

<<说服力商数>>

图书基本信息

书名：<<说服力商数>>

13位ISBN编号：9787514109863

10位ISBN编号：7514109862

出版时间：2011-12

出版时间：经济科学出版社

作者：库尔特·W·莫滕森

页数：271

译者：周京京

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>

<<说服力商数>>

内容概要

本书作者是美国国内说服力、激励学和影响力方面的专家。经过十几年的研究，作者创造性地提出了“说服力商” (Persuasion IQ) 一词，首次将说服力等同到IQ的高度。

作者在本书开头就开宗明义地提出了说服力商数是“成功与致富的新法则”。此后，作者陆续提出了人们在日常生活中难以说服他人、达到自己说话目的的十种障碍；紧接着，作者引出了本书的主体：十种说话技巧，即十种提高人们说服力商数的方法。

说服他人是人们与他人沟通和交流的首要目的和主要目的，因此，要想使自己的沟通变得高效、快捷，如何提供说服他人的技巧是每个人都应该提高的技能。

<<说服力商数>>

作者简介

(美) 库尔特·W.

莫滕森，美国国内致力于说服力、激励学和影响力研究的顶级权威人士。

作者曾经花费了15年时间集中研究个人发展与动机心理学，如今已经成为此领域内享有盛誉的专家级教授。

除了进行专业研以外，作者还提供国际国内的演讲、培训和项目咨询，以帮助数以万计的、想在商业与人际关系中获得史无前例的成功的人们。

除了本书之外，作者还著有畅销书《最大限度的影响》(Maximum Influence)。

正是因为其在说服力和激励方面的成就，作者深受畅销书《高效能人士的7个习惯》(中国青年出版社，2008年6月1日出版)作者史蒂芬·柯维推崇，后者被《时代周刊》评为“美国25个最具影响力人物”之一，《经济学人》杂志推举其为“最具前瞻性的管理思想家”。

<<说服力商数>>

书籍目录

- 第一章 什么是说服力商数：成功与致富的新法则
 - 第二章 说服力的障碍：阻碍你成功说服他人的十种常见障碍
 - 第三章 技巧一：像优秀说服者那样塑造你的思维
 - 第四章 技巧二：理解你的听众是怎样想的
 - 第五章 技巧三：迅速亲近听众并与听众保持社会同步
 - 第六章 技巧四：自然而然地建立信任
 - 第七章 技巧五：用权力和威信吸引注意力
 - 第八章 技巧六：影响他人的能力
 - 第九章 技巧七：如何激励自己和他人
 - 第十章 技巧八：优秀的展示技巧与交流能力
 - 第十一章 技巧九：提前感知——支持的秘密规则
 - 第十二章 技巧十：自制力和自我提升
- 写在最后的话
- 附录A 本书内容简述
- 附录B 说服力智商（PQ）测验

<<说服力商数>>

章节摘录

寓言：一个男人和他新买的城市越野车（SUV） 一个男人买了一辆崭新的红色城市越野车。他感到非常兴奋，但同时也因为这一大笔开支而感到不安。买车确实要花不少钱，但他看到自己的新车时，感觉却棒极了。这种感觉确实不错，因为他相信这辆新车会给他带来很多新的机遇。他心想这一定是他伟大事业的开端。虽然经济上有些紧张，但他觉得这钱花得很值。两周后，车子没油了。于是他自然要到加油站去把车子加满油。但当看到加油泵上计价器不停地往上跳时，他失望至极。20美元、30美元、70美元……最后它停在了82.77美元上。“这简直就是拦路抢劫！”他心想。汽油怎么这么贵！这不公平！他发誓再也不加油了。车子确实没有再加过油。于是闪闪发亮的新车子就这样一直停在了路旁，再也没有发动过。而这仅仅是因为他固执地拒绝给车子加油。

