

<<如何赢得人心>>

图书基本信息

书名：<<如何赢得人心>>

13位ISBN编号：9787111230762

10位ISBN编号：7111230760

出版时间：2008-1

出版时间：机械工业

作者：本社

页数：188

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>

## &lt;&lt;如何赢得人心&gt;&gt;

## 前言

真正能够有所作为的人，通常都能够凝聚人心，这一点我们可以找到无数的事例作充分的证明。

蒙牛总裁牛根生认为，这个世界不是有钱人的，也不是有权人的，而是有心人的，他提出“经营企业就是经营人心”的观点。

海尔集团总裁张瑞敏说过：“人的素质过去是海尔成功的根本，今后我们面临的挑战也是人的素质问题，如何凝聚人心将是企业发展的根本。

” 无论是对组织还是对个人来说，如何赢得人心，如何凝聚人心都是生活中的现实问题，是决定组织和个人最终取得成就大小与发展好坏的关键所在。

那么，如何赢得人心呢？

“知人心难，赢得人心更难”，这是一句众所周知的话。

这是否意味着人心是不可捉摸的呢？

我们知道，人类的行为是受心理支配的。

也就是说，每个人处在同一心理状况时，所表现出来的行为虽然各有不同，五花八门，但控制这种行为的心理却是永恒不变的。

如同下面的情况：一个年轻的毕业生到一家单位工作，刚来的时候他表现得非常积极，打水扫地，节假日主动要求加班，领导布置的任务有些他明明有很大困难，也硬着头皮承揽下来。

但久而久之，他开始变得不那么主动起来，最后与单位其他人一样对工作不那么热情。

但让他不解的是，领导对他的负面评价远远超过与他同样消极的同事，换句话说，他过去做的那么多事，几乎都没有获得任何积极的评价。

这样的情况让人不解吗？

那类似上面的情况是什么原因造成的？

心理学对此的概括便是“近因效应”，即最近的行为会影响到对过去事物的评价，负面的近因行为会否定过去所有的功绩，而正面的近因行为则会改善过去的形象：这就是人际交往中永恒不变的心理规律。

想要赢得人心，就要知道人的心理规律。

只有对人的心理规律了如指掌，你才能拿出切实可行的行为来赢得对方的心。

本书阐释了36条可以帮助我们赢得人心的心理学原理，展现了人际交往中印象管理、攻心策略等多方面的人心经营方法。

这并非一本严格意义上的心理学读物，因为从根本上来说，这本书仅仅依据心理学的内在原理作为指导，其目的主要是给我们指明在“赢得人心”这一问题上可以产生最大效果的各种行动方式，以及规避不利于“赢得人心”的各种负面情况。

为此，本书在内容中增加了很多实战的行动技巧，这些技巧是可以切切实实让我们的行动产生更大成效的。

天下万物都在变化，唯有人心不变。

无论何时何地，当我们想要驾驭自己的关系场，用人际关系来为自己的成功添砖加瓦时，就要熟悉人性，遵循人心定律，最终，我们才能获得我们想要的成功。

无论这种成功是人际关系上的还是其他方面的。

## <<如何赢得人心>>

### 内容概要

《如何赢得人心：赢得人心的36条心理学原理》运用阶梯状的结构方式，将人的品格作为基座，再将处事策略方面的内容逐渐提高，抽丝拨茧，层层递进，一步一步引导读者迈向为人处世的巅峰。《如何赢得人心：赢得人心的36条心理学原理》用精辟的论述、务实的语言、典型的实例，将如何赢得人心的80个细节多角度、多层次地展现给读者朋友；具有很强的可读性、实用性和操作性。

