《所谓情商高，就是会说话》7个突破口+8个技巧，措辞小改变，人生大转变！\_原文

2024年08月14日 10:38

今天要说的书名叫所谓情商高就是会说话。这是一本教你如何不走弯路，用最短的时间掌握说话技巧的书。希望读完这本书之后，你能和任何人都轻松愉快的说话聊天。

这本书的作者叫佐佐木皈依，是日本得奖最多的歌词创作才子，又被称之为广告鬼才、文案写作大师。广告界的传奇大师李克洛是佐佐木的师傅。佐佐木出师以后，成为第一个获得了美国广告界大奖金铅笔奖的日本人。其他得过的奖多的也是数都数不清，一共得了国内外51个大奖。

大家可能会把这哥们儿想象成一个天才，生下来就会说话，会表达。可是事情偏偏就不是这样的。佐佐木因为不善表达，中学时代就念的是理科大学，直接跑去学了机械工程。在这漫长的理工男的学习之路上，他其实是很郁闷的，想和别人表达点什么，说点心里话，但总是不得法。所以大学毕业之后，这个理工男进了一家广告公司工作，由此走上了不断说话的一条路。但起步阶段因为表达能力太烂，每天不断的被老板要求重写文案，甚至还差点得了抑郁症。可到后来怎么就变成说话界首屈一指的达人了呢？这个痛苦过程，他思考和理解出来的精髓，就在今天要给大家说的这本书里面了。

所谓情商高，就是会说话。到底什么叫做会说话？会说话怎么就会改变人生了？你看比如说你想让你家人去倒垃圾，凭直觉说出口应该怎么说？你去把垃圾扔了，别人怎么回呢？十有八九是跟你说我不去，我太累了，要么就是我在看电视，你去，可是如果你跟他说扔垃圾和打扫浴室，你挑一个呗，你觉得别人又会怎么会？这个时候就比较有意思了，十有八九他可能会挑一个干起来轻松点的，高高兴兴的就去把垃圾扔了，你看这是不是就达到目的了。

这个话的妙处就在于直接提供多个选择，做填空题和论述题费脑子，做选择题是不是要容易很多？再举个例子给大家，你想请你的女神吃个饭，直接问他你周六有空吗？你觉得女神直接跟你说我有空的几率有多大呢？但是你要是这么说，姑娘那家特别有名的意大利餐厅，现在只能定到周五晚上或者周六晚上的位置了。你哪天有空，很可能你的女神就会自然的想想哪天空，然后选一天。当然了这也得基于他本身就不讨厌你的前提下，所以你看只要他做出了选择，你也就可以顺利的跟他约会了。所以措辞本身是有技巧的，是有规律可循的，不同的话可以影响人的心理预期，来实现自己的目的。

这本书讲了七个突破口和八个技巧。七个突破口主要是教你如何把逆境变成顺境，如何让本来有可能说no的事，让别人心甘情愿的跟你说yes。八个技巧则是教你创造特殊的句式，我们下面就一一来给你讲一下。

在说七个突破口之前，我们先说一下七个突破口共同的使用原则。具体说来，要遵循三个步骤，一、不直接说出自己的想法。2、揣摩对方的心理。3、考虑符合对方利益的措辞。作者用了一个小故事来做例子。比如说你买了特别多的橙子，你想让家里人多吃点，但他们已经吃过一些就不吃了怎么办？你要是直接说你们再继续吃，很可能没用。

我们来试着用一下刚才说的三个步骤。第一，不直接说这个简单。第二揣摩对方的心理，为什么不吃？可能是担心吃太多凉的水果对身体不好好，这是第二步。第三步，从对方的角度为对方的利益考虑。那你看看这么说效果会不会好一点。橙子是水果里含维生素C最高的，多吃点不但不会对身体不好，还可以预防感冒。这个时候很可能你家人往往会变得比较乐意多吃一点，你的目的也就达到了。

