

<<游击说服>>

图书基本信息

书名：<<游击说服>>

13位ISBN编号：9787807000662

10位ISBN编号：780700066X

出版时间：2005-9

出版时间：海南

作者：堂普法雷

页数：245

字数：180000

译者：芮思荣

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>

<<游击说服>>

内容概要

在本书，作者主要从品格、力量、目标、论证和反驳五个方面对说服这门艺术作了精湛的、仔细的分析，让你知道其中的每一个说服细节，并且帮助你勇敢地战胜说服的种种障碍和恐惧的心理。说服，如同营销，是一个过程，而不是一个事件；如同营销，需要耐心和洞察力。除了运用逻辑和推理外，说服和核心是要富有情感和激情。通过本书的学习，掌握了说服，你也就获得了接受、认同和成功。对说服错综复杂的细节了解得越多，你就越能更好地进行说服。不仅在营销方面如此，在生活各个方面也是这样。

<<游击说服>>

作者简介

堂普法雷，是一位公共演说和陈述大师，在哈佛商学院任教，并致力于拉德克利夫研究班的管理项目。

<<游击说服>>

书籍目录

前言 导读 第一章说服者的品格 有说服力的陈述者是在说服剧中凸现某些天生品格特征的人。

真诚 人和角色 说服角色的组成要素 强化了的你 身体到场 讲演者与视觉通讯 品格的另一种意义 第二章听众的力量 无论听众是一个人还是一万人，他们都是力量的源泉。

说服者需要这一力量以帮助自己实现目标。

权力和利益的握手 分裂的听众 放弃假设模型 认知评估 通俗方法 辨别他们的情感 感知听众 倾听与紧张 合伙关系 谈判和说服之间的比赛 朝对话发展 权力和权力的约束 权力和拥护者 议事日程 相信直觉 第三章目标和障碍 受过训练的说服者总是展开两个议程，一个供说服使用，一个供行动使用。

正确的问题 目标只是一个站台，不是目的地 作为跳板的目标 说服目标和行动目标 特定听众目标 第四章展开说服 优秀的说服者知道，说服的活动范围是听众的大脑。

大脑如遭到忽视，将是一件可怕的事。

介绍 播种怀疑 证据和推理 接通线路 说服战略的基础 说服的战略 惯于怀疑的听众 商务计划 分论点 选择主要论点 论证的流动 调高电压 视觉资料 目标导向的即兴陈述 有指导的能量 第五章反驳战术 说服者有时需玩速战速决的游戏。

真正的抵抗，真正的人 反驳战术 中继传递 第六章克服恐惧 征服恐惧者畅谈征服恐惧。

这绝不是玩笑 一位陈述者的克里比·史蒂文其重入舞台 了解对手 吸血鬼战略 一个小错误跟恐惧斗争的喜剧演员 能量波 第七章说服艺术 说服艺术展开一幅新远景

<<游击说服>>

媒体关注与评论

书评如何使你的商务陈述更有吸引力，利用非常规策略实现常规目标 以最少的投资谋求最大的回报。
营销经典。

“游击”的核心理念在于：在激烈的市场营销中，打破常规，运用新、奇、特的点子，不靠大肆宣传和花费，充分利用有限的资源，以最少的投资谋求最大的回报。

人人都是天生的说服者，都因需要去说服别人。

做一个杰出的说服者需要具备什么呢？

本能是一和丰厚的资产。

除此之外，还要有超凡的天赋、人格魅力，再就是经验。

不管你是否在准备，还是在作正式陈述，在会上发言，或在办公室、街上、停车场与人单独交谈，接受和运用本书的五大基本原则都将帮助你创造性地思想和谈话，成功应对每一次新的商务挑战。

‘ 要想知道自己是否具备做一个优秀说服者的潜能，需要深刻理解以下五大基本原则： 品格：理解你作为说服者的角色和高度，突出展示坚定、能力、同情和公正； 力量：估测听众的性情，与权力经纪人交谈； 目标：阐明和确定与你的品格和听众相符的、可衡量的目标； 论证：用案例、权威或视觉形象私下与听众进行条分缕析的接触； 反驳：学会驳斥别人的论点并克服与自己对立的论点。

说服如同营销，是一个过程，而不是一个事件；如同营销，需要耐心和洞察力。

<<游击说服>>

编辑推荐

如何使你的商务陈述更有吸引力，利用非常规策略实现常规目标 以最少的投资谋求最大的回报。营销经典。

“游击”的核心理念在于：在激烈的市场营销中，打破常规，运用新、奇、特的点子，不靠大肆宣传和花费，充分利用有限的资源，以最少的投资谋求最大的回报。

人人都是天生的说服者，都因需要去说服别人。

做一个杰出的说服者需要具备什么呢？

本能是一和丰厚的资产。

除此之外，还要有超凡的天赋、人格魅力，再就是经验。

不管你是否在准备，还是在作正式陈述，在会上发言，或在办公室、街上、停车场与人单独交谈，接受和运用本书的五大基本原则都将帮助你创造性地思想和谈话，成功应对每一次新的商务挑战。

要想知道自己是否具备做一个优秀说服者的潜能，需要深刻理解以下五大基本原则：品格：理解你作为说服者的角色和高度，突出展示坚定、能力、同情和公正；力量：估测听众的性情，与权力经纪人交谈；目标：阐明和确定与你的品格和听众相符的、可衡量的目标；论证：用案例、权威或视觉形象私下与听众进行条分缕析的接触；反驳：学会驳斥别人的论点并克服与自己对立的论点。

说服如同营销，是一个过程，而不是一个事件；如同营销，需要耐心和洞察力。

在本书，作者主要从品格、力量、目标、论证和反驳五个方面对说服这门艺术作了精湛的、仔细的分析，让你知道其中的每一个说服细节，并且帮助你勇敢地战胜说服的种种障碍和恐惧的心理。

说服，如同营销，是一个过程，而不是一个事件；如同营销，需要耐心和洞察力。

除了运用逻辑和推理外，说服和核心是要富有情感和激情。

通过本书的学习，掌握了说服，你也就获得了接受、认同和成功。

对说服错综复杂的细节了解得越多，你就越能更好地进行说服。

不仅在营销方面如此，在生活各个方面也是这样。

<<游击说服>>

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>