

輕易煽動人心的「禁忌心理術」！

操控人心的

作者：Yagile

原作：日本博識研究所

譯者：蔣聖翔

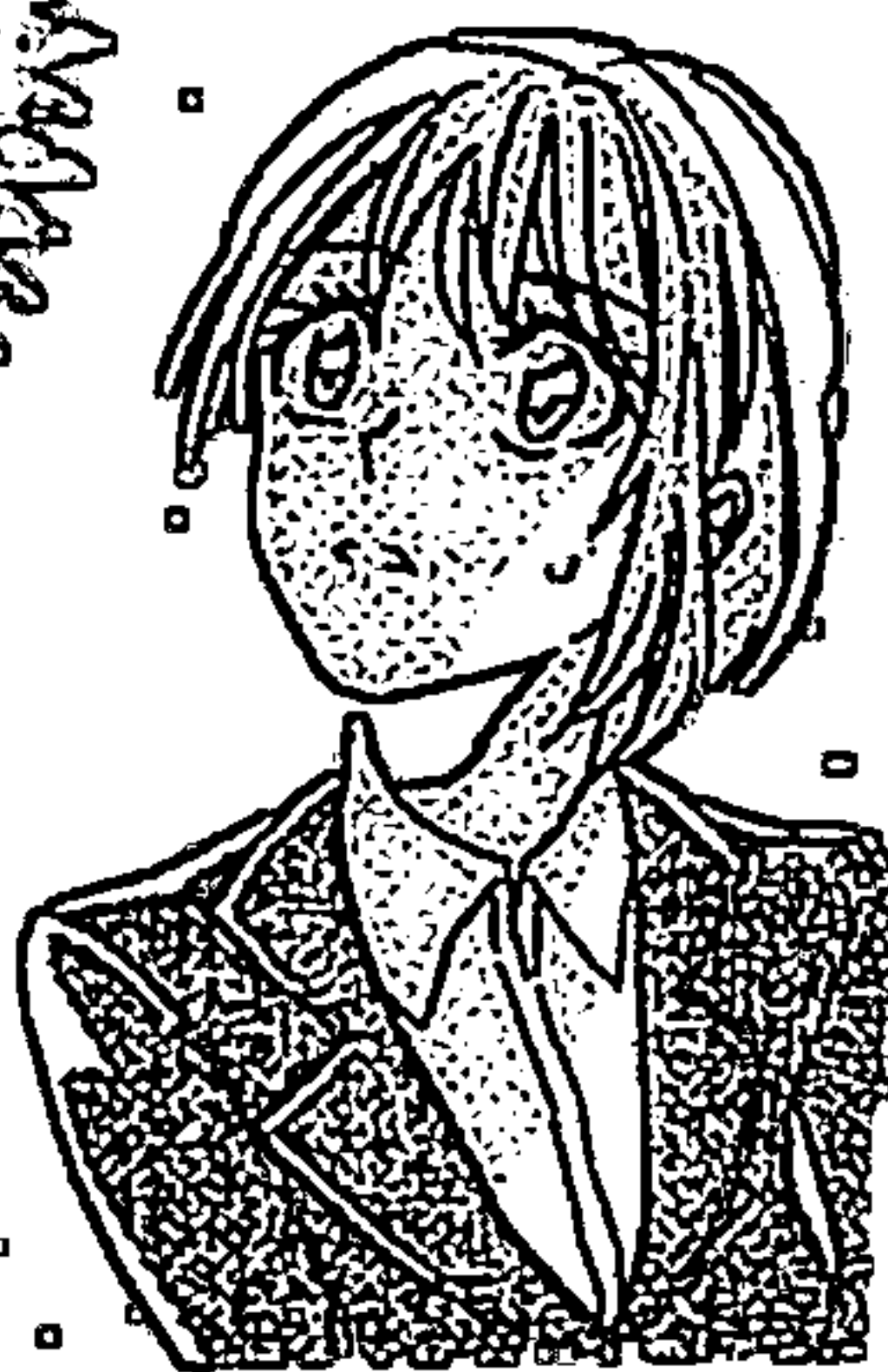
詐騙
心理學



嚴禁
濫用！

12個終生受用的心理學技巧
一旦學會運用，顧客簽約成功率高達99%！

1秒就能隨心所欲地
操控對方！



易富文化
iF Culture Publishing

操控人心的 詐騙 心理學

登場人物介紹



朝比奈真琴（24歲）

任職於大型保險公司巨象保險，精力充沛是最大優點的業務部人員。個性誠實，容易相信他人，不過業績不佳。老是反抗教育人員真田，但仍日漸成長。



真田零士（32歲）

巨象保險的頂尖業務員。運用心理技巧，在公司交出無人能及的亮眼業績。雖然外表老實，其實個性嚴厲，只有在真琴面前會表現出原本的面目。

葛西士郎（28歲）

巨象保險的競爭公司，虎威人壽的業務員。敵視搶走客戶的真田，總是糾纏不休。



目錄

第1章

錯誤的前提暗示

詢問「您想選擇A？還是B？」

Column ▽ 提出二選一的問題，誘導對方判斷的禁忌提問法

018 007

第2章

初始效應／月暈效應

人的第一印象在5秒內便決定

Column ▽ 先從外表操控他人。隨心所欲地操弄形象

032 021

第3章

巴納姆效應

自己對號入座

Column ▽ 讓對方變成你的信徒的方法

046 035

第4章

認知失調理論

想要合理地說明狀況的心理作用

Column ▽ 讓不喜歡的競爭對手迷失的惡魔理論

060 049

第5章

善意的自尊理論

自我評價降低時被溫柔對待，更容易對對方懷有好感

column ▽毫不客氣地拒絕主管無理的要求，你的評價才會提升

074 063

第6章

回報性原理／留面子效應

提出較大的要求，之後讓小小的要求過關的心理技巧

column ▽先提出不合理的要求，之後你的要求大多會被接受

088 077

第7章

負面框架

提出事情不好的一面來說服對方

column ▽煽動客戶的恐懼感，就能輕鬆成交

102 091

第8章

三定理論／反差效應

人見面3次印象就會固定

column ▽有點難追的心儀對象也能操弄印象追到手

116 105

第9章

兩面提示

提出好壞兩方面時，容易獲得對方信任

Column

▽刻意告知缺點獲得信賴，產品就會暢銷

130 119

第10章

比馬龍效應／反比馬龍效應

藉由持續期待激起幹勁

Column

▽讓下屬自己提起幹勁！好主管應該學會的方法

144 133 133

第11章

對比效應

人會在無意識中比較多種選擇

Column

▽想販售產品就穿插「貴得離譜的商品」

158 147

第12章

莫斯科維奇的策略

少數派一貫堅持主張也能推翻多數派！

Column

▽持續主張不放棄，少數派也能堅持意見

172 161 161

■參考文獻

《惡用禁止—惡魔の心理学大全》（暫譯：禁止濫用—惡魔心理學大全）齊藤勇監修（寶島社）

《マンガ思わず試してみたくなる心理学入門》（暫譯：忍不住想實驗看看的心理學入門漫畫版）齊藤勇監修（寶島社）

《惡用禁止—惡魔の心理操作術》（暫譯：禁止濫用—惡魔心理操作術）齊藤勇監修（寶島社）

《操縱人心就是這麼簡單：讓你職場關係、人際相處、兩性互動無往不利的黑暗心理術》小羅密

歐·羅德里格斯（尖端出版）

《支配他人的黑暗心理術》Mandala社（晨星）

《ヤバすぎる心理術》（暫譯：危險心理術）神岡真司（WANIBOOKS）

錯誤的前提暗示

朝比奈真琴
(24歲)
巨象保險
新進業務員

早安——

朝比奈，
妳真是活力
充沛啊……

早

這，這個……
對不起！

為什麼
都沒辦法
成交啊？

太慘了吧？

鞠躬

我會再拚命
加油的！

一小截
〇〇〇

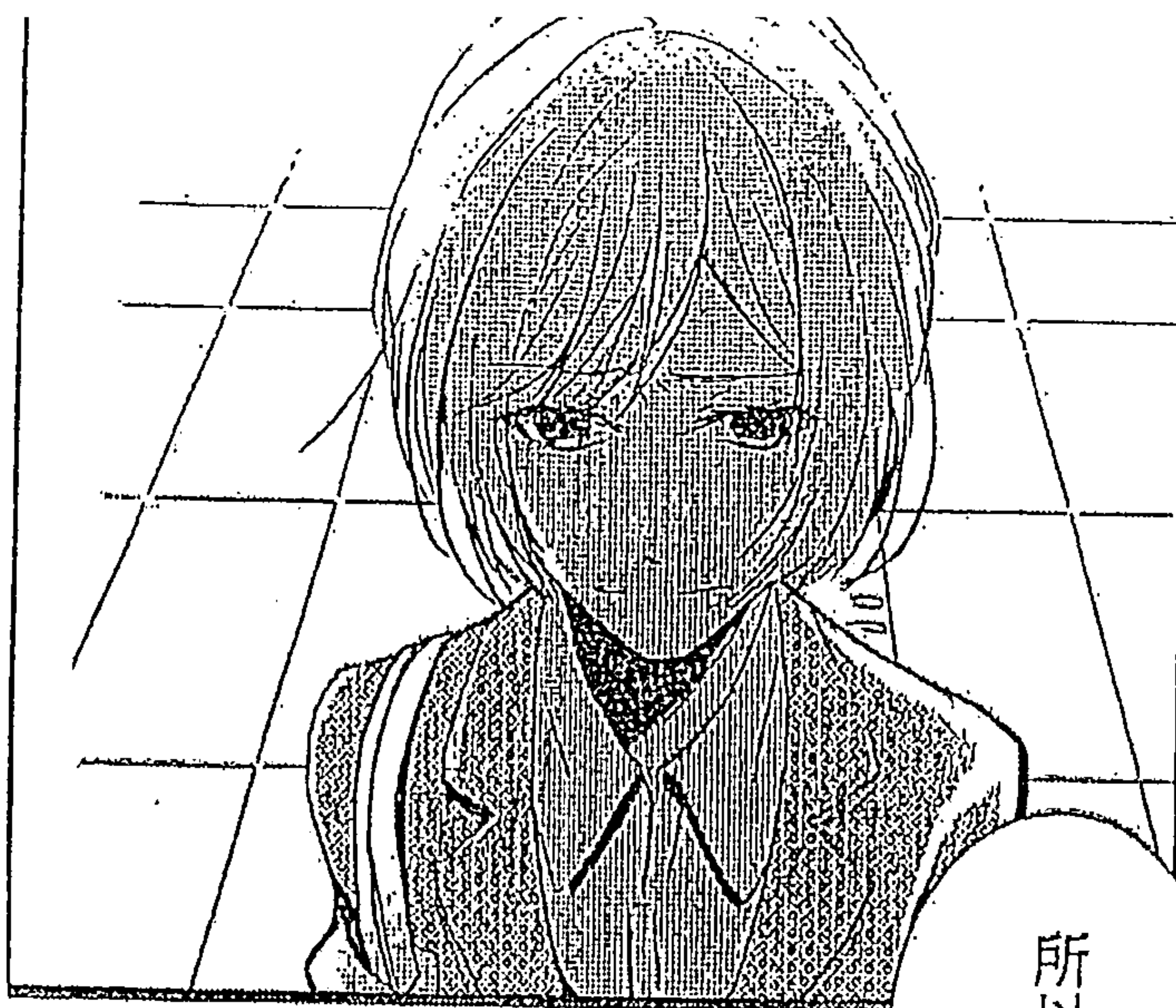
安藤

朝比奈

橋本

4月業績表

可是……

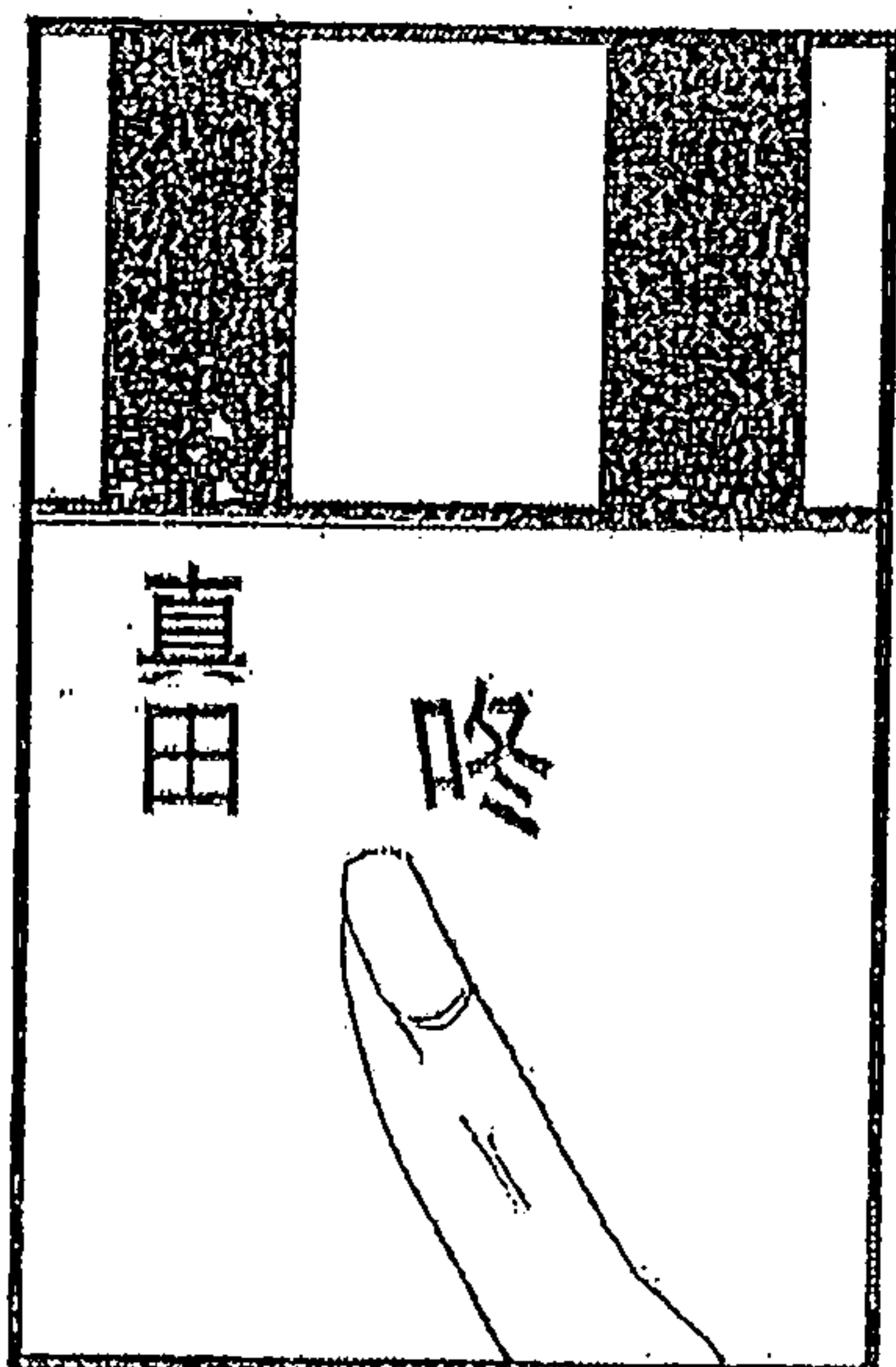


拚命是不錯啦，
可是要有
成果啊……

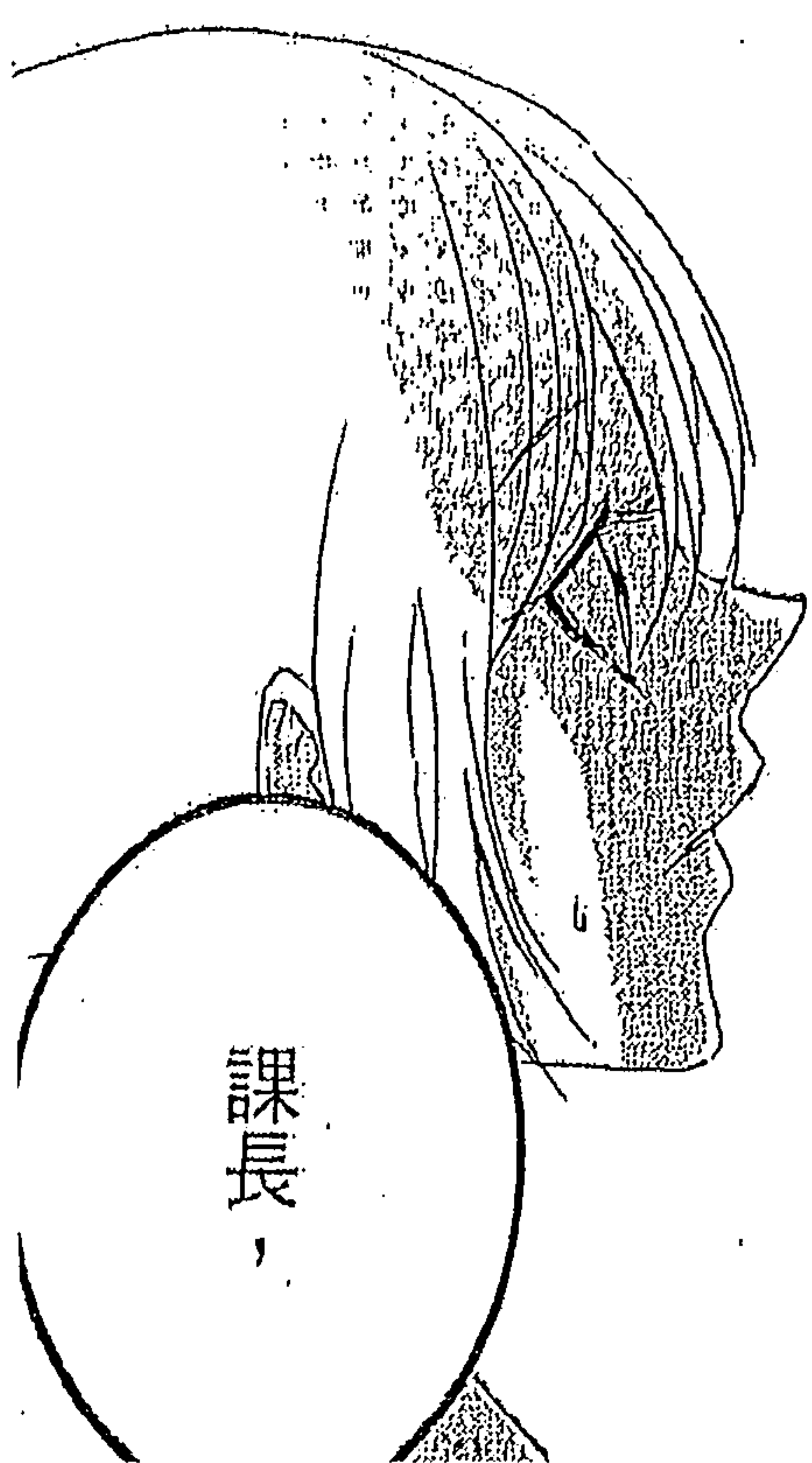
所以！

我決定
為妳安排一位
教育人員——

發亮

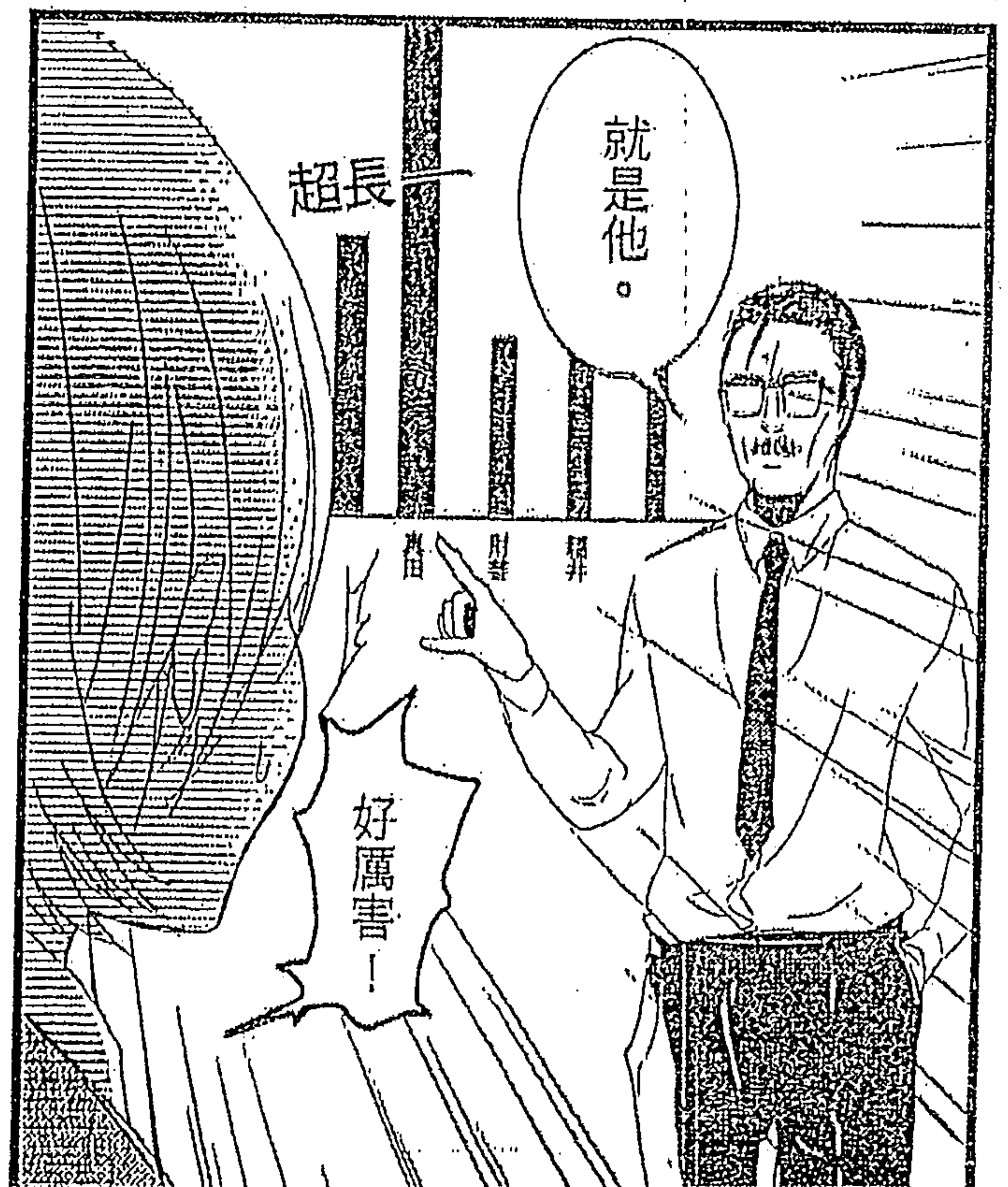


真田 咚



課長，

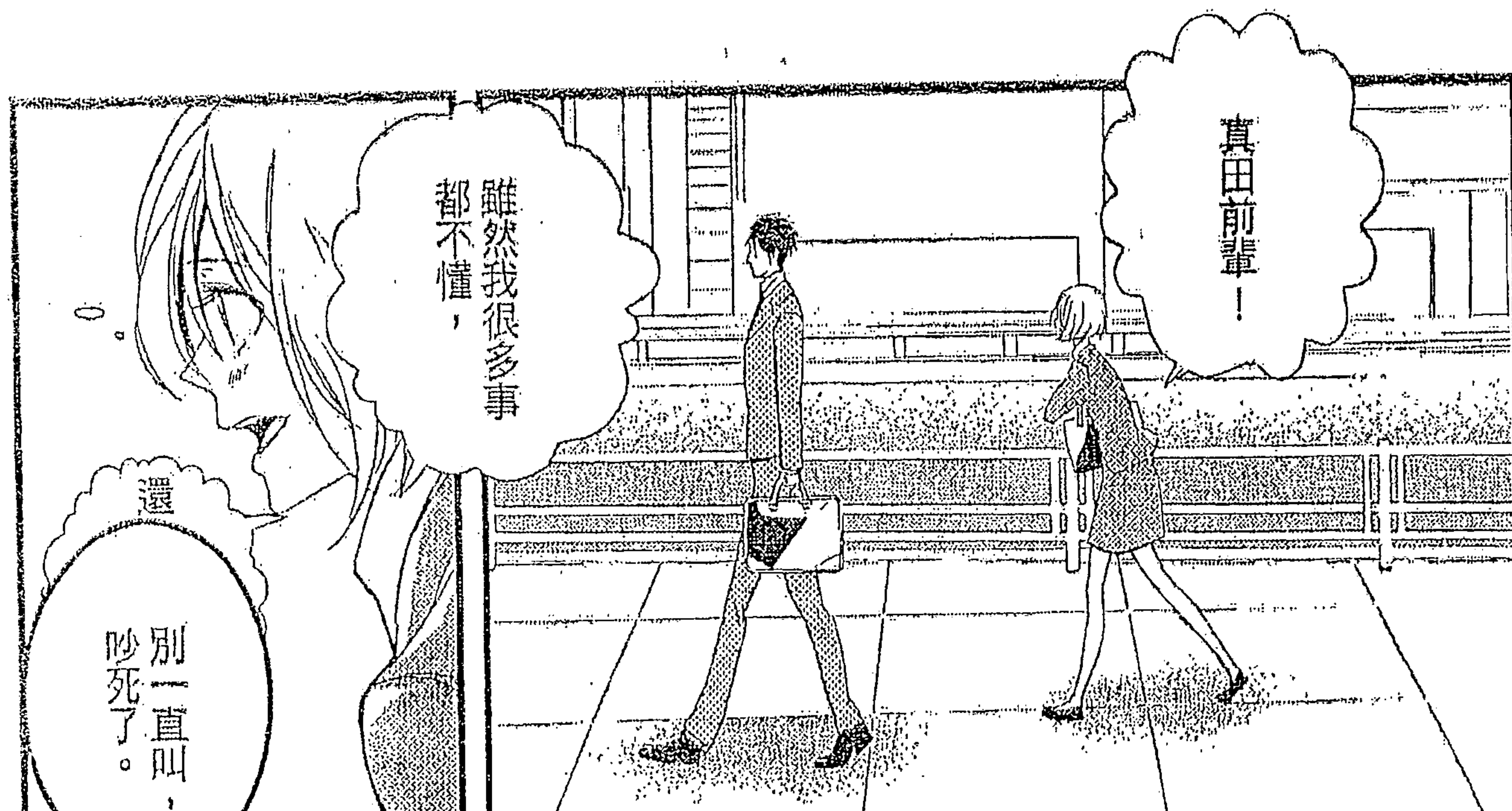
真田就是那位進公司沒多久，
才一個月就刷新月間業績紀錄的人。
由他來……？



就是他。

超長

好厲害！



實在是，
為何我得當
這種小女孩的
教育人員……

麻煩死了……

嘴唇抖動

有什麼好吃豬的？
妳是離開水裡
的金魚嗎？

不說這個了，
今天的預定
行程呢？

我打算拜訪
回答問卷
的人。

關我

保險業務員
會拜訪公司，
趁著午休或下班時
推銷保險。

●●商事問卷調查

而前一階段
的客戶調查，
基本上是採取
問卷調查的形式。

趕快
走吧！

抱歉，
打擾您用餐！

哎呀，
我記得妳是
賣保險的……

是！

哇！
謝謝您
記得我！

所以……
我覺得這個涵蓋女性
特有疾病的方案B
很適合松田小姐！

您覺得如何？

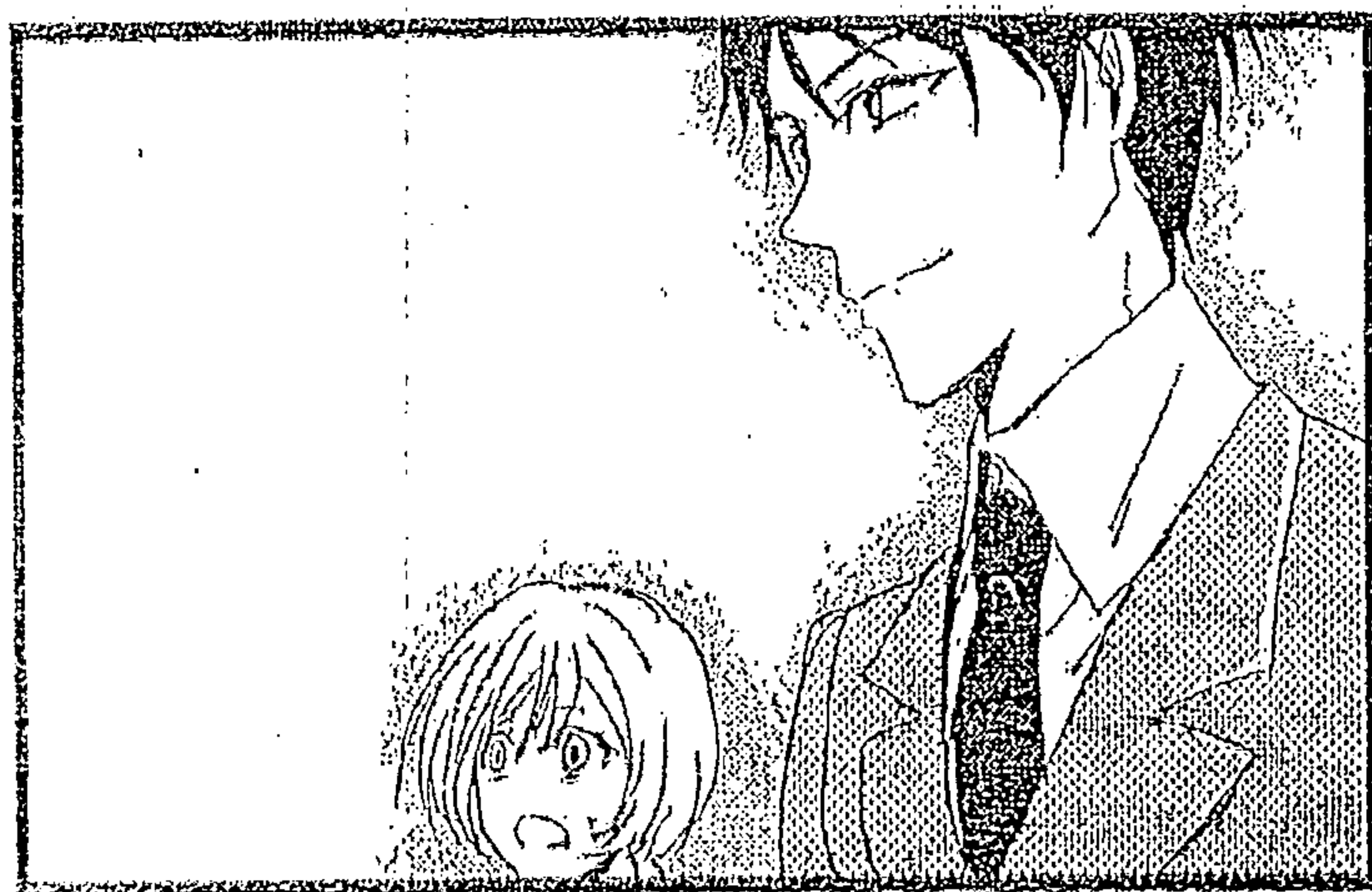
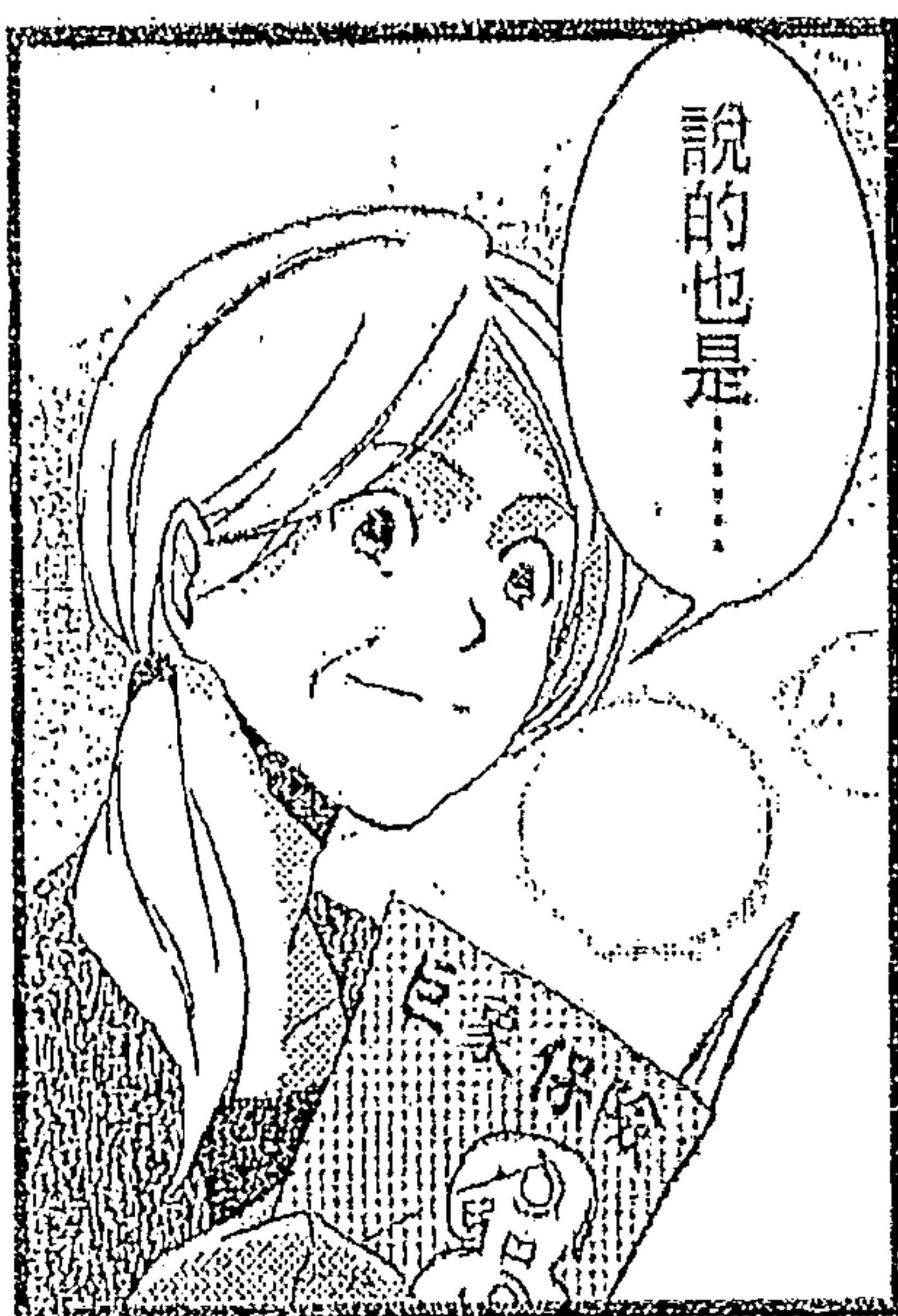
妳和我女兒的
年紀差不多，
我是很想支持妳。

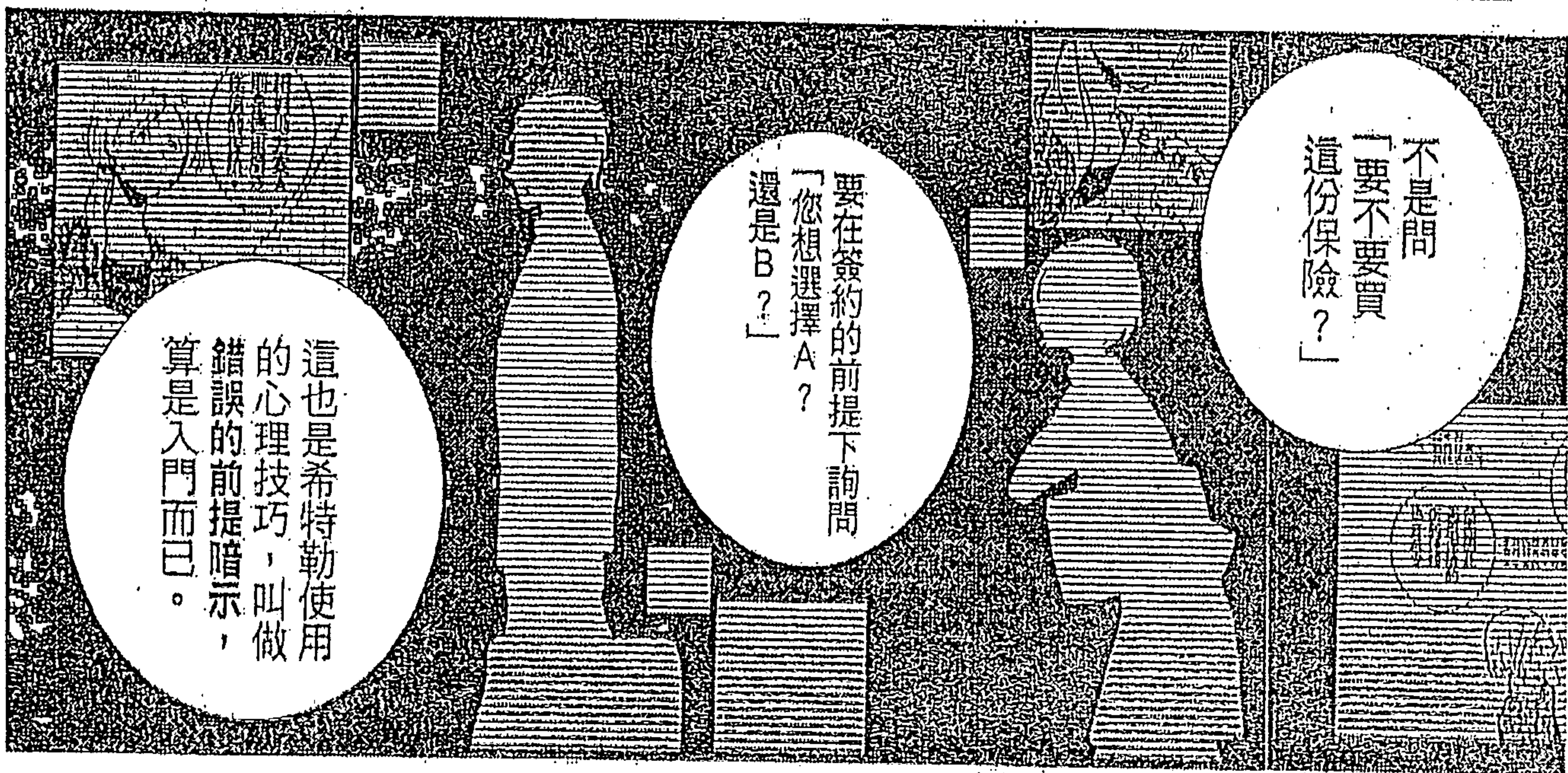
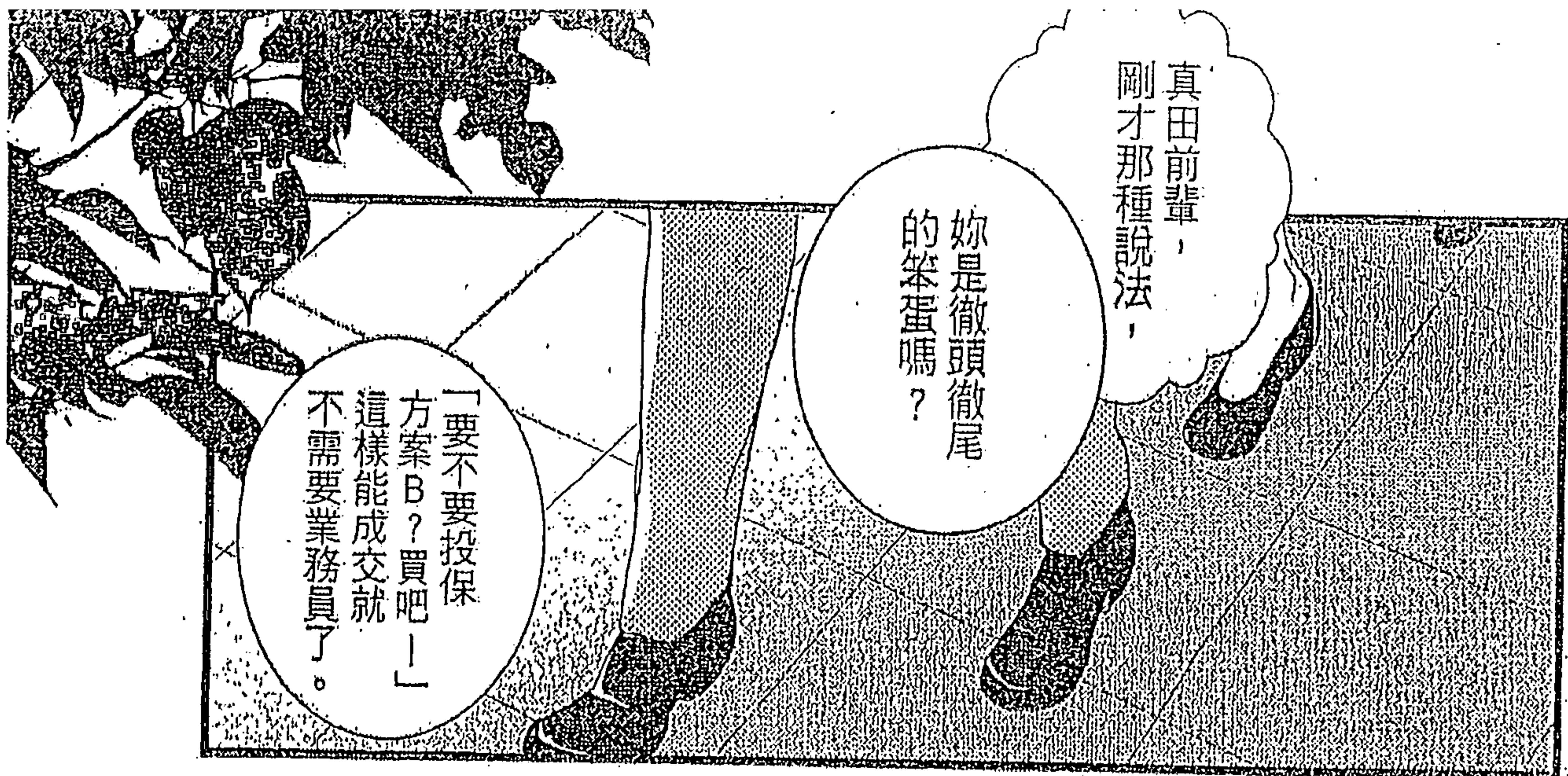
不過我還
很健康，
不需要
買保險吧？

