

<<粘住>>

图书基本信息

书名：<<粘住>>

13位ISBN编号：9787508618654

10位ISBN编号：7508618653

出版时间：2010-1

出版时间：中信出版社

作者：[美] 奇普·希思,[美] 丹·希思

页数：254

译者：雷静

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>

<<粘住>>

前言

有个朋友的朋友是个经常旅行的商人，我们不妨叫他戴夫（Dave）。最近，戴夫在大西洋城参加了一个重要的客户见面会。会后，离航班起飞还有一段时间，于是他去了当地的一个酒吧喝了点儿酒。刚喝完一杯，一个很有魅力的女人就走了过来，问她是否能为他再买一杯。对此，他很奇怪但又有一丝受宠若惊。他说，当然可以。那个女人走到吧台边，又拿过来两杯酒一杯给戴夫，一杯留给她自己。他说了声谢谢，然后喝了一小口。这就是他能记得的最后一件事情。

<<粘住>>

内容概要

很多人相信能在太空中看到万里长城，很多人深信可乐能腐蚀人的骨骼，但是，只要我们稍加思考就会明白这些都是无稽之谈。

为什么这些荒谬的结论能深深印在我们脑海，并且广为流传？

而我们对一些不该遗忘的事却轻易忘记：一个生物老师花一个小时来解释有丝分裂，一星期后只有三个学生记得那是什么。

一位经理在演讲中介绍了一套新的战略方案，员工们都在热情地点头称是，然而第二天我们发现坐在前排的员工仍无动于衷地执行旧的战略。

为什么有些事情能铭刻在他人脑海，有些却不能？

现任斯坦福大学商学院组织行为学教授奇普·希思和他的兄弟丹·希思在他这本充满奇思妙想的书中，揭示了其中的奥秘，那便是能让人们过目不忘的事情往往具有“黏性”，例如克林顿竞选时的口号、好莱坞大片跌宕起伏的情节设计、治疗胃溃疡新药的有效推广。

它们都遵循着让创意更有黏性的原则。

只要你掌握了这些原则，不管你的天生创造力如何，只要多付出一点点的努力，你几乎所有观点都能够更具黏性，紧紧粘住别人的心。

<<粘住>>

作者简介

奇普·希思（Chip Heath）现任斯坦福大学商学院组织行为学教授。
现居于加州洛斯加托斯。

<<粘住>>

书籍目录

前言 让创意富有黏性第一章 简约第二章 意外第三章 具体第四章 可信第五章 情感第六章
故事后记

<<粘住>>

章节摘录

美国陆军士兵在作出每一个举动之前，都要遵从相当多的计划方案，这些计划可以上溯到美国总统最初制定的命令。

总统命令参谋长官们完成一项任务，这些参谋就会为这项行动设定一些具体的计划，然后这些命令和计划就开始逐级向下贯彻 从上将到上校再到上尉。

这些计划都极其详尽地规定了“行动计划”和“行动定义”每个阶段将做什么，将会使用什么设备，将如何取代军需品，等等。

命令则越来越多，直到能够具体地指导每一个步兵在特殊时刻及时地采取行动。

<<粘住>>

媒体关注与评论

<<粘住>>

编辑推荐

《粘住:为什么我们记住了这些,忘掉了那些?》:为什么我们把不该遗忘的事遗忘?

为什么我们把不该当真的事铭记?

这是因为有的事能粘住你有的事却淡如水只要我们多付出一点点努力我们几乎所有的观点都能粘住别人让这个世界记住你让你的生活不再如烟消逝一本连续200周高踞亚马逊书店、《纽约时报》畅销榜的经典书籍它久久粘住了读者们的心为什么我们记住了这些,忘掉了那些?

很多人相信能在太空中看到万里长城,不少人深信可乐能腐蚀人的骨骼,但是,只要我们稍加思考就会明白这些都是无稽之谈。

<<粘住>>

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>