更容易
- 12 记忆会花费很多心智资源
- 13 每次人们回想某事时都会重建记忆
- 14 遗忘是程序化的
- 15 创建类别
- 16 时间是相对的
- 17 创造力的4种方式
- 18 人们会进入心流状态
- 19 人的思想受到文化影响
- 20 人们学习的最优长度是20分钟
- 21 人们有不同的学习类型
- 22 人们会从错误中学习

#### 第2章 如何抓住并占据人们的注意力

- 23 注意力大约只能保持10分钟
- 24 无意识地驾驭注意力
- 25 对频率的预期会影响注意力
- 26 人们实际上不能多线工作
- 27 你的大脑有30%的时间都在走神

#### 第3章 如何激励他们采取行动

- 28 当人们接近目标时会更有积极性
- 29 可变的奖励很有力量
- 30 人们的行为可以被塑造
- 31 多巴胺让人们沉迷于寻求信息
- 32 人们会对环境中的暗示产生反应
- 33 相比外在奖励, 人们更容易被内在奖励所激励
- 34 人们会为进步、成为达人以及支配感所激励
- 35 人们从年轻时便有了延迟满足的能力
- 36 人们天生懒惰
- 37 习惯的养成是一个长期、逐步的过程
- 38 当竞争对手较少时, 人们对于竞争越积极
- 39 人们会独立自主而有积极性

#### 第4章 人们是如何听与看的

- 40 多感官通道的竞争
- 41 先听见, 才能听进去

## <<抓住听众心理>>

- 42 视觉胜过所有感官
- 43 人们会按照特定的方向阅读
- 44 大写字母难以阅读
- 45 使用标题提供关键信息
- 46 难读=难做
- 47 字体大小有讲究
- 48 对于正在发生的事情，余光比中心视野获取的感知更多
- 49 大脑中有专门的区域识别面孔
- 50 避免使用红蓝搭配
- 51 9%的男性和0.5%的女性是色盲
- 52 颜色在不同的群体和文化中含义不同
- 第5章 人们如何对环境作出反应
- 53 房间坐得越满，人们的能量越充足
- 54 阴暗的房间使人昏昏入睡
- 55 如果你离开了大家的视线，他们可能就会走神了
- 56 人们会受到会场布置的影响
- 57 人们容易对在线失去兴趣
- 58 人们会变得又累又饿
- 59 人们会受温度的影响
- 60 当人们不舒服时，就无法集中注意力
- 61 人们期望能够连接到网络
- 第6章 人们如何在情绪上作出反应
- 62 人们对奇闻轶事比对数据更容易作出反应
- 63 故事让人们在感情上产生交流
- 64 人们喜欢享受惊喜
- 65 当事情可以预测时，人们会有安全感
- 66 人们为了参与需要感到安全
- 67 人忙时，更容易快乐
- 68 人们会对美的东西作出反应
- 69 听音乐会是大脑释放多巴胺
- 70 当人们难过或害怕时，他们想要熟悉的东西
- 71 事物越稀缺，人们会觉得它越有价值
- 第7章 人们如何向你作出反应
- 72 人们会服从权威人物
- 73 人们会在第一眼和无意识中“品阅”其他人
- 74 保持坦诚而真实
- 75 人们会对你身体的姿势和移动赋予一些含义
- 76 人们会对你的手势给予特定含义
- 77 人们会对你声音的声调给予特殊含义
- 78 人们会对你的面部和眼部动作给予特殊含义
- 79 人们会模仿你的情感并感觉到你的感受
- 80 人靠衣装
- 81 人们会被与他们相似/对他们有吸引力的人说服
- 82 在沟通过程中演讲者的大脑和聆听者的大脑同步
- 83 大脑会对你认识的人做出独特的反应
- 84 人们希望你能掌控场面
- 第8章 人们如何决定采取行动

<<抓住听众心理>>

- 85 人们的大部分决定是无意识做出的
  - 86 对损失的恐惧胜过对收获的预期
  - 87 人们想要比他们实际处理能力更多的选择和信息
  - 88 人们认为选择等于控制
  - 89 相比金钱，人们更在乎时间
  - 90 情绪影响决策过程
  - 91 群体决策可能是错误的
  - 92 人们会受到支配性人格所影响
  - 93 当人们不确定时，他们会从众
  - 94 人们认为别人比自己更容易受到影响
  - 95 当一个产品如实摆在人们面前时，他们会对这个产品的价值作出更高的评价
  - 96 人们想保持一致的形象
  - 97 小步骤可以改变角色
  - 98 用手写字可以增加承诺
  - 99 人们会对亏欠采取行动
  - 100 当人们第一次说不时，他们下一次常常会说是
- 第9章 如何打造你的演讲
- 第10章 你的90天改进计划

<<抓住听众心理>>

编辑推荐

超级畅销书《演说之禅》作者加尔雷纳德倾情推荐！

“如果你想带来一场震撼的演讲，你需要知道人的大脑是如何工作以及如何思考的。

这本由Susan Weinschenk编写的精美图书将帮你摆脱枯燥乏味的演讲！

”

<<抓住听众心理>>

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:<http://www.tushu007.com>