可，可是
這個
方案B……

松田小姐，







妳……
是不是
誤會了？

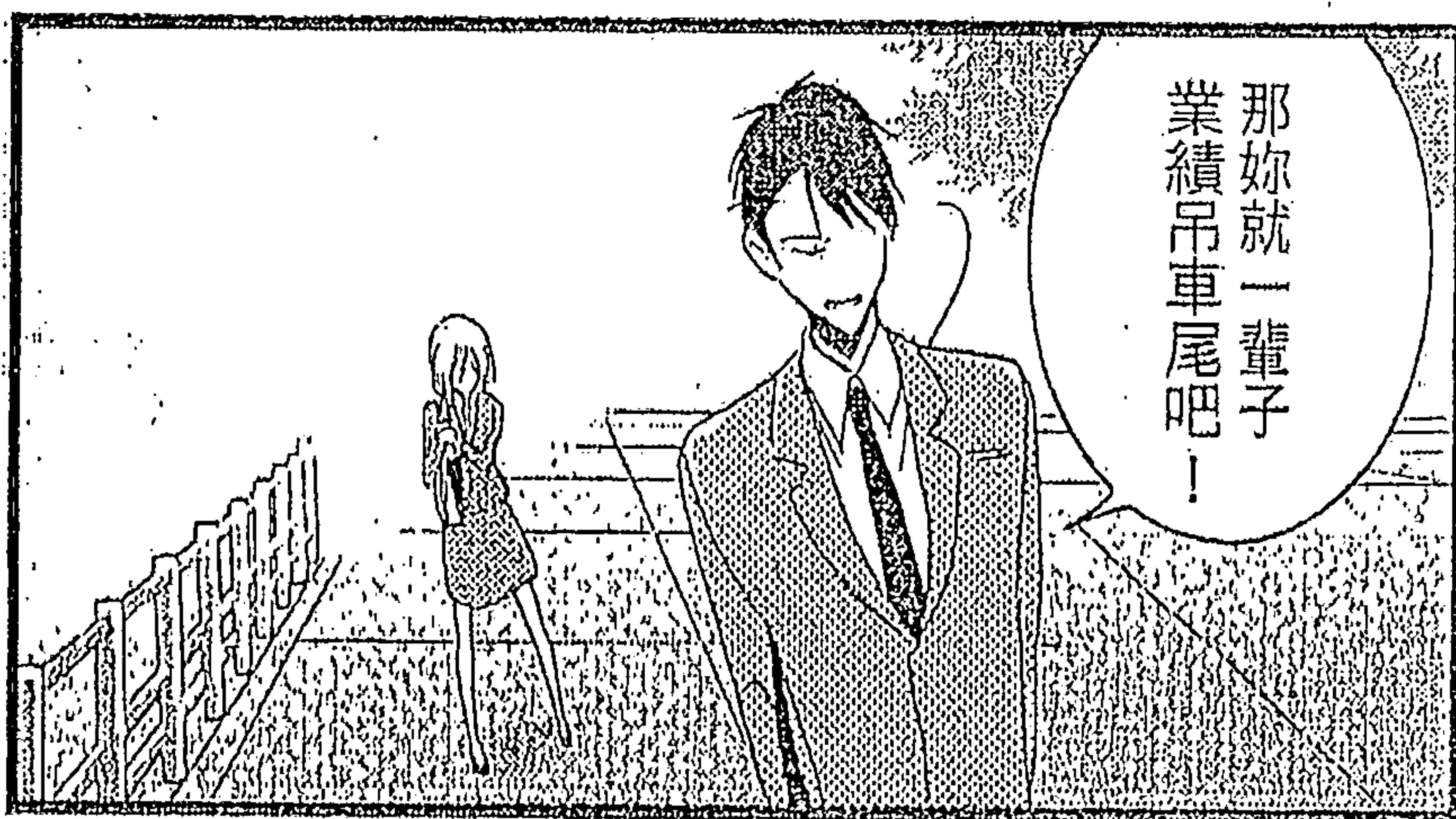
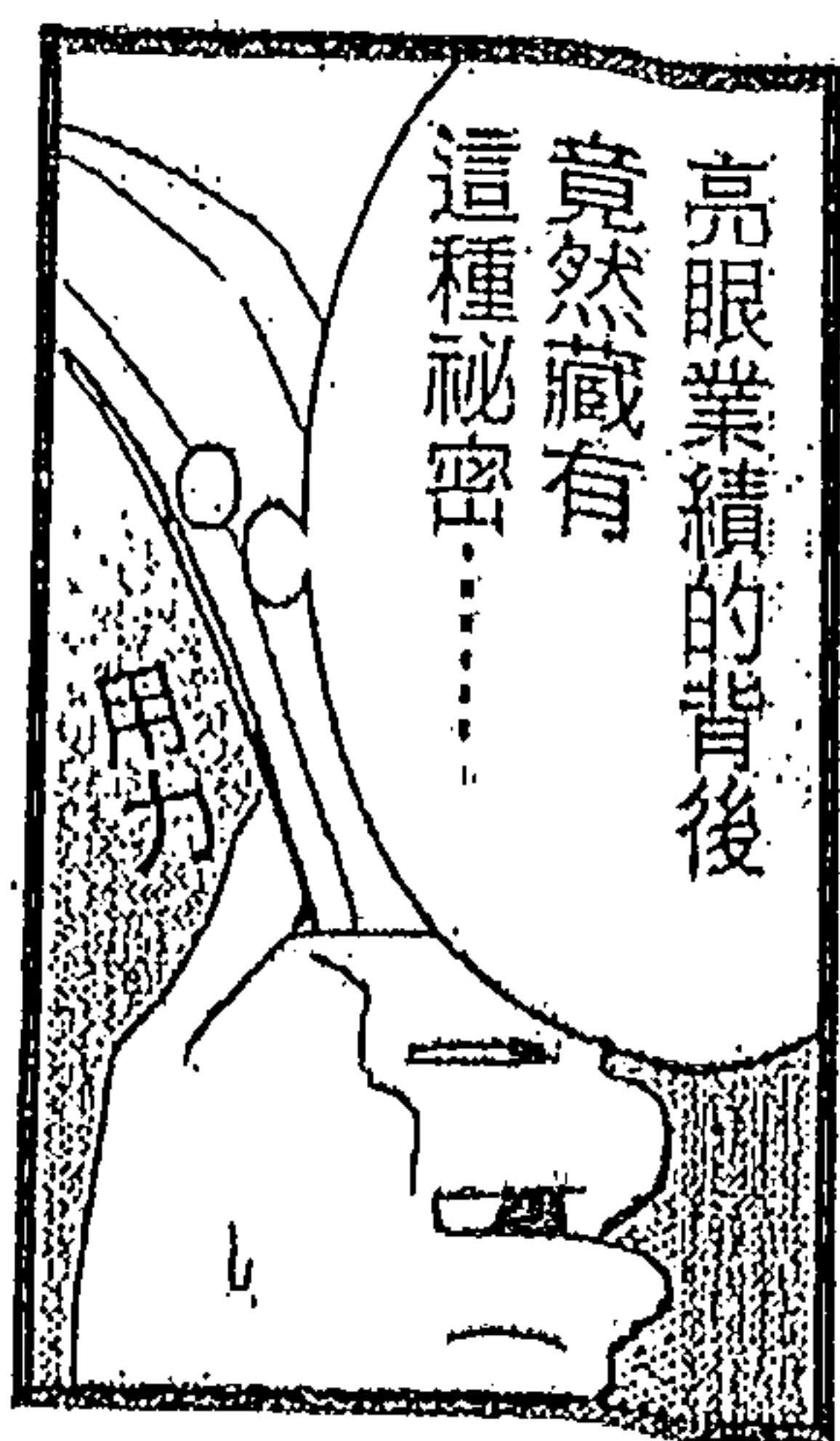
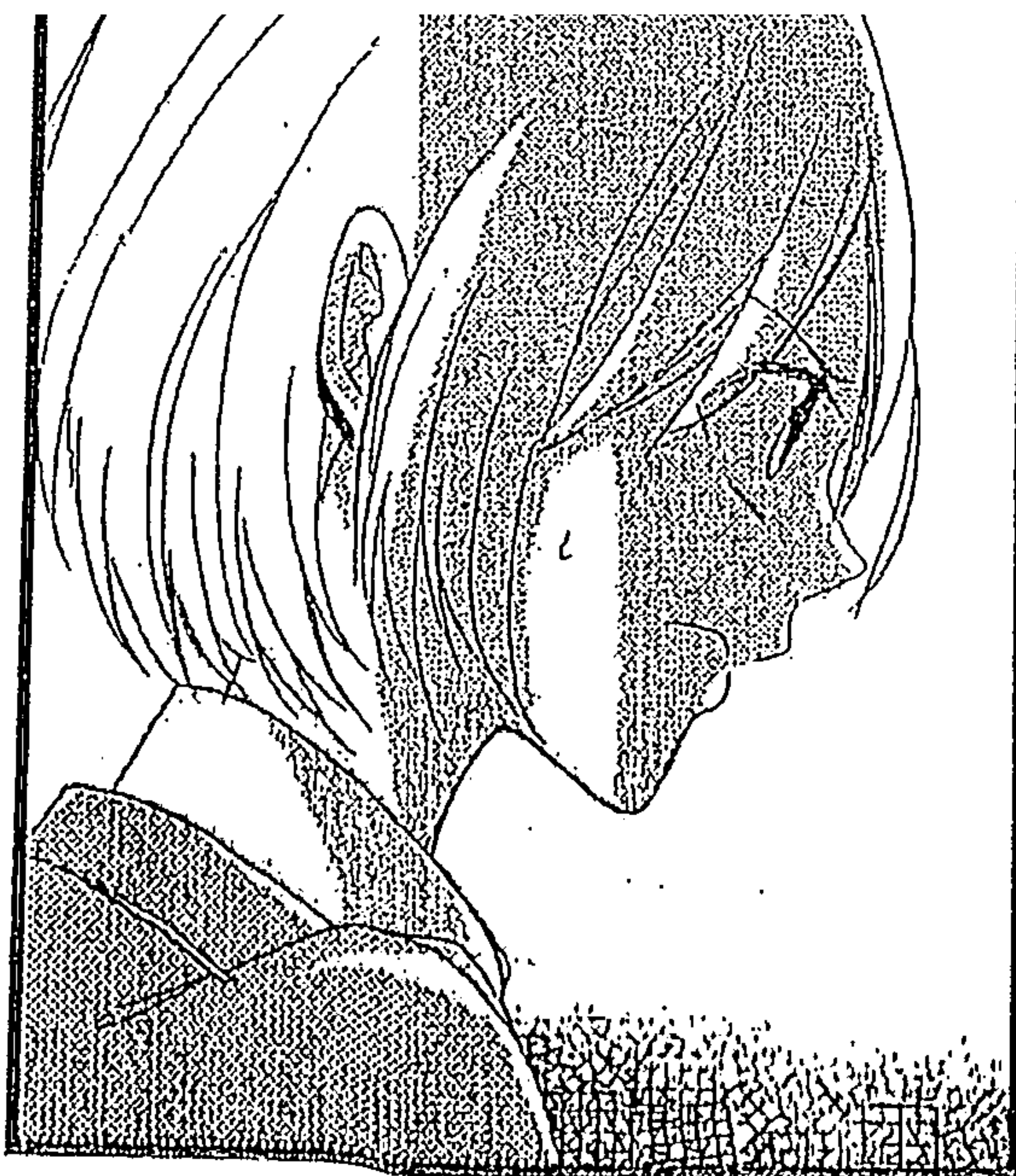
我的心理技巧
是為了與他人
建立良好的關係

8

那位阿姨
也很開心吧？
讓客戶滿意，
提升業績是
哪裡不對……

可是

我不喜歡
這種做法！



錯誤的前提暗示

提出「二選一」的問題

誘導對方判斷的

禁忌提問法

納粹德國的知名獨裁者阿道夫·希特勒為了增加自己的支持者，運用各種掌握人心的技巧，這件事鮮為人知。

例如他對於民眾頻繁地提出「二選一」的問題：「要戰鬥？或不戰而逃？」「被猶太人支配這樣好嗎？還是殺光他們？」——向人民提出這種極端的二選一問題，似乎沒有除此之

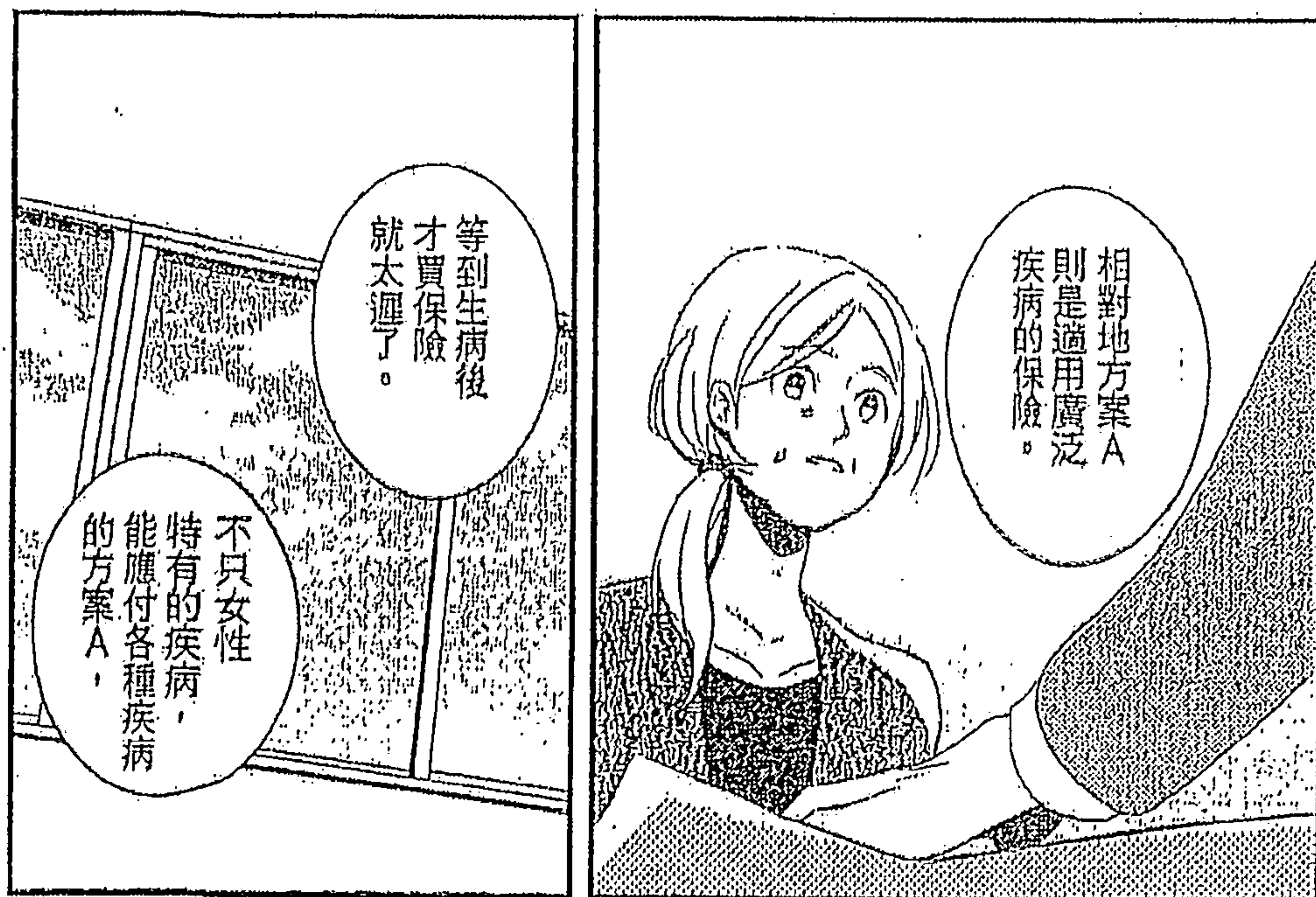


外的選項。這項技巧是提問者刻意在未獲得應允的前提下發問，因而稱為「錯誤的前提暗示」。

收到問題的一方，明明除了二選一以外還有別的選項，面對突然提出的二選一，卻會陷入思考，無意識地選擇其中之一。

這項技巧的可怕之處在於，比起二選一的行為，收到問題的一方感覺上是自主決定，實際上無論選擇哪一個選項，都採取了發問者預料之中的行動。

這項技巧在銷售或推銷的現場也經常使用。例如，在鞋子賣場店員會以下列形式推薦產品：「如果要搭配您現在的衣服，這邊褐色或黑色的鞋



子很合適喔——倘若是一「這雙褐色鞋子您覺得如何？」這種推薦方式從顧客的立場來看，就是「買」或「不買」褐色鞋子的二選一問題，當問法變成「褐色」或「黑色」的二選一，便已將購買當成前提。

就顧客而言，雖是自主性選擇黑色或褐色，但若是從更宏觀的觀點思考，應該還有「去其他店購買」或「不打算買」這些選項。

聽到這種銷售話術時，暫時打住仔細思考非常重要。

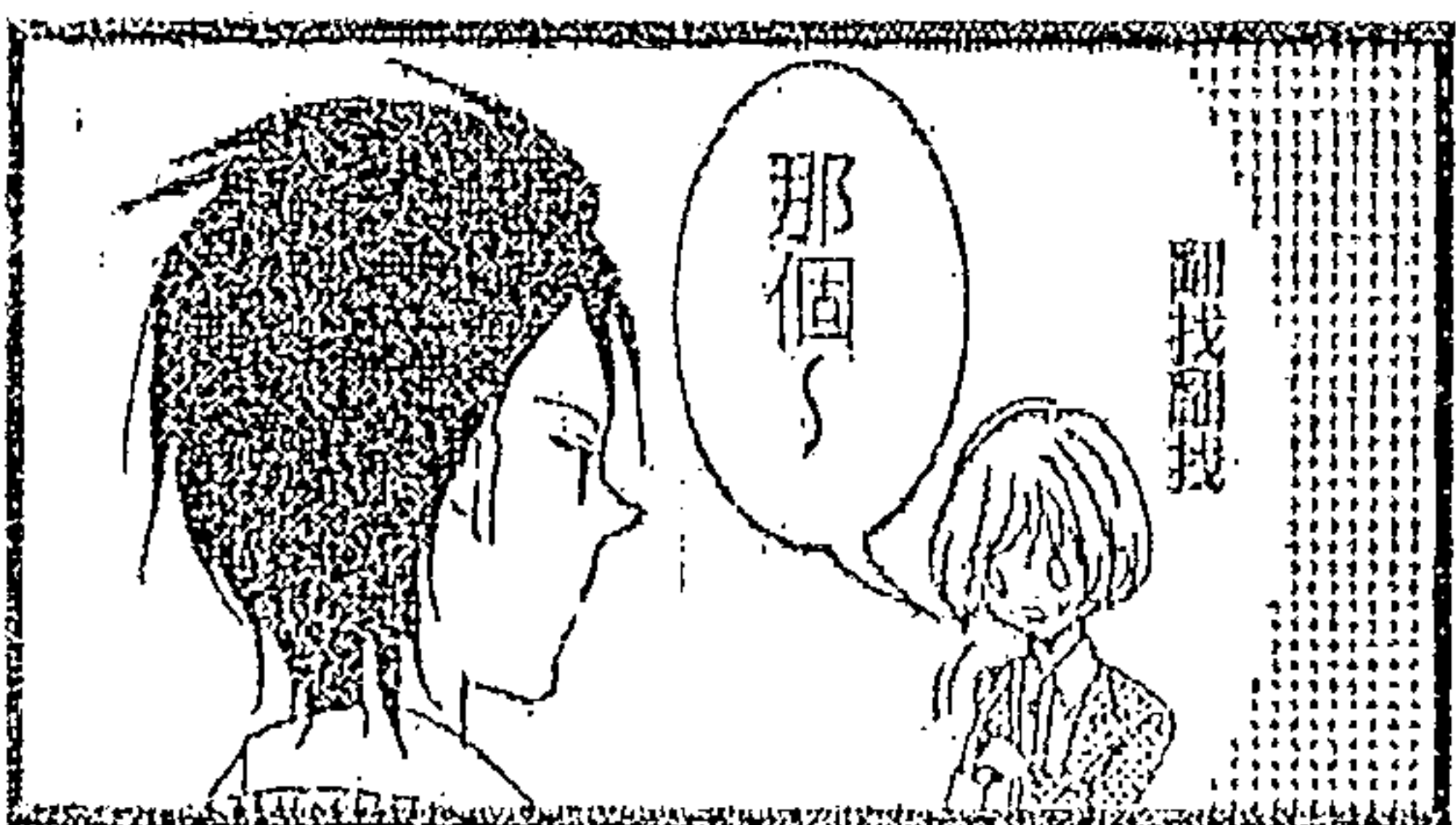
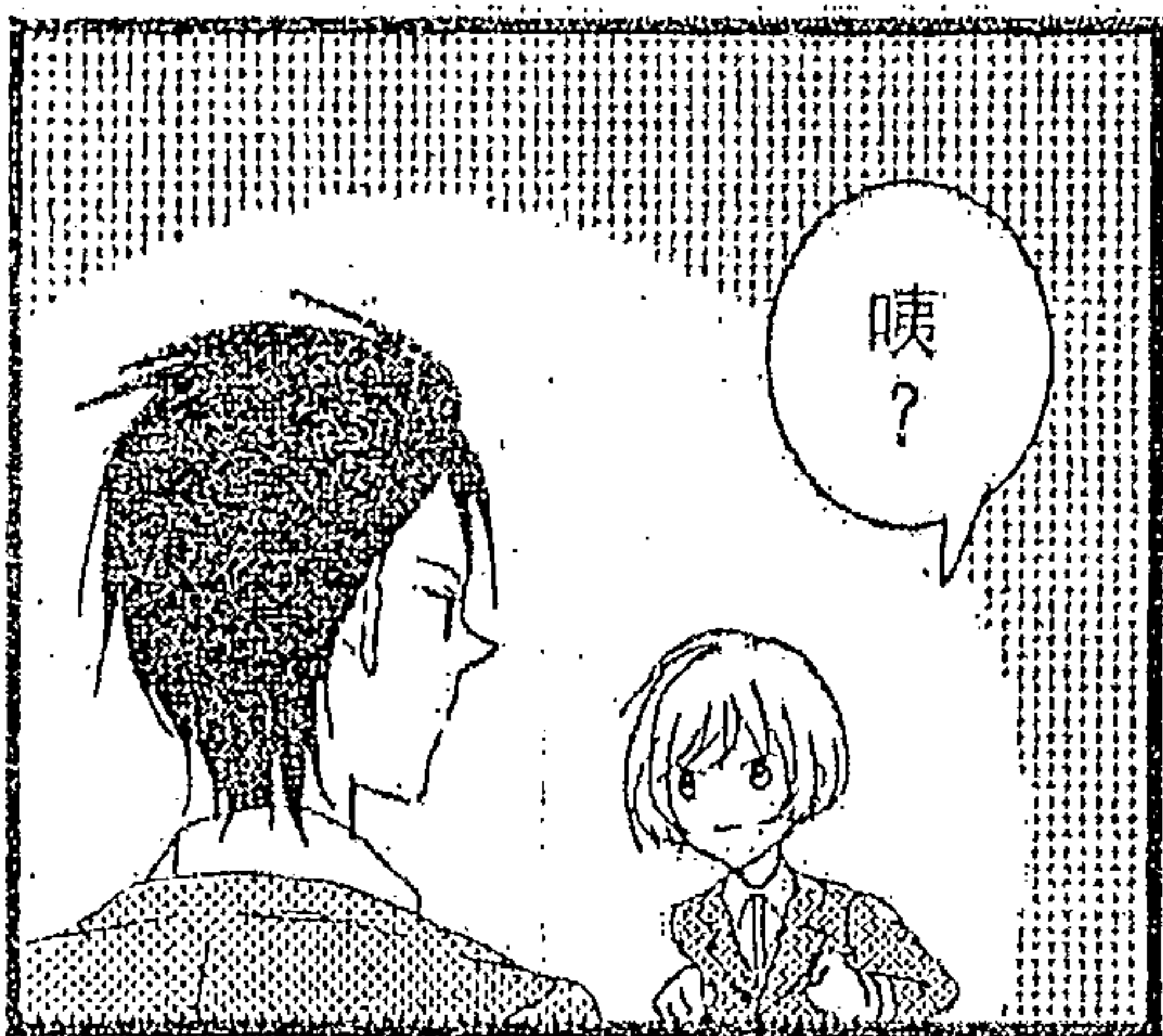
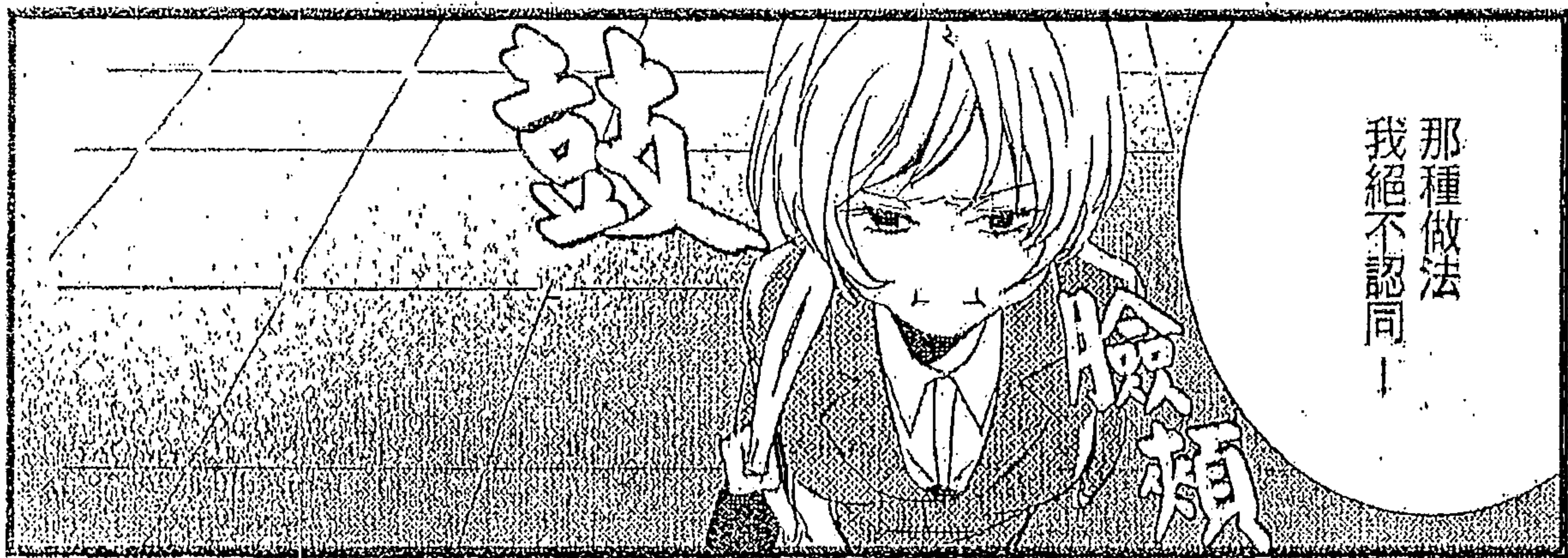
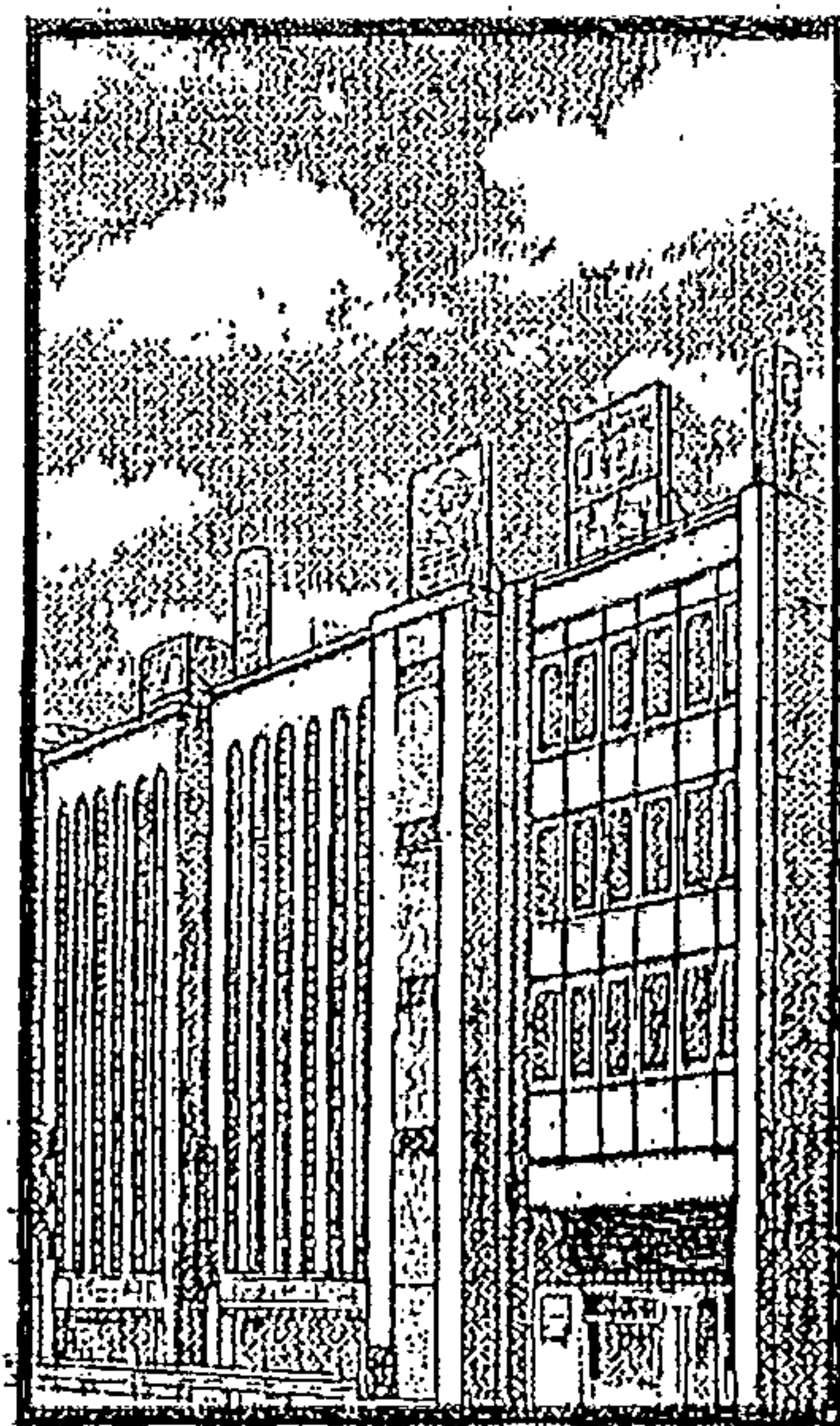
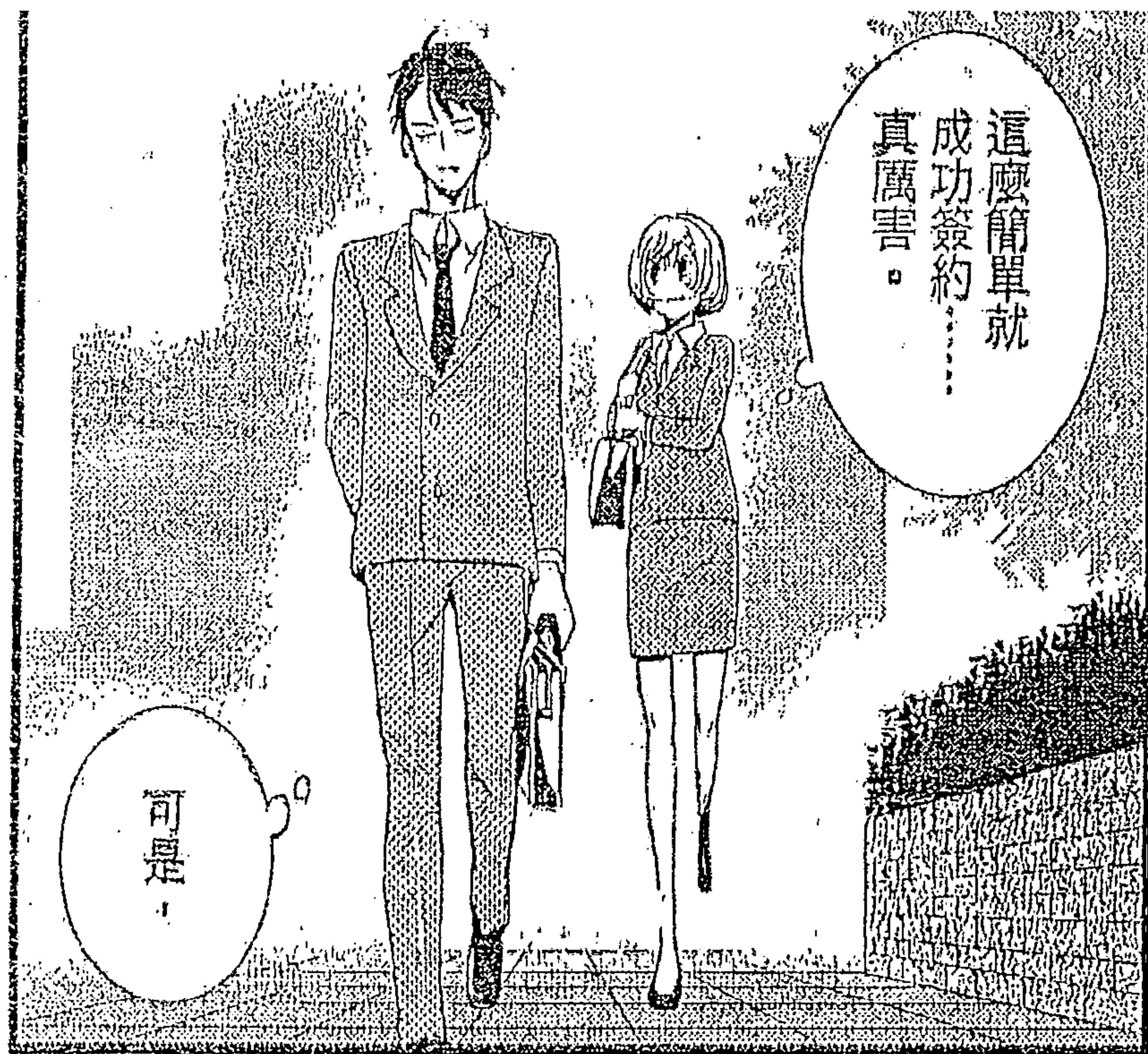
另外，這種心理技巧也能應用在戀愛方面。譬如邀意中人吃飯時，你是否這樣開口：「下次一起吃飯吧？」這種問法是以「是」或「否」

來回答問題，所以對方很有可能回答「不要」。

為了不讓對方說「不」，只要在對方已經答應吃飯的前提下提問便可。換句話說，這時應該如此提出邀約：「中華料理和義大利料理，你想吃哪一種？」

無論對方回答何者，「一起吃飯」這個原本的目的都已經達成。

初始效應／用量效應



另一間公司
有個叫做柴田的男性
感覺滿有機會的。

保單是……

喔？
有發現什麼？

原來如此。

？

妳從外表
就不行啊！

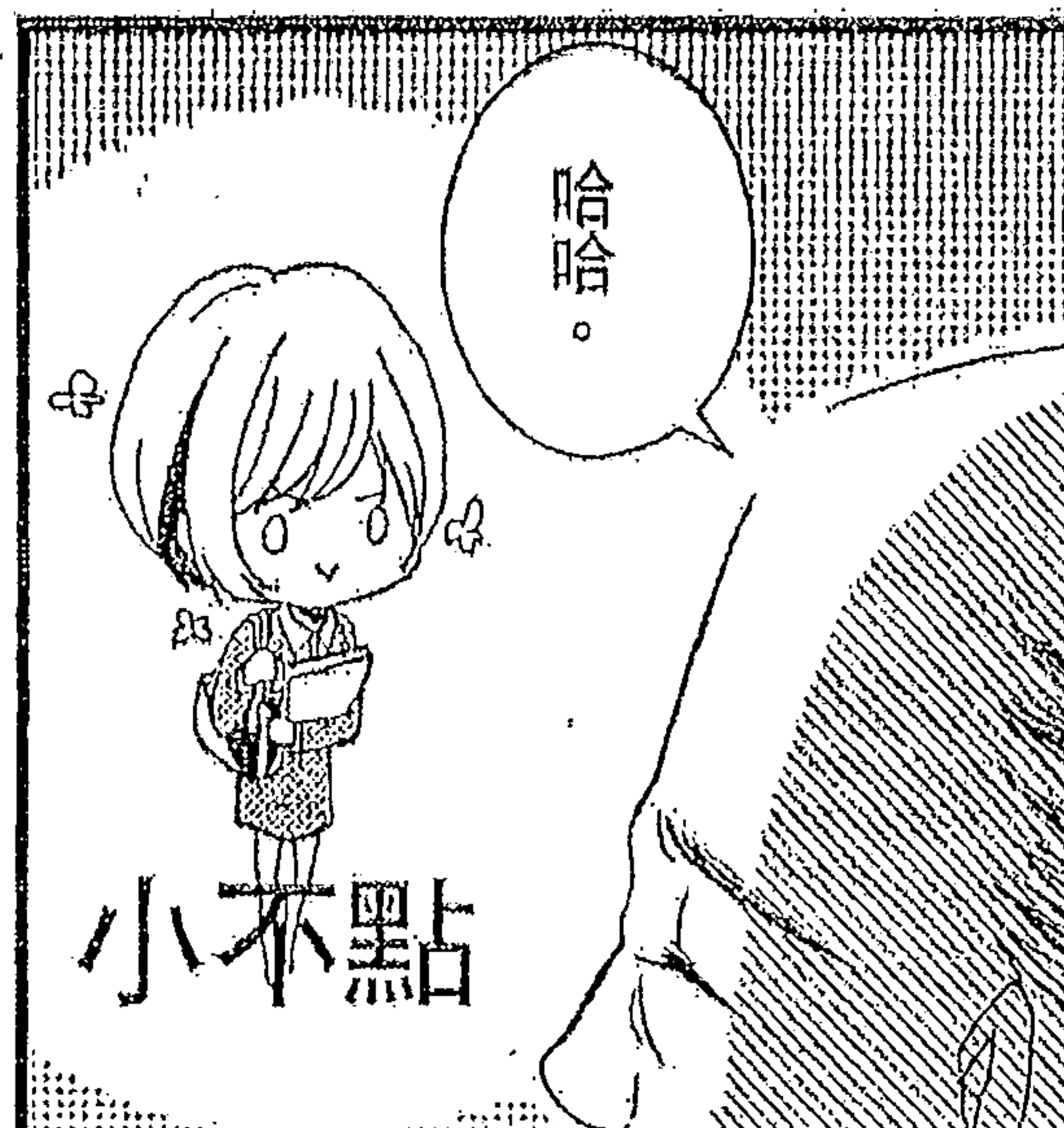
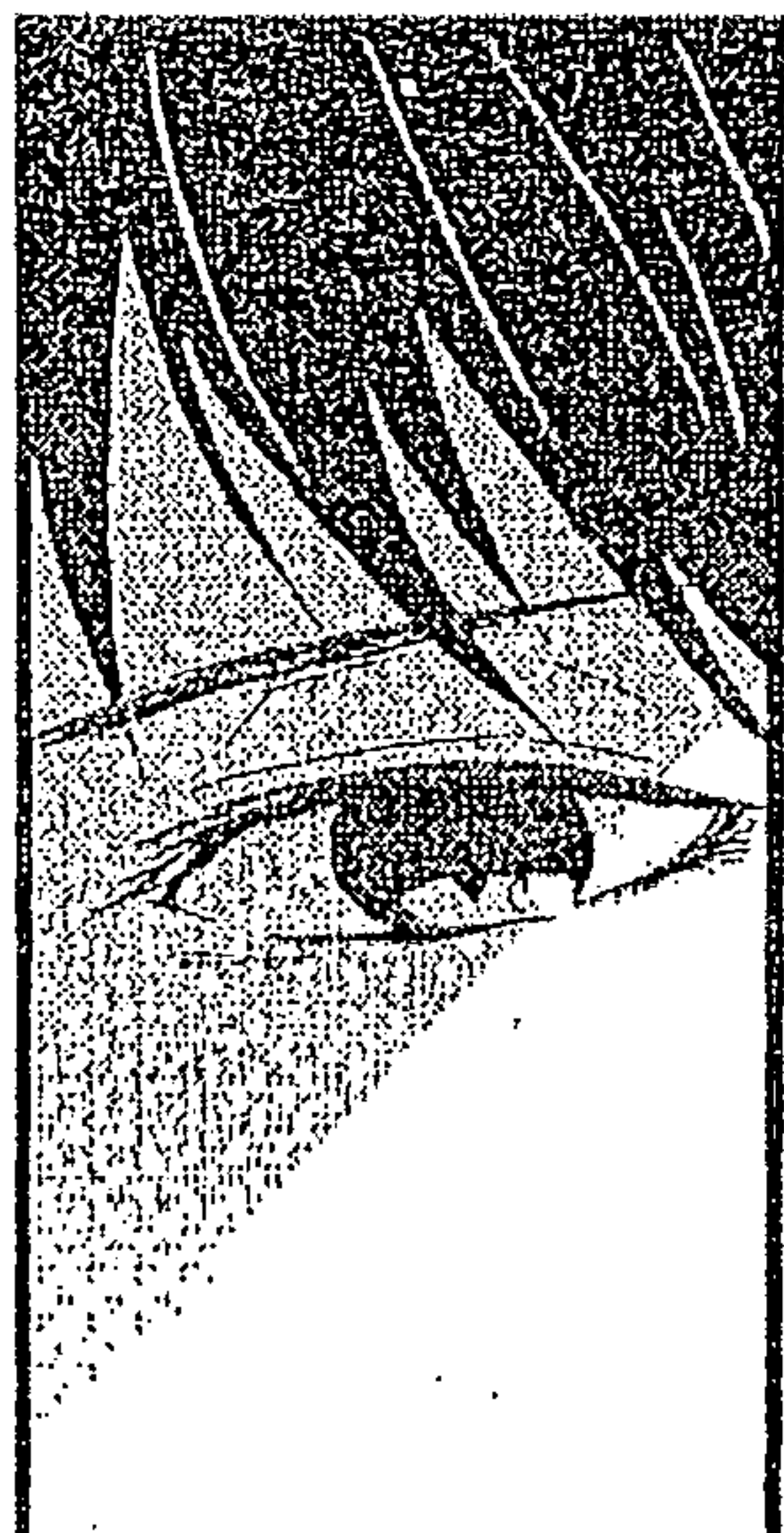
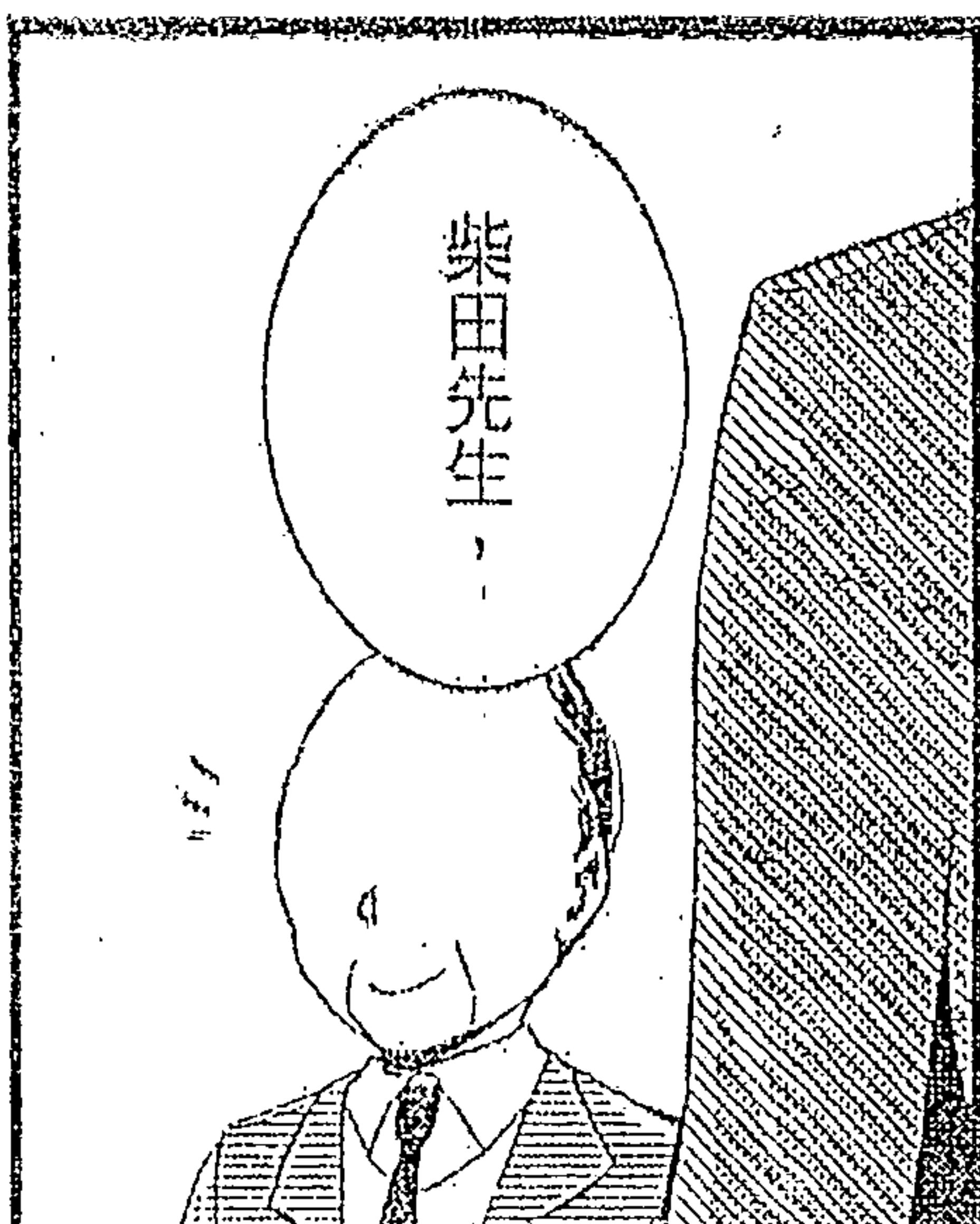
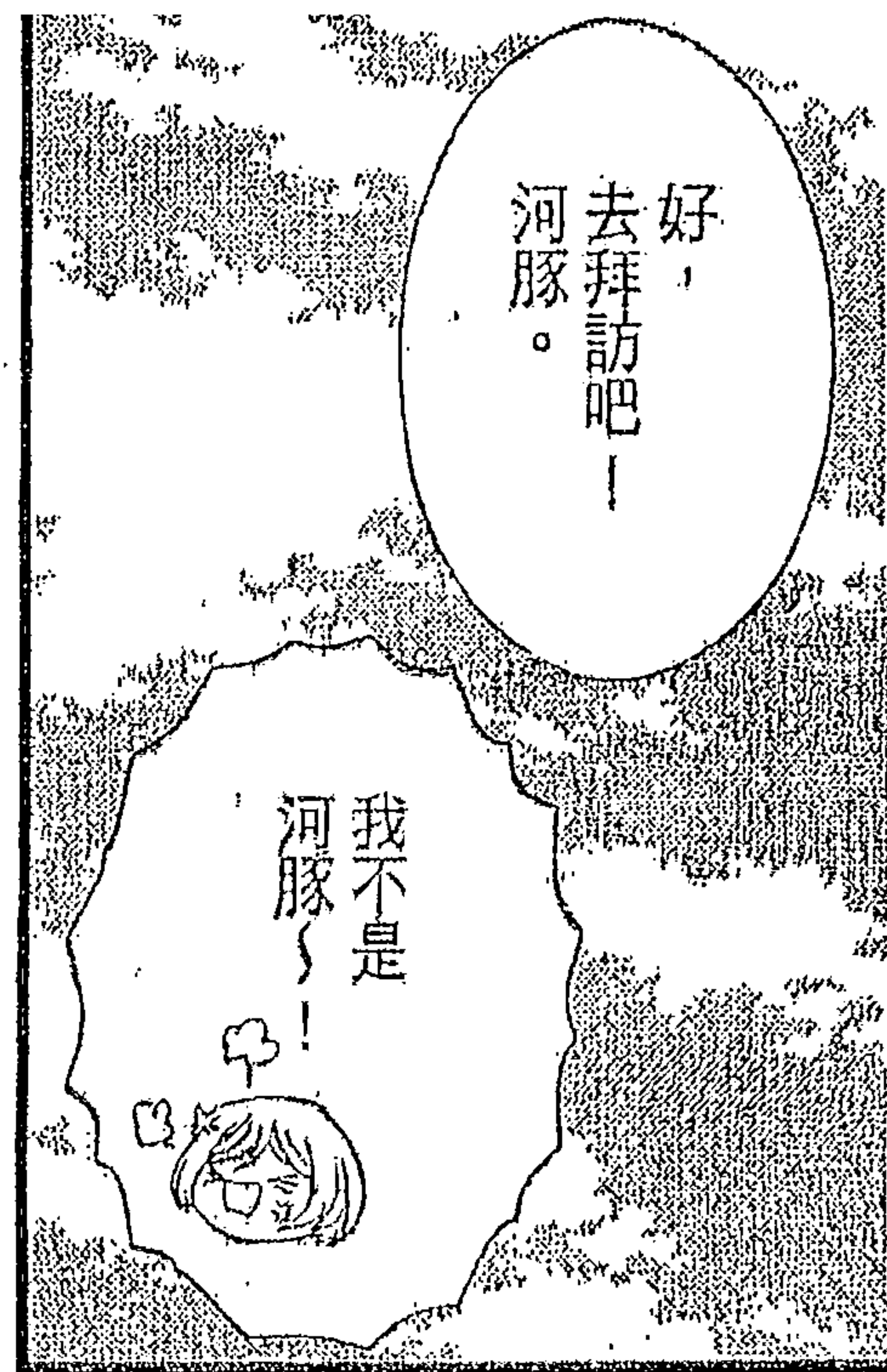
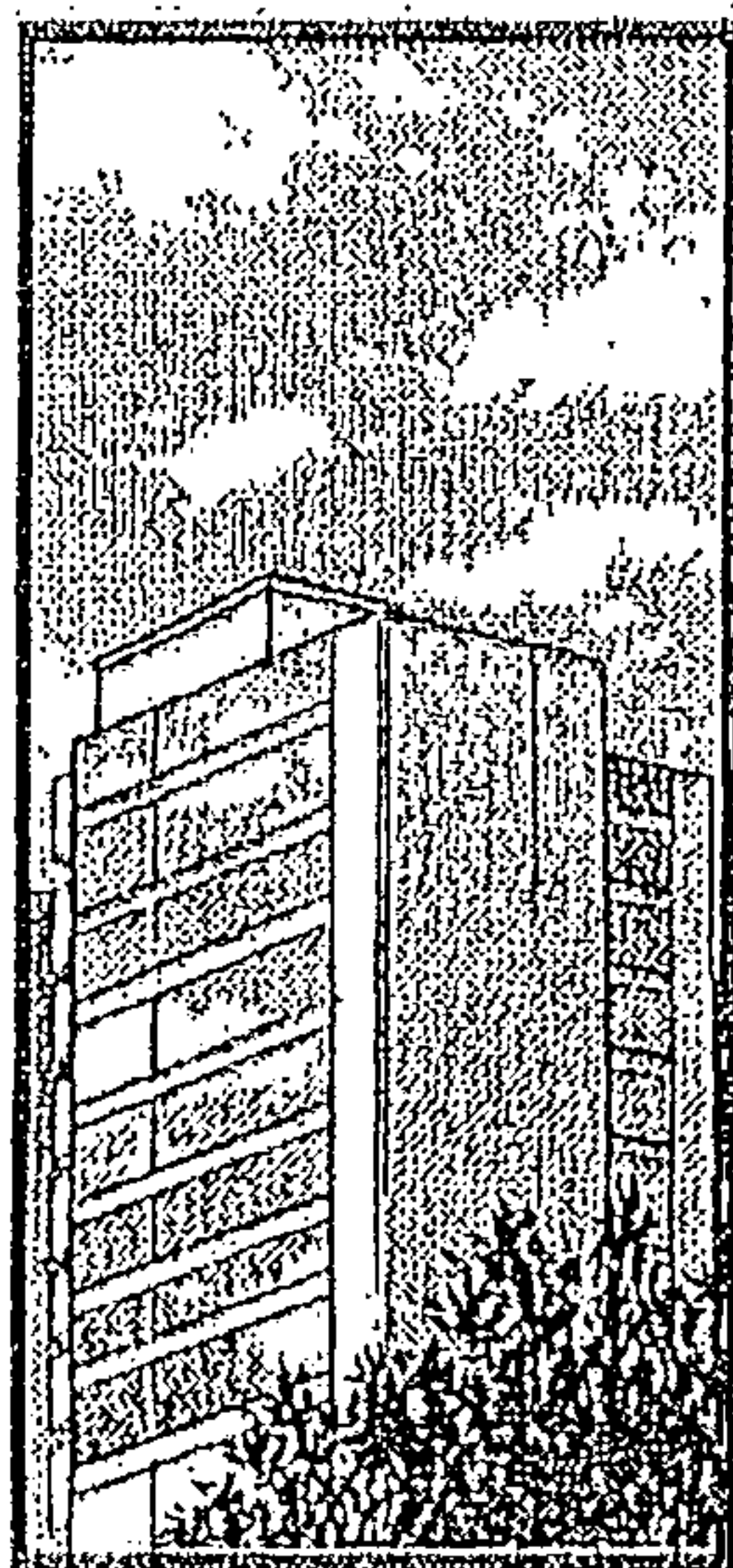
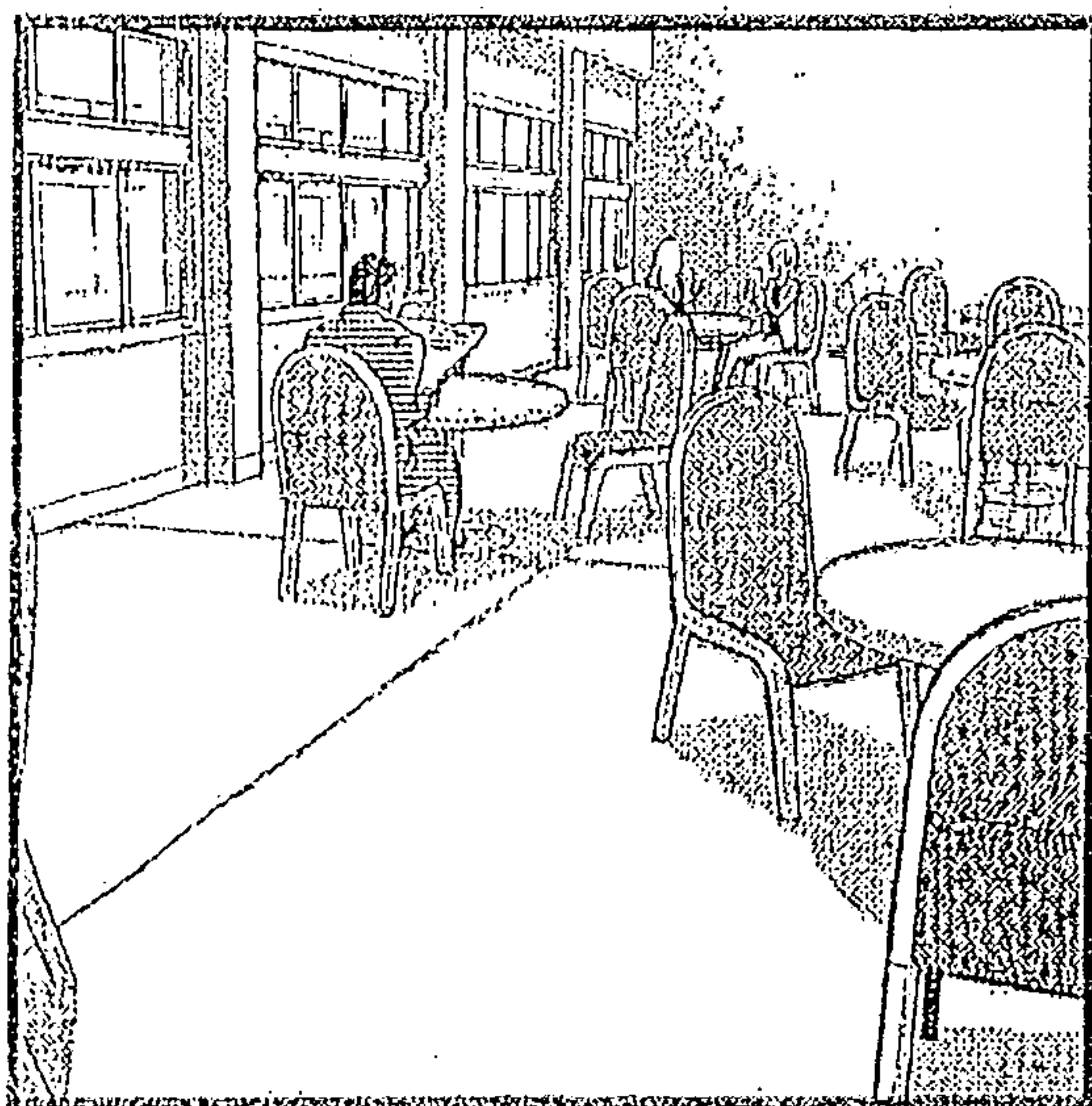
蛤？