让别人喜欢你？

凭什么？

用周星驰的话是：给个理由先？

喜欢一个人，需要理由吗？

就像爱一个人，需要理由吗？

需要的，只不过很多人并没有仔细去分析与琢磨那些理由。

世上没有无缘无故的爱，也没有无缘无故的恨。

同样，世上也没有无缘无故的喜欢与讨厌。

要成为一个可爱的人，让别人喜欢你，你首先要有高尚的品格，才能获得别人的尊重。

然后在别人尊重你的基础上，用圆熟的处事技巧，一点一滴地培养感情，最大限度地获得别人的好感

。《如何赢得人心：赢得人心的36条心理学原理》所列的细节作为一个完善自我的参考，希望能给读者带来意外的收获。

## &lt;&lt;如何赢得人心&gt;&gt;

## 书籍目录

序 前言 第一章 印象管理的6大心理原理 1.中心性品质原理——热情是良好人际关系的中心要素 2.真诚效应——热情是焦点，但真诚却是最高点 3.平等之餐可以滋润心灵——平等是最容易被感知的尊重 4.互惠定律——感觉既是相互的，也是可感知的 5.主动原理——无动于衷并不能改变现状 6.心理定势效应——恶劣的人际关系常常偏见的替罪羊 第二章 待人处世的7大心理策略 7.“行为 - 态度”效应——态度决定行为，行为改变态度 8.近因效应——最近的行为能够影响以往的评价 9.不能奢求理解——理解是沟通的结果，并非理解所当然 10.海格力斯效应——善待对手，这是心灵品质的高境界 11.心理摆效应——千万别被情绪左右 12.负向原理——一个坏印象要靠十个好印象修补 13.互补吸引律——利用优势互补形成吸引力 第三章 赢得人心的关键细节 14.魅力不在完美——有点小毛病比完美更受欢迎 15.德西效应——纯粹的物质交流不可取 16.自我暴露原理——恰如其分地暴露自己可快速缩短心理距离 17.归因偏差——别往自己脸上贴金 18.客观处世最得人心——正面或负面的客观评价都是积极评价 19.增减原则——从否定到肯定能让你赢得人心 20.改宗效应——大多数人赞同的时候，反对者更具价值 21.霍布森效应——给别人的选择是真实的而不是附加条件的 22.PAC角色分析理论——在最恰当的时机做最正确的事情 23.沉没成本效应——如果事情不可挽回，就不要过多纠缠 第四章 赢得人心的心理策略 第五章 驾权你的关系场

## &lt;&lt;如何赢得人心&gt;&gt;

## 章节摘录

第一章 印象管理的6大心理原理 1.中心性品质原理：热情是良好人际关系的中心要素 人际交往中的心理规则告诉我们，在良好印象的形成过程中，“热情”始终是第一个被对方感知到的品质。

假设有这样两个人：他们都勤奋、实干，有着坚强的性格，做事果断、坚决又不失严谨。在所有人眼中，他们都是极为聪明的人。

但他们之间唯一的区别是，其中一位遇人处事极其热情开朗，而另一位却是冷酷、不苟言笑的。那么，你会选择与谁交往？

许多人的答案都是：愿意与那个热情的人交往！

原因就在于，每个人在人际交往过程中都不知不觉地受到“中心性品质原理”这一心理法则的影响，而“热情”恰好是人的中心性品质之一。

热情的“中心效应” 热情是良好人际关系的第一要素，在任何时候，保持热情总会让你受益匪浅。

为了验证“热情”是人的中心性品质，1946年，美国心理学家所罗门·阿希做了一个实验。他把被试者分成两组，向他们分别描述同一个人。

在第一组中，所罗门·阿希列出这个人的七项品质，包括聪明、熟练、勤奋、热情、实干和谨慎。

在第二组中，所罗门·阿希只将这个人品质中的“热情”换成“冷酷”，其他不变。

结果出来了，仅仅一个“热情”与“冷酷”的区别，却引起了两组被试者对这个人完全不同的印象。

第一组被试者见到此人时，愿意同其交往，谈得很投机，并且认为他同时具有幽默感等各种优秀品质。

第二组被试者则不愿与此人接近，敌视他，讨厌他，同时把自以为是、虚伪、脾气暴躁等各种恶劣品质统统罗列在他“冷酷”的品质之下。

阿希最后得出这样的结论：“热情 - 冷酷”这一对品质是人际交往中的中心品质。

在这对中心性品质中，人们对热情的评价总是正面的，而冷酷却陷入无限负面的评价中。

.....

<<如何赢得人心>>

媒体关注与评论

得人心者得天下，失人心者失天下！

人心只能赢得，不能靠人馈赠。

——叶芝            成功就是赢得人心，凝聚人心。

——海伦·斯诺        人们不在乎你的知识有多少，而在乎你对他有多么的关心。

得人心者则成功，失去人心者则失败，这是永恒不变的。

——陈安之            如果你想赢得人心，首先要让他相信你是真诚的朋友。

——戴尔·卡耐基

## <<如何赢得人心>>

### 编辑推荐

人心是一种巨大的力量，是每个人在工作和生活中必然要面对和重视的问题。

本书从社会心理学和人际关系心理学角度阐释了36条可以帮助我们赢得人心的心理学原理，展现了人际交往中印象管理、攻心策略等多方面的人心经营方法。

为了提高对读者的实际指导，本书在内容上既充分阐释了各条人心定律背后有趣的、深刻的心理原理，同时也指明了在“赢得人心”这一问题上可以产生最大效果的各种行动方式，以及规避不利于“赢得人心”的各种负面情况。

为此，本书在内容中增加了很多实战的行动技巧，这些技巧可以切切实实让你的行动产生更大成效。

你相信赢得人心、凝聚人心是你通往成功的必然道路吗？

蒙牛总裁牛根曾说：“先聚心，后聚人。

”人心是强大的心理力量，掌握这种心理力量的途径唯有：了解并娴熟地运用赢得人心的心理法则！

<<如何赢得人心>>

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>