所以这个故事其实是告诉大家要记住这三个步骤。一不直接说，二揣摩对方在想什么，三让双方的目标趋于一致。好，三个步骤说清之后，我们接下来看看七个突破口是什么。

第一个突破口叫投其所好，这是最基本也是最管用的突破口。你去买衬衫，店员要是跟你说，对不起，这件衣服只剩下这一件了，你怎么想？多半会觉得这是别人挑剩下的，而且还有很多人试过，心里就不爽了。但要是店员这么跟你说，这款衣服卖的特别好，这是最后一件了，会舒服很多。觉得自己挑到了今年的爆款，非常有流行的眼光，对吧？这种措辞就是利用了这第一个突破口，叫做投其所好。

这个突破口的绝妙之处在于你主动优先考虑了别人的感受。我们再举一个例子，飞机上的空姐往往会让客人在两种食物中间选一个。有一次牛肉饭少一些，鱼肉饭多一些。怎么让客人多选一些鱼肉饭呢？空姐是这么说的，我们今天供应优质香草、富含矿物质的天然海盐和黑胡椒煎成的白参鱼配米饭，还有普通的牛肉饭。这么说的话，总比直接说不好意思，今天就只剩下鱼肉饭了听起来要舒服多了吧？很多乘客也就是因为这样的措辞，主动选择了鱼肉饭，投其所好，也就是想他人之所想，这是最最重要的第一个突破口。

第二个突破口叫景琦所悟。警就是以儆效尤的警，物就是厌恶的物。我们经常在参观博物馆的时候，看到标志上写请勿触碰展品，大家往往多少有点逆反心理，可能会想我偏偏碰一下又会如何？但如果说的是涂有药品请勿触碰，我们往往会比较自觉的不去东摸西碰，免得给身体造成什么伤害。

这个突破口的意思就是要传达给人一种有坏处的信息，来达到警示对方的目的。简单的说是告诉别人如果不那样做是有利无害的。这个突破口的作用主要是用来说动那些比较难以说服的人，但这样说话难免会产生强迫和威胁的意思。所以用这第二个突破口的时候，一定要注意场合，也要避免连续使用。

我们再举一个例子，我们知道生活中有很多的熊孩子。有一天有几个妈妈带着各自的熊孩子一起去餐厅里面吃饭，搞得客人们是烦不胜烦。这个时候服务员餐厅的老板就来跟妈妈说，为了避免打扰其他客人，能不能让你们的孩子坐在座位上呢？这个话说出来以后，熊孩子的妈妈们只是看了一眼老板什么都没说，然后继续该干嘛干嘛。后来就过来一个服务员，他跟妈妈们说，我们餐厅这刚做好的菜很趟，在端菜的过程中如果被撞到的话，会给孩子造成很严重的烫伤。听到服务员这么说，妈妈们面面相觑，然后赶紧就让各自的孩子回到座位上去坐。我们知道，这些妈妈就算不在乎孩子会打扰到其他客人，也不希望自己孩子被烫伤。所以这就是这个突破口要起到的效果，主要是希望通过别人不愿意看到的事情来形成强大的强制力，这是措辞的一个最终的手段。

第三个突破口叫选择的自由。这个突破口的关键在于要给出对方两个合适的选项，无论对方选择哪个，你都能达到目的。比如说在餐厅刚吃完饭的客人，如果听到侍者问，先生要不要再来一份甜点，这个时候多数人可能都会选择拒绝，那么如何能够把甜点顺利的卖出去呢？比如说这么说应该就会好很多。我们供应的甜点有芒果布丁和抹茶冰激凌。先生，请问您要哪一种？这样的话，很多人就会不假思索的做出选择，因为面对两个乃至更多的选项，是一般人都会下意识地从中做出选择，这也是我们最开始给大家讲的故事。

这个突破口的关键就在于要给出两个合适的选项，让对方来做选择题，而不是填空题。归根结底这种选择的自由能让对方产生一种自主选择的意识，那么被强迫的感觉就会减少，对方的心情也会比较愉快。再给大家举两个简单的例子，有一个妈妈，她有一个女儿，他的女儿每天穿鞋的时候总是很困难，怎么喊都喊不动。于是就想了一个办法，他跟他的女儿说，蓝色的鞋和红色的鞋，你今天想穿哪一双？女儿就不假思索的用手指着说，我今天穿蓝色的鞋，然后开始主动的穿鞋了。从这个小女孩的角度来说，她不喜欢被迫穿鞋，但是通过自主选择的方式，她就稀里糊涂地变得愿意了。这也是利用了选择的自由这个突破口的一个好例子。