他似乎對我
品頭論足了
一番……

這個嘛……

一提到保單態度
就含糊不清……

打量



您好，

我是朝比奈
的教育人員，
我叫做真田。

精

往後
請多指教。

喔……喔。
請多指教。

容我再次
自我介紹。

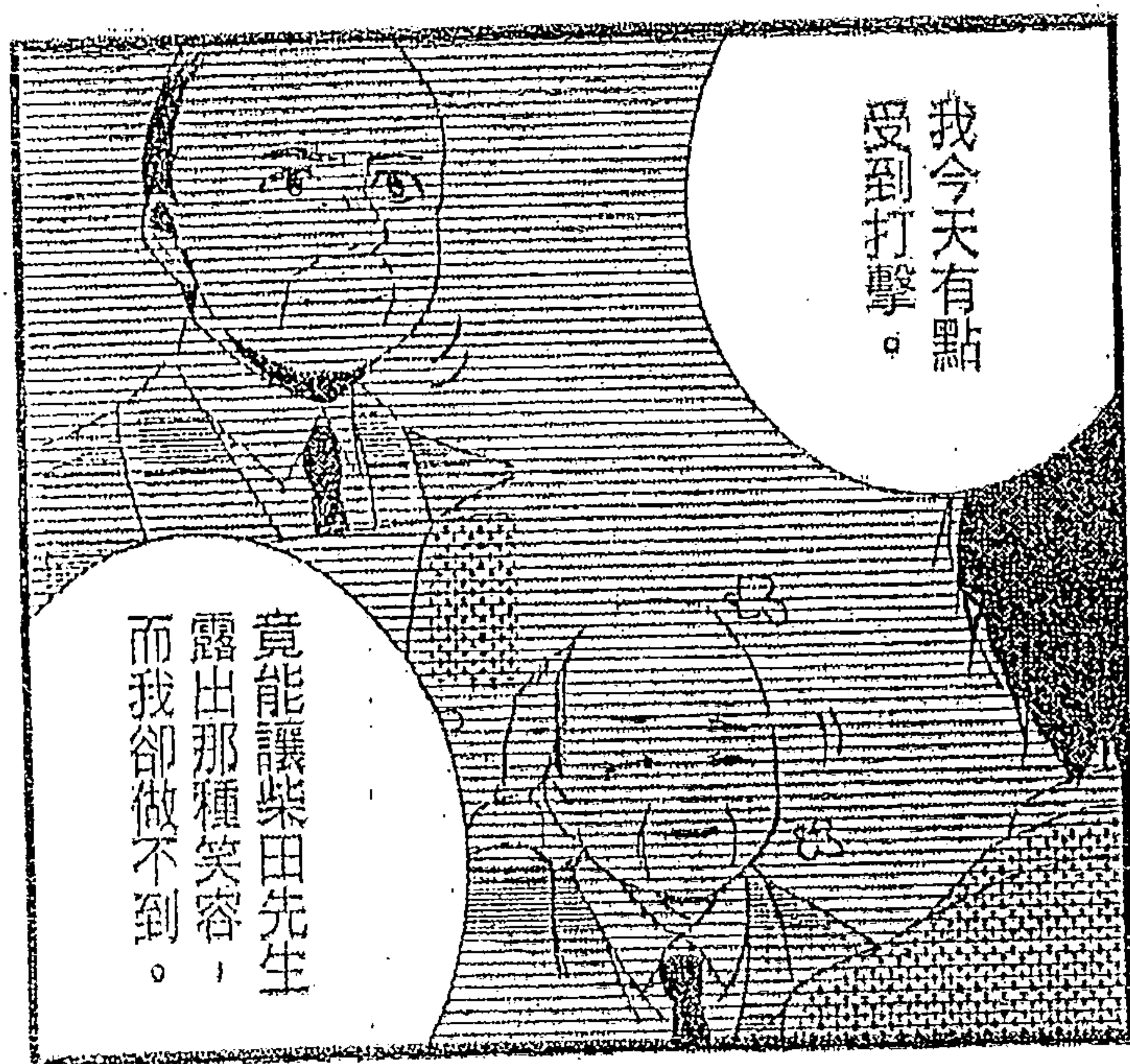
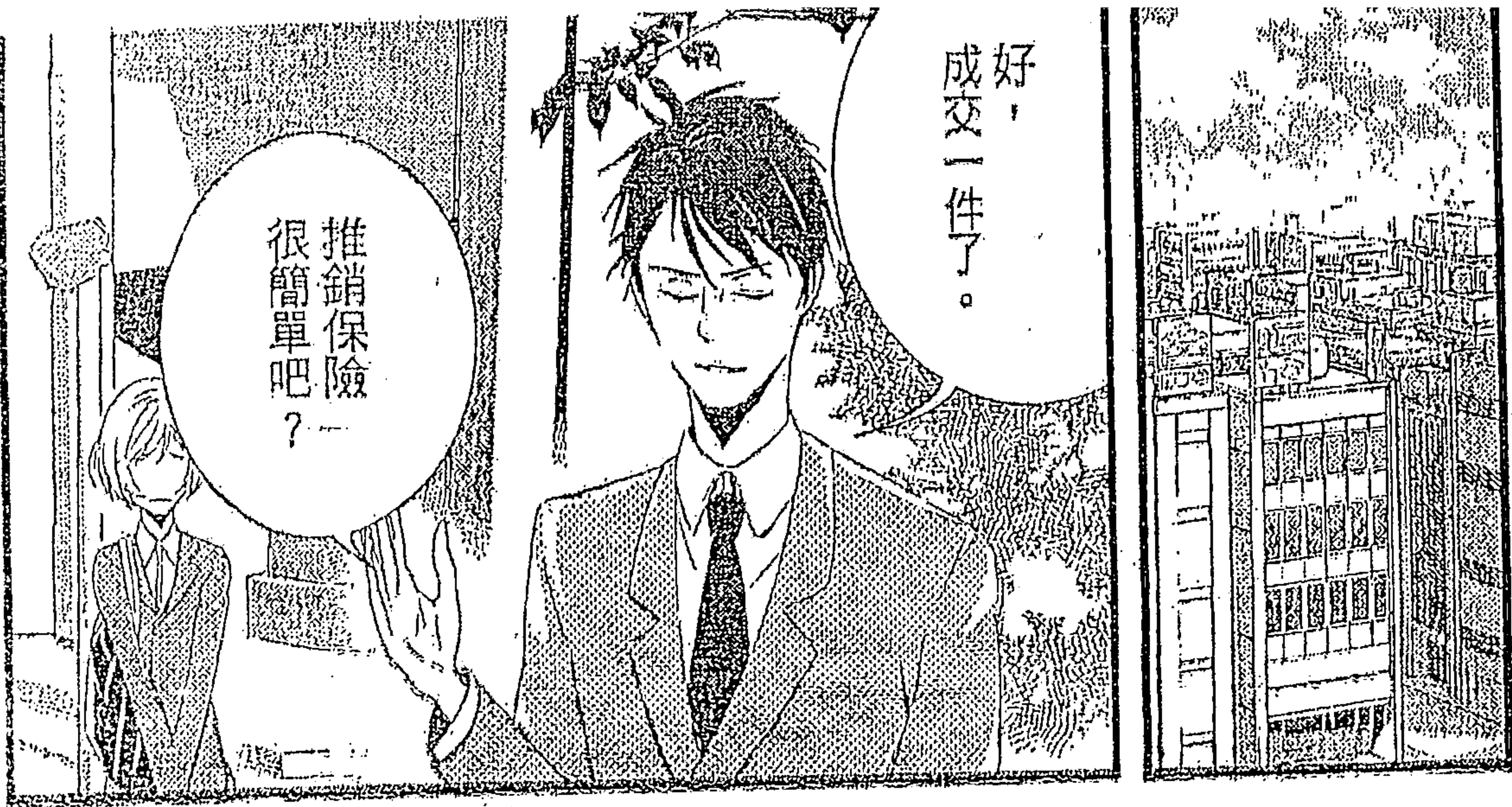
我叫做
真田零士。

你好……

我想朝比奈
已經說明過了。

今天
關於這項
方案……

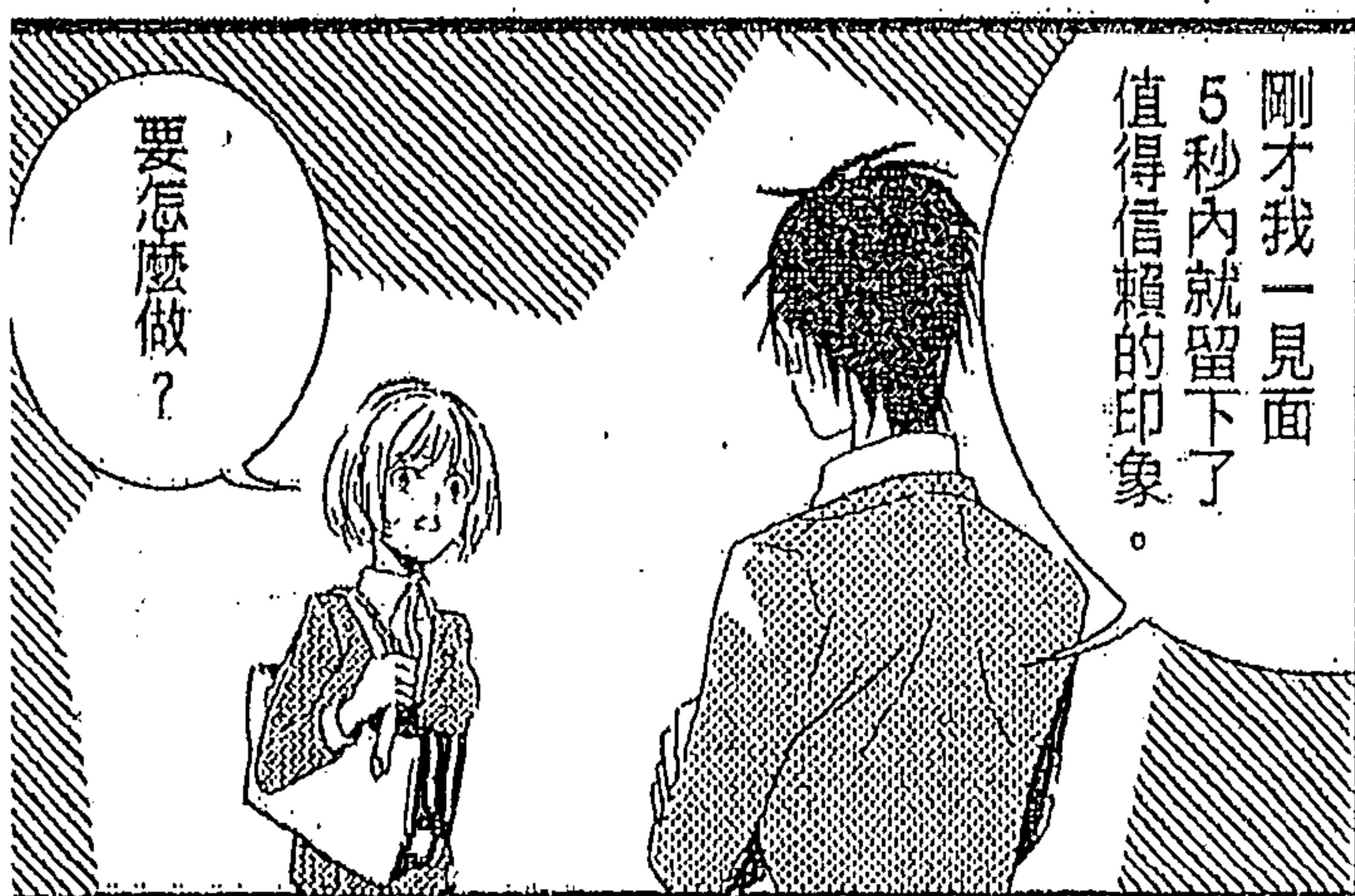
……





初始效應。

人的第一印象
在5秒內便會決定。



剛才我一見面
5秒內就留下了
值得信賴的印象。

要怎麼做？

這個印象
很難推翻。



人的腦袋對於
對方顯著的特徵
容易留下強烈印象。

所以第一印象
最為重要。

這叫做
月暈效應。
記著吧！

身高、
儀態、
聲音語調、
表情、

精

實

藉著這些給予客戶
可靠感與安心感。

我身高太矮！
儀態看起來
不可靠嗎？

是啊！
因為妳是
小猴子。

話雖如此，

抓

頭

像妳這種小猴子
要叫妳長高
也太殘酷了。

按著轉

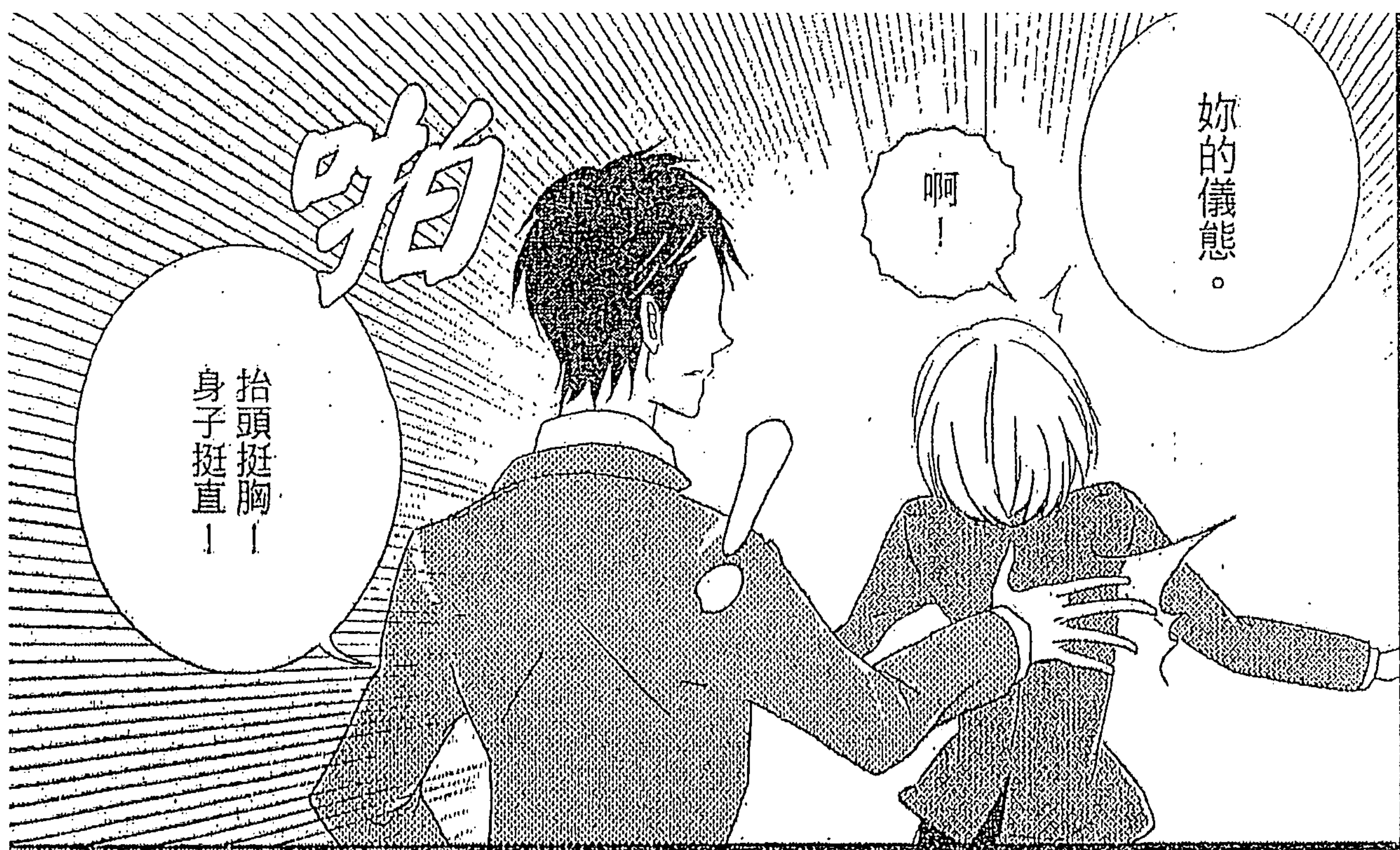
欸，
住手……

垂頭喪氣……

從明天起
妳穿鞋跟高一點
的鞋子來上班。

服裝儀容和表情
也要改變。
看妳想將何種印
留給對方。

還有，



如果不能維持，
就去買
矯正皮帶吧！

嗯，總之，
想獲得信任
就是這麼簡單。

人的心理
很容易掌握。

又來了……！

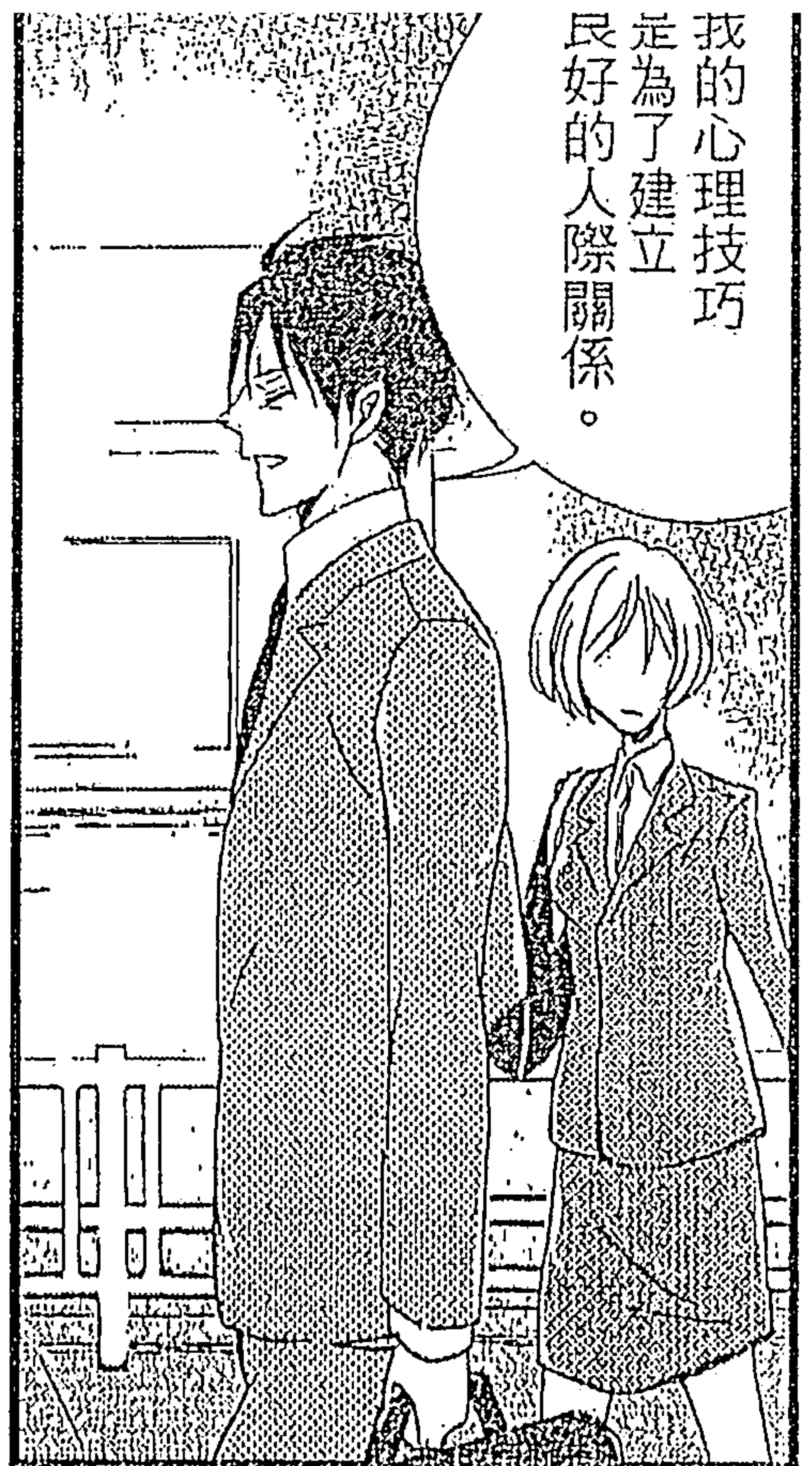
奇怪的
心理技巧！

可是松田小姐
是女性，
我還可以理解，
連對男性
也有效……！

哼……
妳忘了嗎？

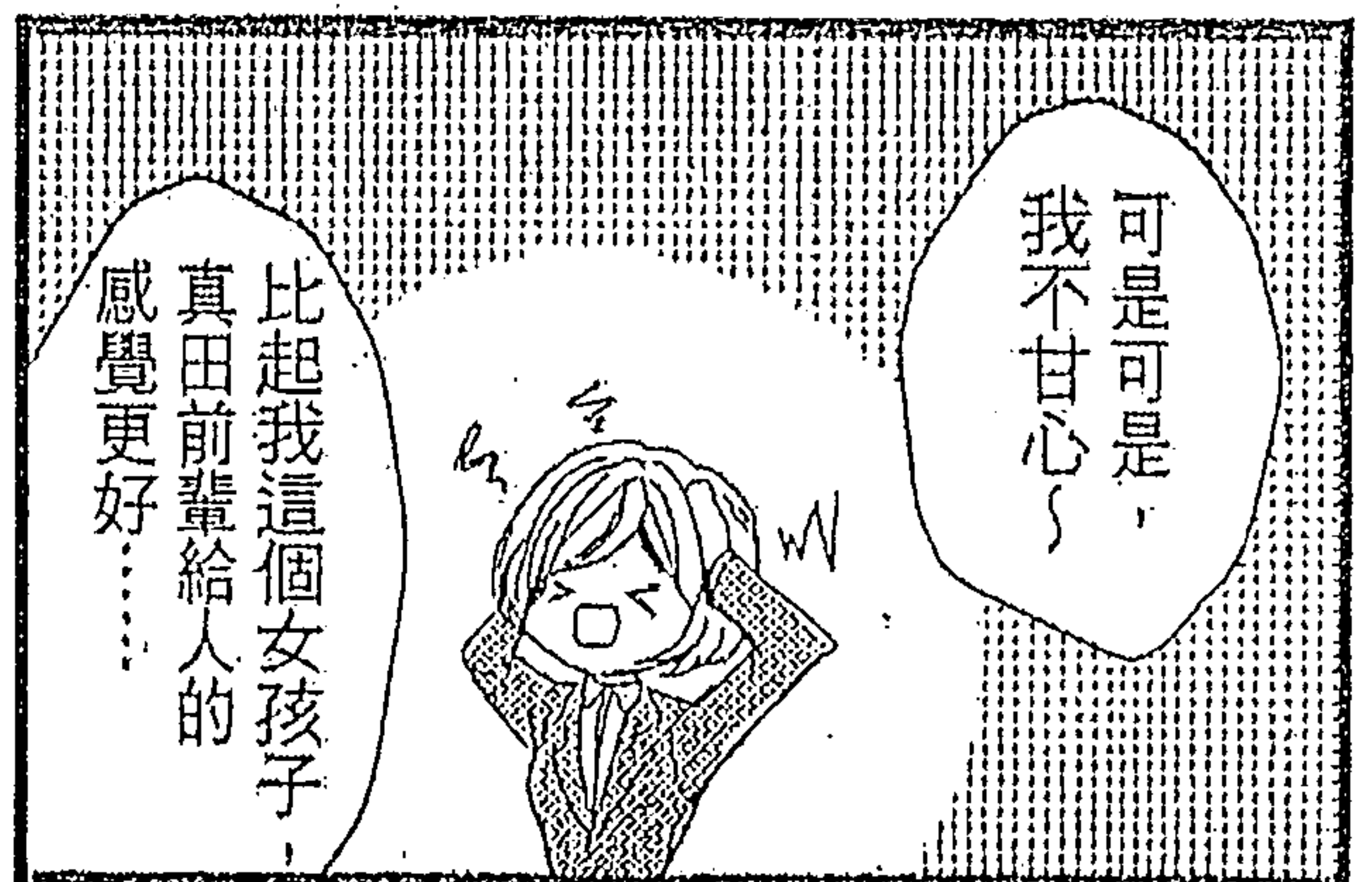
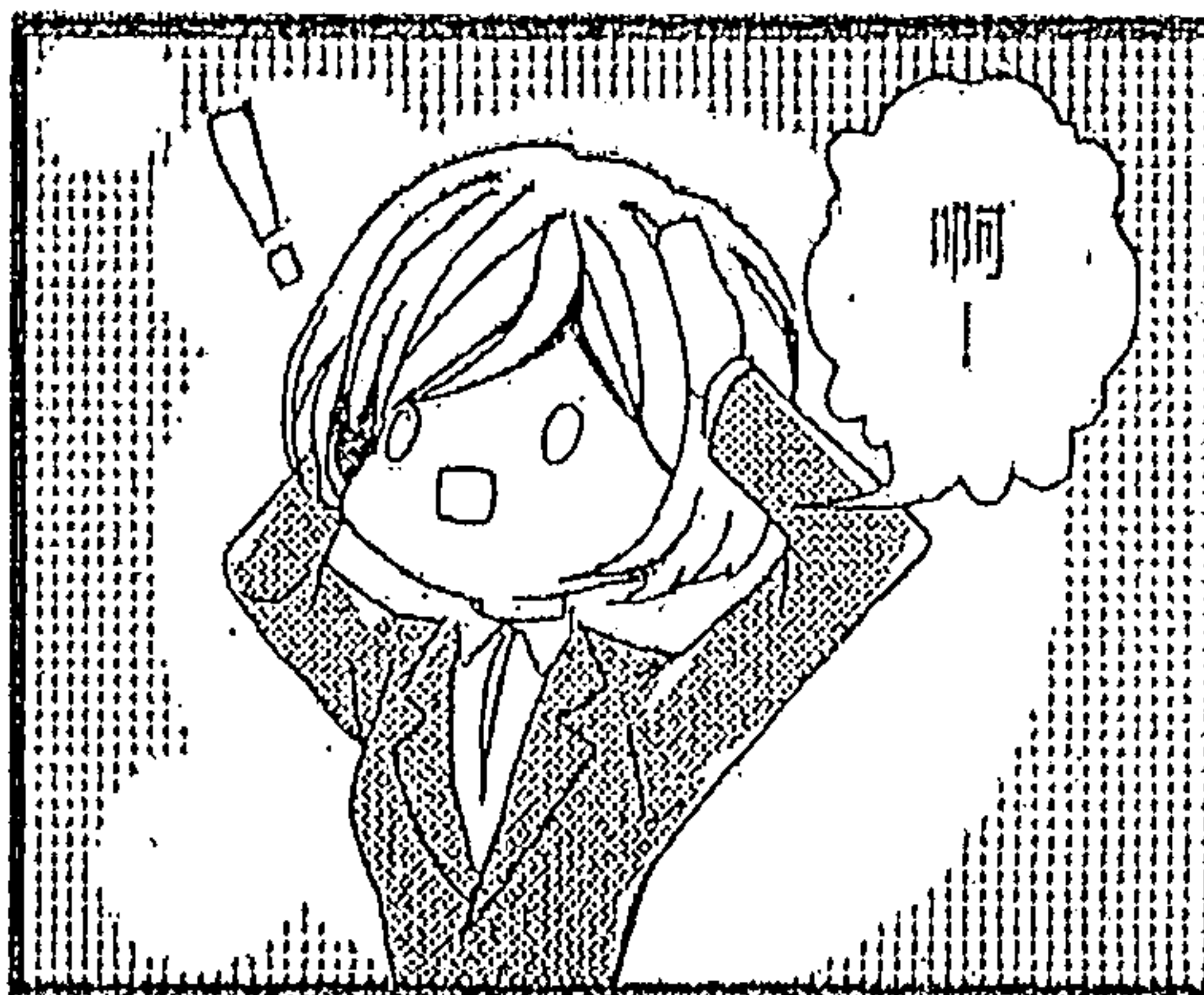
我的心理技巧
是為了建立
良好的人際關係。

與性別無關，
如果不能擄獲人心
就沒用了。



可是可是，
我不甘心。

比起我這個女孩子，
真田前輩給人的
感覺更好……



該不會柴田先生是

這一型？



妳是如假包換
的笨蛋嗎？

快步 快步 快步 快步 快步 快步 快步



↓ 初始效應／月暈效應

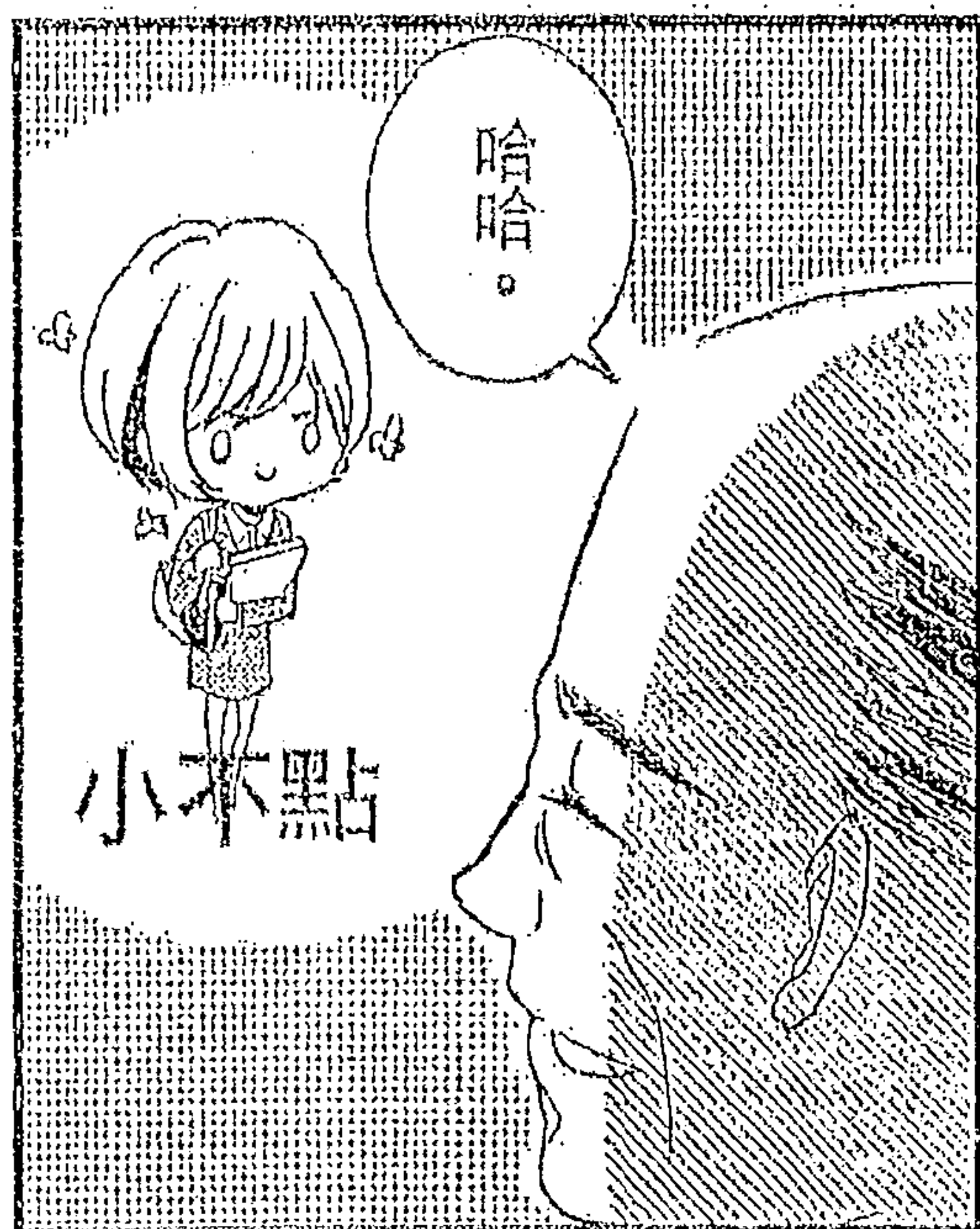
先從外表操控他人。

隨心所欲地

操弄形象

無論在工作或私生活，當然在戀愛方面，任何人都希望往來的人覺得自己是優秀的人，對自己心存善意。

不論何種人際關係，比起被認為「生理上無法接受」或「工作無能的人」，被認為「這個人值得信任」或「是個好人」會比較好，自是不言而喻。而影響這個印象的，坦白說就是



第一印象。

人都會憑第一印象判斷對方。雖然多少因人而異，不過大致上見面後3分鐘，一個人的印象就決定了。

可怕的一點是，此時抱持的印象不僅限於當時，之後仍會持續影響印象與評價。換言之，如果給人這種印象：「真是邋遢的人。大概工作也做不好吧？」之後無論工作多認真，也很難推翻負面形象。

如此，最初獲得的資訊影響之後的印象就稱為「初始效應」。不僅外表，光是詞語的順序也會顯現初始效應。例如指著某人說：「他很聰明，可是愛勾搭女人」，和「雖然他愛勾搭女人，可是他很聰明」，前者比較



容易被理解成是個好人。

如果想自由操控人心，首先一定要徹底改善第一印象。除了健康的外表，髮型、指甲與肌膚等，服裝儀容當然要整理好。衣服要注重清潔，服裝搭配也要適合時間、地點與場合。

如果個性內向很容易吃虧，那就大聲有朝氣地說話，最好留意「展現」理想的姿態。

假如有學歷、職銜或證照等對自己而言正面的資訊，多多活用也很有幫助。

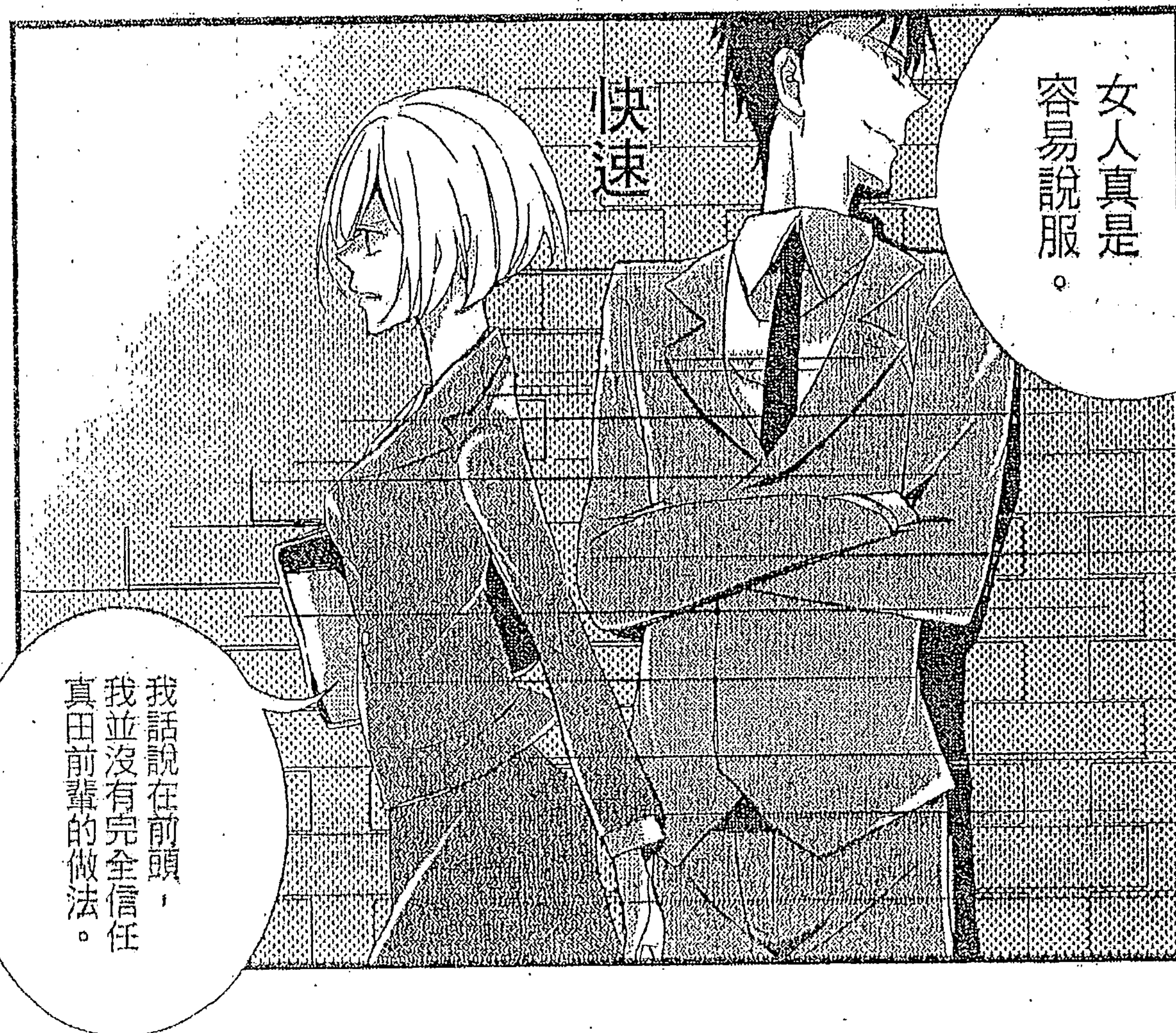
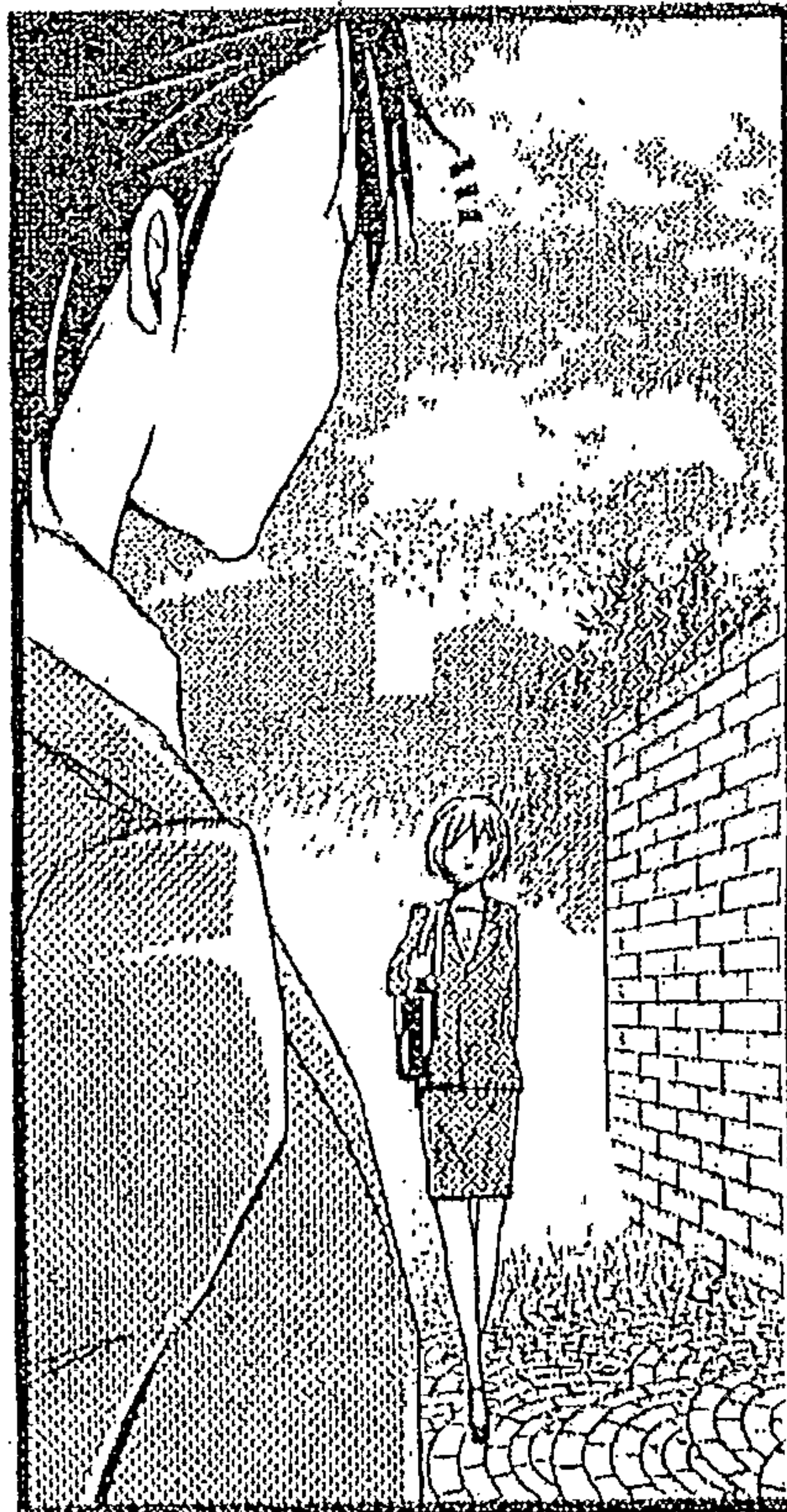
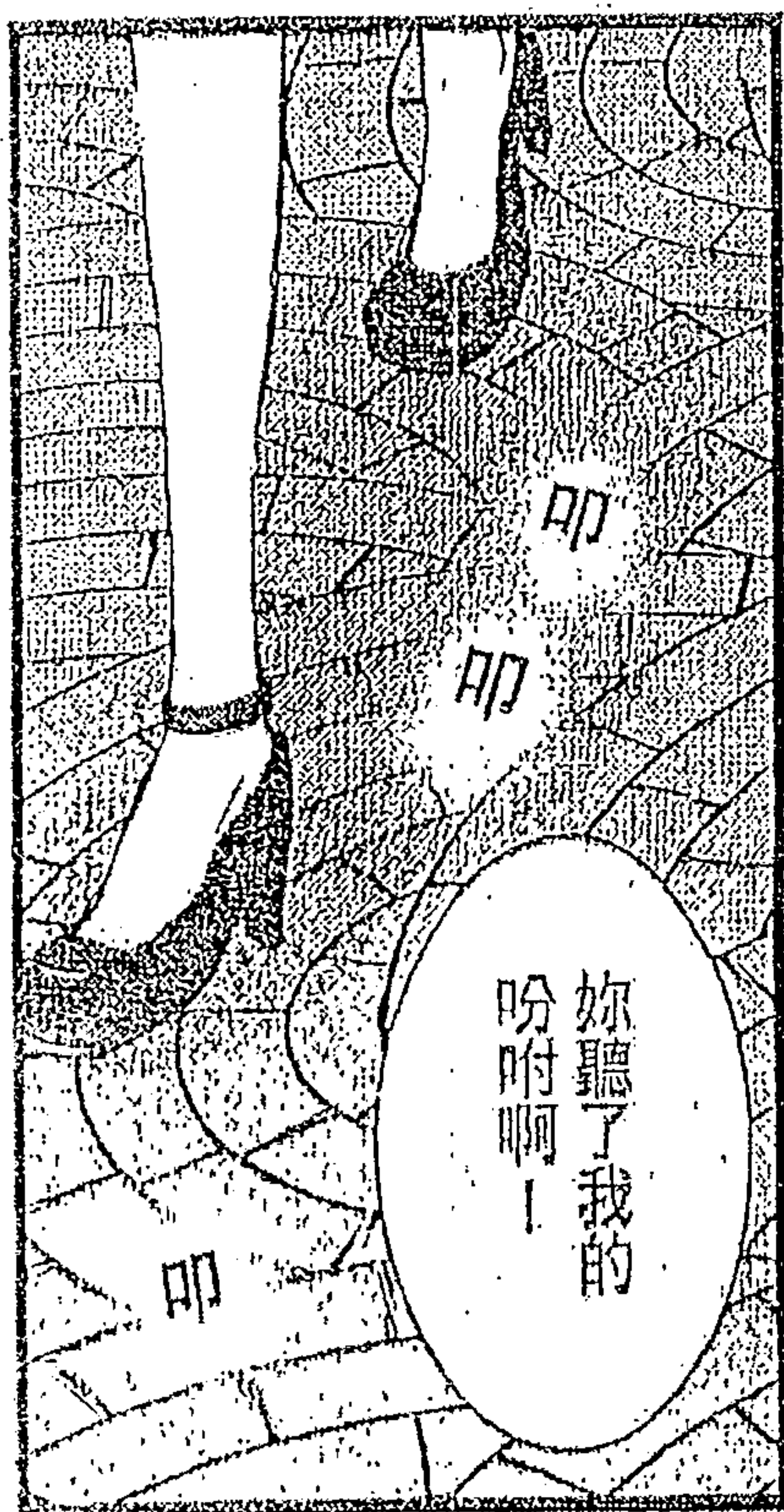
藉著這些正面的資訊，感覺一個人的性格也很出色，這就叫做「月暈效應」。