寓意：无论你有着什么样的车（在做什么行业），如果你不给他加油（拥有说服力和人际交往能力），它是不会前进的。

正如汽油对你的车子来说非常重要一样（暂不考虑加油的成本），说服力也是你在商业上取得进展的关键。

人们都想要知道如何当场或是在任何其他的场合说服他人，从而影响他人。

设想一下，当你正在与你的朋友、客户或是一个潜在顾客交谈时，你却不能将自己的观点传达给对方，那会是多么糟糕的一件事。

现在再设想一下：如果你能买到一种魔力喷头，喷到谁的身上，谁就能被你所说的话说服，从而迅速地改变他们自己的思想，按你说的方法去办。

如果真有这样的喷头，估计花多少钱你都愿意将它买下。

想想自己若能轻易而又有力地与他人说服，会是件多么美好的事情。

?你一定可以掌握说服他人的科学方法和艺术 让人欣慰的是说服他人的技巧是可以学习并且掌握的。

但遗憾的是，在销售培训或说服力培训上，许多个人、公司和企业都没能拿出足够的时间、精力和金钱。

多数人没能掌握说服他人的关键技巧。

一旦人们掌握了说服他人的能力，无论是说服者的收入或是公司的利润都将会有巨大的提高。

你的客户、顾客或是朋友也将会和你建立终生牢固的关系。

说到这里，人们常常会问我这样的问题：我需要付出多少钱才能学习、获取并且掌握这些说服技巧和生存技能呢？

现在我想将问题转换一下。

请问：如果你没能掌握它，你将会因此损失掉多少？

正如亿万富翁唐纳德·杜普（Donald Trum）说：“去学习说服他人这门艺术吧。

勤加练习，你会逐渐认识到它在生活中的每个领域中所具有的重要价值。

” 为什么我要用毕生时间来学习、掌握并教授他人如何掌握说服他人和社会生活的技能呢？

原因正是因为我在读大学和考取高等商学学位时，没能学习到这些关键的生活技能。

为此我简直要抓狂。

<<说服力商数>>

是谁、什么原因造成了我这种失败？

如果是说服力使人成功，为什么我没能从学校里或者是其他什么地方学到它？

如果把成功和财富比做大树，我为什么就没能拥有一把小刀，从这棵大树上分享到属于自己的一块呢？

为什么我用来获取成功和财富的工具是错的呢？

这些技能非要在失败和挫折之后才能学到吗？

我开始极度地想要掌握说服能力这一无价之宝。

我阅读了能找到的关于这一主题的所有书籍；参加了数不清的各种说服力、领导力、谈判技巧和推销方面的讲座；研读了大量关于人类行为学、社会心理学的著作；仔细聆听了手头能找到的每一份关于说服力、激励方法和影响力方面的磁带或CD。

尽管我搜集了大量的信息，但还是觉得它们不是很全面。

所有的那些研究、方法、书籍以及演讲者虽然都提出了许多好的观点，但我没能发现一条能将它们连接在一起的主线。

我很失望。

于是，决心要亲自做进一步的研究。

我耐着性子看完了无数条推销实例和消费者的各种真实情况的反映，同时做了无数的调研。

我忍受着许多老学院派咄咄逼人的说服伎俩，聆听了诸多电话销售的实例。

同时，我也亲眼目睹了大量成功地达成交易的案例。

为了获取第一手资料，我选择了销售或销售经理职位的工作。

我从众人中找出那些一流的专业说服者，并从他们身上学习成功说服别人的经验。

不仅如此，我也细心观察了那些听众的反应，以便于我能把握听众喜欢什么样的说服方式，同时找出他们被说服或是未被说服的原因。

基于我取得的大量研究成果，我成立了说服力学院，以此来整理、编纂我的研究发现。

同时，也能与那些渴望发掘自身最大潜力的人们一同分享说服他人的秘密。

学院成立以来，我们累计做了两万多份“说商”测验。

而我的职责就是要传授给你顶级说服者的说服技巧。

究竟那些说服高手具备了哪些优秀的才能、品质、性格、习惯和思维模式呢？

一个普通人又该怎样才能成为优秀的说服者呢？

我也帮助说服者们理解他们的听众。

在你对你的客户、顾客和潜在顾客进行说服之后，我会继续和他们交谈。

从而在说服过程结束后找出为什么他们没有告诉你实情，而选择避开你，转身跑掉，不买你的东西？

通过这样的实践，我就找出了问题的症结所在，并能告诉你该在哪些方面提升能力以便以后成功地说服和影响他人。

总是奢望着自己能有高收入，是无济于事的。

倘若学会了如何说服并影响他人，这种愿望就能变为现实。

请你自问一下：“由于自己未能很好地说服或影响他人，我丢掉了多少钱、多少收入？”

仔细地想想这个问题吧。

是的，我知道你们一定也曾取得过不少成功。

但你想一下那些失败的时候，你一定曾经有过没能将自己的观点很好地表达，并将别人说服的时候吧。

在世界各地，通过互联网或是在我的讲座上，我都曾提过这样的问题：“说服力上的欠缺给你或你的生意带来了多大的损失？”

对此的回答让人惊愕不已。

总的来说，普通群众因为这一点损失了近430万美元。

而随着时间的流逝，由于错过了这些机会--包括关系的建立、交易的完成或是职位的升迁，人们又会为此而失去更多潜在的机遇。

更深地挖掘说服力的话，我发现那些深谙如何说服和影响别人方法的人们简直说是可以自由操控自己

<<说服力商数>>

的收入，或是无论何时何地都能轻而易举地找到工作，做成买卖或领导他人。
……

<<说服力商数>>

编辑推荐

购买：向定价要利润：如何为产品和服务制定高定价策略 职场型人 血拼销售：与虎谋单的魔法技巧 顾客都是不理性的 电话和网络销售技巧 101招搞定难缠员工 留住好员工：揭开员工流失的7大隐密 打败面试官：201招应对刁钻问题 测试和挖掘你的说服潜能，说服他人的秘密武器。

全面提升你的说服力IQ，让你的说服力所向披靡。

继丹尼尔·戈尔曼《情商》后的又一倾情献 美国管理协会AMACOM与成功致富的新法则海报：

<<说服力商数>>

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>