再举一个例子，有一些不得不召开的会议，大家都很不愿意参加，那遇到这种情况怎么让对方愿意去开会呢？有一天有一个领导就给大家发通知，说，今天开会我们吃的午饭是可以选的，鸡肉饭和牛肉饭大家选哪个？结果平时迟迟收不到回信的这个领导，这次很快就收到了大家的回信，而且那些平时特别不愿意开会的人也发来信息说我要吃牛肉饭，开会当天座位很快就被坐满了。这也是利用了选择的自由这个措辞的突破口，实现了自己的目的。

第四个突破口叫满足被认可欲，这个的意思就是说每个人都渴望被人认可，通过满足这种需求和渴望，也可以达到让别人说yes的目的，从心理学上来说，这是满足有了他人的被尊重的需求。也可以说的更深入一点，就是一个人总是能做出与他人的期待相对应的成果。我们人总是在得到别人的认可的情况下，会产生一种回应别人期望的欲望。在这种情况下，哪怕是有一点麻烦的请求，对方也会欣然接受。

我们来举个例子，有一个妻子想让一个不爱干家务活的丈夫擦窗户，她如果直接说来你把窗户擦擦，丈夫十有八九是要耍赖的。而妻子如果这么说，效果就会变得比较好。你看你能够得到高的地方。你能把窗户擦得更亮更干净怎么样？拜托你了。如果是这样说的话，丈夫多半就会跃跃欲试，这就是利用了丈夫心中被认可的欲望这个突破口，来实现了自己的目的。

这个在我们生活中也很常见，比如我们的领导在鼓励下属的时候，经常会说你一定能做到的，我相信你客户也期待你能够亲自去做，我们都靠你了。这么说是不是能给人带来一种很大的被认可的感觉呢？再举个例子，过马路的时候，有个爸爸想让三岁的儿子牵着他的手，他试了好几次，直接跟他的儿子说，这很危险，你拉紧我的手，他的儿子各种耍赖皮，后来他换成这样说了，我一个人害怕，你能不能拉着我的手一起过马路啊？他这样反过来把自己的儿子当成大人对待，结果他儿子就很开心的牵住他的手，这也是利用了小孩子的一种被认可欲。

第五个突破口叫非你不可，这个突破口主要是为了满足人的一种欲望，我们每个人都希望自己是特别的人，只要知道自己是最特别的，就容易被人说。动举个例子，有一天有个人奉领导之命去招呼下面的同事一起聚会喝酒，可是这种事儿大家一般都不是很愿意去，所以后来他想了想，换了一种办法，他跟同事说，你不来，今天不热闹，所以你今天一定要出席呀。他把这个话单独说给了每一个同事，结果当天所有同事全部都到齐了。这个地方就是利用了非你不可这个突破口。所谓的非你不可，就是告诉对方，别人都不行，你才是被选中的人，只有你最特别了，一般人都很喜欢非你不可的这种特殊感，听到了这种话，往往会产生一种仅限自己的优越感，从而很乐意给予非常积极的回应。

第六个突破口叫团队化，这个突破口的重点在于邀请对方一起做某件事。这种说法本身就代表了一个集体的意识，这件事就会让人很愉快。比如说你要做某件比较困难的事情，一个人觉得力不从心。如果你跟别人说，你也来干这件事，别人听到这件事情可能会觉得很麻烦，但是你这么说的话，效果往往就会好很多。比如咱们一起来做这件事吧，听到这种说法，别人往往会乐意帮忙，因为喜欢和别人一起做事本来就是人的本能，利用好这种人类的本能，就算是比较麻烦的请求，也容易说动对方。

比如有一个女儿，她最大的愿望就是劝她的爸爸多运动，因为爸爸长时间缺乏运动，身体情况让她很担心。女儿每天回到家都跟她说，你去运动运动吧。她爸每天就敷衍她说，行行行，但是从来没有付诸任何实际行动。有一天回家，女儿突然改变了一种说法，她说，爸爸，我想夜跑，但自己一个人去夜跑有点害怕，你能不能陪我一起跑？这个时候稳坐如山的他爸爸瞬间就被打动了，就去跟女儿一起跑步了。