譬如說，企業的廣告找當紅藝人

來拍攝，也是利用了月暈效應。外表出色或擁有人氣的人和產品一起亮相，就能提高產品的品質與魅力。出色的學歷代表聰明、職位代表能力、證照表示具備了豐富的專業知識，這些都能增添你的魅力。

配合對方積極活用，在第一次見面時留下良好的印象吧！

巴納姆效應



嗯，要讓妳
信任也很
簡單啦！

昨天觀察一整天，
妳的個性
我全都摸透了。

「看似開朗，
無憂無慮，
其實心裡
常常煩惱，
在意很多事情。」

停住

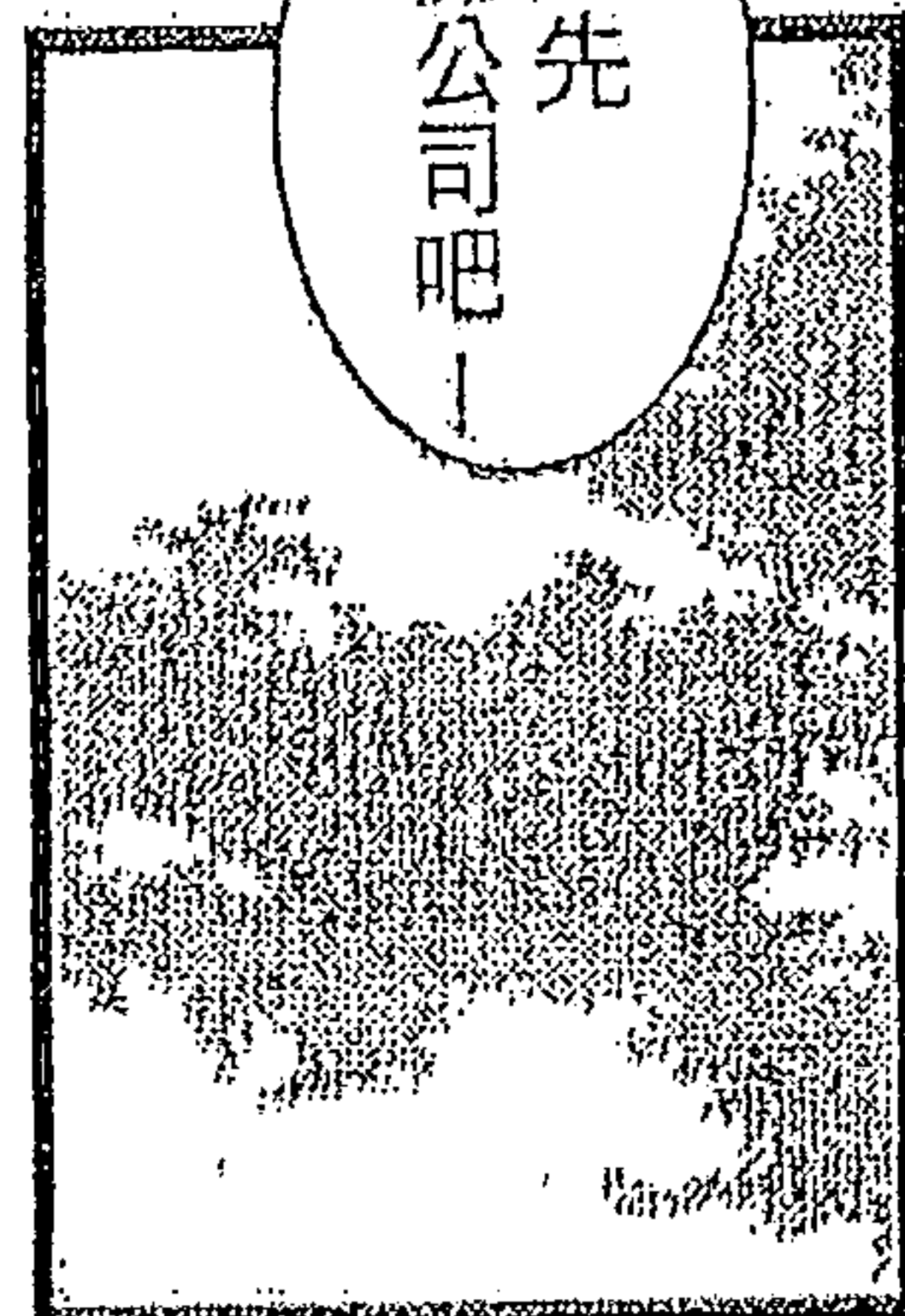
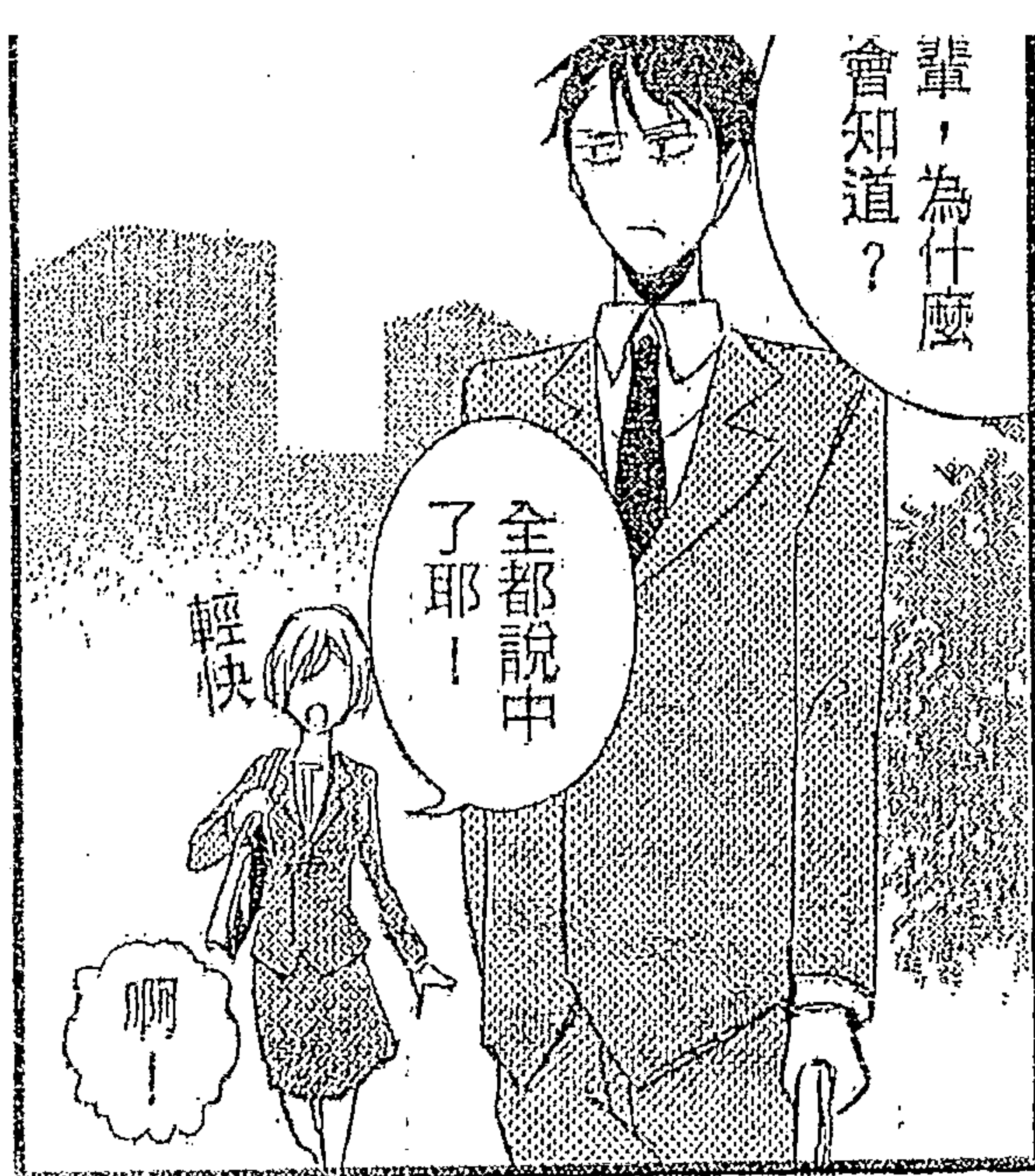
「有時會為了別人
犧牲自己。」

為什麼？

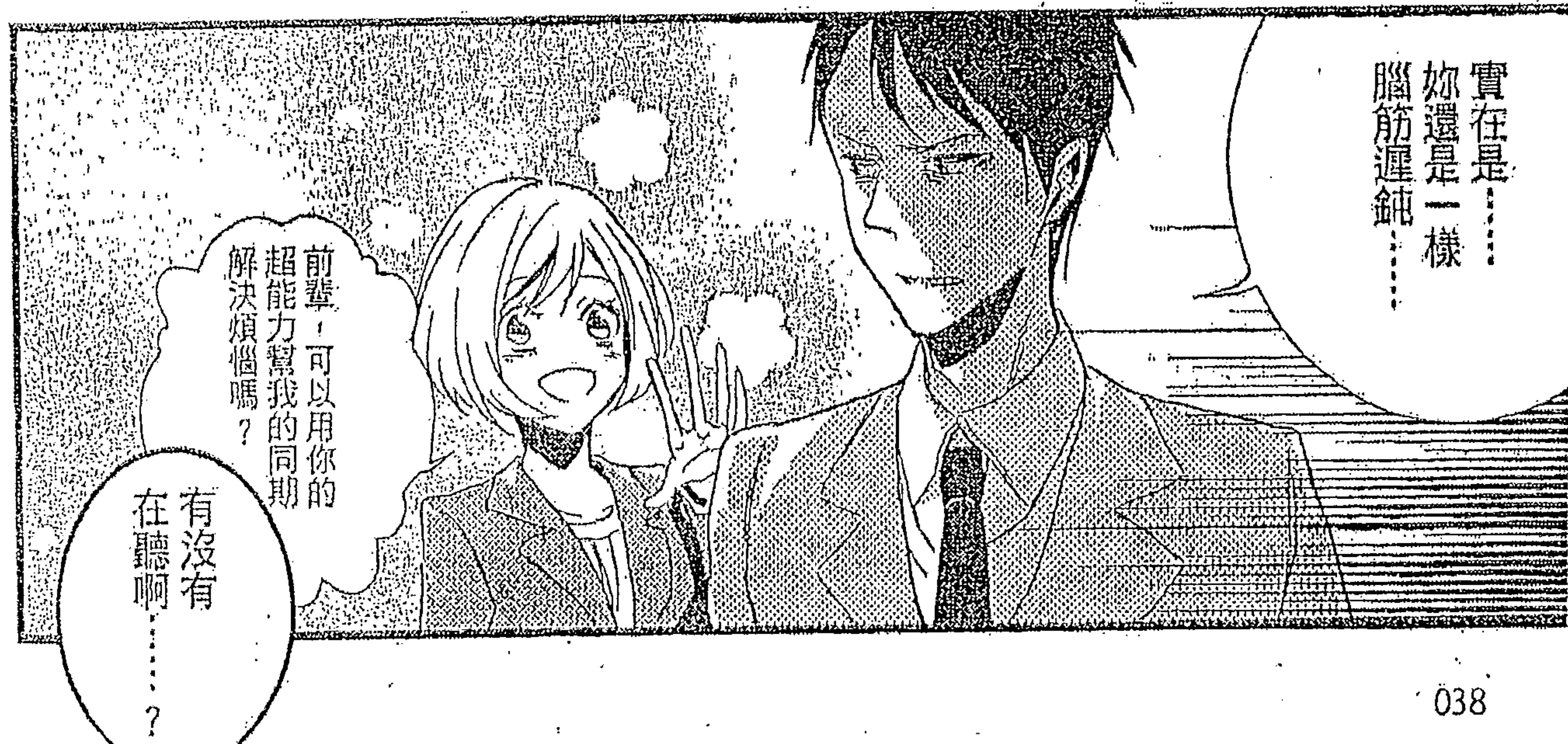
為什麼
你會知道？

囉嗦耶……





總之先離開公司吧！



「……
什麼煩惱？
什麼是我……
我……」

先去跑業務啦，
傻瓜。

會議室

這位是
和我同期的
白井由香里。

你好，
真田先生。

妳好，
幸會，
白井小姐。

因為由香里最近
業績沒有成長，
我向她提起
真田前輩的事，
她說想請教你。

是的。

真田先生，
有沒有什麼祕訣
能提升業績呢？

之前妳的
成交件數
不少嗎？

嗯。
一開始
還可以。

由香里和我
不一樣，
非常優秀喔！

是啊！

優秀到連朝比奈
都會擔心呢！

微

笑

不該
多嘴的……

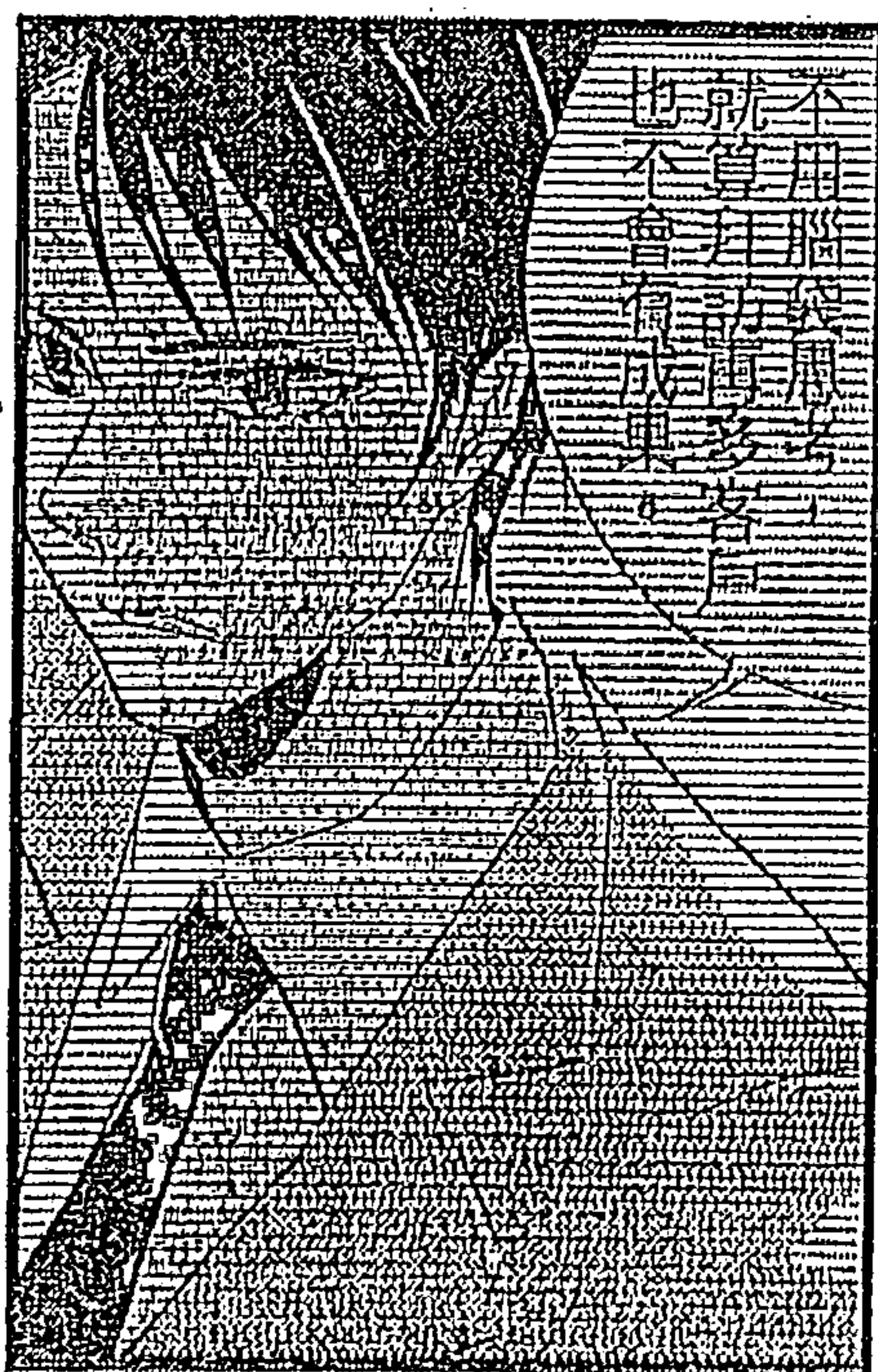
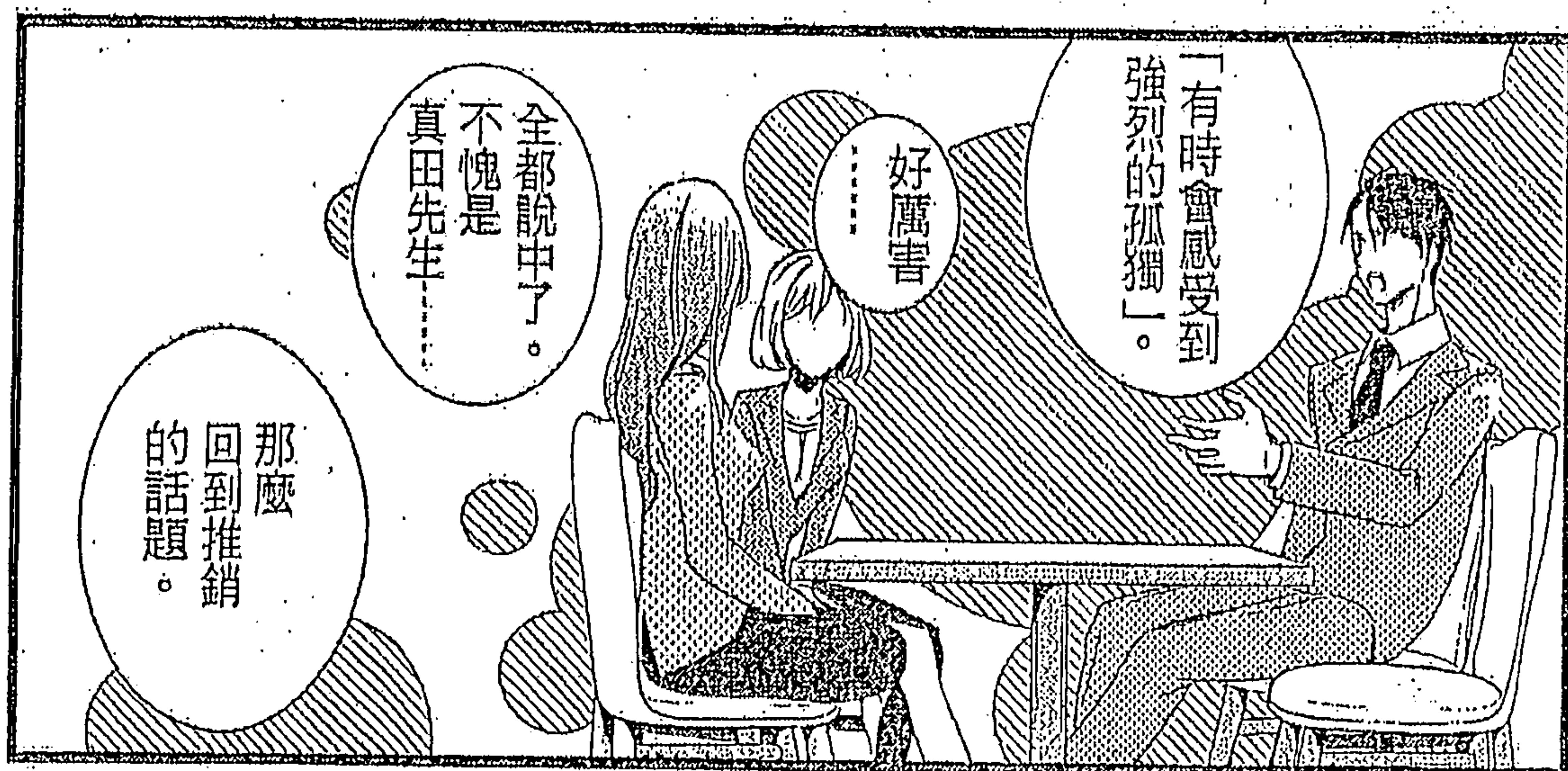
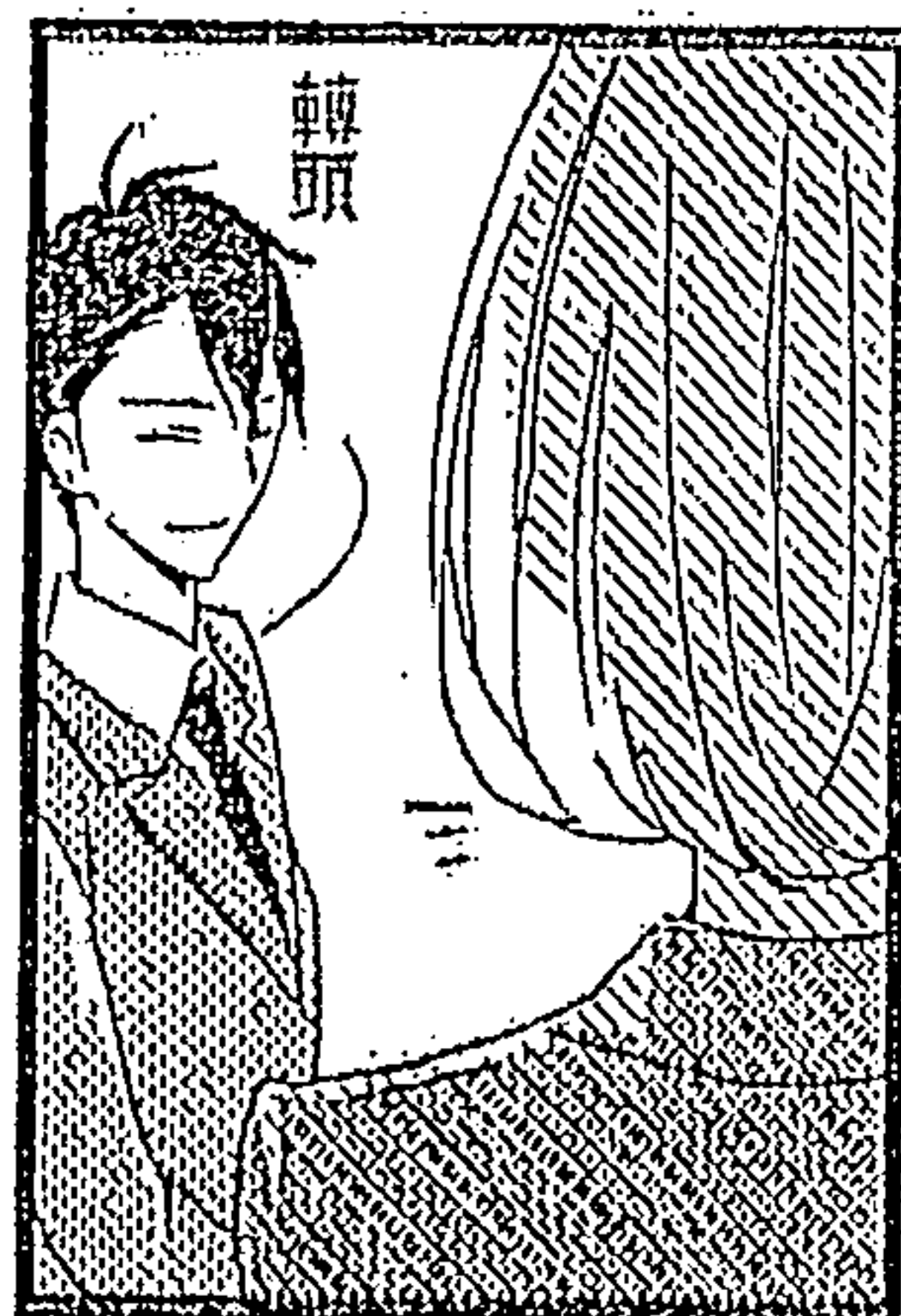
白井小姐算是
「會被不喜歡的人
喜歡上的類型」
是吧？

