

所谓情商高,就是会说话(世界知名企业员工指定培训教材)

作者: 佐佐木圭一

图书在版编目(CIP)数据

所谓情商高,就是会说话/(日)佐佐木圭一著;程亮译.--北京:北京联合出版公司,2016.9(2017.2重印)

ISBN 978-7-5502-8609-2

I.①所... II.①佐... ②程... III.①语言艺术—通俗读物 IV.①H019-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第214123号

著作权合同登记号:01-2016-3893

TSUTAEKATA GA 9 WARI 2 by Keiichi Sasaki

Copyright © 2015 Keiichi Sasaki

Simplified Chinese translation copyright ©2016 by Beijing Mediatime Books Co., Ltd.

All rights reserved.

Original Japanese language edition published by Diamond, Inc.

Simplified Chinese translation rights arranged with Diamond, Inc.

through Beijing GW Culture Communications Co., Ltd.

所谓情商高,就是会说话

作者:(日)佐佐木圭一

总发行:北京时代华语图书股份有限公司

责任编辑:孙志文

封面设计:红杉林文化

版式设计:姜楠

责任校对:蔺亚丁

北京联合出版公司出版

(北京市西城区德外大街83号楼9层 100088)

三河市宏图印务有限公司 新华书店经销

字数 140千字 880毫米×1230毫米 1/32 6.5印张

2016年9月第1版 2017年2月第10次印刷

ISBN: 978-7-5502-8609-2

定价: 32.00元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容

版权所有, 侵权必究

本书若有质量问题, 请与本社图书销售中心联系调换。电话: 010-63783806

前言 说话时的措辞，真的能改变人生

举个实际生活中的例子。

比如打扫卫生。想让家人帮忙时，很多人会这样说：

“去把垃圾扔了。”

可结果呢？就得看对方当时的心情了。

得到的回答很可能是“我现在很累”，或是“我正在看电视呢”。

在这种时候，不妨试试下面的说法：

“扔垃圾和打扫浴室，你选哪个？”

这样一说，对方就会从中选择一种，而一般人自然会选择更轻松的扔垃圾。

再举个例子。

邀请意中人约会时，很多人会这样说：

□

“你这周六有空吗？”

可结果呢？很难预料。

若是两情相悦，那自然没什么问题，否则能不能得到肯定的回答可就难说了。其实只要换种说法，就能跨过这道障碍，成功得到“OK”的答复。

你觉得应该怎么说？

“那家很有名的意大利餐厅，现在只能订到这周五或周六的位子，你哪天有空？”

这样一说，对方就会从中选择一天，例如“嗯，周六有空”。不管选哪一天，只要对方做出了选择，约会就成功了。

人的行为意愿，会受到措辞的影响。例如前面这个例子，同样的邀请，第二种措辞就更容易帮助这个人成功约会，进而交往，最后迈入婚姻的殿堂，抓住了难得的幸福！

前面所举的两个例子中的主人公之所以能成功，并不是因为他们本身多么能说会道。事实上，措辞是有技巧的，他们只是懂得其中的技巧而已。

当被问到“A和B选哪个”的时候，一般人都会从中选择一种。关键在于，事先准备好的两个选项A和B，应该是选哪个都不影响结果的。换句话说，无论对方选哪一个，自己都能达到目的。

措辞就像做菜，是有谱可循的。

只要掌握了菜谱，任何人都可能做出美味佳肴。

我本来是一个笨嘴拙舌的人，但自从明白“措辞是有谱可循的”这个道理以后，我的人生就有了天翻地覆的变化。很多人以为，高明的措辞来自天生的语感，可实际上，措辞就像做菜一样，是可以通过学习而掌握的。

为了帮助那些苦于不善措辞的人明白这个道理，我把自己这十八年来找到的“措辞菜谱”写进了第一本书——《别让成功卡在说话上》。

爱读书的、有上进心的人，身上必然存在闪光点，可如果这些闪光点不能展现出来，将是多么可惜的一件事啊。我本人就曾因不善措辞而苦恼万分，所以不想把“措辞的技巧”敝帚自珍，而是希望向世人公开。

写这本续作的理由

在前作《别让成功卡在说话上》一书里，我公开了任何人都能实践的“措辞菜谱”。后来，我陆续参加了二百多场演讲和媒体活动，同许多商务人士、家庭主妇、学生等交流过。这些人说的最多的一句话是：

“我按书里的方法邀请对方约会，果然成功了！”

此外还有：

“不爱运动的爸爸开始跑步了！”

“鞋的销售额有了显著提升！”

“以前一直不肯合作的厂家，终于决定跟我签订新商品的合同了！”

“我一直拿反抗期的两岁女儿没招，直到用了书里的办法，非常有效！”

……

在交谈过程中，我听到了许多出人意料的趣事，还有一些连我也感到敬佩的巧妙措辞。同时，也有不少人向我提出具体的问题，询问怎样做才能彻底掌握措辞技巧。例如：

“这种场合该如何措辞？”

“关键时刻总是忘，怎么办？”