这个地方他的女儿同时运用了我们刚才讲过的锦旗锁雾和团队化这两个技巧。首先爸爸不希望自己的女儿遭遇危险，同时他也愿意和女儿一起去做一些团队化的有利于促进相互关系的一些事情，所以也就很自觉的动起来了。总而言之，利用团队化这个突破点能让对方产生伙伴意识。在这种情况下，即使是比较麻烦和勉强的请求，往往也会被对方很开心的接受。

第七个突破口叫感谢，这可能是最为简单的一个突破口了。因为感谢的话我们每天可能都在讲，但很多时候仅仅凭借一句谢谢就能拉近自己与对方的距离，让对方很难说出no。这个突破口的秘诀就在于说谢谢这两个字能让听者感到舒服，在一瞬间隐约产生一种信赖关系，所以不太好意思拒绝。说谢谢的时机很关键，要好好的把握。我们应该在提出请求之后立刻说谢谢。按照正常顺序来说，一般都是在事成之后表示感谢，但是这个突破口的诀窍就是一定要在提出请求的瞬间，趁对方还没有做出任何思考和决定的时候就说出谢谢。

这种情况也可以用心理学上的互惠式好感来解释。互惠是好感的意思，就是说一个人接受到好意的时候，就会产生向对方回报以好意的心理。所以说听到对方说谢谢的那一瞬间，我们往往会觉得自己和对方的关系变得更加亲近了。

这个突破口说起来真的是非常的简单，可以对任何人使用，尤其是对于关系特亲近，平时不需要说谢谢的人，比如家人，使用感谢这个措辞，可以让家人露出更多更灿烂的笑容。说完了七个突破口，接下来我们来看看八个技巧。八个技巧是创造警句的技巧，这个警句不是名言警句或者大道理，而是说能够直达人心的打动人的语句。

第一个技巧叫做惊奇法，惊奇法是所有技巧里面最简单的技法，也就是说我们经常说的感叹句。比如说很简单的感叹，你真的是我的挚友。因为从通常情况下来讲，人们都喜欢夸张和感叹。同样的内容在吃惊的时候能给人留下更为深刻和强烈的印象。就像人喜欢surprise，因为这种惊喜采用了比较令人出其不意的表现方式。这是一种非常简单的技巧，简单到几乎人人都可以随意使用，因为它仅仅需要在一句普通的陈述后面加上感叹词就可以了。

第二个技巧叫做反差法。所有的反差法，一言以蔽之，就是在一句话里面加上完全不同的两个反义词。心理学上有一种与这种反差法相似的法则，称为得失效应。这个法则的意思就是说，最初的评价是消极的，但在不经意间看到积极的一面，评价就会猛然反应剧烈。这就是我们平常说的欲扬先抑。这个手法也很简单，主要就是在你想说的话前面加入它的反义词，最后再让两句话连接起来就可以。比如乔布斯在创业初期，为了鼓励自己的员工不要墨守成规，要勇于开拓，他用了一句话，他说，比起加入海军，当海盗应该更有乐趣一些。

第三个技巧叫赤裸裸法，所谓的赤裸裸法，就是要表达出让人脸上发烧，让人难为情，暴露自我真实想法的措辞，这种类似于表白内心的方法，往往能够起到出其不意的效果。这种技巧就是所谓的赤裸裸法。这是一种通过观察自己身上发生的事并诉诸话语的方法。比如形容一个东西好吃，如果你光说这个东西太美味，别人可能感觉不到。但是你如果表达的方式是啊好吃的让我说不出话，好吃的让我浑身起鸡皮疙瘩，好吃的让我头脑已经完全一片空白，这样听上去就会显得更有感染力。第四个技巧叫重复法，这是一种非常简单的措辞，而且重复想传达的重点就可以了，只需要占用很短的时间，而且非常有效率。比如马丁路德金著名的演讲i have a dream里面不断的重复开头的第一句话，我有一个梦想，我有一个梦想，这个重复也成为了美国历史上像纪念碑一样的名言，他在这短短的一段话里面用了很多句重复，但导致这一段话被人们深深地记住了。