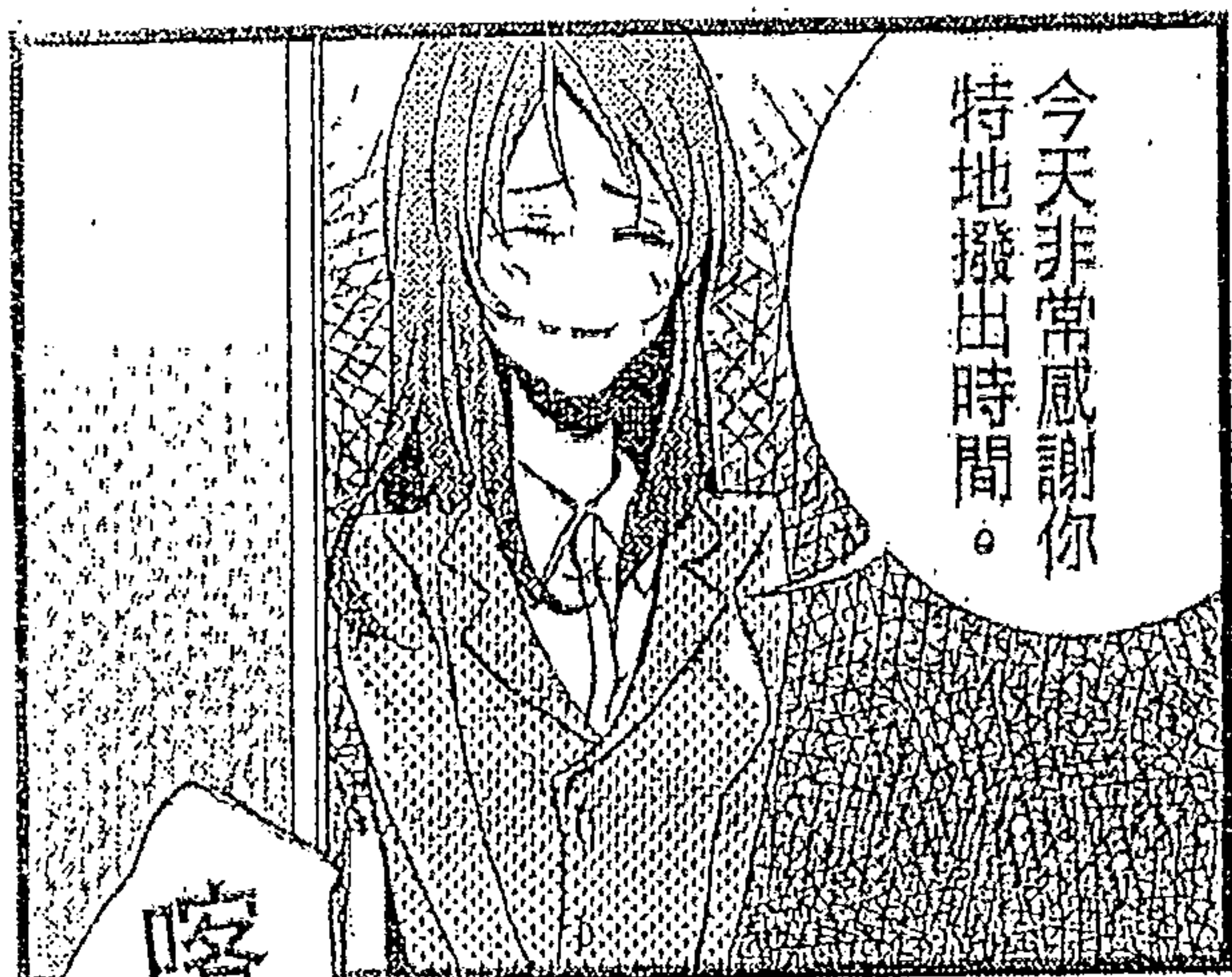
咦？為什麼
你知道？

不過……
完全無關啦！

喀噠！

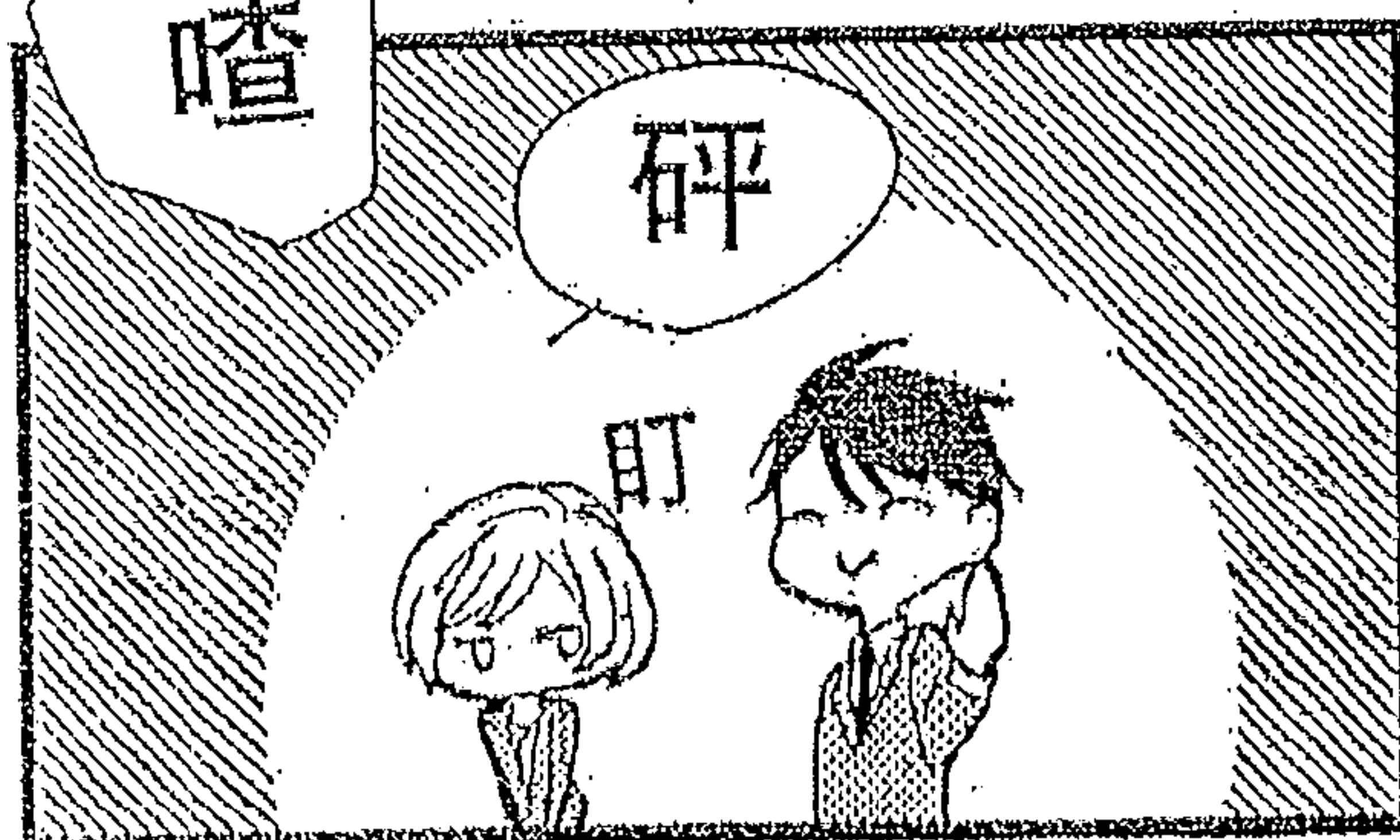
出現了！
超能力者！
占卜師！





今天非常感謝你
特地撥出時間。

喀喳



砰

叮



說的也是！
果然由真田先生
說出口，說服力
就是不一樣

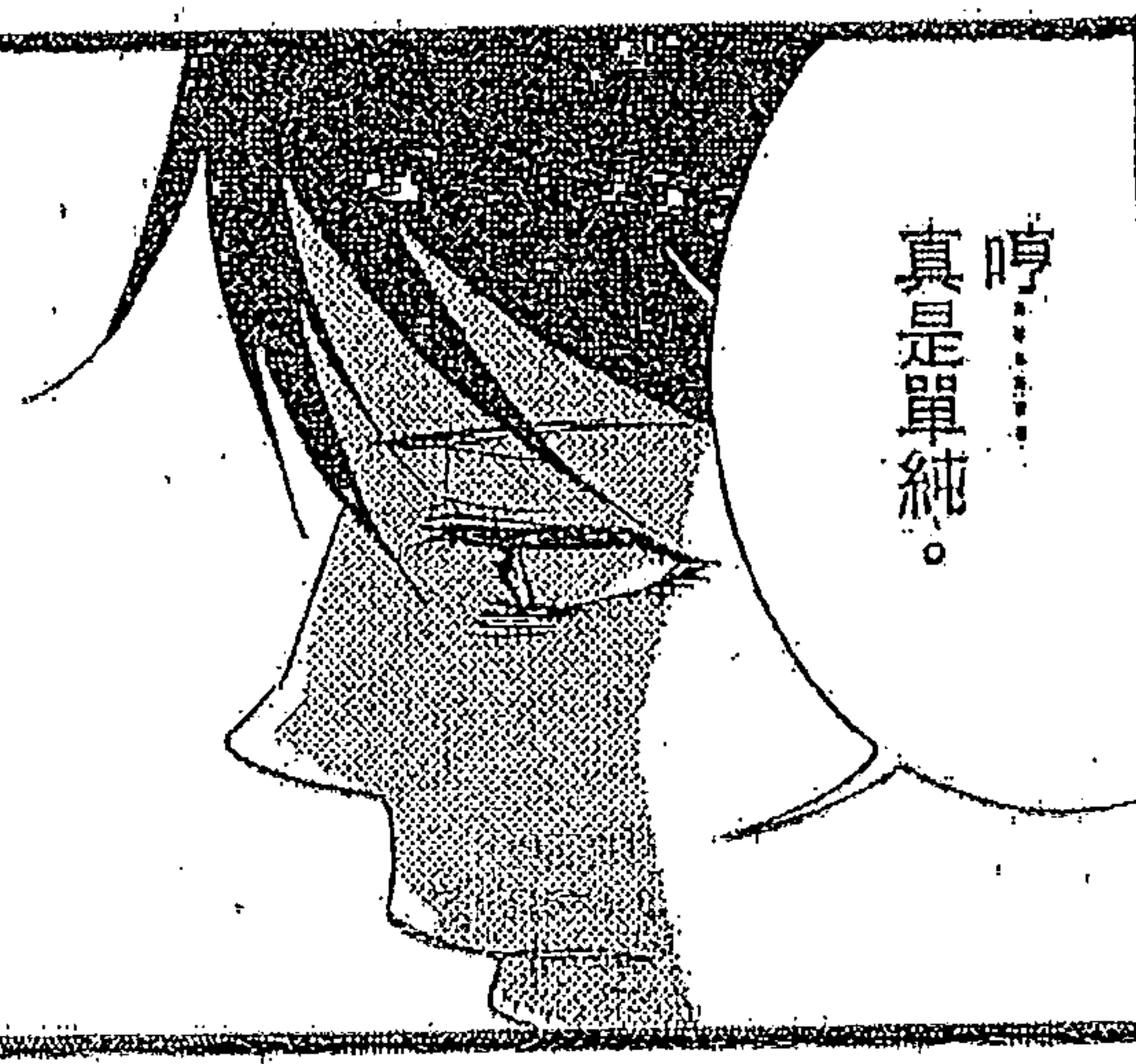
若是白井小姐，
業績一定會
再提升喔！

嗯！

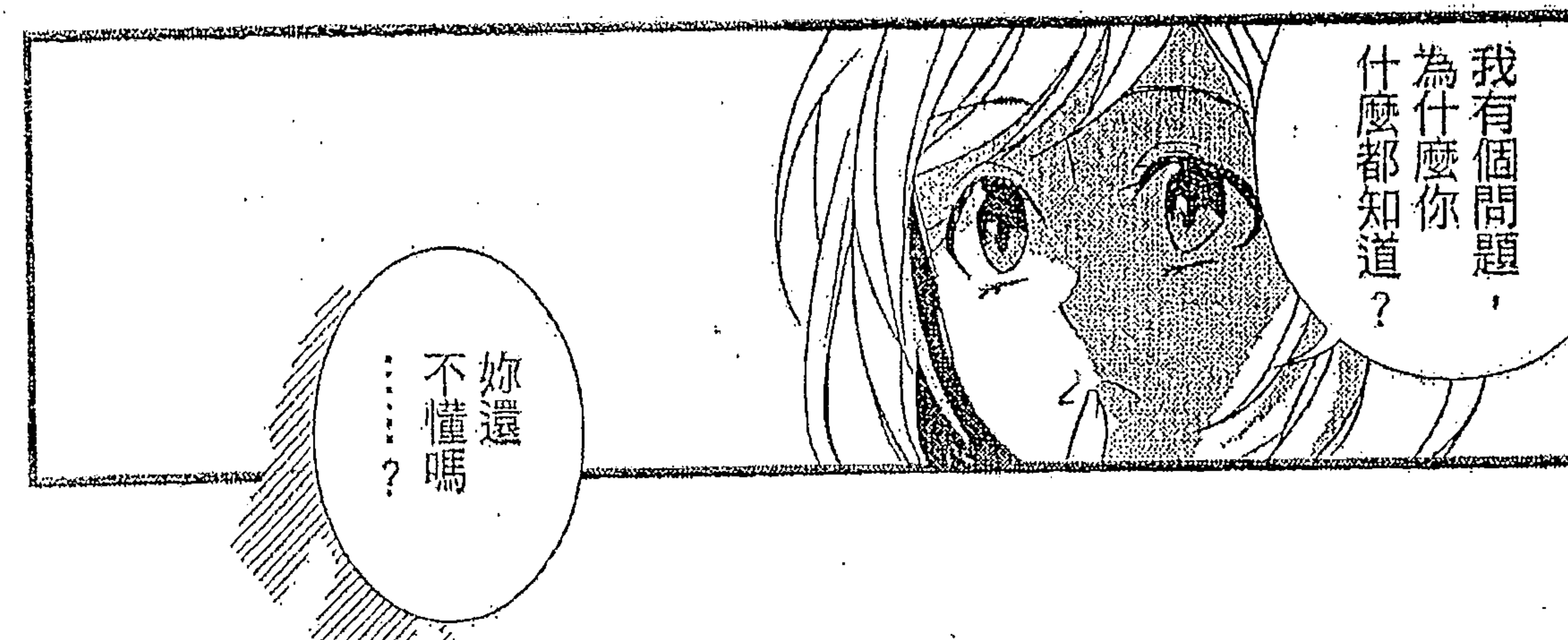


你沒教她那
套心理技巧
呢！

有人會公開
自己的謀生
工具嗎？

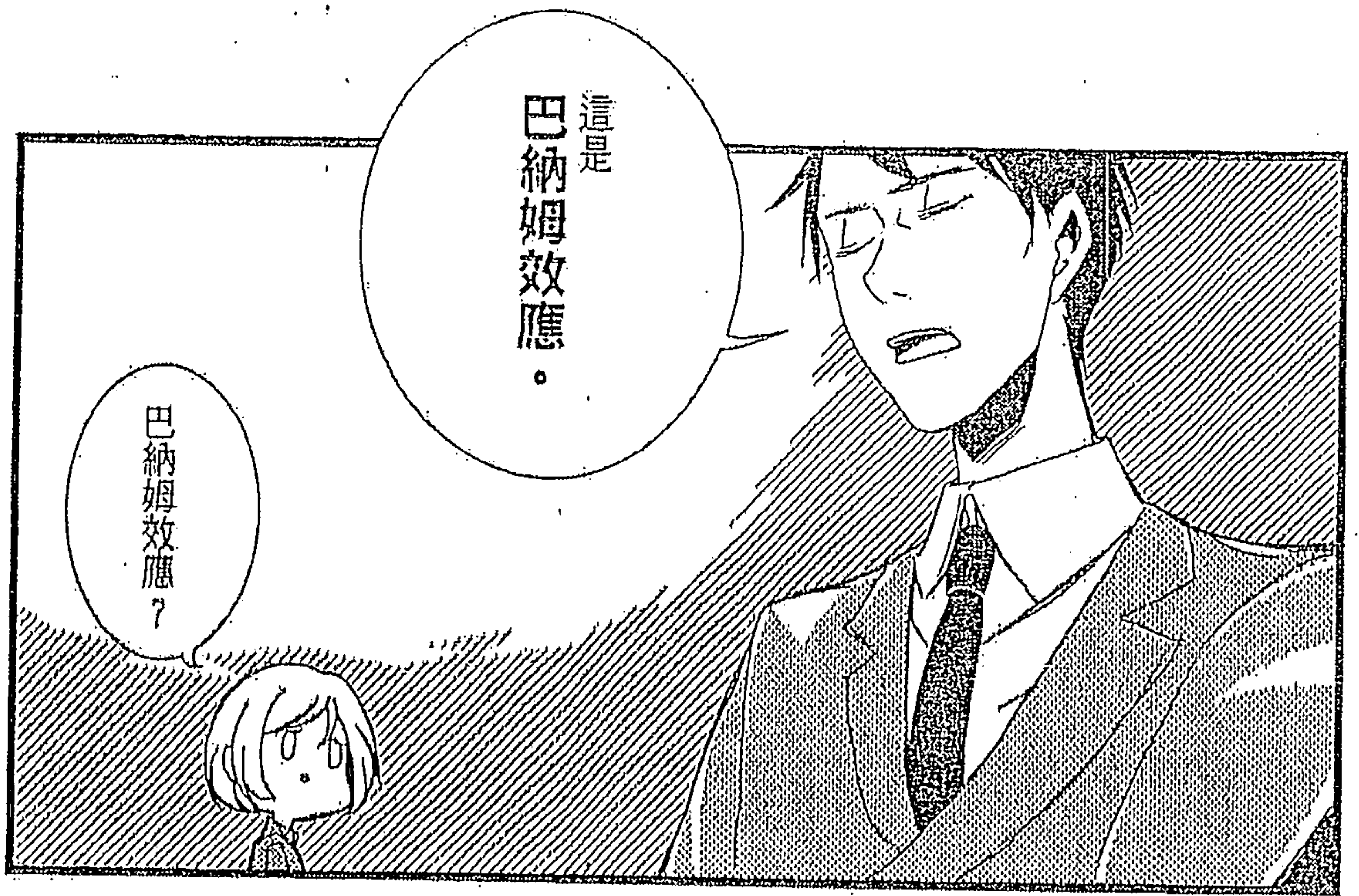


哼……
真是單純。



我有個問題，
為什麼你
什麼都知道？

妳還
不懂嗎
……？



因為對方
會覺得妳是
能看穿所有事
的超能力者。

可是這樣
還是很像
在騙人……

同樣的話
別讓我講
那麼多次。

抽動

喀噠

去整理今天的
業務報告。

可是為什麼
他連技巧的手法
都一一解說，
而且只教給我？

為是教育人員？

不對。如果我
不知道手法，
就會相信前輩，
也會更容易被控制……

他真的是
好人嗎？

喀
喳

太慢了！

低能！
牛女！

唔！

咩

前輩
絕不可能是
好人！！

讓對方

變成你的信徒的方法

在你身邊是否有被周遭人們仰慕的人呢？下屬尊敬他：「真不愧是前輩」，上級也稱讚：「果然○○君值得信任」，大家都很想成為這種人。

其實，獲得自己的「信徒」絕非難事。只要利用心理學的「巴納姆效應」，任何人都能輕易地獲得信徒。

這個名稱的由來是，在19世紀利用巧妙的心理操作，建立起現在馬戲團基礎的藝人費尼爾司·泰勒·巴納



姆的名字。他是知名的騙子，即使告訴交談對象胡扯的個性診斷與占卜結果，對方也會覺得「說得很準」。

例如，當你聽到這種話會怎麼想？

「你有時候會對自己非常悲觀。」

「你在工作上有煩惱吧？那也許是與人際關係有關吧？」

列舉之後，你會發覺這些話可以套用在任何人身上，盡是一些理所當然的內容。然而實際上，在對話中聽到時你卻感到納悶：「為什麼你會知道？」有這種想法的人非常多。

美國心理學家伯特倫·佛瑞證明了這一點。



他把解說個性的文章「你的心理檢查結果」交給多名大學生，大多數學生都表示「很準」。

然而實際上，交給所有學生的文章都是同一篇。而且是把星座占卜結果隨便組合製成的，亂七八糟的個性分析。

如此毫無根據地說出：「雖然你是○○，但其實是××」，對方也會覺得：「只有他了解真正的我」，自尊心因而受到滿足。

任何人都疼愛自己。並且對於了解自己的人會無條件地視為夥伴，願意全面地相信他。

假如想利用巴納姆效應，指出與平常的形象完全相反之處會更有效。

豪邁的人擁有細膩的感受性、開朗的人具有悲觀的一面，這些都可以指出來。

對方不知不覺中便會把你當成唯一的知己，也會變成你的信徒。

認知失調理論

如果從虎威人壽
搶走這家客戶，
就是大功一件。

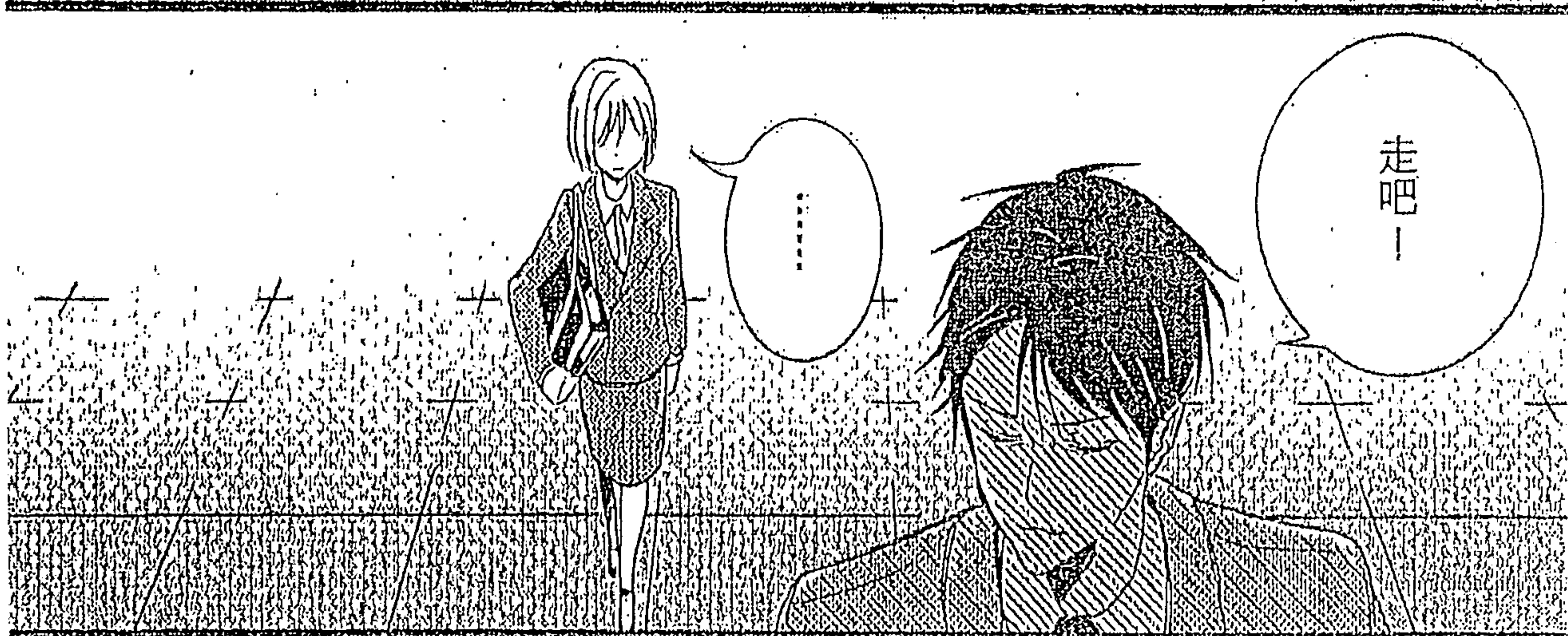


恩，這種像是
人的舉動還是……

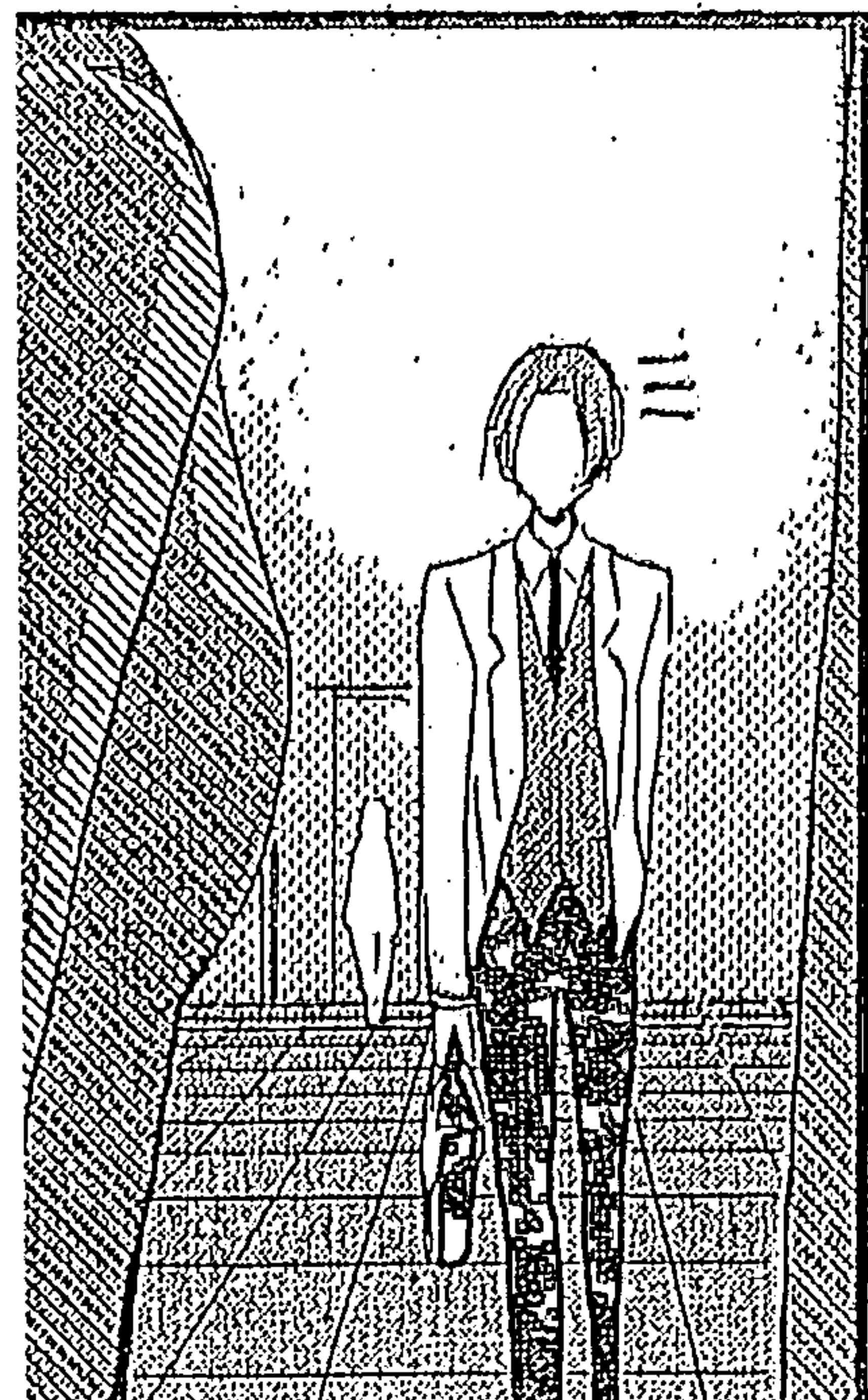
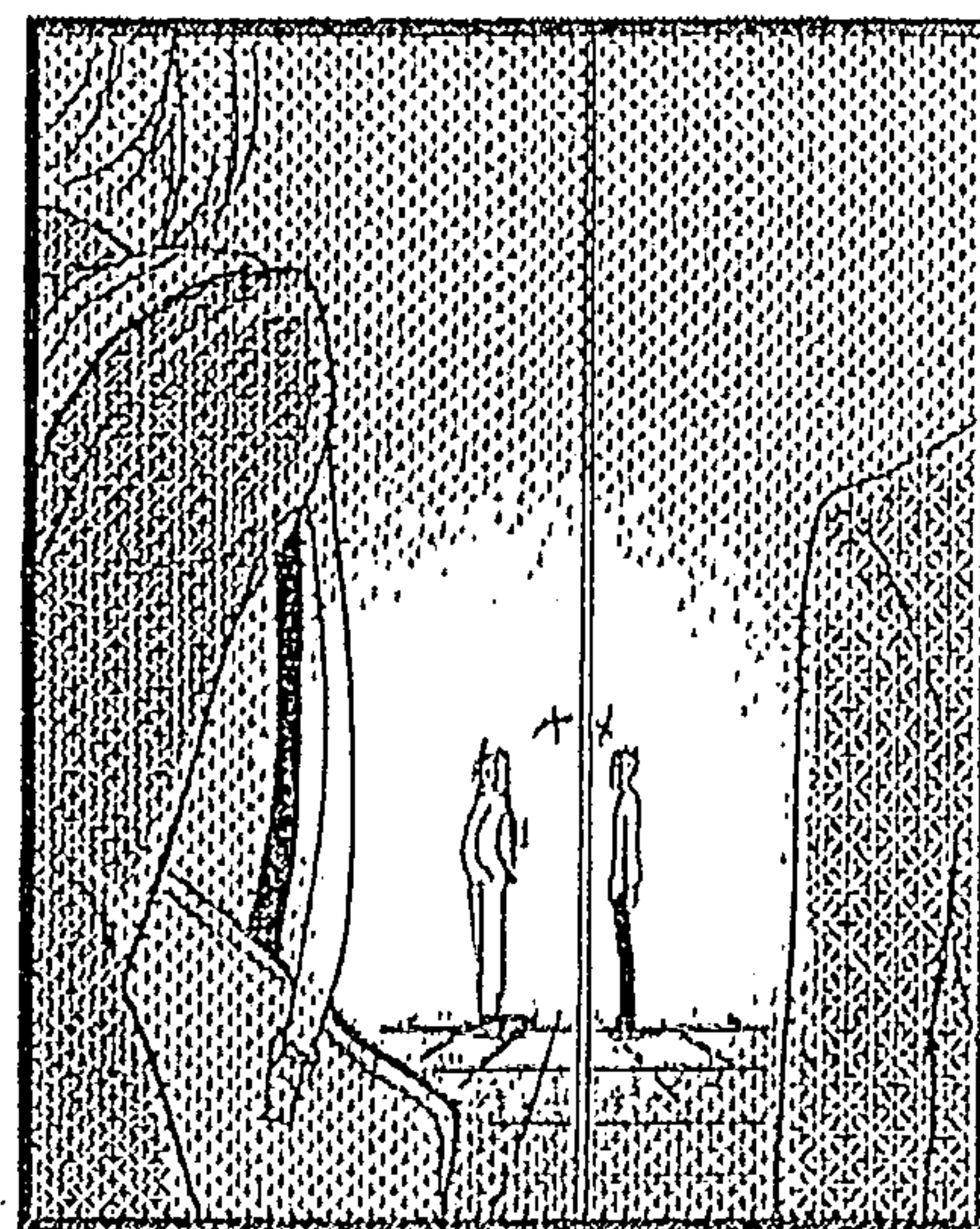
別像壞掉的玩具
一樣吵著同一件事。



走吧！



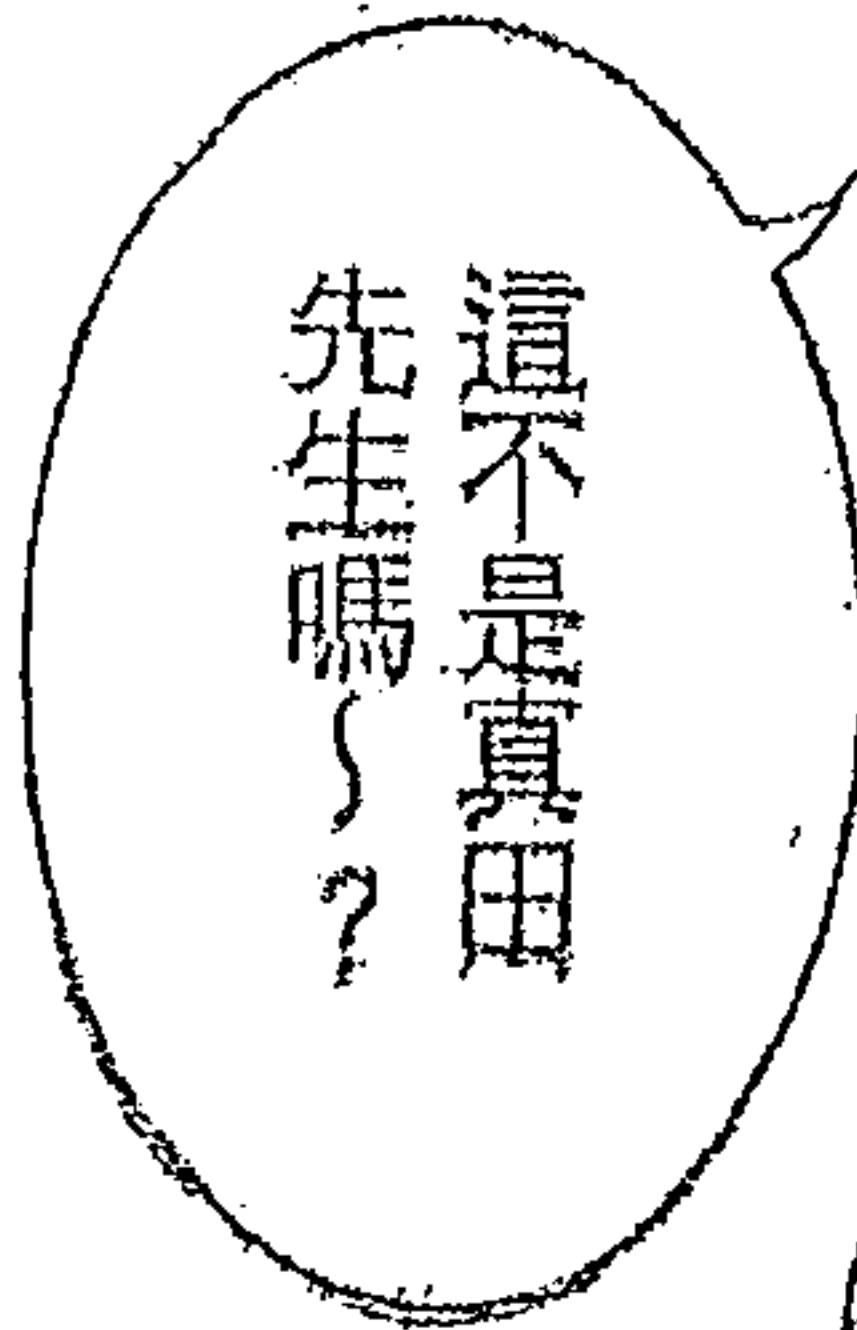
那麼
我告辭了……





唷，葛西先生，
好久不見。

他是你的
朋友嗎？



這不是真田
先生嗎？

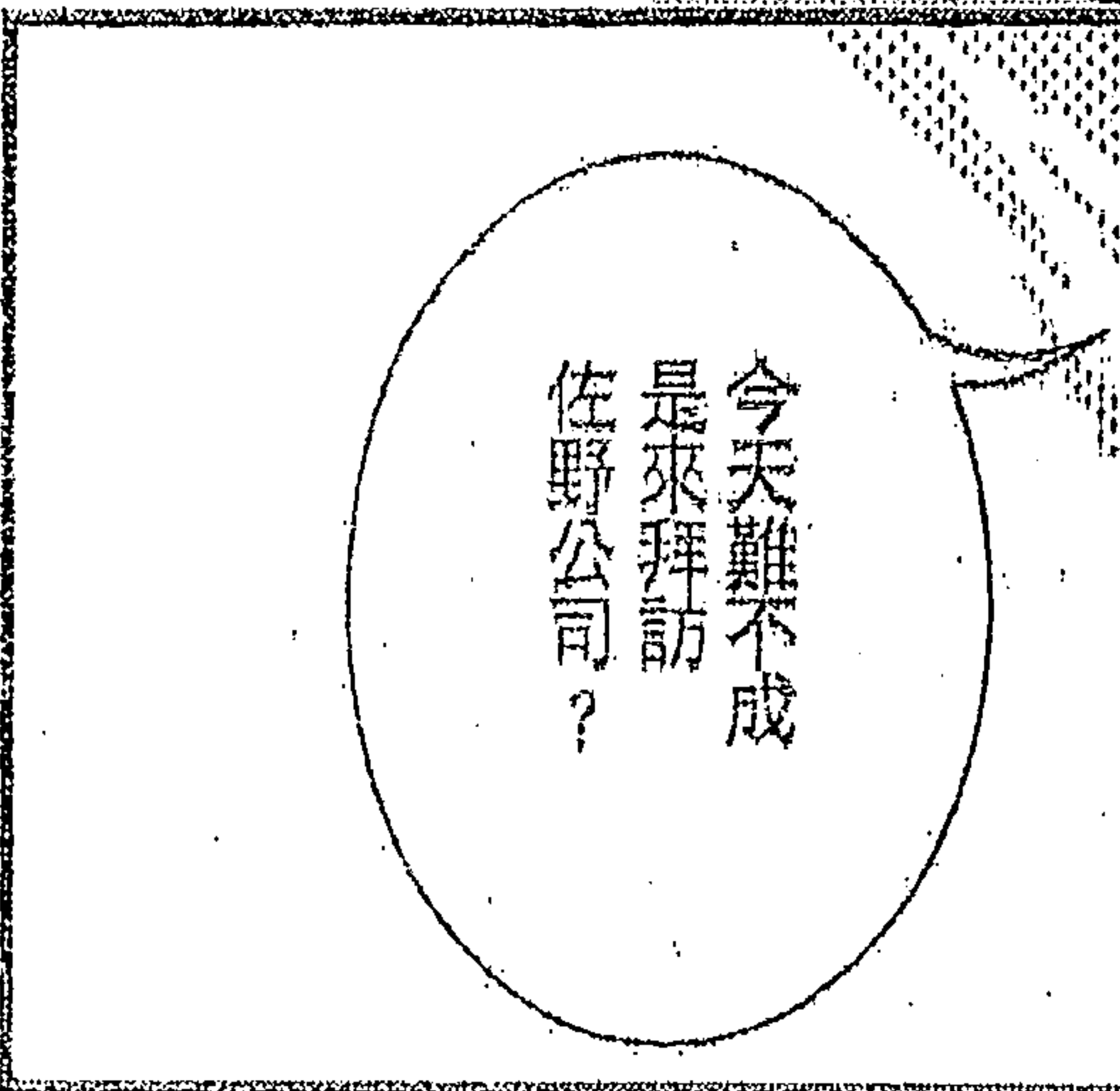
奸笑

奸笑

奸笑

嗯？

葛西士郎（28歲）
虎威人壽業務員



今天難不成
是來拜訪
佐野公司？



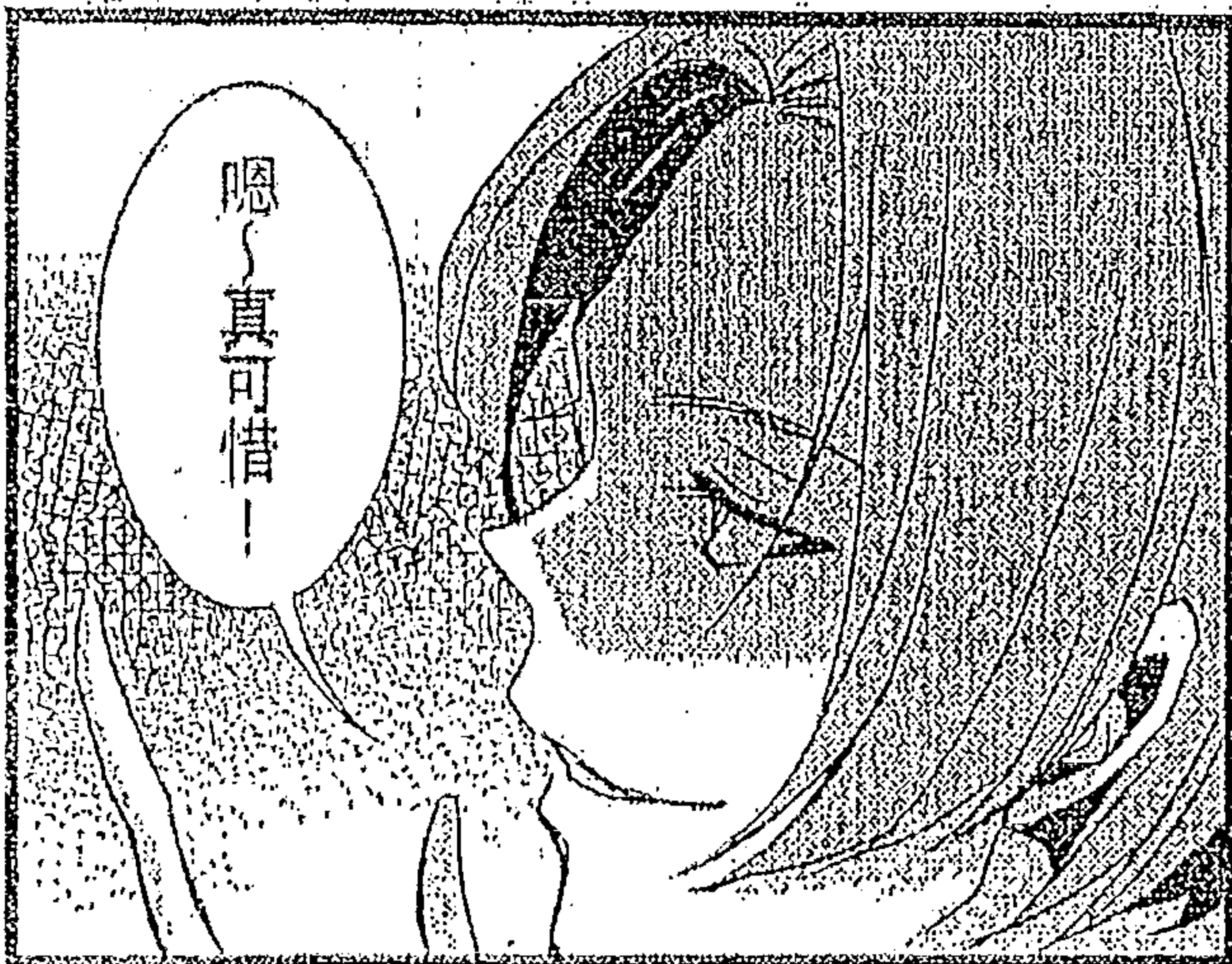
自從我搶走
他的客戶，
他就糾纏不休。

噫噫

噫噫

噫，
是虎威人壽的
笨蛋業務員。

噫噫



嗯，真可惜！



嗯。

佐野公司長久以來
都是關照我們公司！

這我知道。

無論何時
都游刃有餘

雖然我的客戶
被你搶走了，

想搶走
佐野公司畢竟
不可能吧？

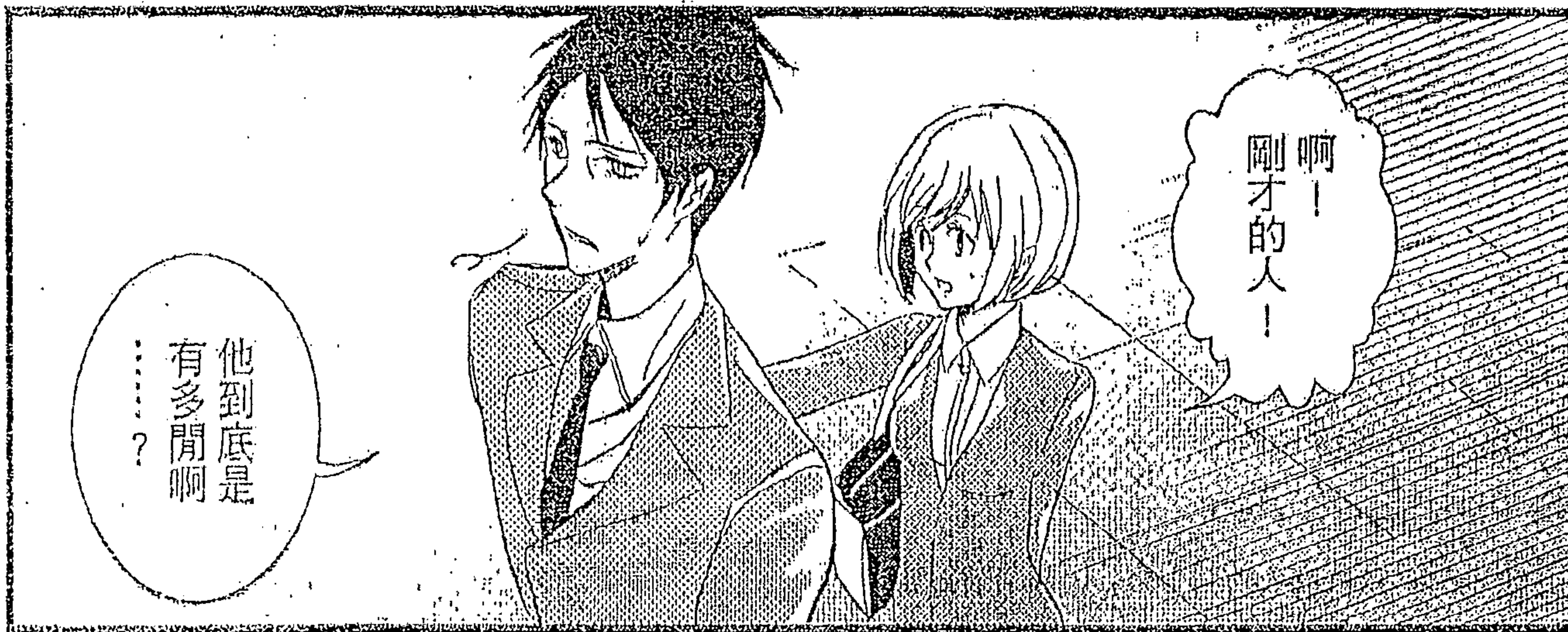
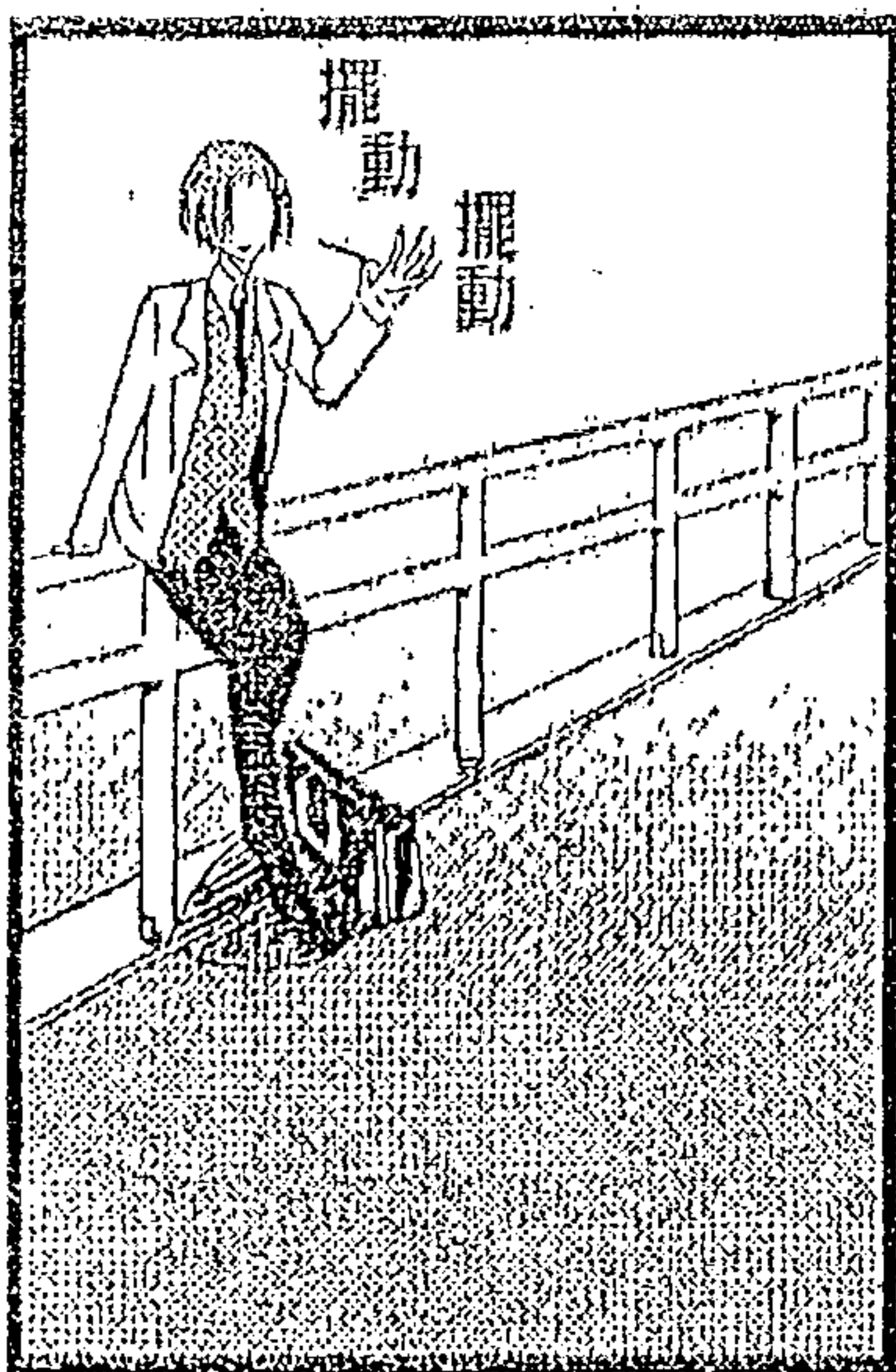
儘管
努力吧！

什麼嘛！！

哈哈
哈哈
哈哈

別理他。
走吧！

嘎



完全沒有
我們插手的
餘地呢……

看吧？

嗯。

我時常覺得
應該學習葛西先生
的推銷技巧呢！

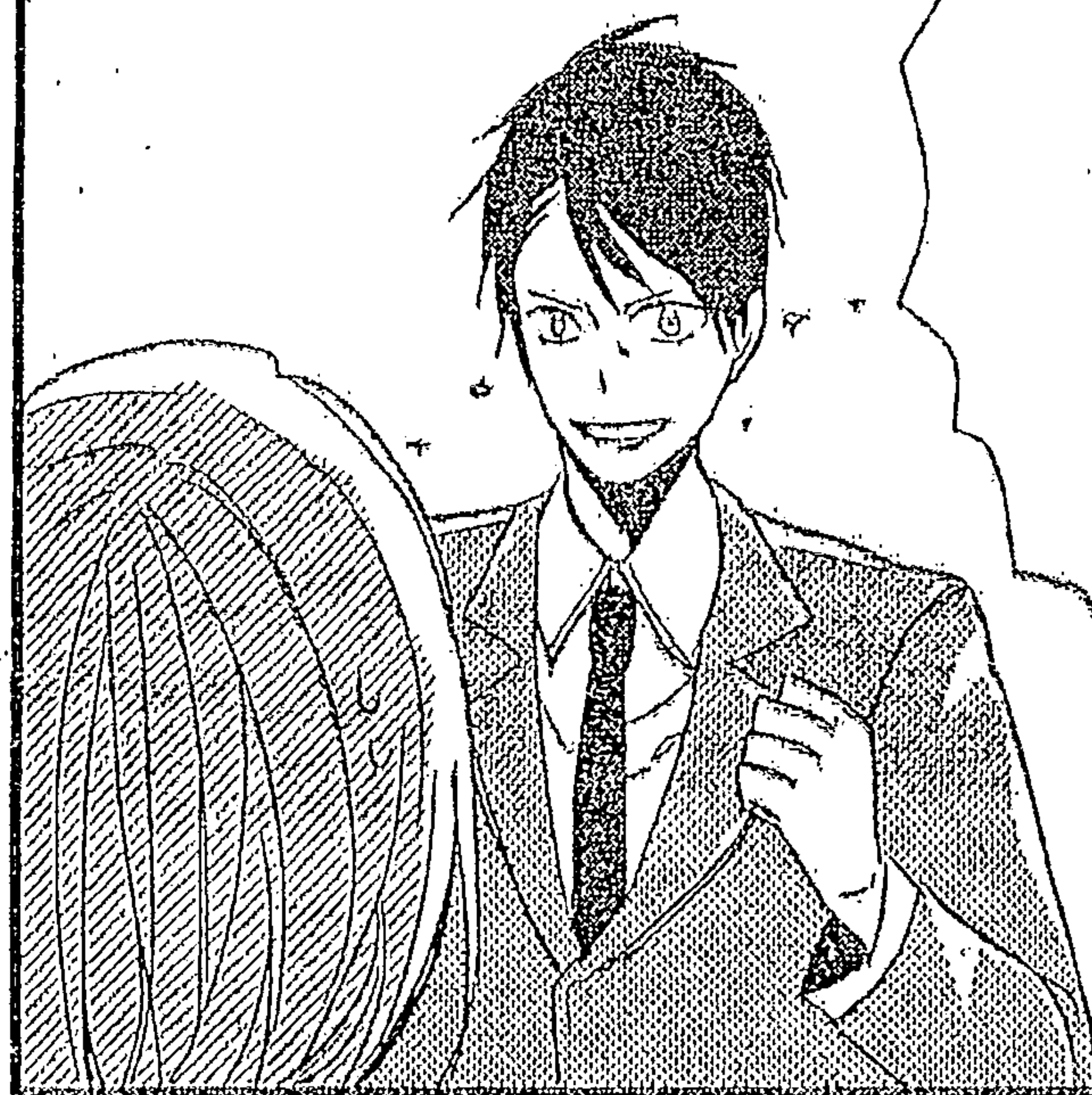
喔？是嗎？
聽到你這麼說
不會覺得不舒服呢！

不過，你在
打什麼主意？

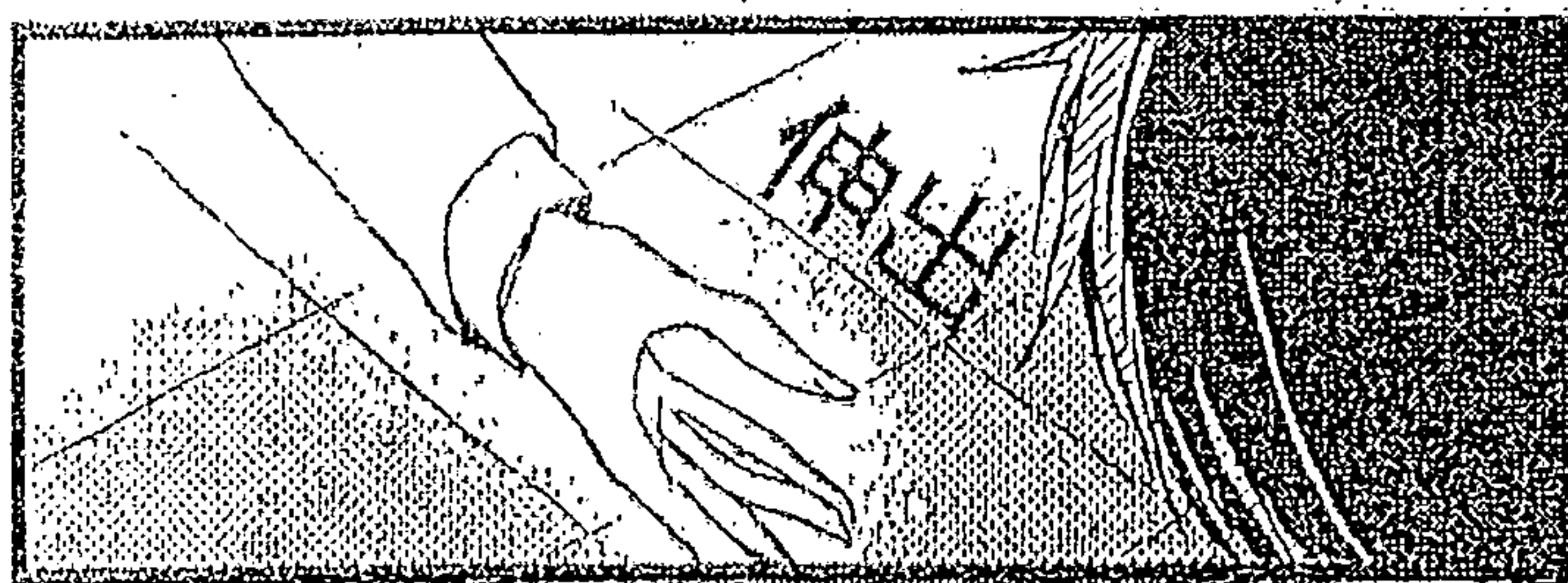
我哪有
打什麼主意？

轉頭

聽好了，朝比奈！
即便是長久往來的法人客戶，
推銷保險沒有簡單到
因為這種關係就能持續！



江野公司與虎威人壽的
信賴關係都是由於
高西先生不懈的
努力服務與人品！



果然我們很難
介入呢……

怎麼這樣……

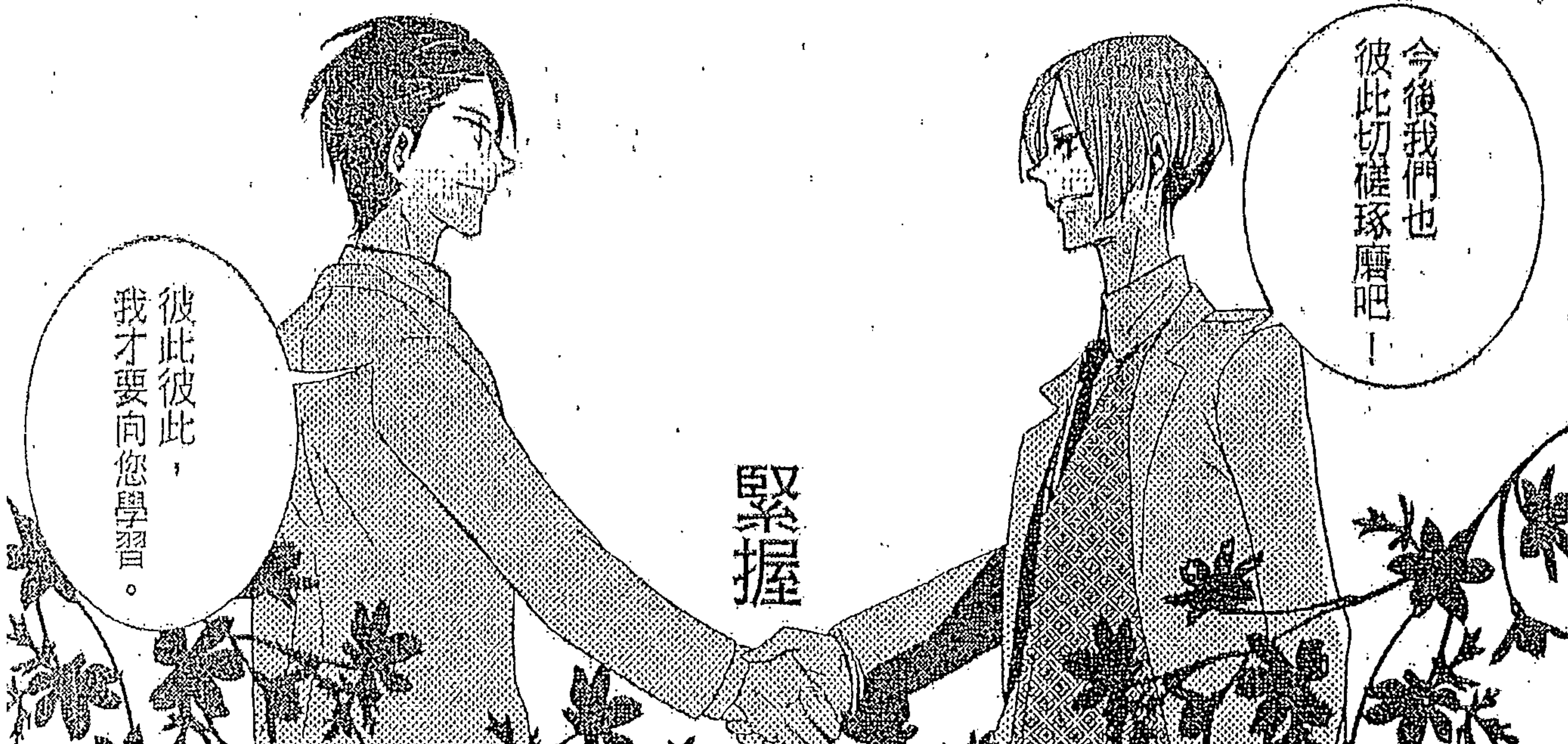


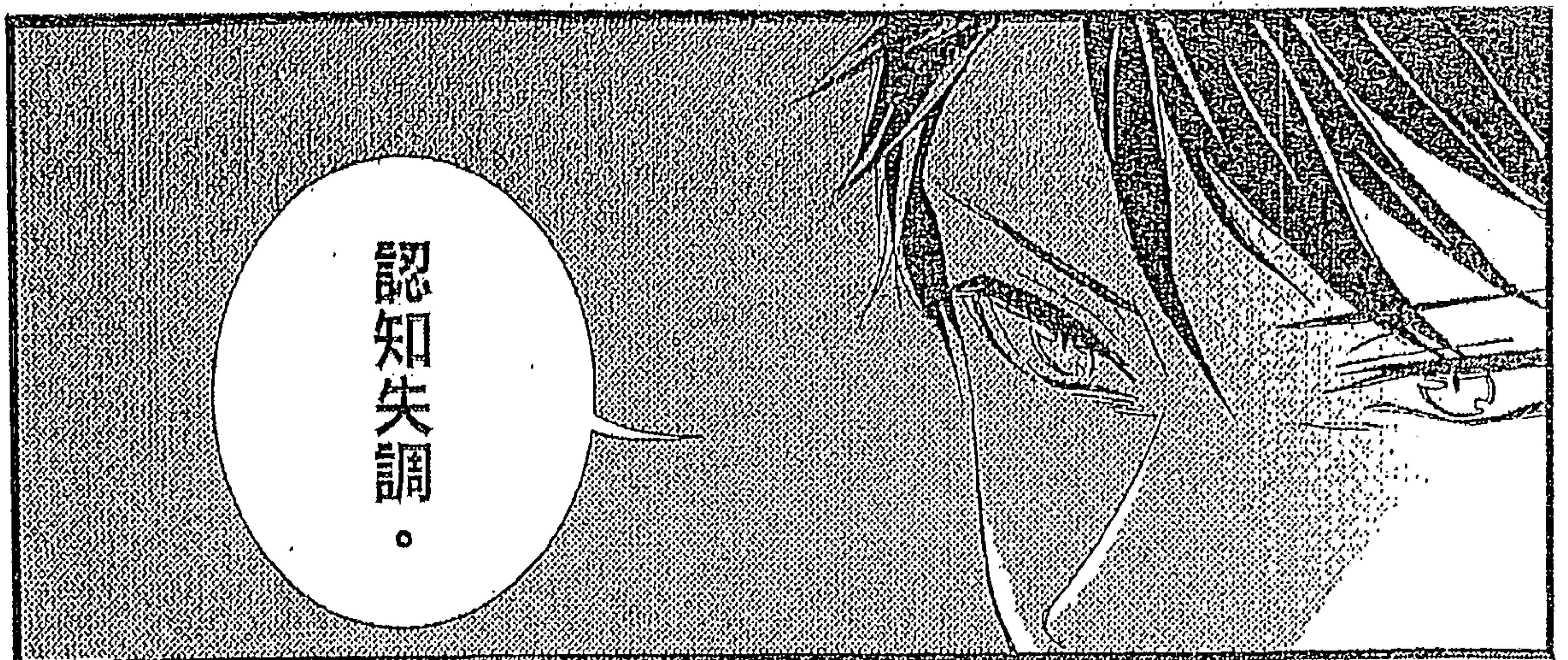
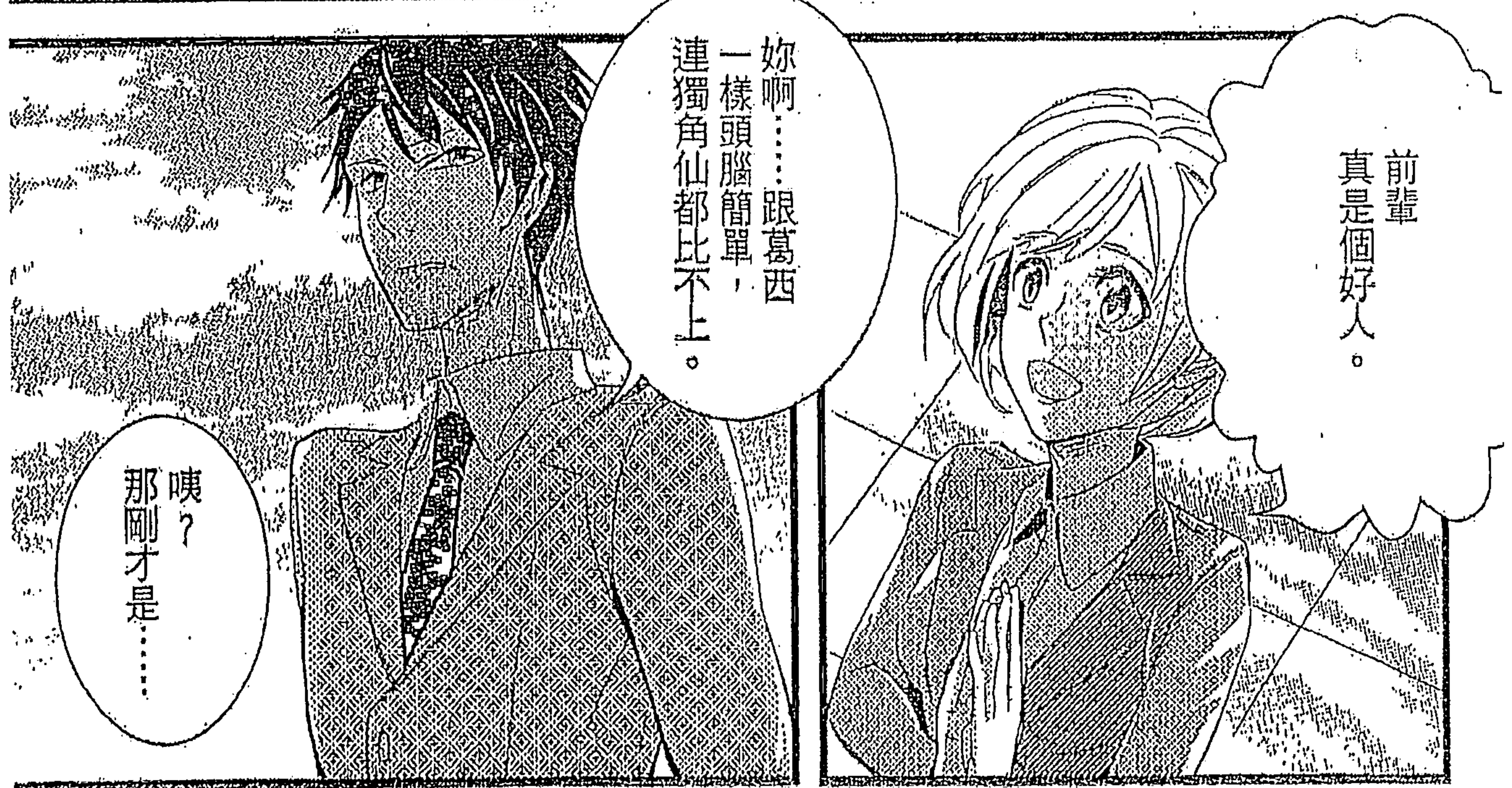
真田先生，
看來我似乎
誤會你了。

今後我們也
彼此切磋琢磨吧！

緊握

彼此彼此，
我才要向您學習。





面對意想不到的
狀況，人的心理
會想要合理地
說明這個狀況。

不可能稱讚你
的人——像剛才
的情況，就是我
這個競爭對手。

對葛西來說，被
我稱讚是不可能
的事。

為了消除「不可能」，
要把葛西的心理轉換
到「真田是個好人」
的方向。

又是心理
技巧……

讓他覺得我是好人，
或許就能得到拿下
佐野公司的資訊。

這樣啊……

嗯！

可是這樣很像
在欺騙葛西先生。

哎呀……
真不好意思……

閃亮

閃亮

妳是
巨象保險的
新人嗎？

！？

我完全沒發現！
妳真可愛！
可以告訴我
妳的聯絡方式嗎？

噢……？
那個！

正好，向葛西
探聽消息吧！

我先走囉！

拍

葛西先生，
再見囉！

我……
我做不到！

代官上有問答
味道很不錯喔！
我也沒去過幾次，
不過那邊我有認識
的人，沒問題的。

不

讓不喜歡的人競爭對手
迷失的惡魔理論

對任何事都充滿攻擊性的人很難駕馭，當他對你露出敵意時更是麻煩。明明技能不足以相提並論，卻擅自把你視為競爭對手，或是扯你後腿，你每每因此感到困擾。

不過，如果出手反擊，連你都會被當成同樣水準的人。最好用計讓對方迷失，自己喪失鬥志。

為此必須記住美國心理學家利昂·費斯汀格所提倡的「認知失調理

論」。這個理論說明了人在遭遇到與自己設想的不同場面時，為了設法消除失調而改變行動與想法的心理。

伊索寓言中，狐狸找到了看起來很好吃的葡萄，可是果實都結在很高的地方而摘不到（失調），「那些葡萄一定很酸，一定很難吃」。狐狸拋下這句話（消除）的故事十分淺顯易懂。為了消除認知失調，將原本覺得「很好吃」的想法換成「很酸」、「很難吃」。

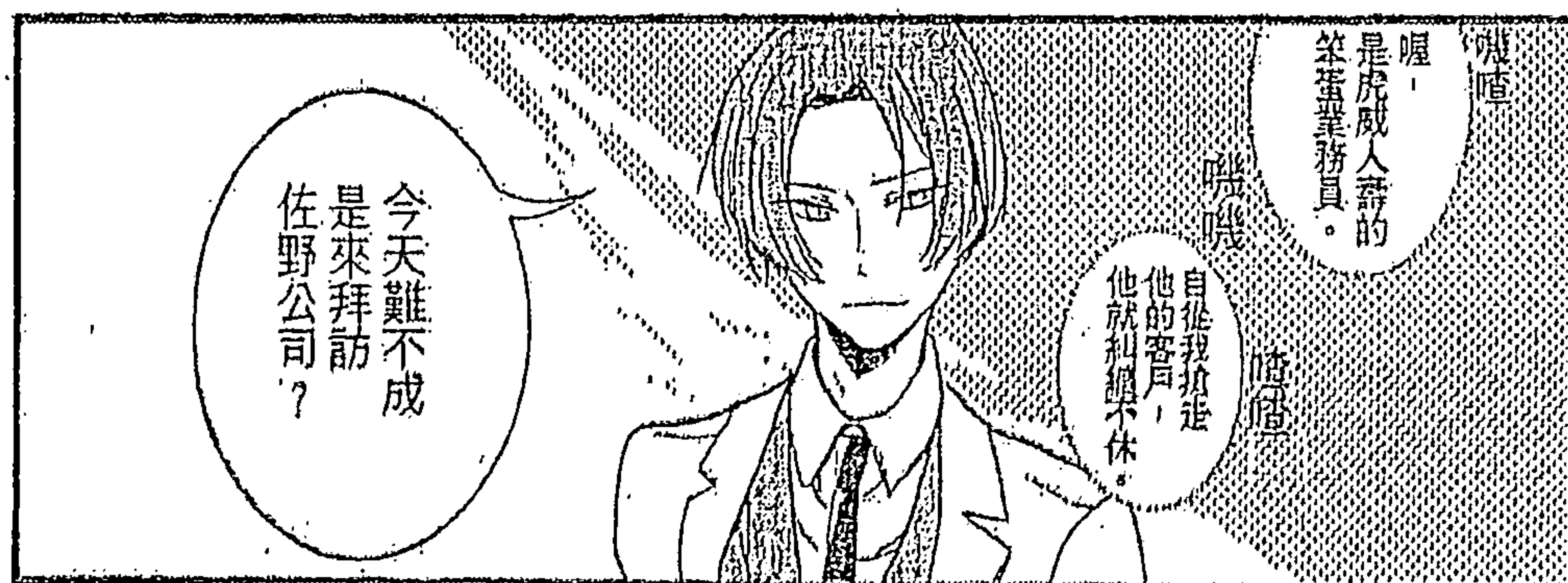
卻說，讓我們回到喜歡爭吵，令人感到困擾的競爭對手的話題。當他

對你造成困擾，說三道四的時候，你要克制怒氣，反過來稱讚他。

對方本來期待或者預料你會反擊，所以會陷入「情況有異」的失調狀態。以對方的立場，他只料想會被你討厭，不可能被你稱讚。

就競爭對手而言，這種失調的狀態非常不愉快。因此，他會想要設法逃離。並且以為「也許他真的是好人」。如此一來，主導權就在你的掌握中了。認為對方是好人，就不可能找對方吵架。不但不再敵視，對你所說的話也變得寬容，也會想回應你的要求與期待，之後你就能隨心所欲做自己想做的事。

