

<<看穿人心的说话术>>

图书基本信息

书名：<<看穿人心的说话术>>

13位ISBN编号：9787509005699

10位ISBN编号：7509005698

出版时间：2010-1

出版时间：罗毅 当代世界出版社 (2010-01出版)

作者：罗毅

页数：244

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>

<<看穿人心的说话术>>

内容概要

《看穿人心的说话术》揭露商场上谈判及危机处理时，运用的实战说话攻略和攻心战术。同时也收集了世界名人的攻心说话实例，在精彩故事中让你得到“攻心为上”的启示和学习如何精准攻击对方“死穴”，让你“谋定而后言”，掌握制胜的关键。

智者说的话像“钥匙”和“密码”，简单几个字，就解开人们的疑惑。

愚者说的话，就像噪音，让人听不出重点。

你要当智者，还是愚者？

关键在于说话时你懂不懂得“攻心”。

<<看穿人心的说话术>>

作者简介

罗毅，公关策略专家、心理学专家曾任专栏作家、广告公司企划、企管顾问公司策略总监，现为公关公司策略顾问。

多年来专心致力于如何有效提高人际沟通，目前除了在大专院校、民间社团中教授人际沟通学及语意学外，亦以笔名在报纸、杂志等撰写专栏。

<<看穿人心的说话术>>

书籍目录

【自序】说对话，没有要不到的糖攻心说话必懂的“法则”和“效应”策略01 如何把对方的NO变成YES？
策略02 “不说话”的说服秘诀策略03 把自己的需求，包装成对方的需求策略04 让对方认错，自己就对了策略05 找对频率，才能用遥控器转台策略06 先引起对方的好奇心，再开始催眠策略07 出奇，是制胜的快捷方式策略08 让猎物自己跳下陷阱策略09 恶魔也需要赞美策略10 佛要金装，是为了给众生看策略11 客户如是台风，你不妨当杂草策略12 先认错，别人就无法下手策略13 只要是人，都有嗜好策略14 用拆零件 策略，瓦解坦克人策略15 会嫌货的才是好顾客策略16 找准死穴策略17 只要和顾客吵架，你就是输家策略18 播种 策略：收割期不用急于现在策略19 正话反说的“荒谬放大镜”策略20 先甜后苦的苦，特别苦策略21 以退为进，鱼自己会上钩策略22 每个人的子弹都有限，你的客户也是策略23 会叫的狗，其实最怕比它凶的人策略24 用未来买他的现在策略25 攻心，就能提高产品的附加价值入侵对方大脑的说话术策略26 愈难懂的书，愈多人想看的“反语 策略”策略27 让对方把狗关起来的“制造需求 策略”策略28 让对方自己脱掉盔甲的“弃甲 策略”策略29 放弃自我个性的“迎合 策略”策略30 找到导盲犬屁股的“引诱 策略”策略31 让乘客主动跳海的“分级 策略”策略32 不把小偷当贼看的“不动手 策略”策略33 让对方不用说太多的“知心 策略”策略34 把话反着说的“反拗 策略”策略35 青蛙不一定会变王子的“需求 策略”策略36 千万别谈缺点的“避实就虚 策略”策略37 杜撰美丽故事的“无中生有 策略”策略38 换汤也换药的“比较 策略”策略39 正中靶心的“直言 策略”策略40 别急着出手的“形象 策略”策略41 把陌生人变忘年交的“制造关系 策略”策略42 比对方更冷静的“镇定 策略”策略43 绝对不制造误会的“重复 策略”策略44 比说话更高竿的“身教 策略”……商场、官场的死穴，说话谈判术幽默是最无反作用力的武器

<<看穿人心的说话术>>

章节摘录

攻心说话必懂的“法则”和“效应”策略03：把自己的需求，包装成对方的需求某个大学教授想在系办公室添购一台冰箱，但预算呈报到行政部门立刻被退回，理由是“系方不需要日常用品”。教授颇为不满，又不想放弃，所以决定换个名目再申请一次：本系办公室基于工作上的需求，欲申请：“类神经人工智能温度调节器”（冰箱）“数字决策产生器”（骰子）“高密度能量单位”（零食）“影像音波控制系统”（KTV设备）“生化振动器”（按摩椅）“脑波振荡器”（计算机游戏）“3D多媒体处理机”（电动玩具）“可记忆讯号产生器”（音响）“数字程序储存版”（大补帖）“超大型多频非交错液晶集成电路超高频道影像撷取接收器”（电视机）以及‘CABLE MODEM和数字电视的先趋研究（第四台）’等设备。

”这次校方答复：为促进学术研究进步，贵系要求之配备全数通过。

事实上，一样的东西，只要用不同的话语或技巧来包装，就能轻松说服那些擅于拒绝的客人，例如，换个方式或名词来解释你的产品。

根据一位美国营销大师的说法，大部分的奥客之所以为奥客，是因为他们想以最少的付出得到最大的收益，想当然耳，过度依从的营销人员，势必会造成业务或公司的损失。

那么，我们要怎么既不损害公司利益，又让顾客满意？

我想，“抓准人性弱点”不仅是公关上的一门大课程，也是解决这个困境的良方。

根据这一点你会发现，适度用专业词汇来包装产品，是可以让产品不做任何改变也能增值的最简单的方法。

有些奥客对于他想购买的产品并没有真正了解，只是一味想要求更多好处、更多赠品、更大优惠，反而忽略了质量。

这时你耗费再多心力去解释“我们为了维持优良质量而不能降低价格”是不可能让对方满意的。与其在一个地方绕圈圈，倒不如换个方式来解释产品。

<<看穿人心的说话术>>

编辑推荐

保险·公差·行销/职场·商场·官场必看的攻心战略圣经。

警告：那些大富豪、政治家不愿意让你知道的秘密！

《看穿人心的说话术》不做无谓激励，不谈多余心态，只注重实际案例！

教你摸透人性“死穴”的心理操盘术。

台湾连印十五刷，火速登上各大书店畅销排行榜！

如果人生是大海，那么，职场、商场和官场，就是潜藏在大海中的三种暗流或漩涡。

除非你一辈子都躲在家里，否则，不管你是自己做小生意，或是当个平凡的上班族，多多少少都会遇到这三种暗流。

事实上，成败的关键在于“攻心”，“攻心”的关键则在于人性。

当你懂得如何摸清人性的“死穴”，如何听懂人家不会说的“潜台词”，你才是真正的公关高手，否则，就算你口才再好，反应再快，也只是聒噪的小丑。

30秒内，用一句话，一个动作，就可以令人心服口服，很有兴趣地听你说话。

改变情场上和商场中的游戏规则，完全由你只手遮天地掌控。

是敌是友，听他一句话马上知道，问对一个问题，任何人都无所遁形。

朋友态度冷淡；恋爱男女心思难以捉摸；职场进退两难；老板在打什么主意？

没有相貌、财富、地位、权利，也可以令所有的人视你为权威专家，对你五体投地地崇拜与尊敬。

<<看穿人心的说话术>>

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>