第五个技巧叫高潮法。所谓的高潮法听起来神秘，实际上就是一个卖关子的意思。也就是说话说到一定的地步的时候，要卖关子，让大家集中注意力来听你的话，让大家觉得接下来的话很重要，必须集中听才不会错过。比如老师敲黑板说，同学们，我们现在来看看期末复习的重点，这之后说的话大家一般都会非常认真的听。再比如一个男孩跟一个姑娘说，我要告诉你一个秘密，请你一定要为我保密。接下来再要说的话，别人也会注意听。再比如在介绍景点的时候，走到某个地方，导游突然跟客人说，大家请注意了，在这个地方禁止拍照和录音，因为大家也会突然的把注意力提升一个档次。以及我们平常经常说的，我只说一遍，也是一个高潮法的使用。

这个方法可以用在很多地方，只要记住关键的一些高潮词就行。比如说一个演讲家演讲的后半段大家都很困，这个时候如果再平铺直叙的演讲下去，就没有多少人听了。但他突然说了一句，各位如果光听下面这一部分，今天就算没白来，我们来看接下来的内容。这个时候大家往往就会齐刷刷地集中注意力。

第六个技巧叫数字法，数字法十分简单，但是一般人在平时生活中可能不会太注意用光，是在语句中加入数字就能够增强说服力，不仅在视觉上较为醒目，内容也会变得更好理解。比如说有一个做奶糖的公司，他们光说他家奶糖很有营养，大家可能并不会买账，但是他的宣传语是一颗300米，什么意思呢？就是说他一颗奶糖所含的能量能支持一个人跑300米的步，一下子就响亮起来了让大家印象深刻的。再比如我们大家都很熟的一个动画片叫101只斑点狗，这个地方也用到了数字法。再比如有一本著名的书叫高效能，成功人士的九个习惯，也是用了数字法。伟大的爱迪生名言，天才就是1%的灵感加上99%的汗水也是一样的。说到这儿，我们再说句题外话，有一个号称自己一年销售数量能绕地球2万圈的奶茶品牌，也是使用了这个方法。

第七个技巧叫合体法，就是把两个平时一般没什么关系的词儿合到一起来说。比如说有一个著名的日本游戏叫做妖怪手表，这个妖怪手表的主人公有不可思议的力量。但是什么是妖怪手表？大家听了就会很诧异，就会去留意。因为这两个词语平时根本不会放在一起，所以就能让人不自觉的关注。

第八个技巧叫顶点法，顶点法更简单，就是告诉大家这个就是最好的。人类本性普遍会对位于顶点的东西产生强烈兴趣，但对第二名以后的都兴趣索然。比如我们经常在超市都能买到的麒麟啤酒，其中有一种啤酒上面写着一番榨，意思就是榨出来的第一道麦汁。虽然从本意上讲，这并不是说就是最好喝的，但是一看到这个第一这样的字眼，总是能给人很深刻的印象，有很好的效果。再比如，我们到处都能看到什么全国最大、全北京最老字号、全世界销量最佳这种字眼，反正无论真假，总是可以形成很强烈的效果。我们去店里吃饭，也会看到很多菜单上写的店长推荐菜，这种东西就是专门用来打动顾客的，这种说法可以用来形容他真正觉得最好的东西，当然也可以用在他最想卖给你的东西上好了。

以上就是所谓情商高就是会说话的主要内容。我们再来总结一下，作为一本教人如何措辞的书，这本书主要讲述了沟通中让对方接受的七个突破口和8个警惕技巧。在执行这七个突破口和8个警句技巧的时候，要遵循三个步骤，第一个步骤叫做不直接说出自己的想法，第二个步骤叫做揣摩对方的心理，第三个步骤叫做考虑符合对方利益的措辞。然后七个突破口主要是教你把逆境变成顺境，教你如何最能打动人的内心，让他们尽可能同意、认可、接受你的想法或者提议，而且心情还十分愉快。八个警句技巧主要是教你如何说话能显得句句都是金科玉律，每句话都能让人耳目一新，瞬间抓住人的耳朵，吸引人的注意力。希望你能通过对以上突破口和技巧的掌握，一步步的实现更大的人生成就。这本书就说到这里。