或許有人覺得，稱讚不喜歡的人

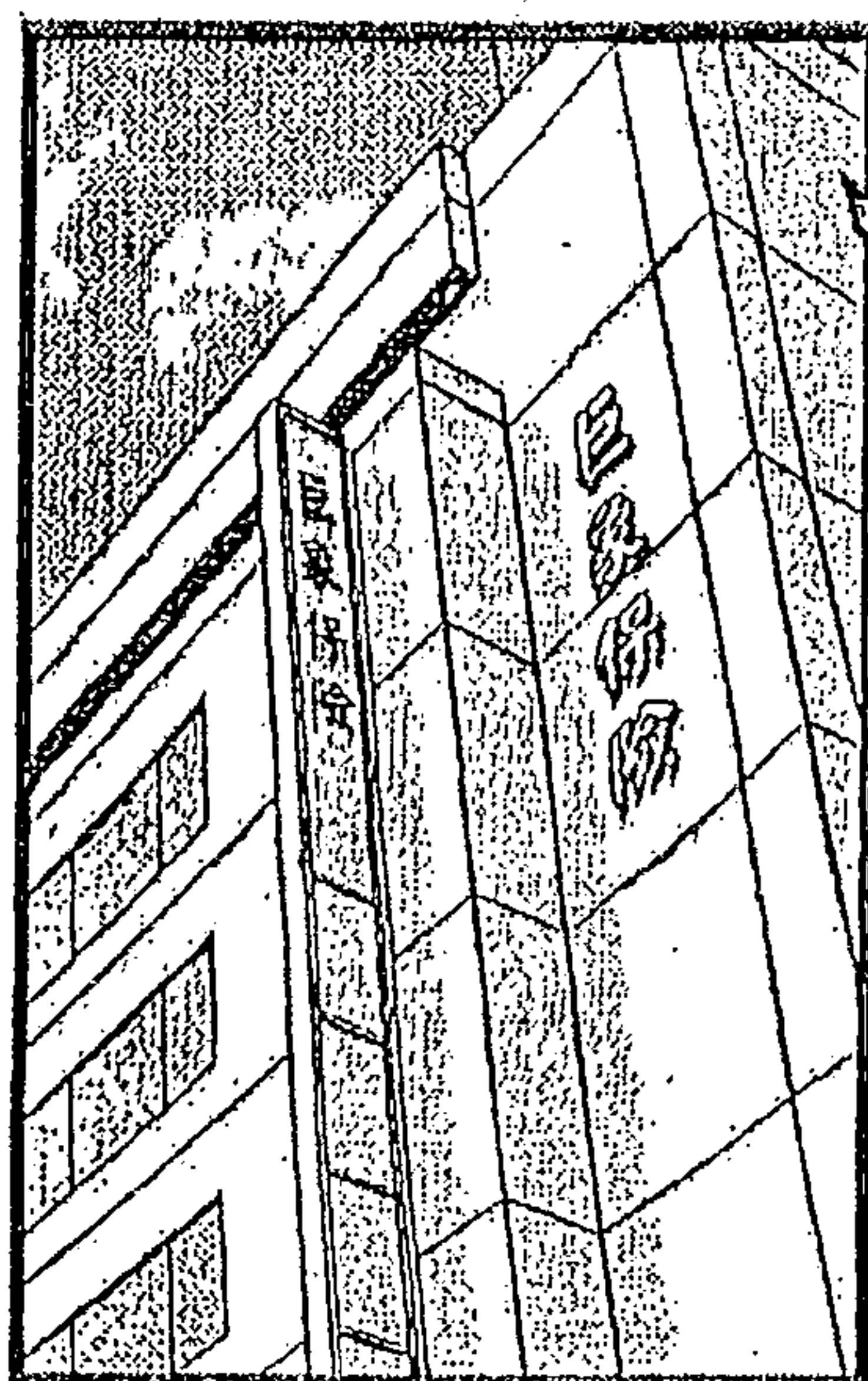
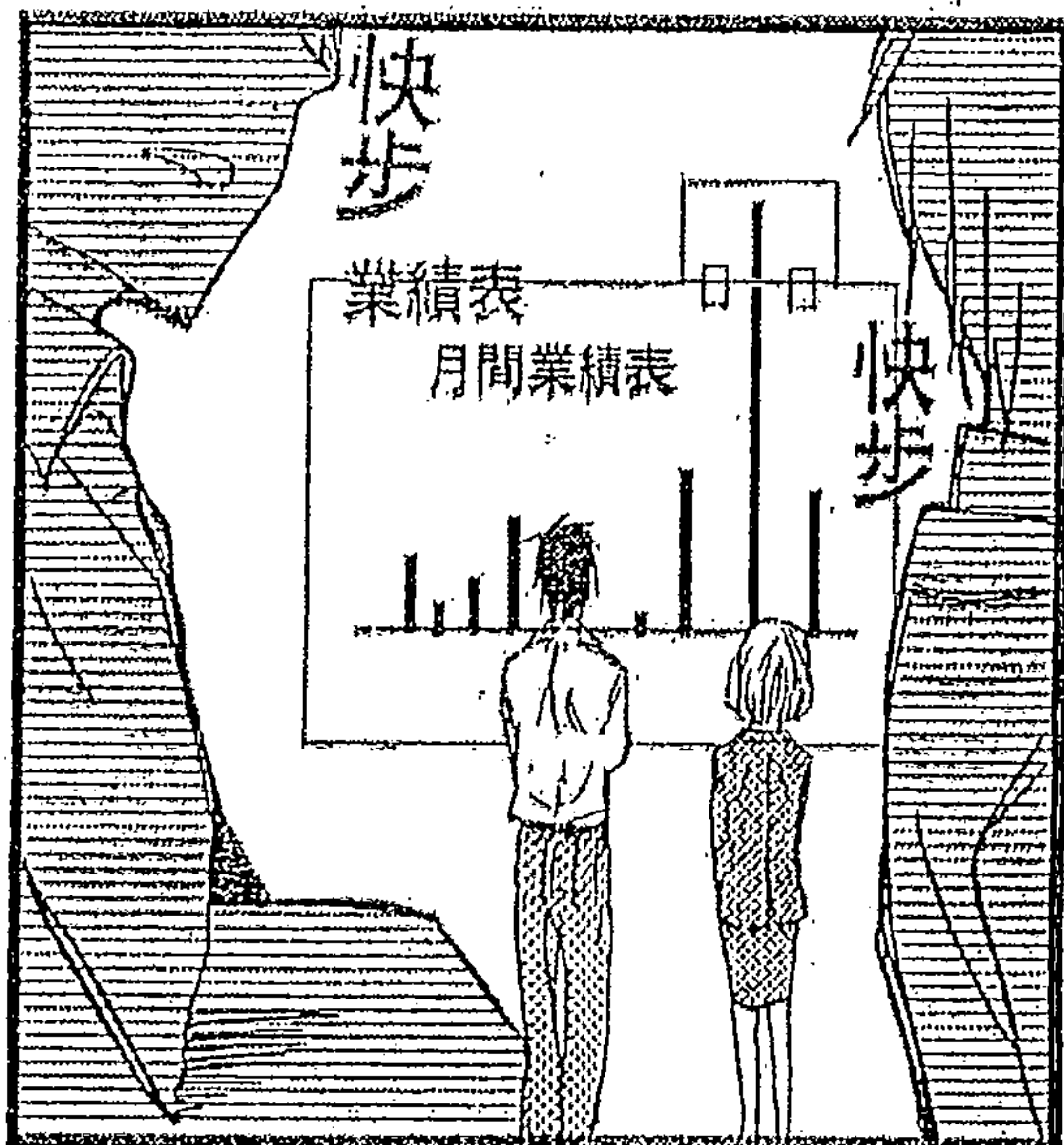
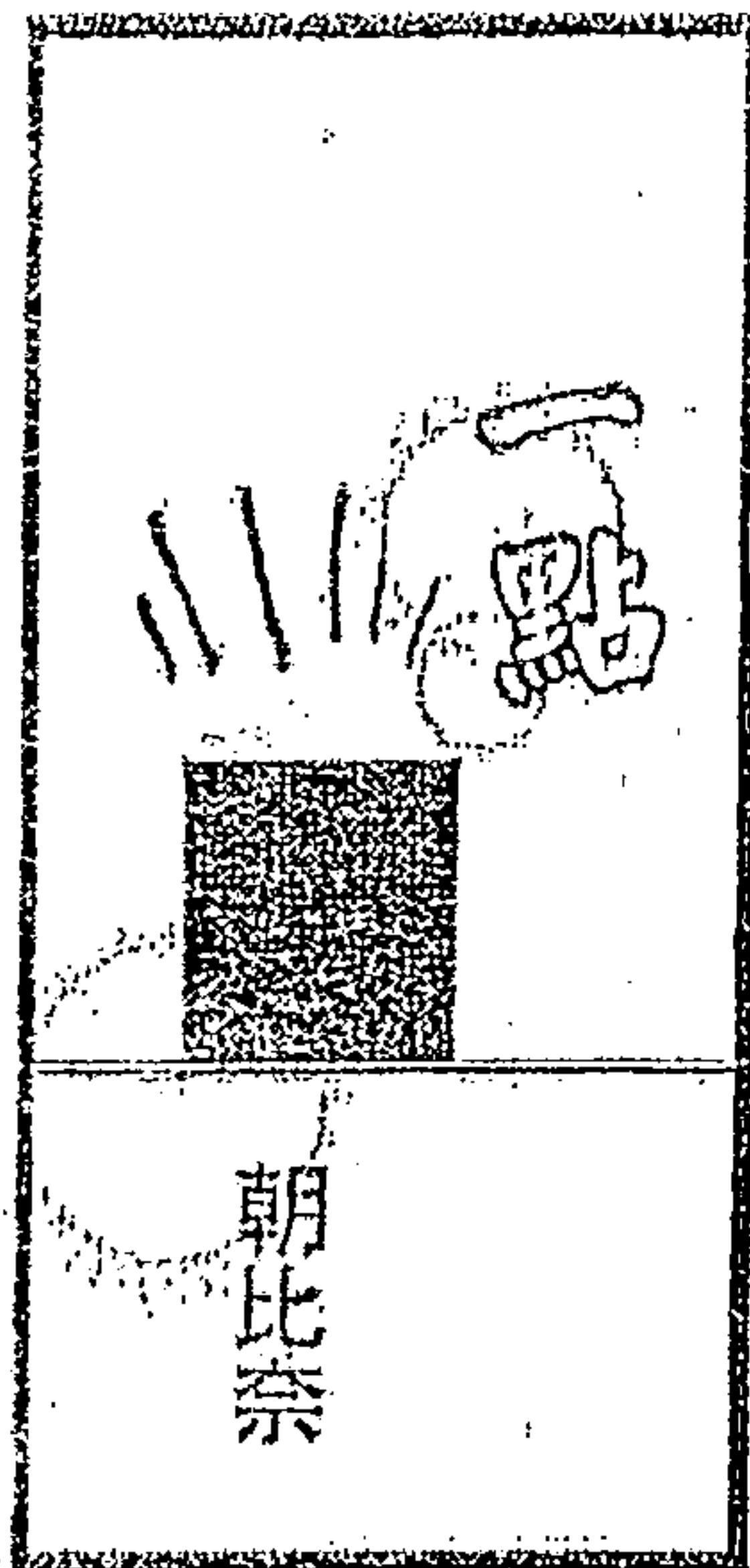


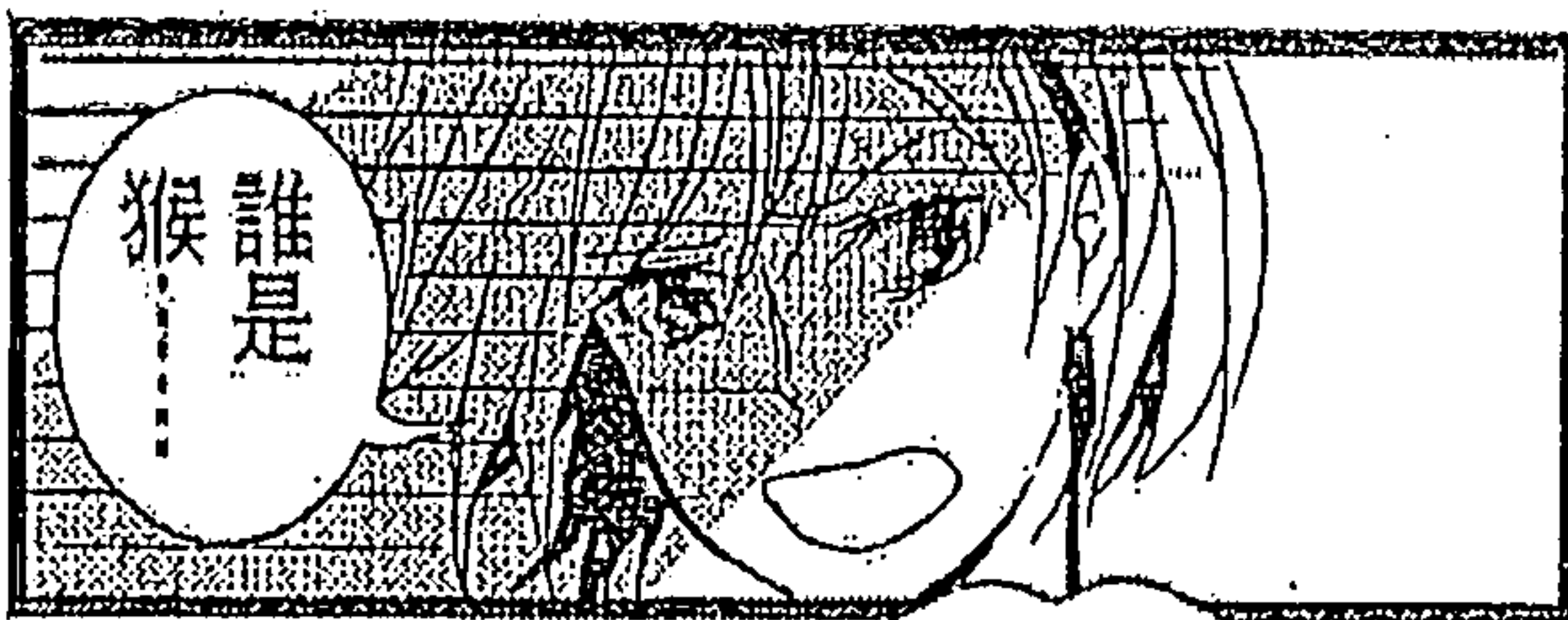
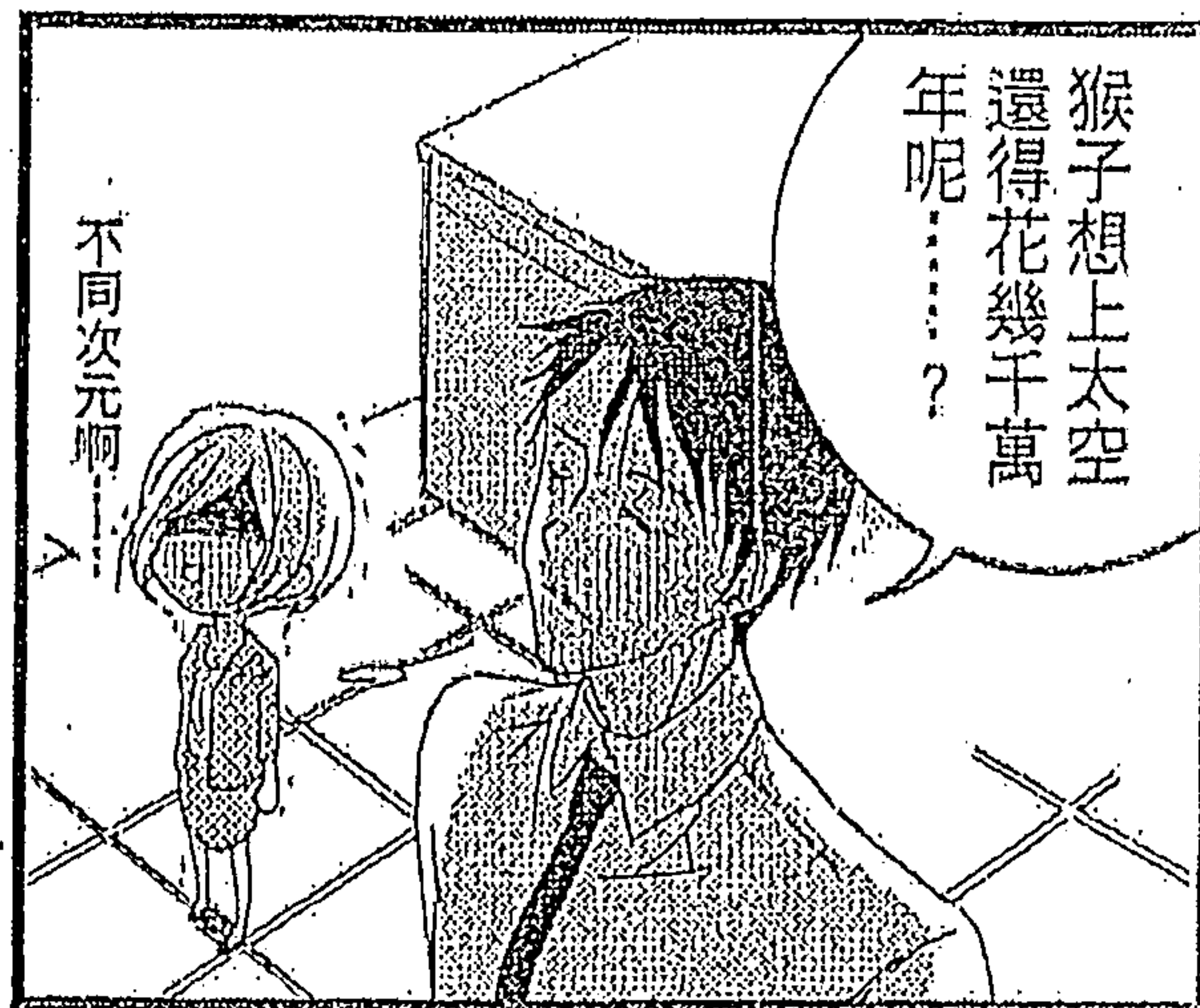
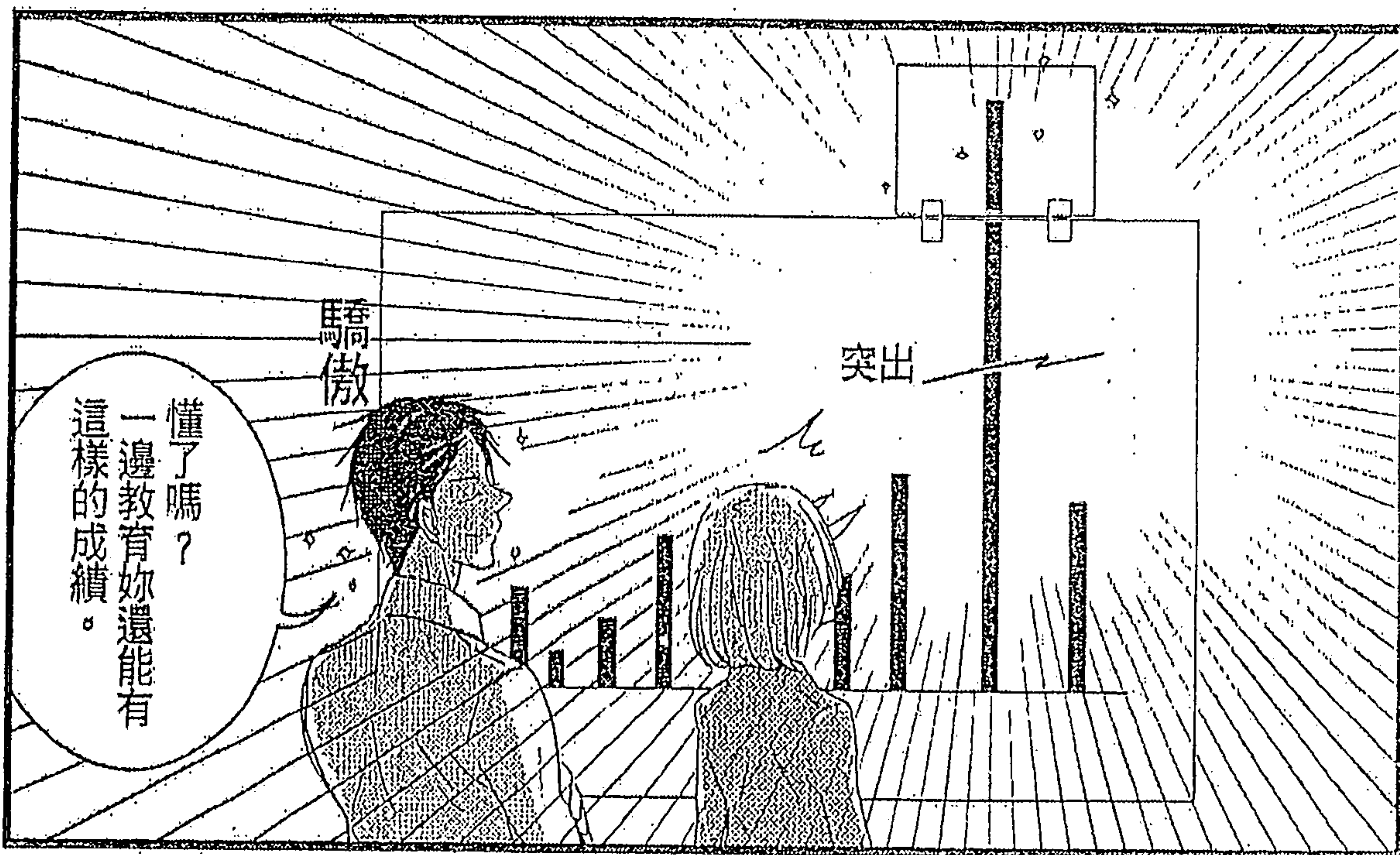
在自尊心上無法允許。不過，如果能因此馴服對方，玩弄於股掌之中，那不是太值得了？

最好準備一些通用的讚美之詞，用來稱讚毫無優點的對象。



善意的自衛理論





多虧了
真田的教育啊！

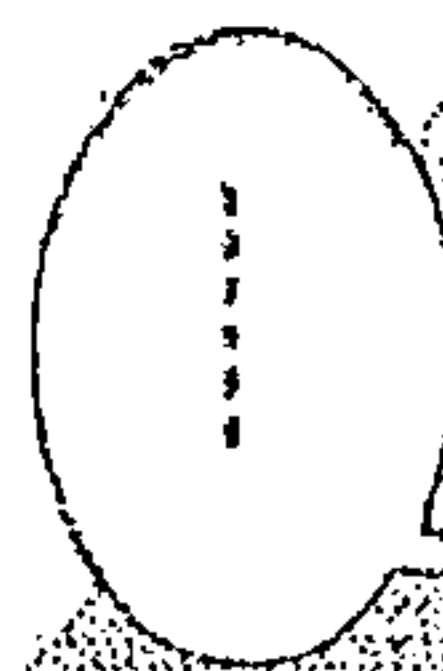


欸！
那個！

不，這都是因為
朝比奈很努力，
而且也很受教。



喔！
不錯喔！



那麼，
我有件事要拜託
如此努力的朝比奈。

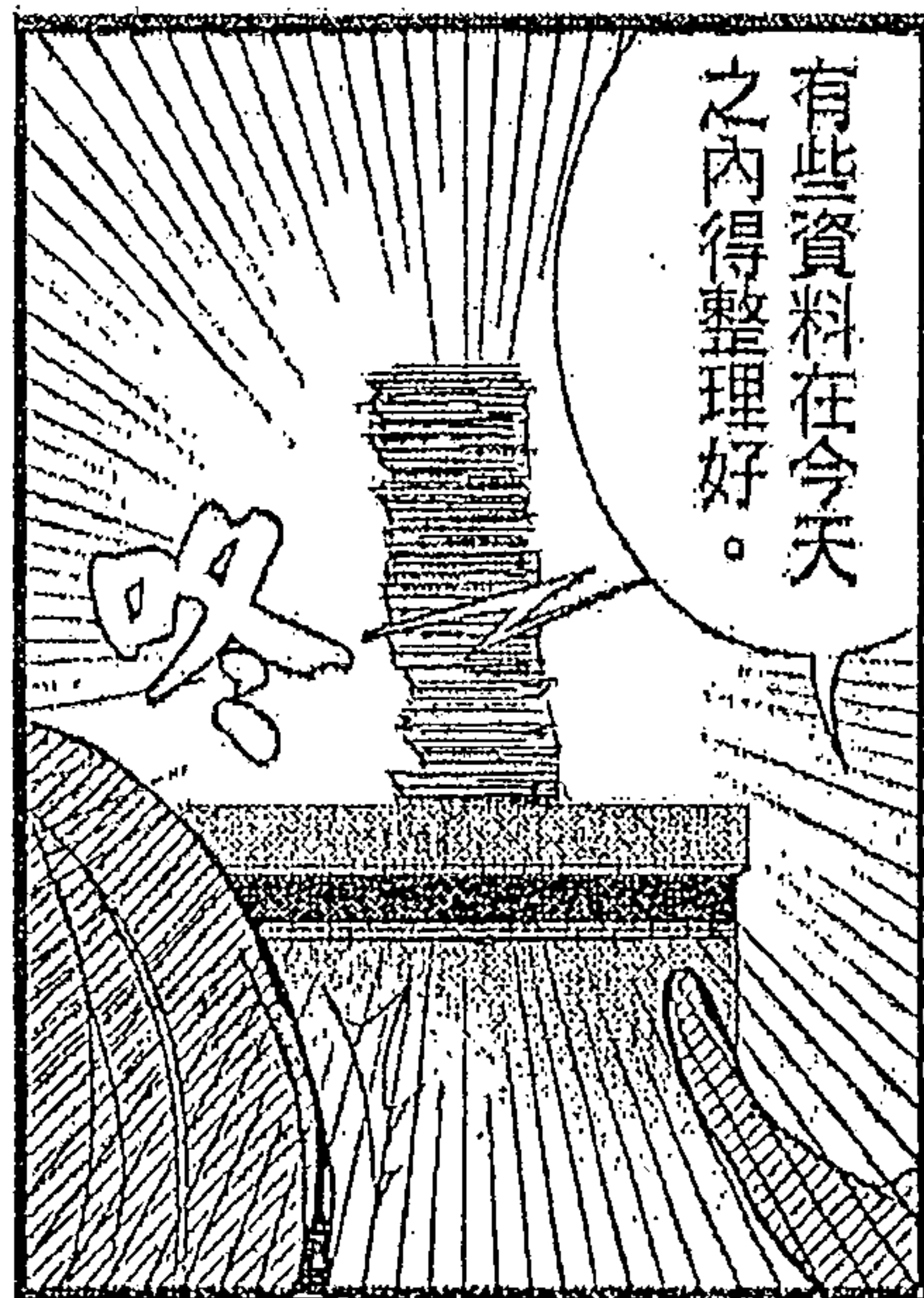


其實，
平時整理資料的
事務員今天休假。



不好意思！
拜託妳了。

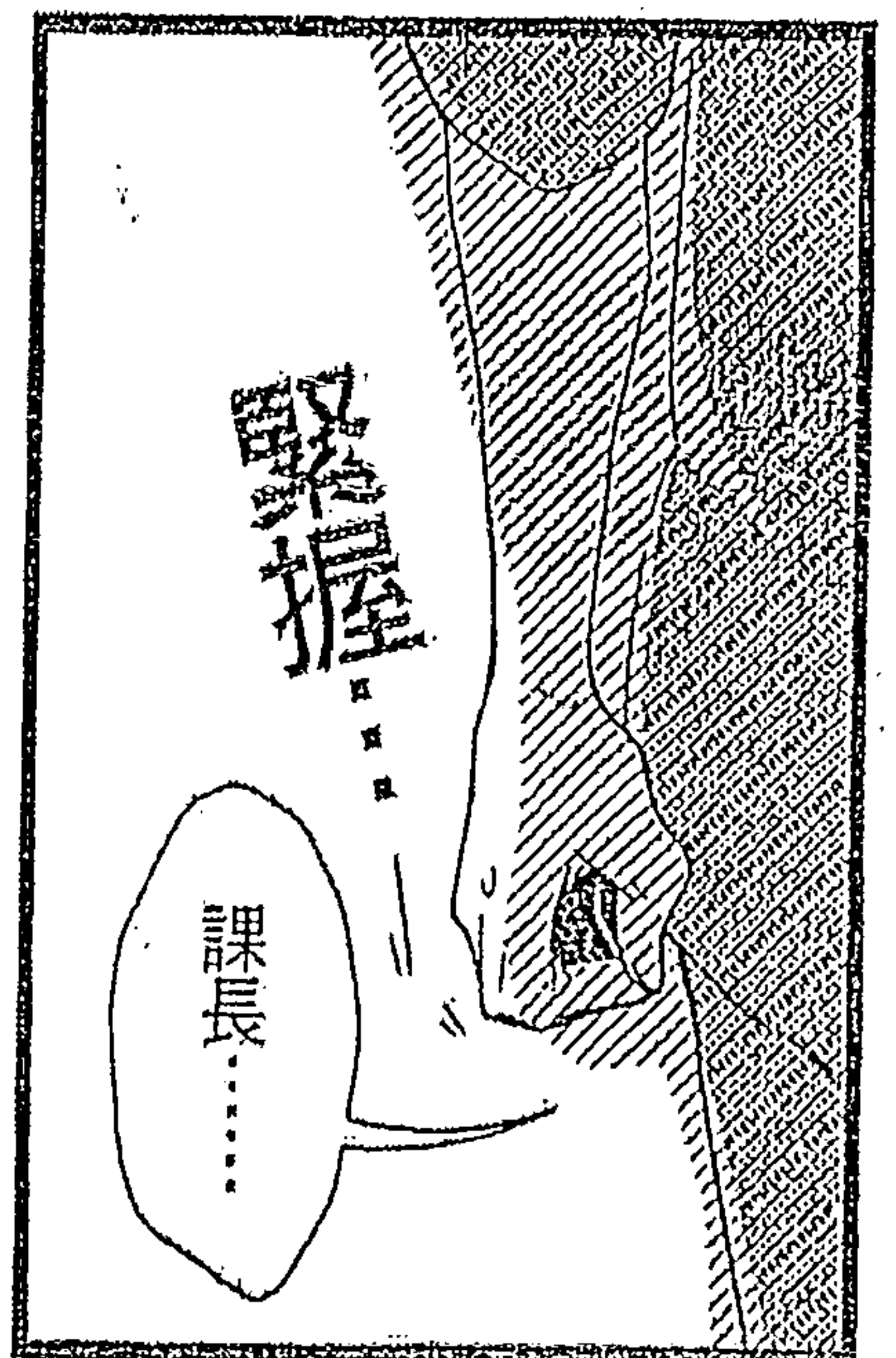
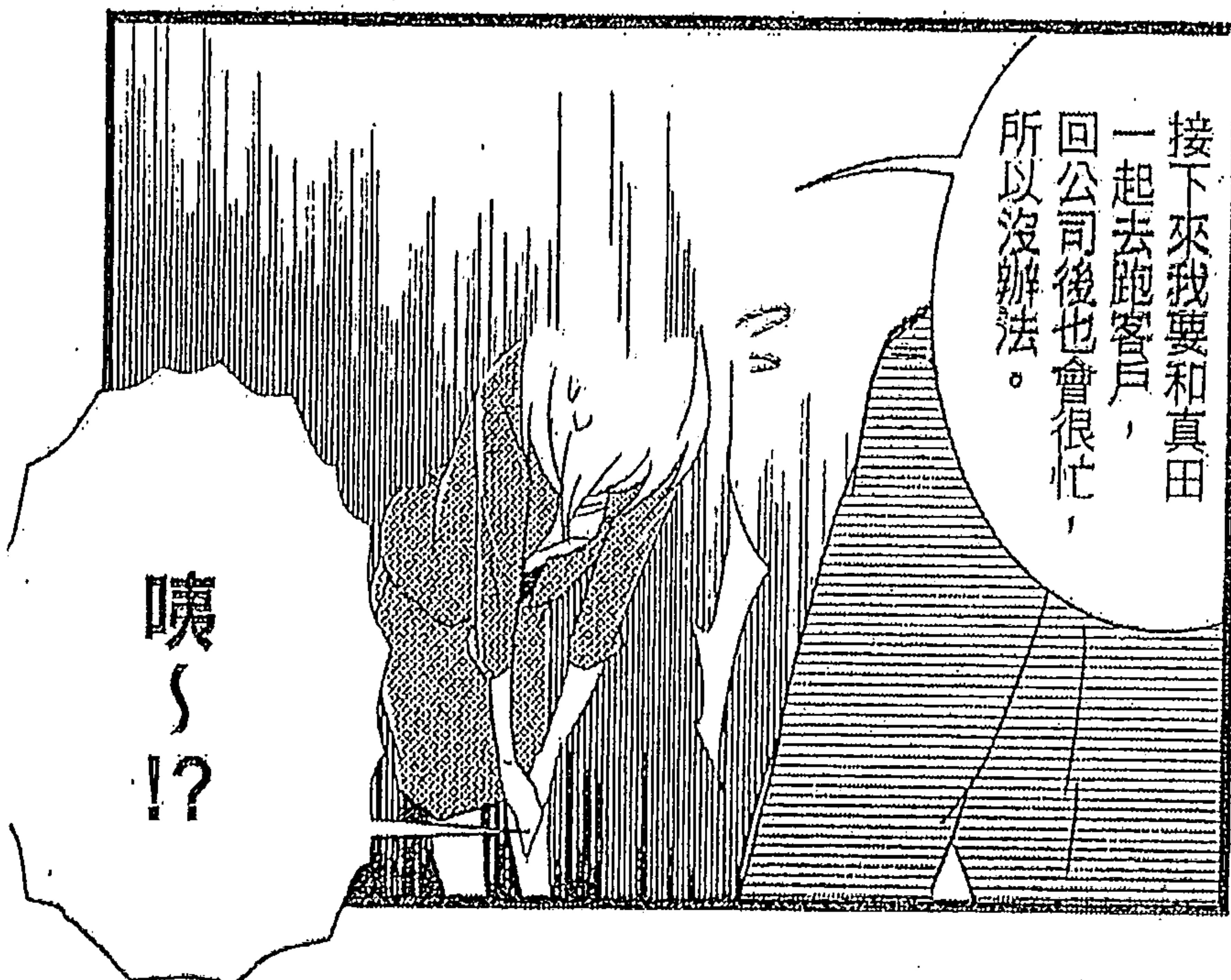
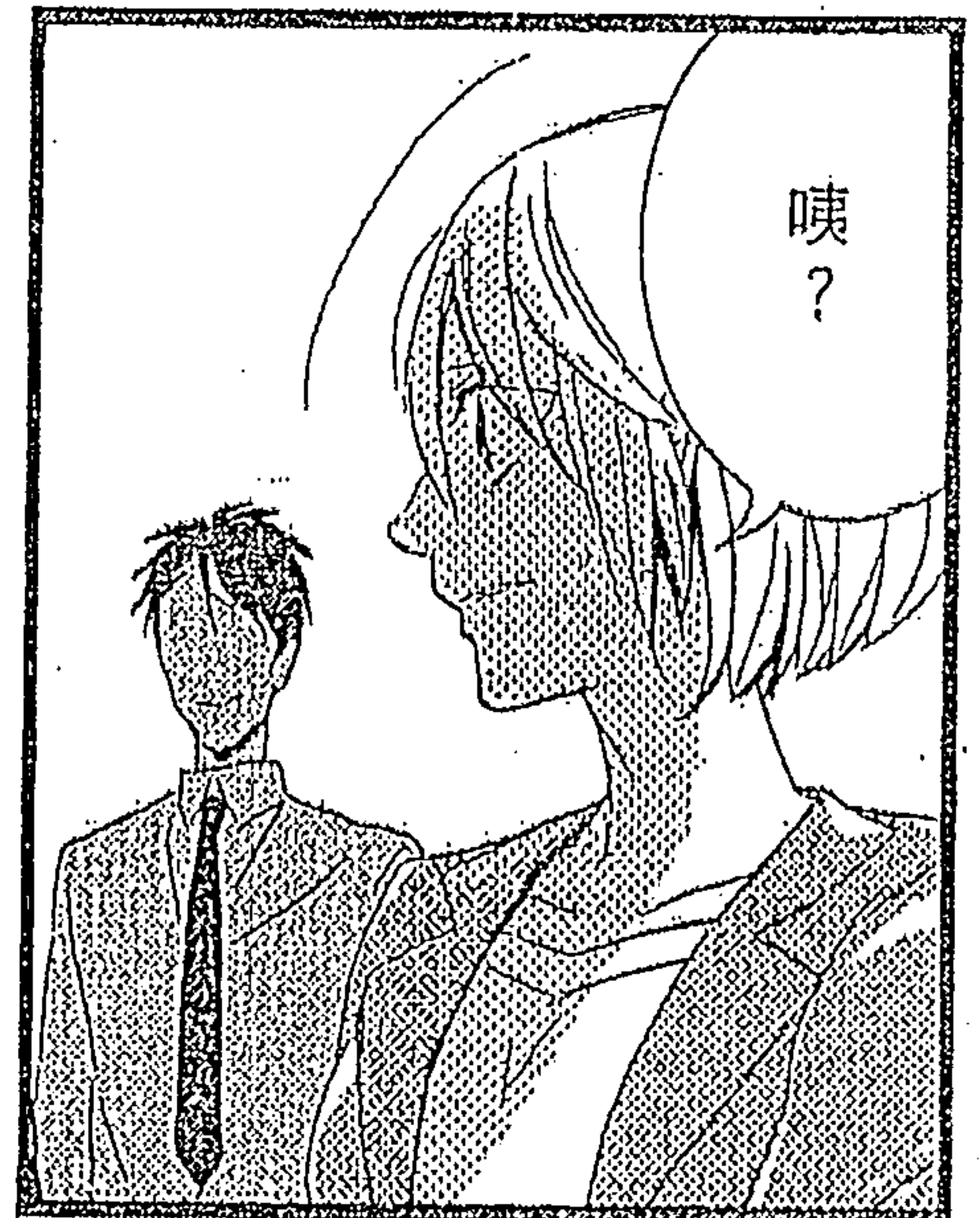
咦？
可是跑完客戶
回來再做這些



有些資料在今天
之內得整理好。

咚

沒問題！
妳是很努
力的人。





那個……

晚點再說。
趕緊去跑客戶。



朝比奈，
走吧！

什麼嘛……
那就沒辦法了。



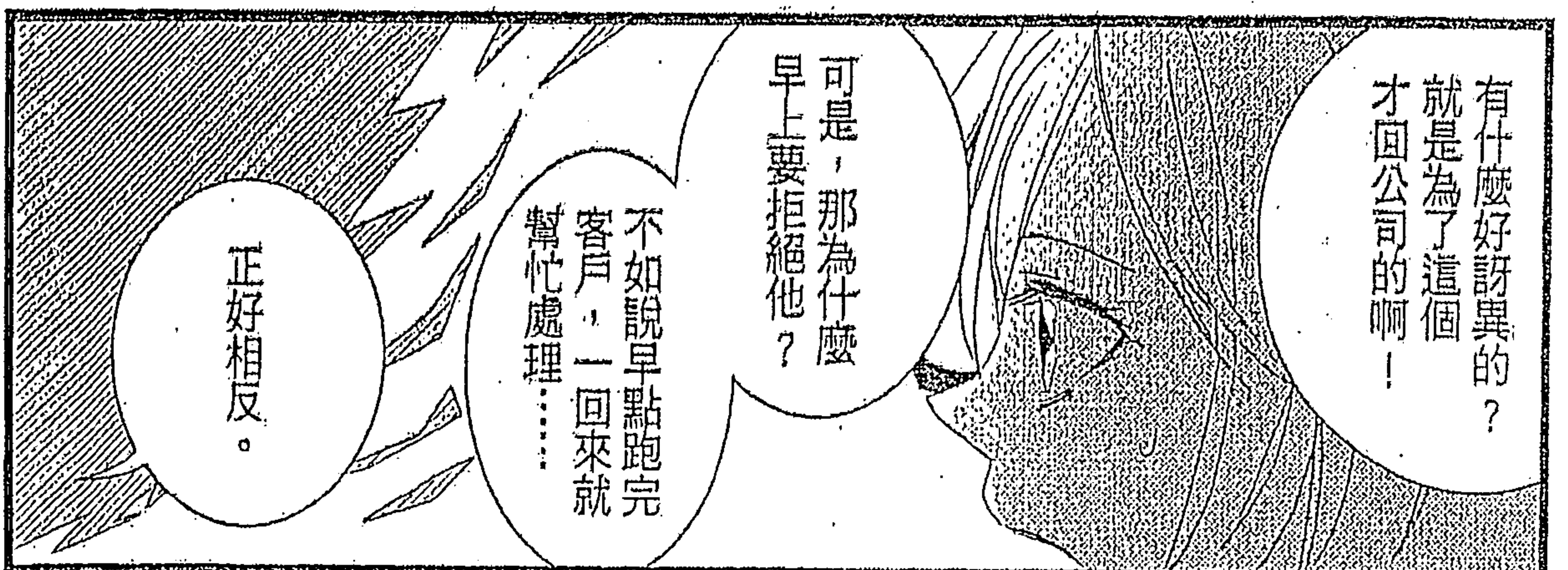
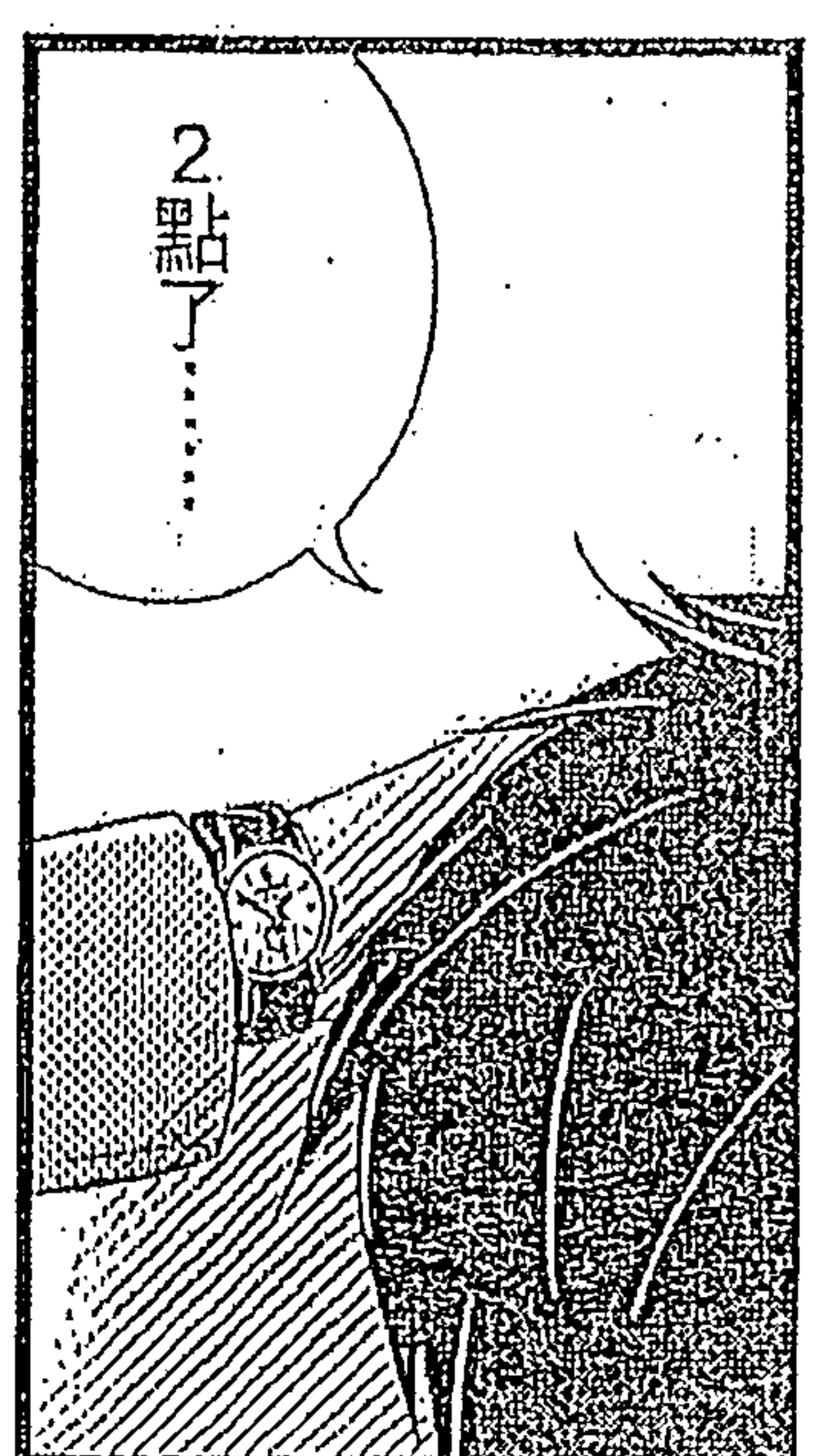
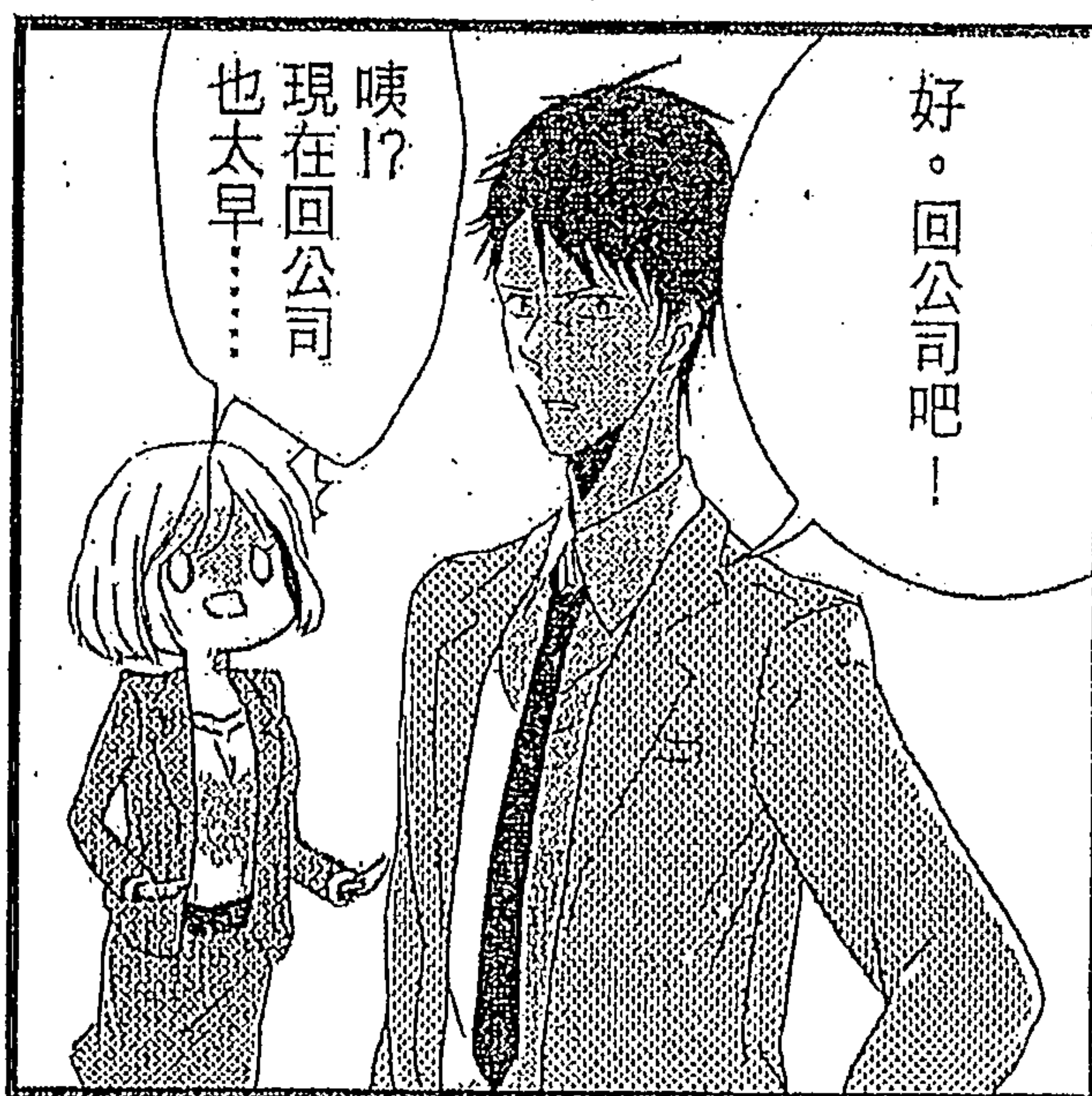
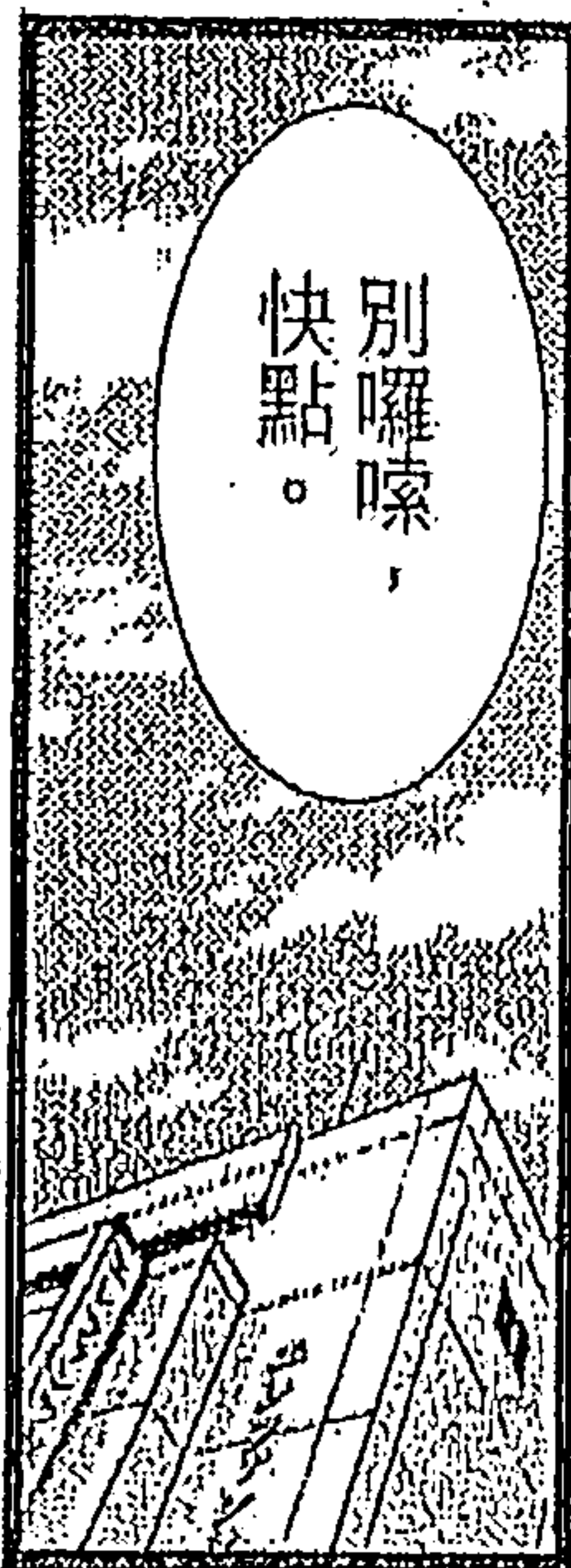
好。今天的
預定行程
都跑完了。