在不断获知大量实践事例的过程中，我忽然意识到：“应该让广大读者了解这些事例及心得体会中的要点！”“应该跟广大读者分享，以表达我的谢意！”这就是我写作本书的契机。

本书的写作目的是——

帮助读者完美地掌握并运用措辞的技巧。

书中不仅列出了大量一举变逆境为顺境的实践故事，使读者可以一边阅读，一边假想体验，而且记录了很多要点，以便读者能在实际生活中轻松运用。

本书的结构经过精心设计，即使没读过前作，也毫不妨碍理解。而且读过本书再去阅读前作，更能进一步加深理解。

必须掌握的“7个突破口”和“8个技巧”

拜托别人做事时，为了得到“Yes”的回答，可以运用一些具体的技巧，也就是把“No”变成“Yes”的技巧。当然，这些技巧不可能百分之百管用，但确实能大大提高得到“Yes”回答的可能性。除此之外，还有“7个突破口”。

◎把“No”变成“Yes”的7个突破口

①“投其所好”

②“敬其所恶”

③“选择的自由”

④“被认可欲”

⑤“非你不可”

⑥“团队化”

⑦“感谢”

另外还有创造“警句”的技巧，如打动人心的演讲、电影里的著名台词，等等。在《别让成功卡在说话上》一书里，已经介绍过任何人都能现学现用的5个技巧。

◎创造“警句”的5个技巧

①“惊奇法”

②“反差法”

③“赤裸裸法”

④“重复法”

⑤“高潮法”

本书在上述技巧的基础上，还会首次公开3个新技巧！！

⑥“数字法”

⑦“合体法”

⑧“顶点法”

□

写作本书的目的只有一个，就是让你掌握“措辞菜谱”，并且能够现学现用。

①记忆深刻！“实践故事”

我从别处听过不少令人印象深刻的“措辞趣事”，很多连我也感到格外敬佩。这些故事光是听起来，就叫人觉得十分痛快，而且颇具启发意义，所以我很喜欢。于是，我便收集了生活中的大量真实故事，这些故事的主人公无一不是最初处于无计可施的困境之中，最后却通过改变措辞，一举扭转了不利局面。

因为是故事的形式，所以很容易就能让人记住。如同我们学习历史知识，单纯靠死记硬背很难记住，但配合历史故事一起记忆，就会变得非常容易。

②阅读即练习！“产出型结构”

想掌握措辞技巧，就得先懂得方法，然后实践。好比做菜，得先知道怎样做好吃，然后多次练习，等彻底掌握方法，就算不看菜谱也会做了。

本书的结构经过精心设计，读者只要自然而然地思考，就能有所产出，收获成功。也就是说，仅仅通过阅读，就能得到练习。

③能体验实际演讲！“实况转播”

《别让成功卡在说话上》的演讲，因“有助于实际掌握”而受到了大家的好评。我决定不藏私，在本书里公开演讲内容，让大家可以通过阅读，对实际的演讲和研讨进行假想体验。

通过“实况转播1”，能体验把“No”变成“Yes”的技巧；通过“实况转播2”，能体验创造“警句”的技巧。

不用像我一样走弯路，以最短的时间掌握措辞技巧

身为广告文案撰稿人，我每天都要跟语言打交道。我本来并不擅长表达，却因突如其来的职位调动，成了广告文案撰稿人，每天得写400~500例文案，而我始终都完不成。

其他人对我说：“没人对你抱有期待。”在过大的压力下，我的体重开始猛增。有段时间，我的表现实在差劲，公司甚至不给我安排工作。明明年轻力壮，却没有活儿干。如果把我当时的凄惨遭遇写成歌曲，旋律一定无比伤感，用来作三流电视剧的主题曲正合适。为了打发过剩的时间，我一边看电影、阅读小说和名言集，一边把喜欢的句子抄记下来。

有一天，我正无所事事地看着本子上的字句，突然发现了“语言的法则”。按照这个所谓的“法则”去写文案，竟然得到了“很有趣”的好评。我的人生并不是逐渐改变的，而是在掌握了“语言的法则”之后，一下子就发生了天翻地覆的变化。

现今，我以广告文案撰稿人的身份，已经度过了十八年的人生。如果你要从头体验这段经历，势必得付出大量的时间和精力，还未见得会获得很高的效率。从这个意义上讲，本书不只是一本“菜谱”，还是指南，它能让你在最短的时间内，掌握并实践我历经无数次尝试和失败才终于掌握的技巧。

本书就像一本烹饪教材，不仅归纳了“措辞菜谱”，还将做菜的过程全部呈现，毫不遮掩。在阅读的一瞬间，你就能迅速并彻底掌握，就算做不出“专业主厨的味道”，也能做出“家庭大厨的味道”。

