

<<每天懂一点挖坑心理学>>

图书基本信息

书名：<<每天懂一点挖坑心理学>>

13位ISBN编号：9787564036867

10位ISBN编号：7564036869

出版时间：2010-10

出版时间：北京理工大学出版社

作者：墨墨

页数：261

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>

前言

毛泽东说：“与天斗，其乐无穷；与地斗，其乐无穷；与人斗，其乐无穷。

”可见人生本是一场心理博弈，世间根本不存在所谓的净土，生活中的诡计无时不有、无处不在，正如人生不如意事常有八九，这是人人都知道的道理，却又是难以避开的。

为什么人们总是掉进各种各样的陷阱中？

究其原因，除了外界不可抗力的影响以外，人们大多数的“失误”还是源于自己的心理弱点，如情绪、性格、习惯、爱好等，而那些设置“陷阱”的人就是利用了人们的这些弱点，人们自身的“心理缺陷”加上外力利用这种心理给你挖下的“坑”，自然让人难以逃脱。

怎样才能在这场博弈中胜出，那就需要我们善用心理技巧，在躲开别人“陷阱”的同时，也要懂得为别人设下“陷阱”，通过对别人心理的控制和影响，取得心理较量的胜利。

业务员A走进客户赵经理的办公室，当时赵经理正在打电话。

业务员A安静地坐了下来，此时，他并没闲着，而是观察了一下赵经理的办公室。

他办公室后面是一个书柜，柜子前面的桌子上摆了一张赵经理穿着博士服的照片，照片被装裱得非常精致，可见主人对其喜欢程度。

墙壁上挂着一副“大展宏图”的毛笔字，红红的一个“赵”字印章非常显眼。

赵经理很快打完电话，业务员A并没有直接向其推销产品，而是说：“赵经理，您是博士毕业呀

？

不知道您读的是哪所大学，想必您的学校出了不少人才吧？

您看您是博士，又管理着这么大的一个公司，国内像您这样有才能的老板可真不多见呀！

”

<<每天懂一点挖坑心理学>>

内容概要

我们都不希望被别人左右自己的思想和生活，却又强烈地想和生活，却又强烈地想左右他人。

但事实上，我们常常不知不觉地滑入对方精心设置的心理陷阱。

当我们和大部分人交往愉快的同时，有时候也感觉和某些人交往很不舒服，甚至有一种上当受骗的感觉——似乎掉进了对方设置的陷阱之中。

这样的人际交往在心理学上称之为“心理游戏”，即一系列的互补、隐藏式的沟通，会发展至一个明确的、可预见的结果。

<<每天懂一点挖坑心理学>>

书籍目录

Chapter 1 一俊如何遮了百丑：别让晕轮效应蒙了眼 一俊如何遮了百丑 以“貌”取人导致判断失误 一好并不等于百好 跟着感觉走，很可能掉到沟里 先从感官上“征服”你 从“一俊遮百丑”到“一丑遮百俊” 谁在借助名人的光环 说你行，你就行，不行也行 “老实人”更能赚你的钱 自造的“人才”陷阱 让他的眼光落在你想让他关注的地方

Chapter 2 秀才如何不输给兵：嘴上留情，脚下有路 看诸葛亮怎么给关羽“下套” 小甜头让人为其“卖命” 从“你”的角度出发来帮“我” 赢利 诚于嘉许，宽于称道 避免直接说“不对” 热情到让你“不好意思” 迎合——产生共鸣的快捷方式 谦虚——哪怕只是做做样子 维护好权威人士的“尊严” 主动坦白“缺陷”赢得的信任 曲线救国——先送“鲜花”后求助

Chapter 3 别拿肉包子打狗：提高威胁的可信度 具体数据比泛泛而谈更有威力 “限量”的威力究竟有多大 试着借用名人的力量 自夸不如找个人来“夸” 找对说客才能让人信服 多点权威，可以轻松地说服别人 抓住你最关心的问题进攻 先试后买——事实胜于雄辩 “熟人”是最好的桥梁 不讲价是因为只此一家，别无分号

Chapter 4 半斤不是八两：小心落入“凡勃伦”陷阱 “天价”商品为何走俏市场 把相同的東西擺在不同的地方賣 炫耀性消費：不要成為別人的剩餘價值 賣的雖精，但也難免“中招” 用“凡勃倫”效應把自己推銷出去 有多少錢是花在臉面上的 只買最貴的，不買最好的 麻雀變鳳凰——買的就是感覺 奇怪的規律：便宜的沒人搶，越貴的越脫銷 限量——我有，你們都沒有 賣得貴就一定是好東西

Chapter 5 小心好奇害死貓：命運常被習慣主宰 寧可得罪“上帝”的藝人 越是“求不得”，越是想追根究底 以“奇”制勝的宣傳，你關注了嗎 請你猜猜我是誰 別被“禁止”的假相所迷惑 提問式的節目引發悬念 用好“神秘”這個武器 不要急着解釋“為什麼” 它怎麼敢向權威叫板 與眾不同的吸引力 利用的就是你的“求知欲” 人們常常因好奇而停下腳步

Chapter 6 天上不能掉餡餅：貪心讓人欲罷不能

Chapter 7 得不到的總是最好的：躲開欲擒故縱的陷阱

Chapter 8 英雄難過美人關：跳離異性效應的瓶頸

Chapter 9 無力抗拒的彩票誘惑：別讓賭博心理牽著走

Chapter 10 雞生蛋與蛋生雞：思想使行動變成矮子

Chapter 11 乞丐為何光著膀子：苦情牌不可小覷

Chapter 12 虛榮的力量有多大：避開鮮花下的陷阱

Chapter 13 買的沒買的精——警惕交易中的暗示陷阱

章节摘录

心理学家戴恩做过这样一个实验：他先让一些人看另外一些人的照片，这些照片中的人形形色色，着装各不相同。

最后让这些人从特定的方面来评定照片中的人。

结果表明，被测试的人赋予了那些看上去比较英俊和有魅力的人更多的理想的人格特征，比如沉着、冷静等。

我们在潜意识中总是这样认为：人的外貌和内在品质之间是存在联系的。

比如，人们通常认为热情的人常常对人比较亲切友好，容易相处，一般极富幽默感，爱帮助别人；而冷漠的人则较死板、不近人情。

于是，人们对某人只要有了热情或冷漠的印象，就会自然而然地去补充与之相关的其他特征。

这种从外表知觉内心，又从内在性格特征泛化到对外表的评价的现象就是产生晕轮效应的主要原因。

从认知角度讲，晕轮效应属于一种以偏概全的主观心理臆测，以貌取人就是晕轮效应的表现形式之一。

以“貌”取人的事情是很常见的，比如有些上司看到一些下属的个别缺点，或对他们的生活习惯、工作中的穿衣打扮不认同，很容易把他看成一无是处。

再比如，我们看到某个人的字写得很好看，则会觉得他思路清晰，做事认真。

总之，这种戴着有色眼镜去判断别人心理的行为正是陷入了晕轮迷宫的体现。

且不说普通人，即使是历史上那些英明人物也难免被这种效应所左右。

三国时期，凤雏庞统本想效力东吴，可是在前去面见孙权时，孙权却因见他长相丑陋、举止傲慢不羁就心生不悦，虽然听闻其名，也依然把这位和诸葛亮比肩齐名的奇才拒之门外，虽然鲁肃苦言相劝，也无济于事。

……

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>