不用跑得
這麼……
趕吧？

呼

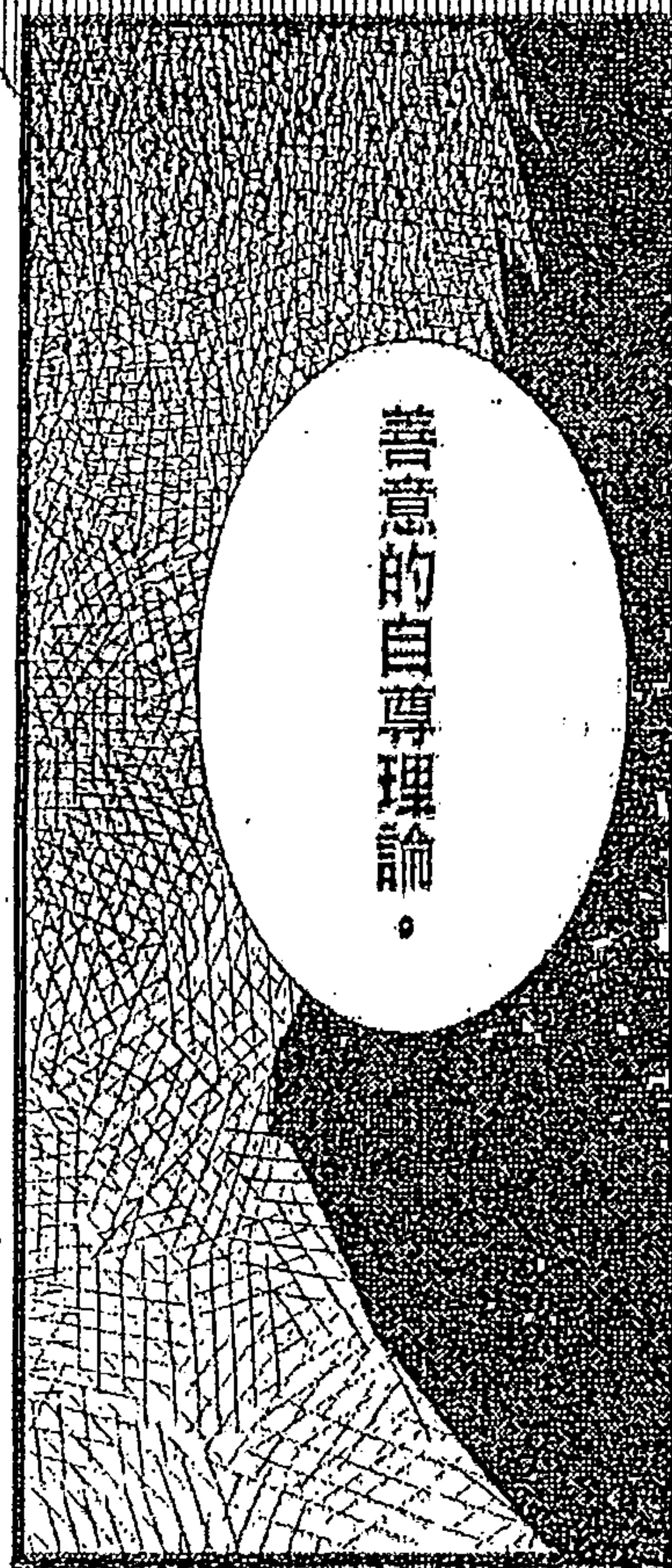
呼



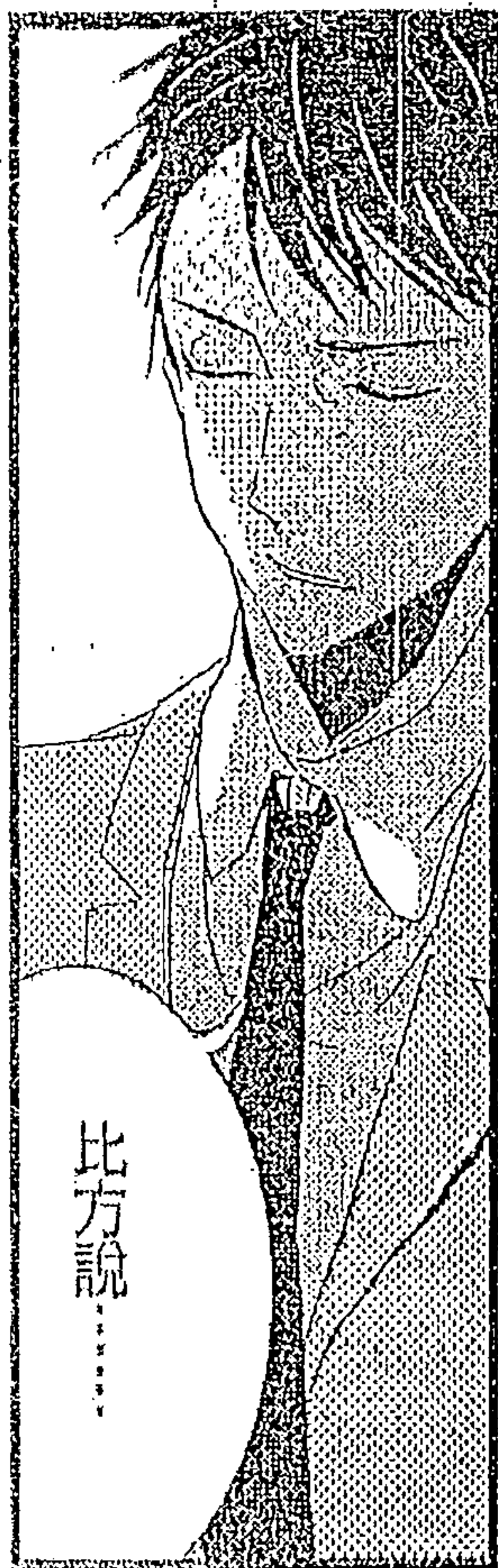




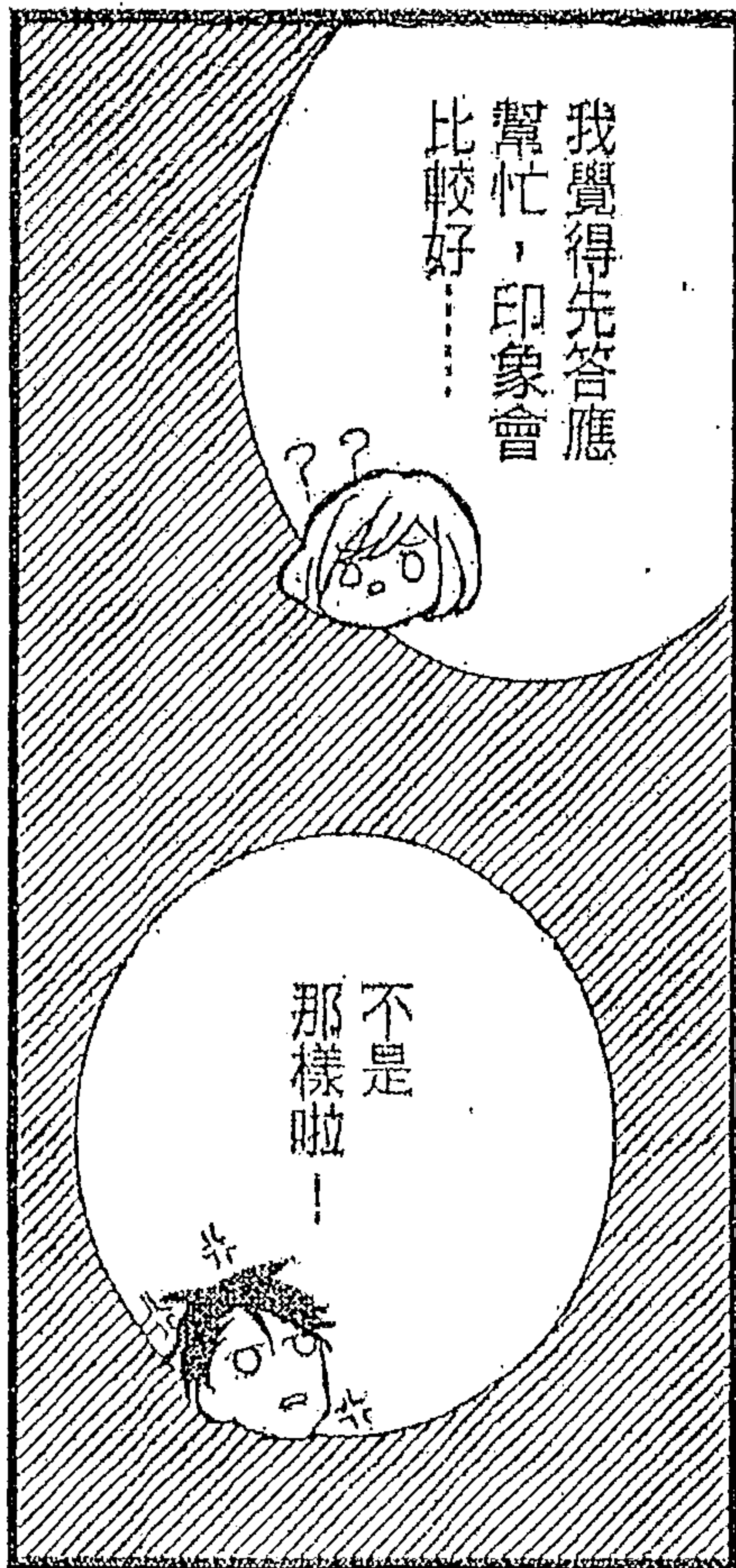
人在自我評價
降低時被溫柔對待，
便容易對對方
懷有好感。



善意的自尊理論。

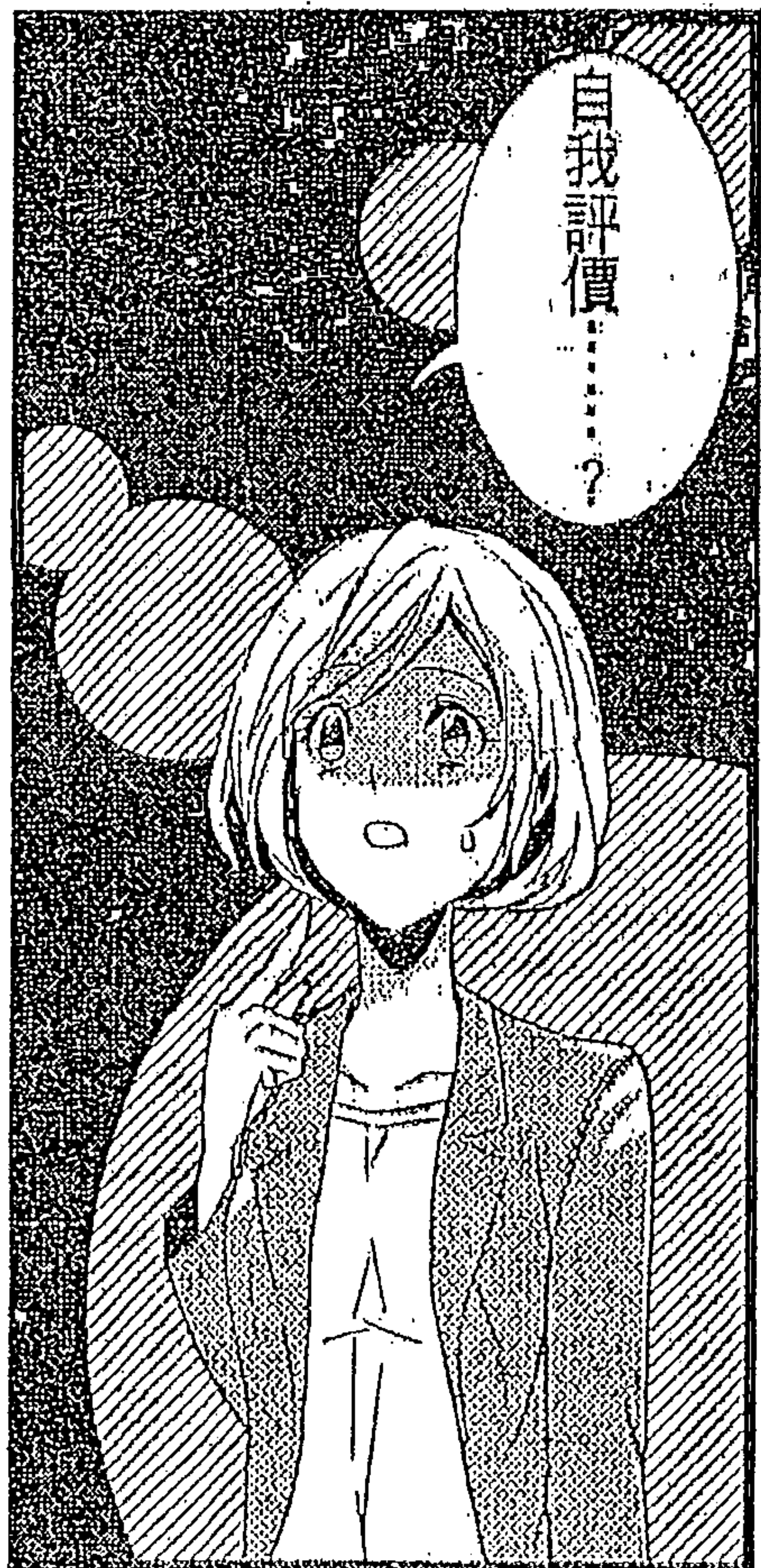


比方說……

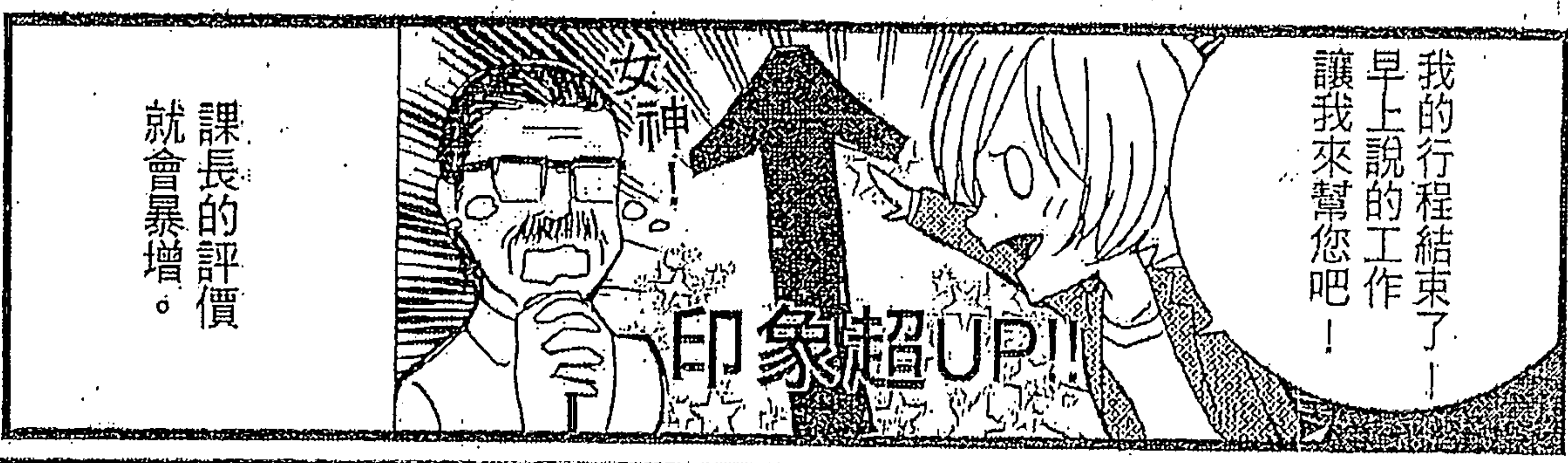
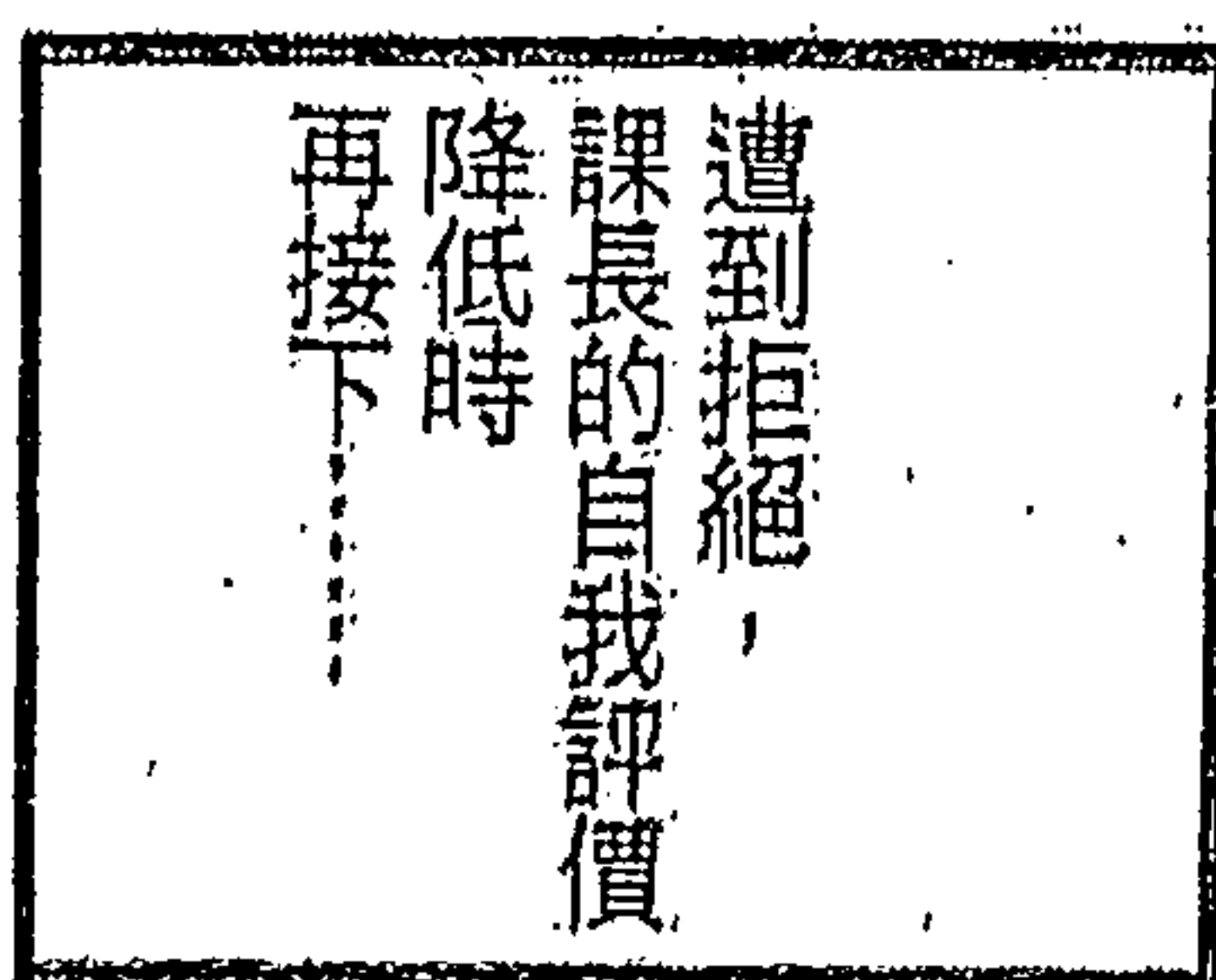
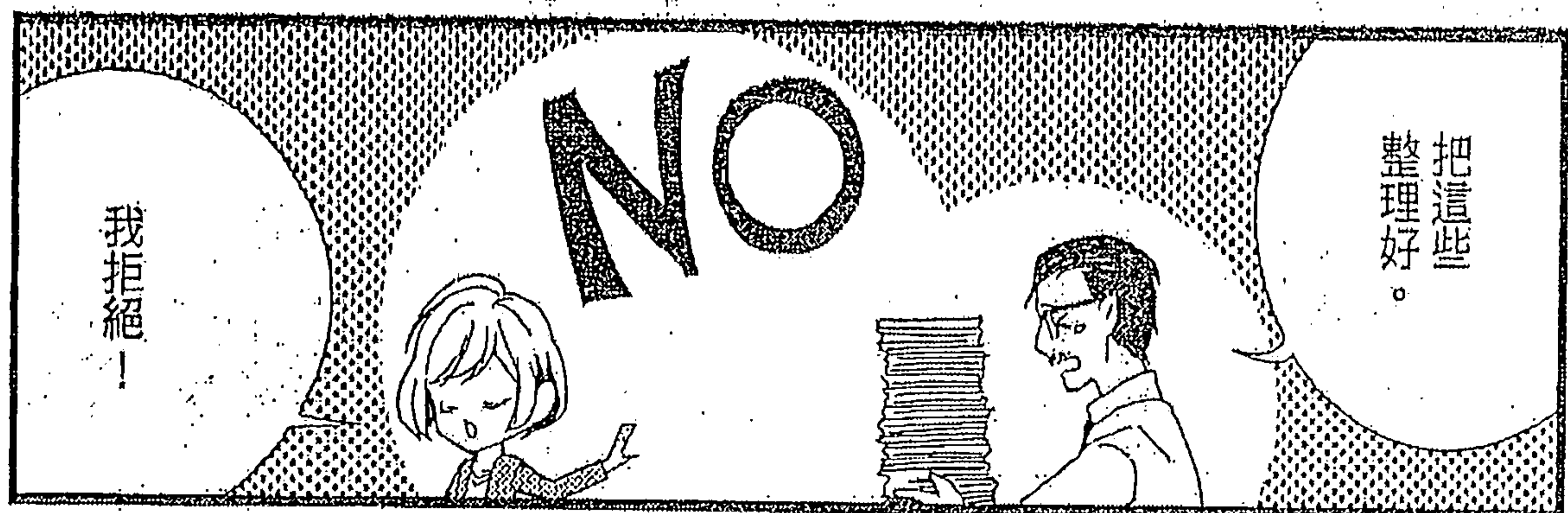
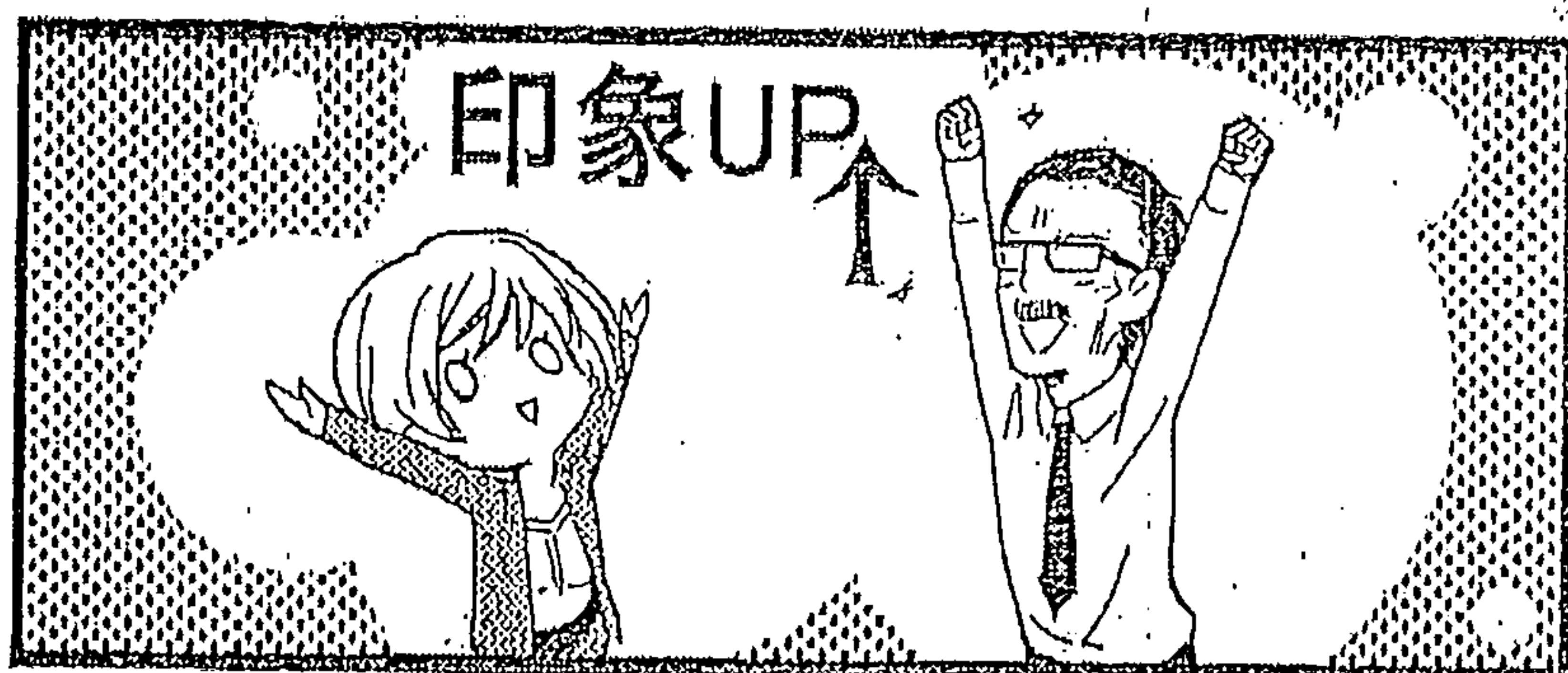
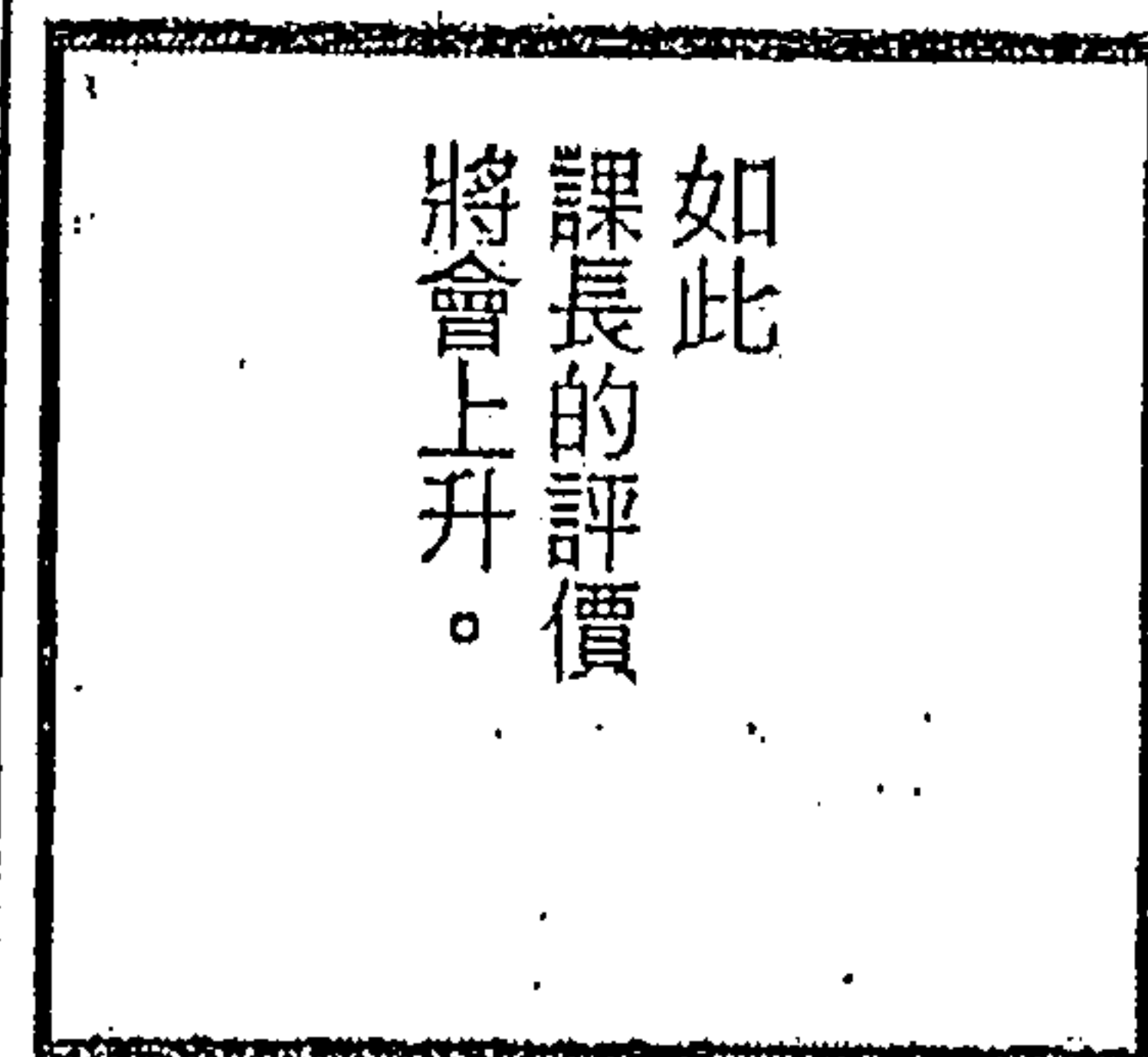
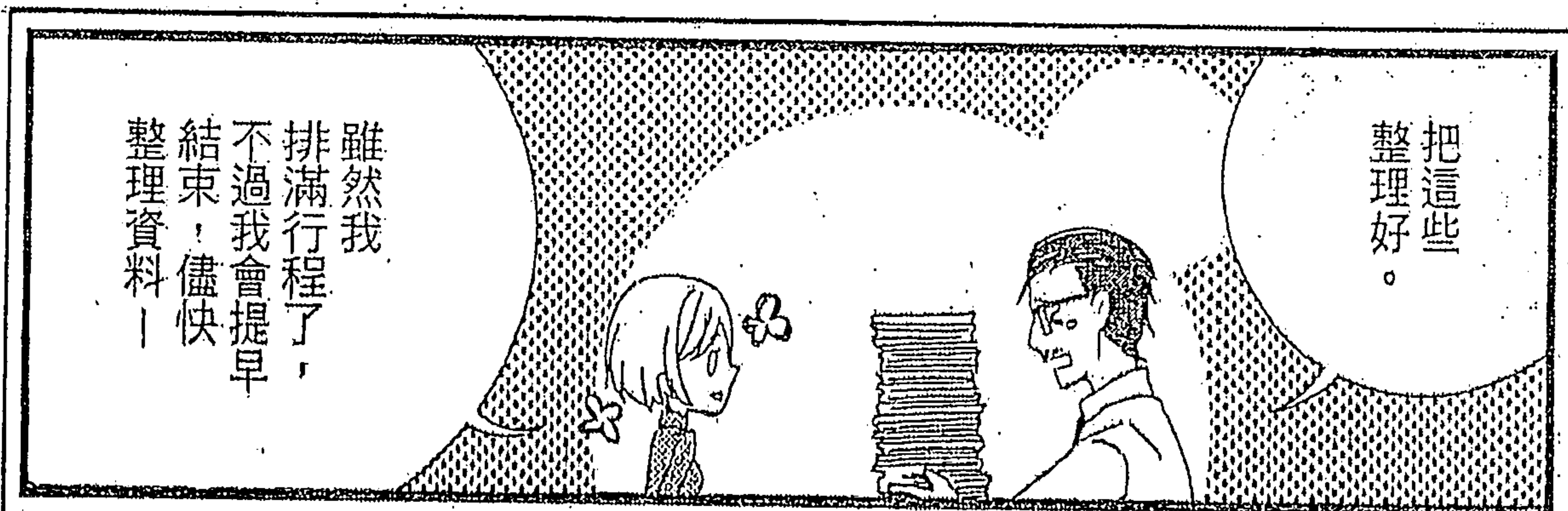


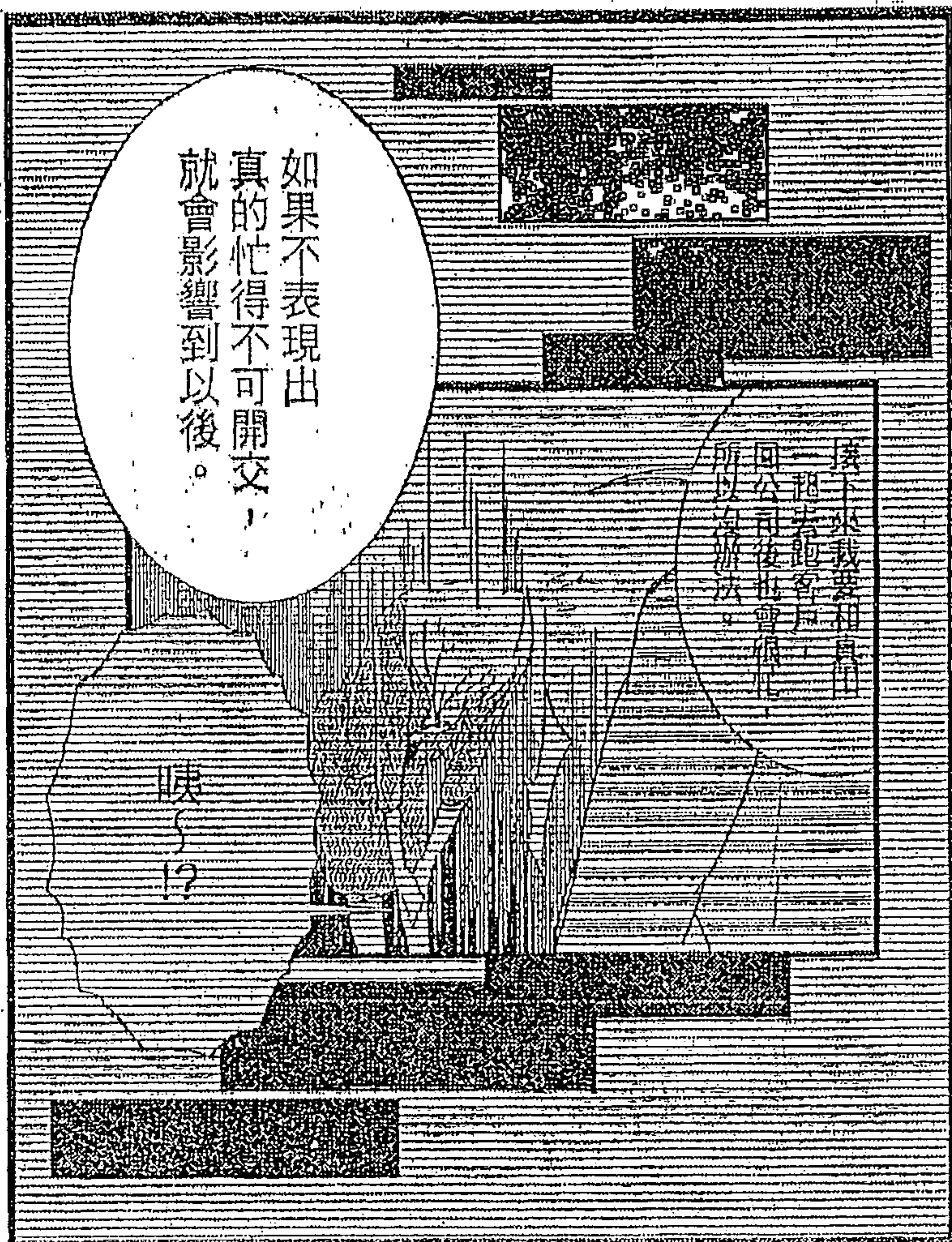
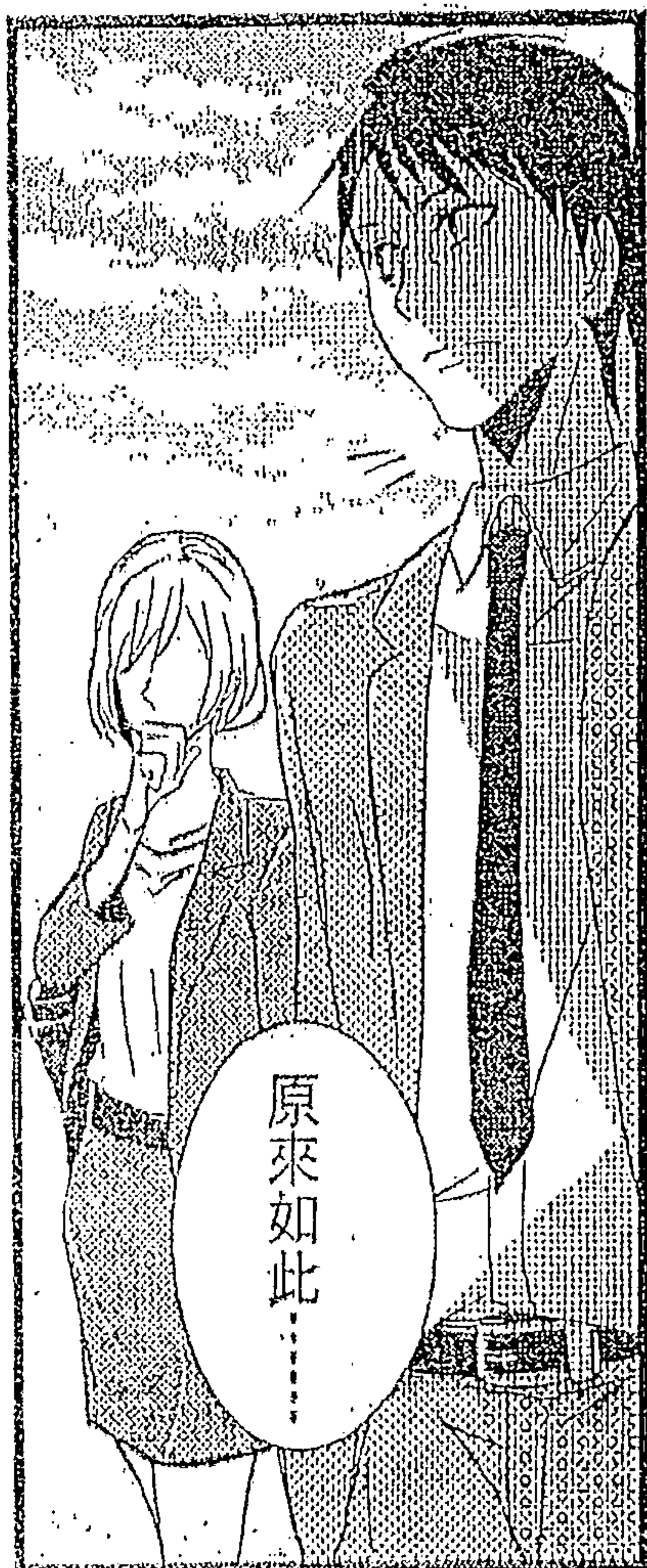
我覺得先答應
幫忙，印象會
比較好……

不是
那樣啦！



自我評價……？





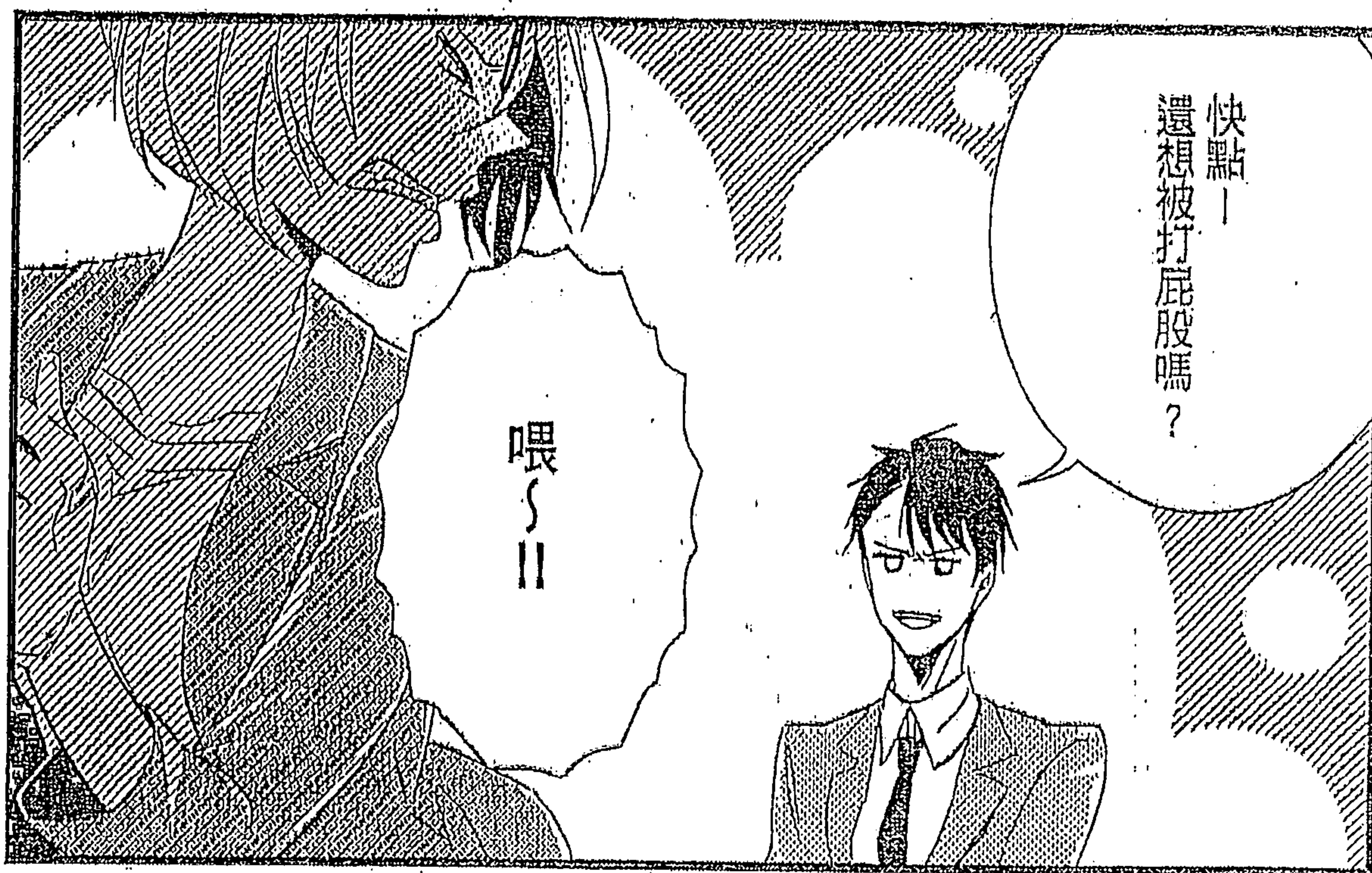


欸！
色狼！
要表現出為了協助
早上的工作，急忙
趕回來的樣子！



既然已經
明白了
就用跑的！

咻！



喂——

快點！
還想被打屁股嗎？



快點啦！
猴子！
吱吱
我不是猴子！

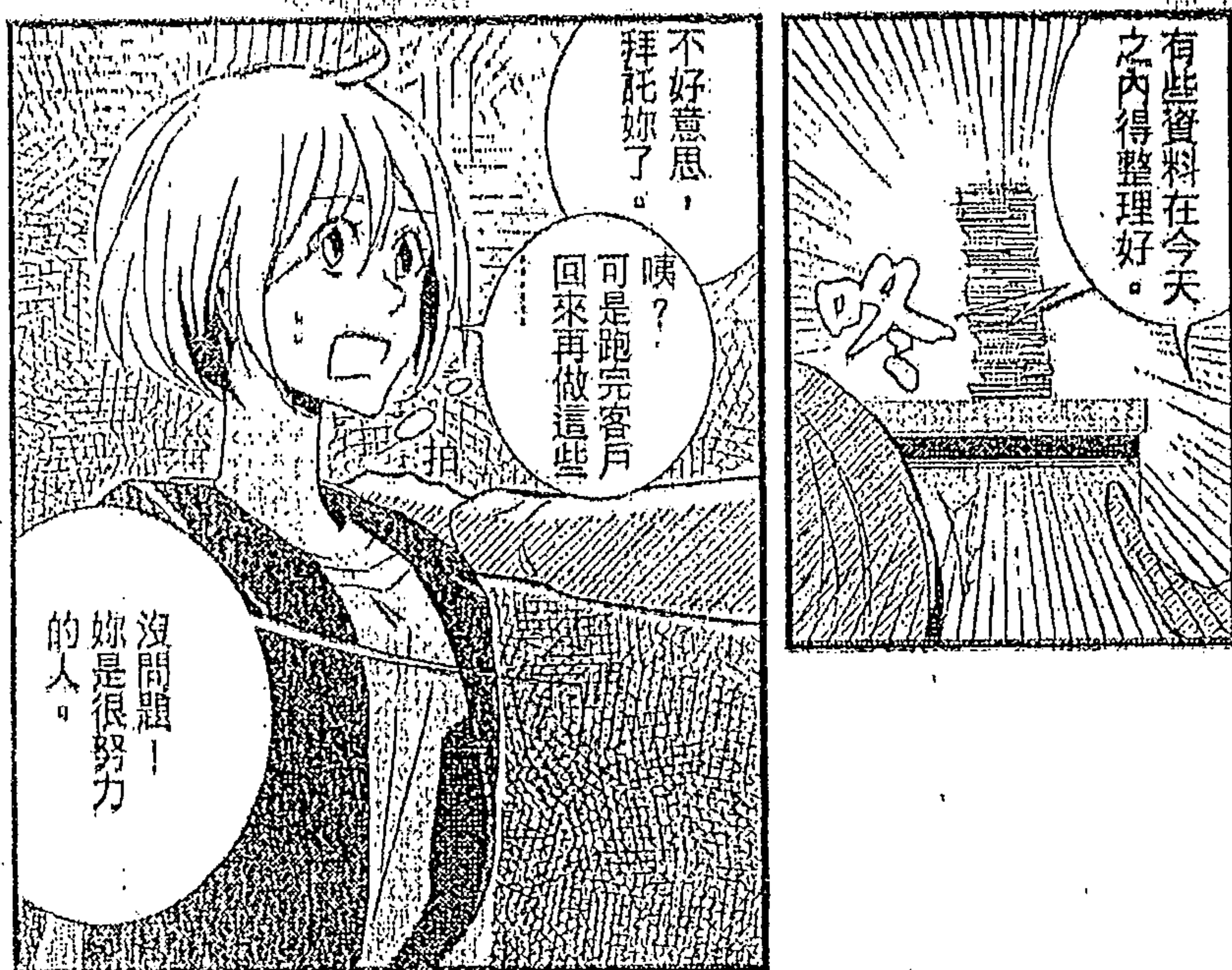


不過，
急忙跑完客戶
結束預定行程
也是事實……
輕快
仔細一想，
這項技巧
倒也不壞。

毫不客氣地拒絕
主管無理的要求，
你的評價才會提升

既然出外工作，往往會碰上不盡人意的情况。譬如你非常忙碌，每天都被迫加班，這種狀態一直持續。

然而這時，主管、前輩或討厭的資深女職員卻還把不合理的工作丟給你，這是常有的事。「這件工作要在明天之前完成。在我進公司前做完就可以了。」「順便把這個做好，很快就能完成吧？」「有些人的要求就是會