通过公开“掌握措辞的方法”，我衷心期待所有阅读本书的人，都能开拓自己的人生，向着自己的梦想迈进。

下面就来看看具体都有哪些措辞的方法，以便于大家尽快掌握。

- [第一章 完美掌握！把“No”变成“Yes”的技巧](#)
 - [1.无所不能的人都懂得如何措辞](#)
 - [2.把得到“Yes”回答的可能性提高2~3成](#)
 - [3.接受大量实践故事的洗礼](#)
 - [4.复习！3个步骤](#)
 - [5.阅读实践故事的关键](#)
 - [6.检验你的“措辞拿手度”①](#)
 - [7.实况转播1：“别让成功卡在说话上·演讲”](#)
 - [8.检验你的“措辞拿手度”②](#)
- [第二章 完美掌握！创造“警句”的技巧](#)
 - [1.能打动人心的语句，可以通过“菜谱”创造](#)
 - [2.能打动人心的人，必然拥有“警句”](#)
 - [3.把交流视为“技巧”而非“唯心论”](#)
 - [4.检验你的“措辞拿手度”③](#)
 - [5.首次公开3个新技巧！创造“警句”的技巧](#)
 - [6.实况转播2：“别让成功卡在说话上·演讲”](#)

第一章 完美掌握！把“NO”变成“YES”的技巧

1.无所不能的人都懂得如何措辞

“对不起，我突然有工作要做。今天的约会取消吧。”

约会当天，对方打来这样的电话。

这种情况很常见，几乎都是出于迫不得已。可是作为被通知的一方，除了失望，可能还会产生这样的感觉：

“对方并不重视我……”

如此一来，原本高兴激动的心情，就会被阴云笼罩。究竟是哪里有错呢？是突然加派工作的可恶的课长有错吗？也许吧。但更关键的问题在于，这样的“措辞”叫人丝毫感受不到被重视。

像下面这样说呢？

“对不起，我突然有工作要做，但我更想见你了。”

只是换了一种措辞，对方的心情立刻就会变得不一样。原因有二。

第一个原因是：通过“更想见你了”，表达了爱意。

第二个原因是：通过这样的表达，使本来很简单的“取消约会”，变成了“加深二人感情的障碍”。

措辞能改变人生。

与意中人交谈、工作中的简报、家人的日常生活、就业面试……越是人生中的重要时刻，措辞对结果的影响越大。同样的内容，用高明的措辞说出来，就很可能使对方的回答从“No”变成“Yes”。

想必大家已经明白措辞的重要性，但还不知道怎样才能掌握措辞方法。很多人以为，措辞是“与生俱来的天赋”，是有“天生的语感”，根本没法轻易掌握。其实不然。

措辞是有谱可循的。

也就是说，“知之则能”。大家以前遣词用句，可能一直依赖自己的语感，但现在，只要知道了“措辞菜谱”，任何人都能完成高明的措辞。越是有能力的人，越能在无意识中使用“措辞菜谱”。

接下来，我就把一直被视为依赖“语感”的措辞，以“菜谱”的形式介绍给大家。

2.把得到“Yes”回答的可能性提高2～3成

老实说，阅读本书，并不能使以前所有“**No**”的回答都变成“**Yes**”，但它确实能提高可能性。根据我的经验，如果原来的可能性为0，那么本书应该能帮助你提高到2～3成；如果原来的可能性为5成，那么本书就能帮助提高到7～8成。

结果是叠加的。掌握了“措辞菜谱”以后，只要持续使用，就能达到前所未有的境界。

一个人平均每天会求人22次。当然，有的请求得到的回答是“**Yes**”，有的则是“**No**”。打个比方，假设使用高明的措辞，每天至少能把一次“**No**”的回答变成“**Yes**”。那么仅以一天来看，或许并没有明显的变化，但这样的情况如果持续一年，就能改变365次，三年就是1000次以上。如果能把以前得到的1000次“**No**”的回答变成“**Yes**”，难道人生还不会改变吗？

□

即使是同样的内容，只要使用高明的措辞，也能把得到“**Yes**”回答的可能性提高2～3成。

3.接受大量实践故事的洗礼

本书的结构经过精心设计，读者仅靠阅读，就能获得模拟体验。第一章和第二章的实践故事是本书的关键，其作用是让读者一边阅读，一边掌握“措辞菜谱”。

每个人在一生中，应该都有过这样的经历：通过巧妙的措辞实现了某种突破。这些经历不断累积，当然也能使我们牢牢掌握措辞的技巧，但要想在人生中积累如此多的经验，恐怕得花数十年的时间才能办到。

接下来的章节收集了大量“成功措辞的精选实践故事”，这些实例能使读者在阅读时如同亲身经历。阅读时尤其要注意措辞在使用“菜谱”前后的区别。

最终目标是彻底掌握“菜谱”，达到能在无意识中使用的状态。好比做菜，刚开始记菜谱时只能边看边做，但做过几次以后，记忆就会沉淀在手上，这时就算边打电话边做菜也没问题。

关键在于“次数”。也就是说，只有增加与优质措辞接触的次数，才能真正掌握措辞方法。

本书准备了足够多的优质实践故事，能让读者增加经验，达到随时使用的水平。

欢迎访问：电子书学习和下载网站（<https://www.shgis.cn>）

文档名称：《所谓情商高, 就是会说话(世界知名企业员工指定培训教材)》佐佐木圭一 著. epub

请登录 <https://shgis.cn/post/219.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