令人不由得發火。

度過這種局面的最佳方法，並不是哭哭啼啼勉為其難地接受。應該毅然決然地拒絕。

比方說自己的工作量已經得花不少時間，或是正在做很緊急的工作，加上理由會更容易拒絕。

無論如何，最大原則是不要絮絮叨叨地舉出各種理由，別讓對方逮到機會。

再來，這件事還有後續。堅決地拒絕主管無理的要求，可能會對人際關係與工作造成障礙。就算閃過了主管的請求，工作窒礙難行就沒有意義了。考慮到往後的事，利用「善意的自尊理論」這種心理現象，順勢掌握

對方的心理，提高自己的評價，一舉兩得才是高明的處世之道。

善意的自尊理論是由美國的實驗心理學家偉茲特所提倡，指的是當自我評價降低時，如果出現一個能幫你恢復的人，比起毫無作為時更能感受到強烈魅力的傾向。

斷然拒絕主管拜託的工作，會使主管的自我評價跌到谷底。你將自己的工作告一段落後，可以告訴無計可施的主管：「我現在可以做您剛才交代的工作。」這時主管的自我評價恢復，他會覺得你是「為了我而努力的優秀下屬」。

雖然勉為其難地接下工作結果是一樣的，不過背後的心理有如天壤之

別。

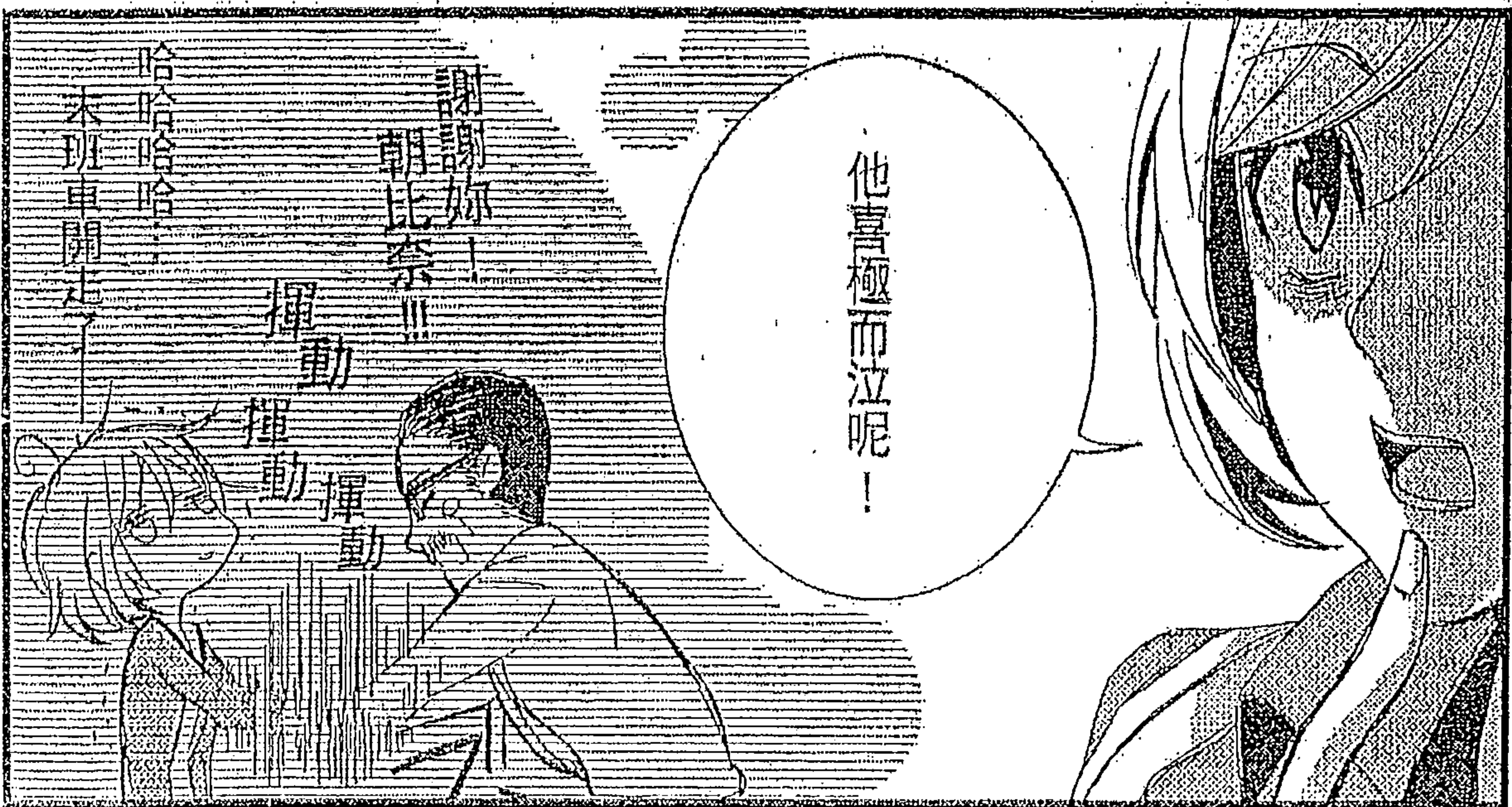
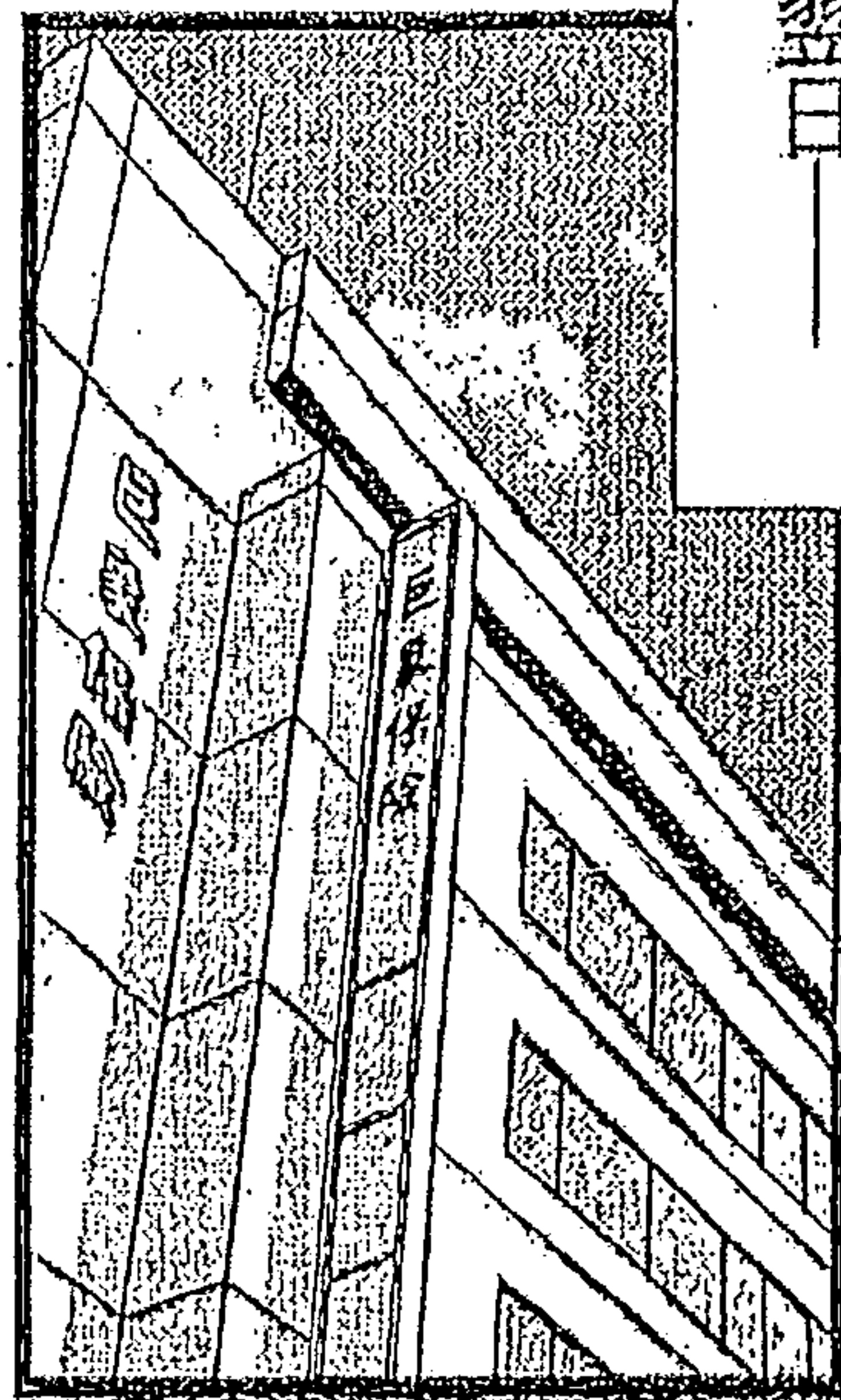
對你有高度評價的主管，下次就會盡可能節制，不再交代不合理的工
作。

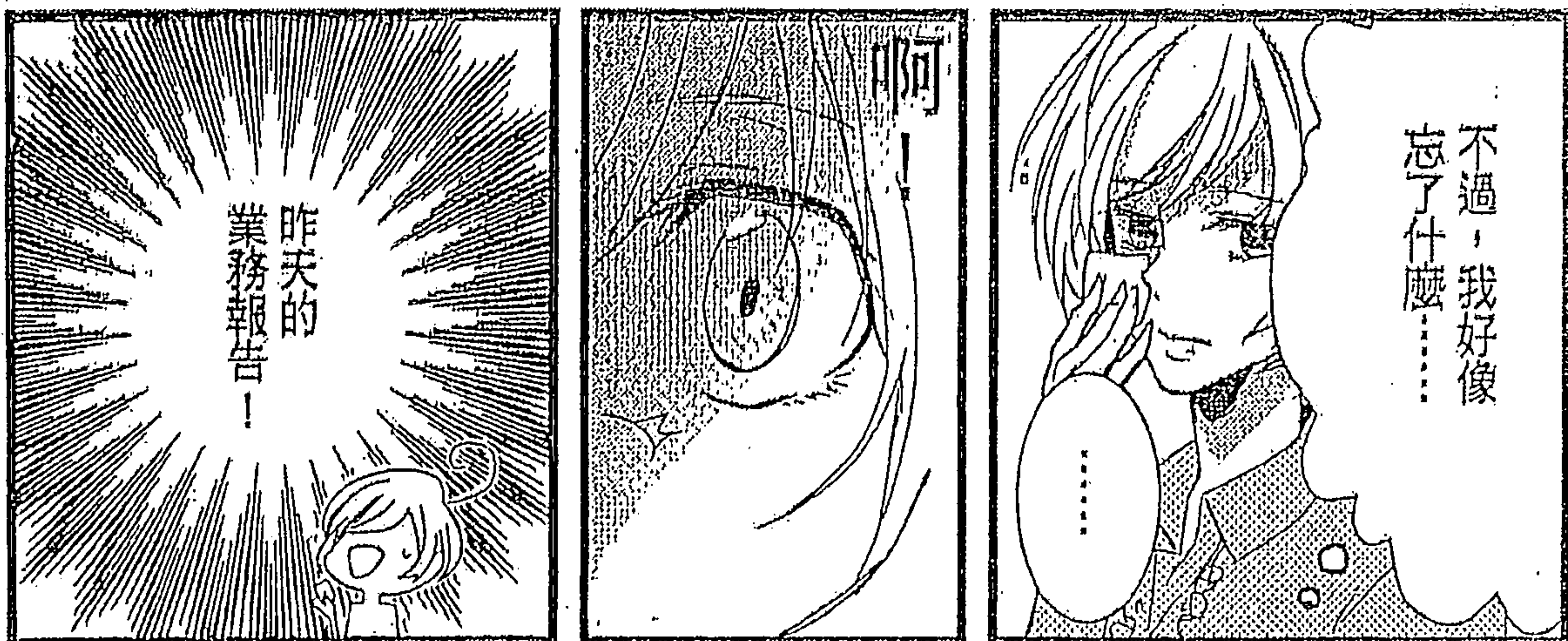
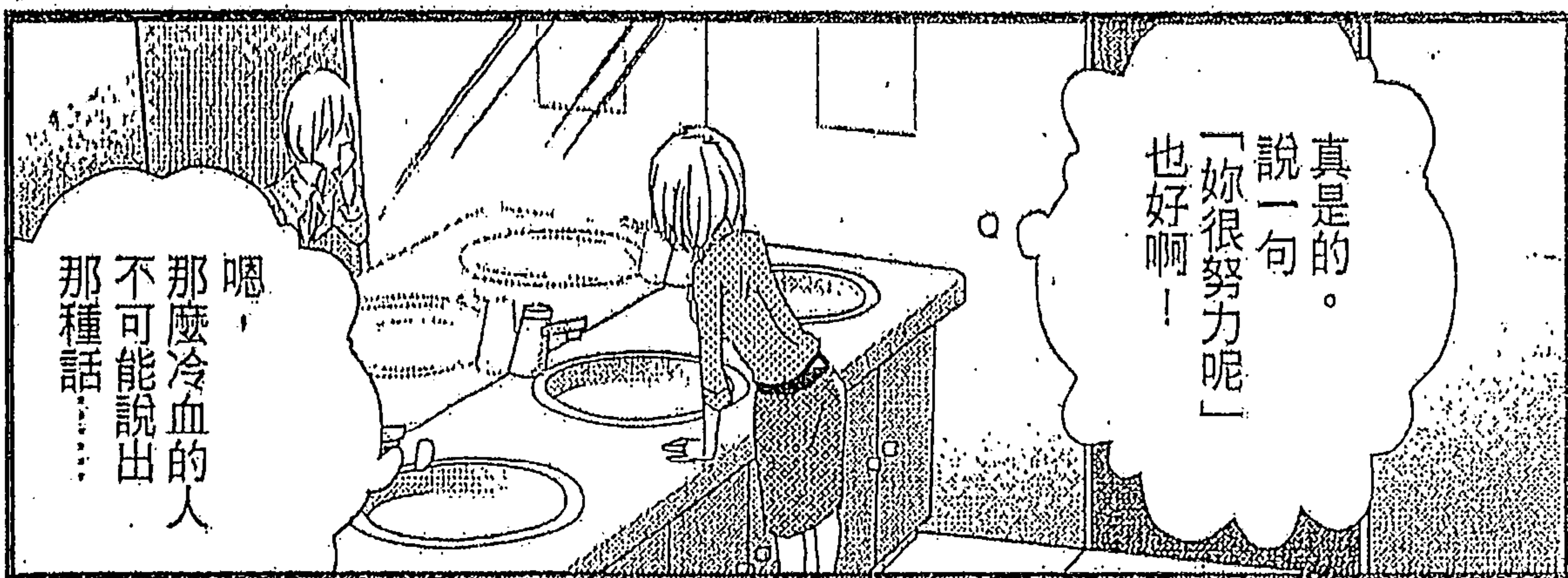
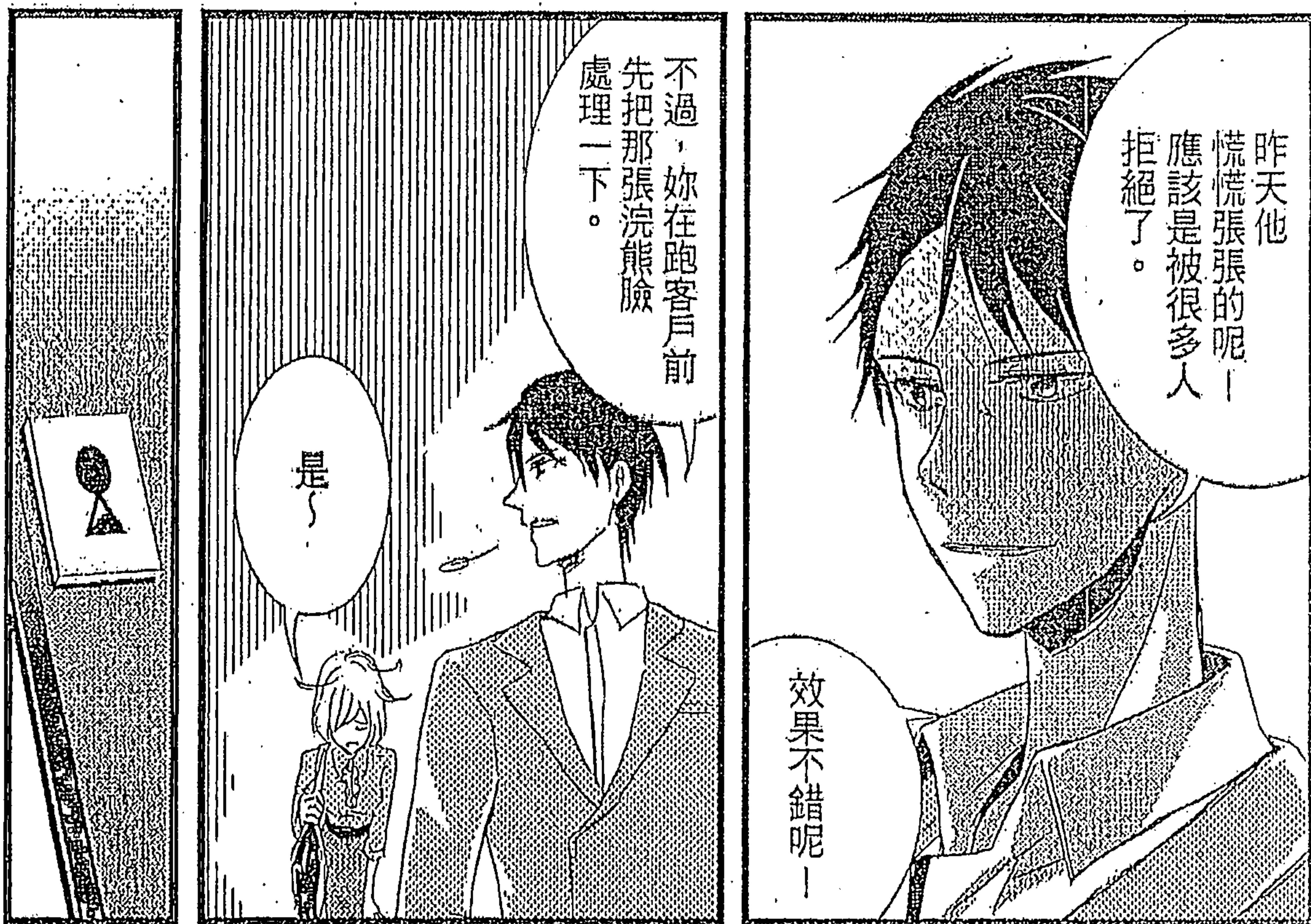
順帶一提，真的沒辦法接下主管
的請託時，在拒絕方式得下點工夫。
說明理由拒絕後，提出「○○可以勝
任」等替代方案才是高明的拒絕方
式。



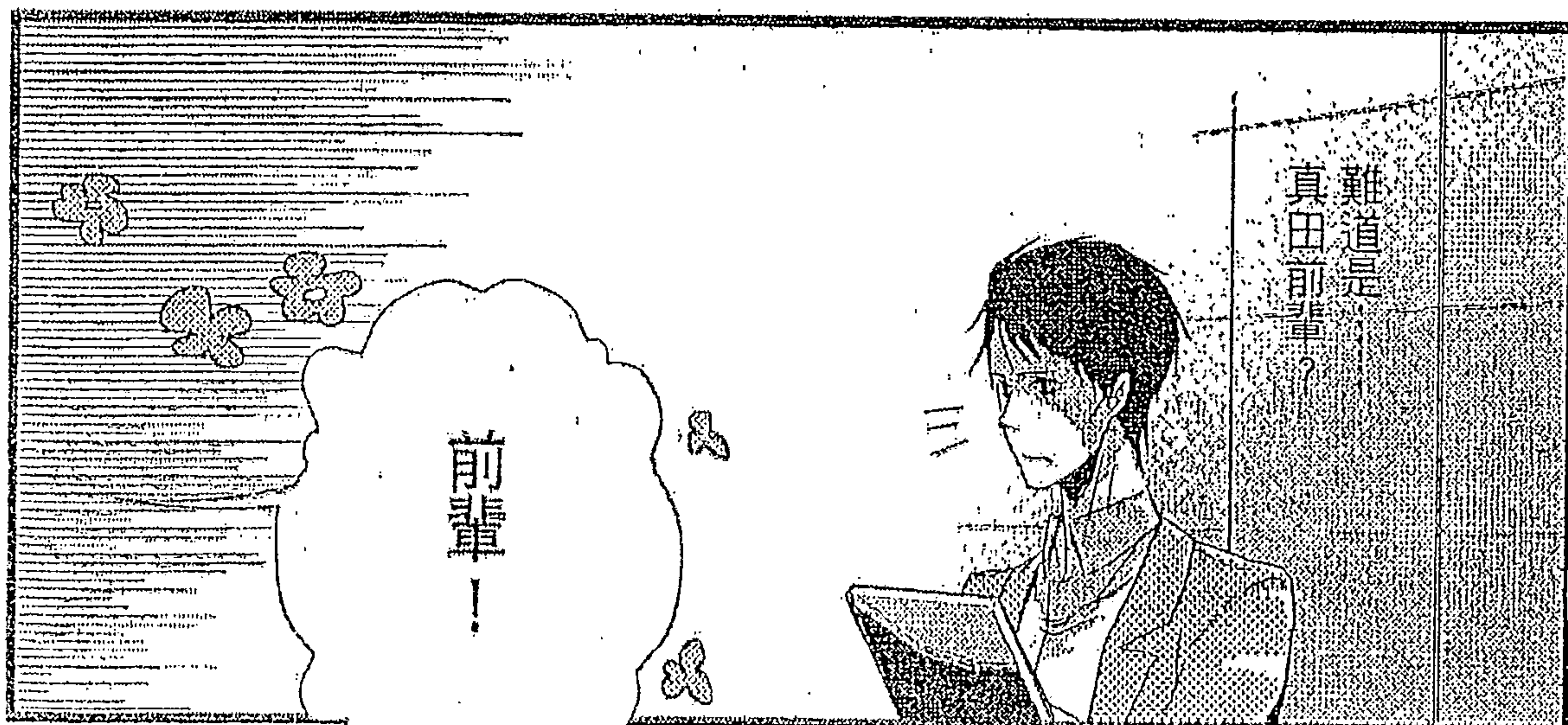
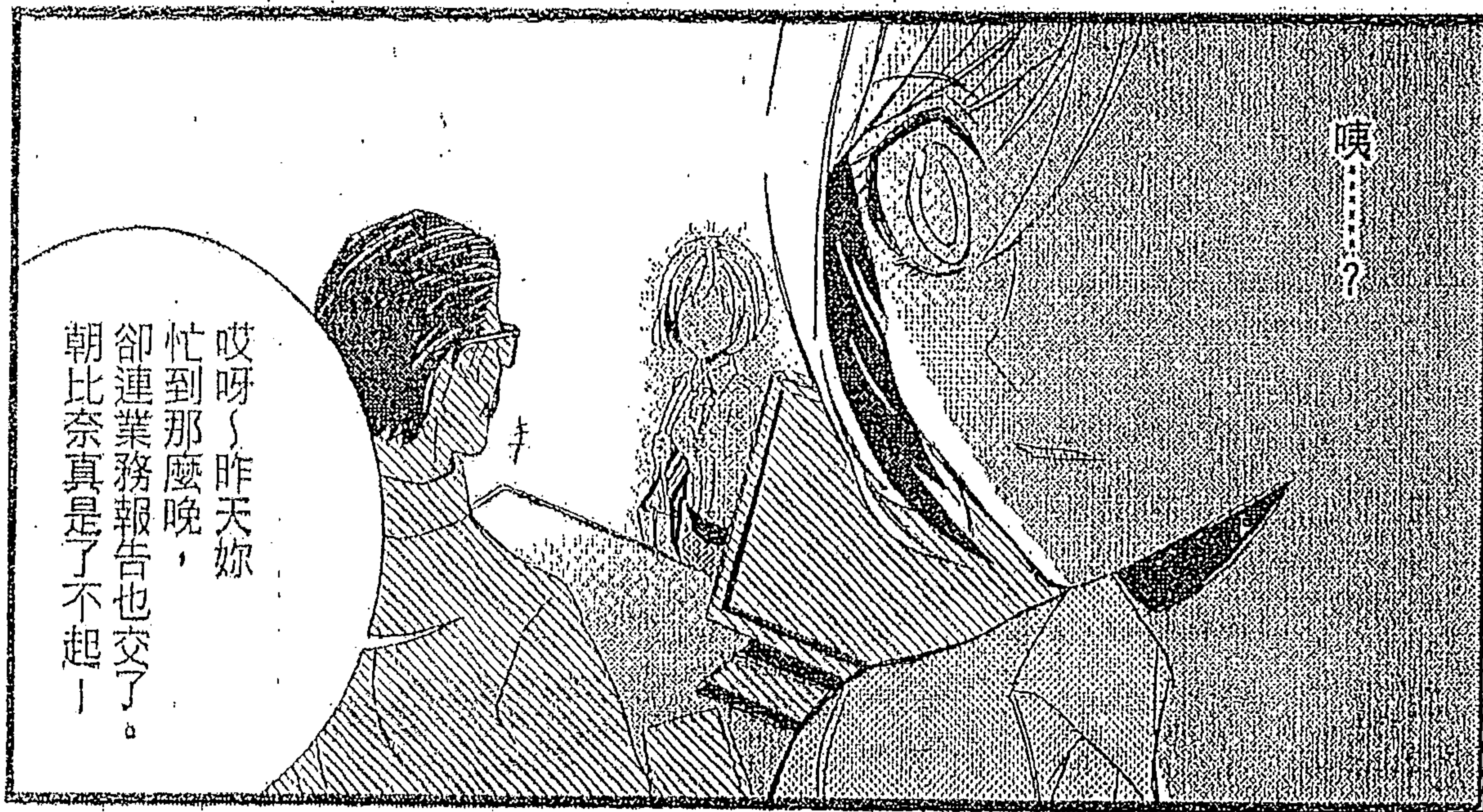
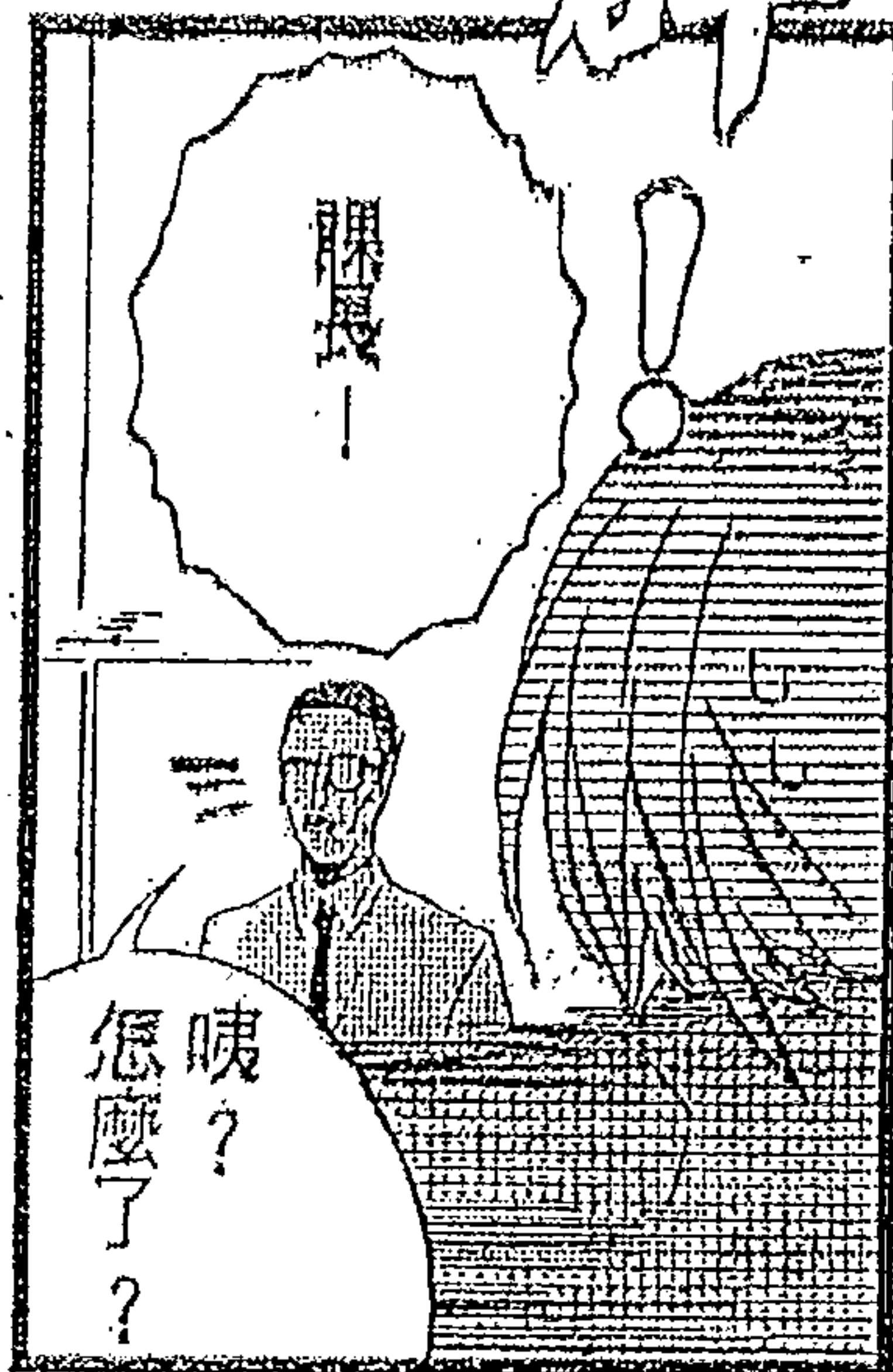
回報性原理／留面子效應

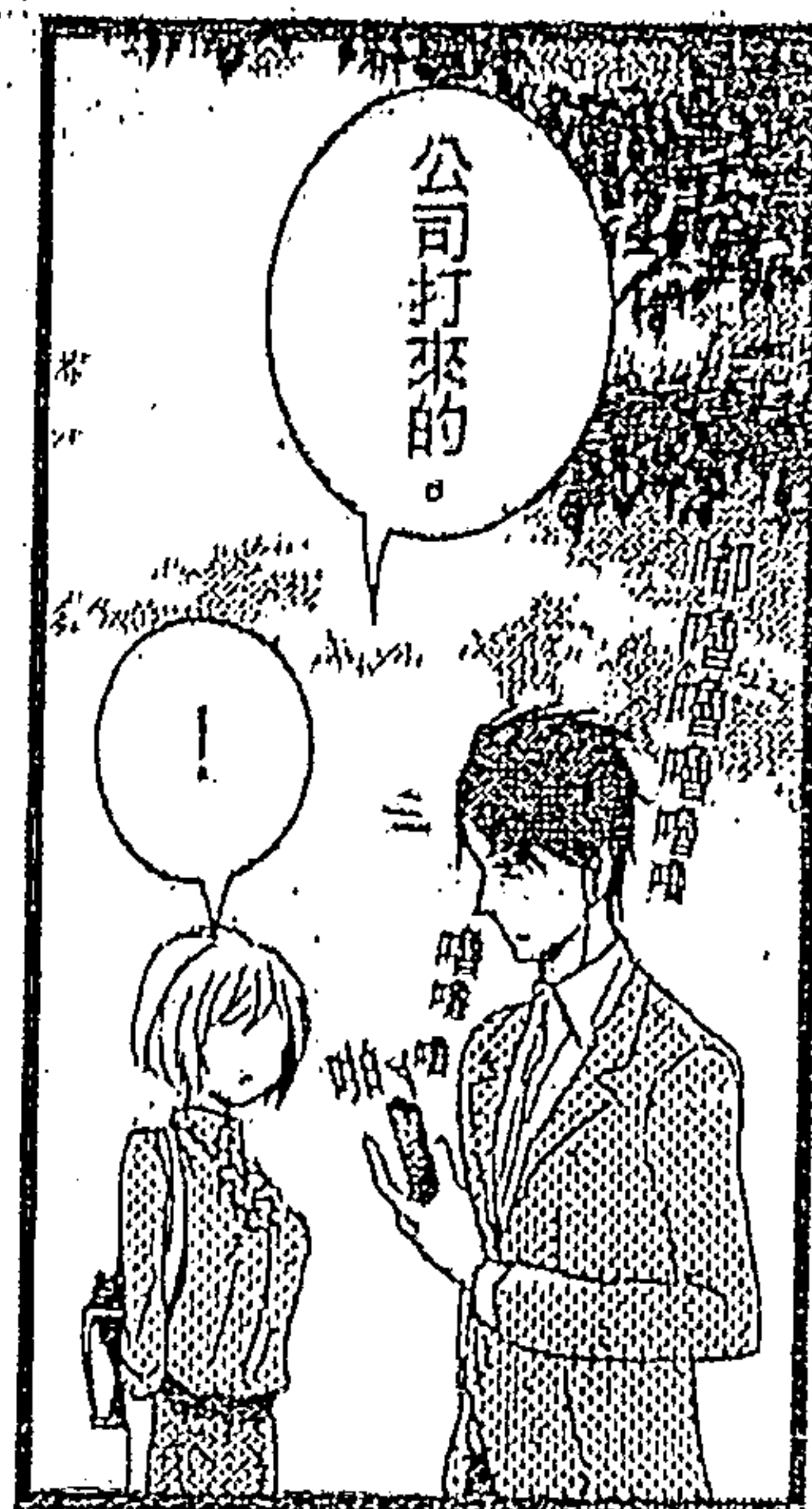
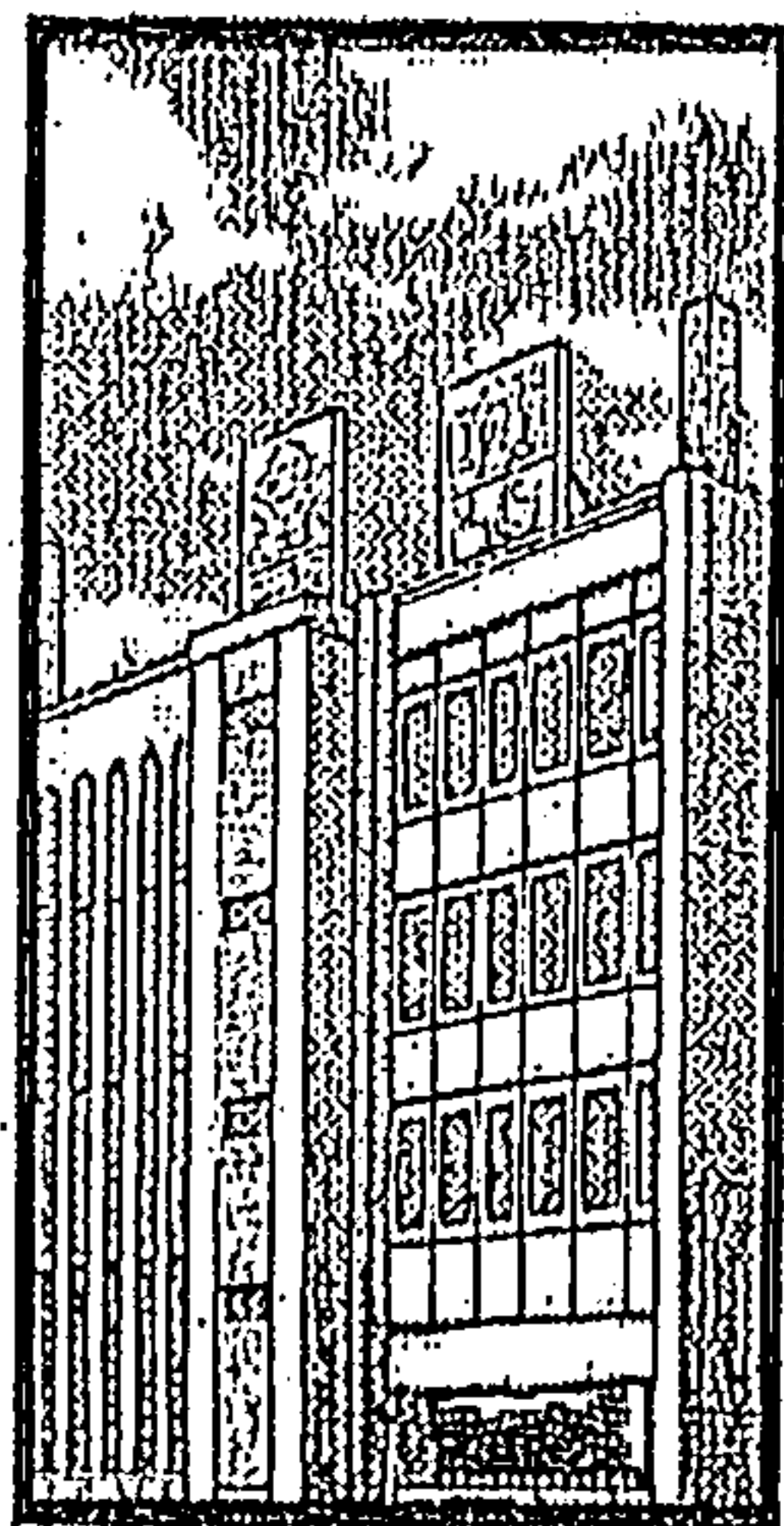
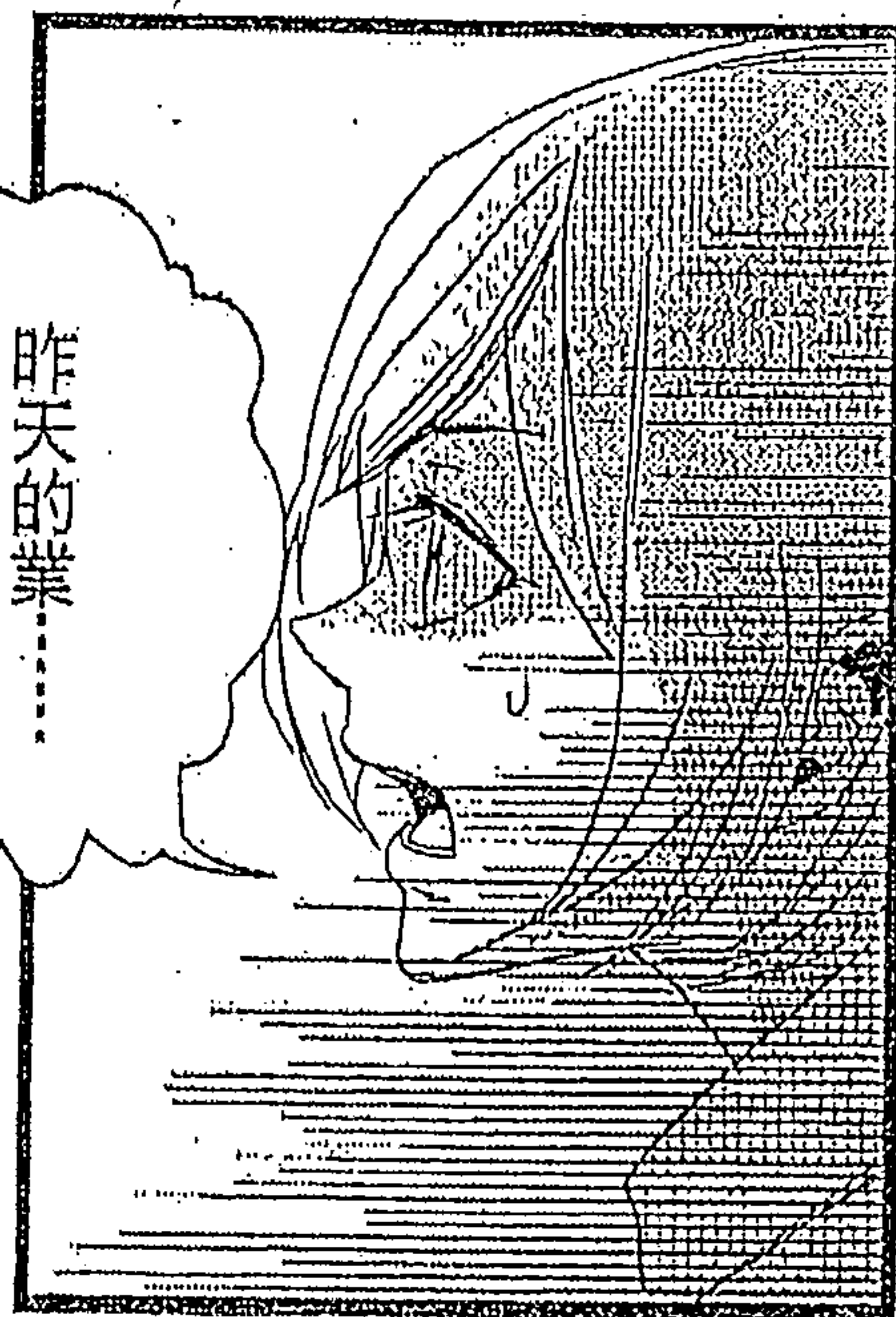
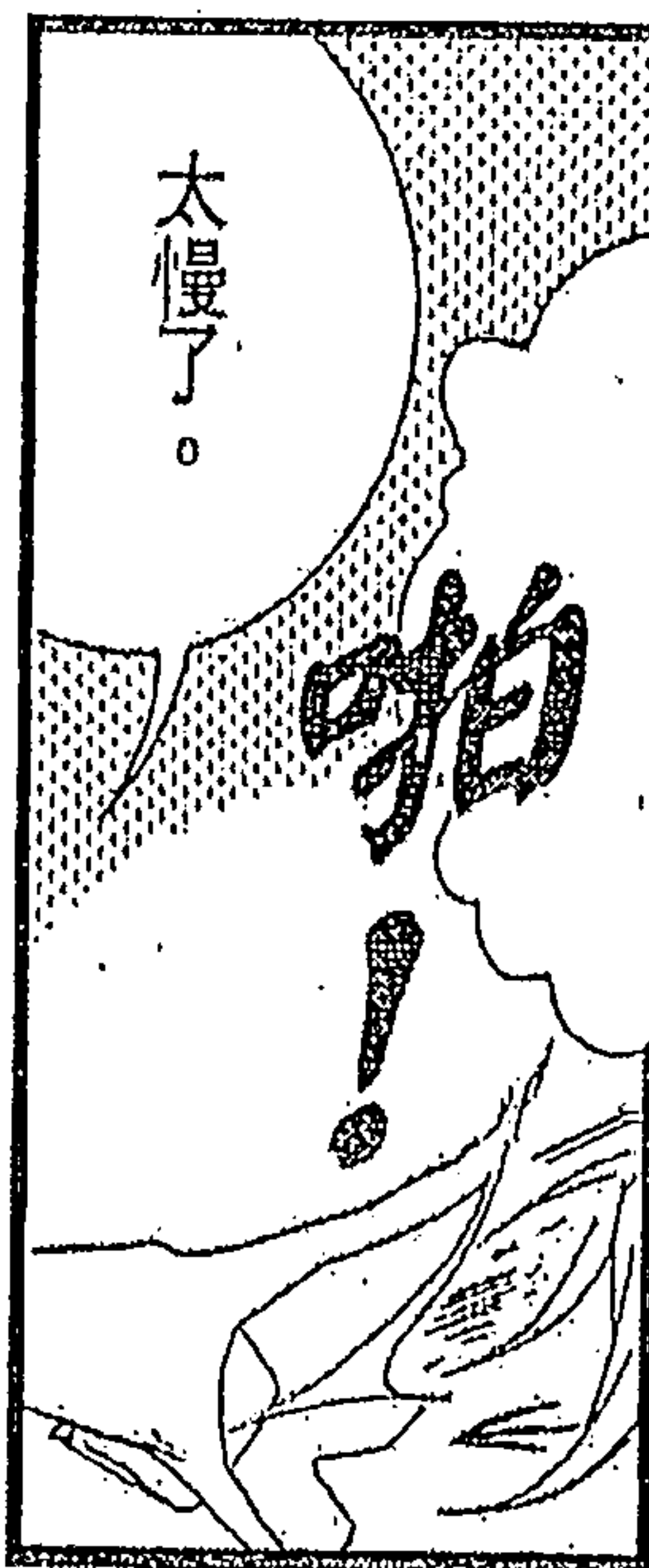
翌日——



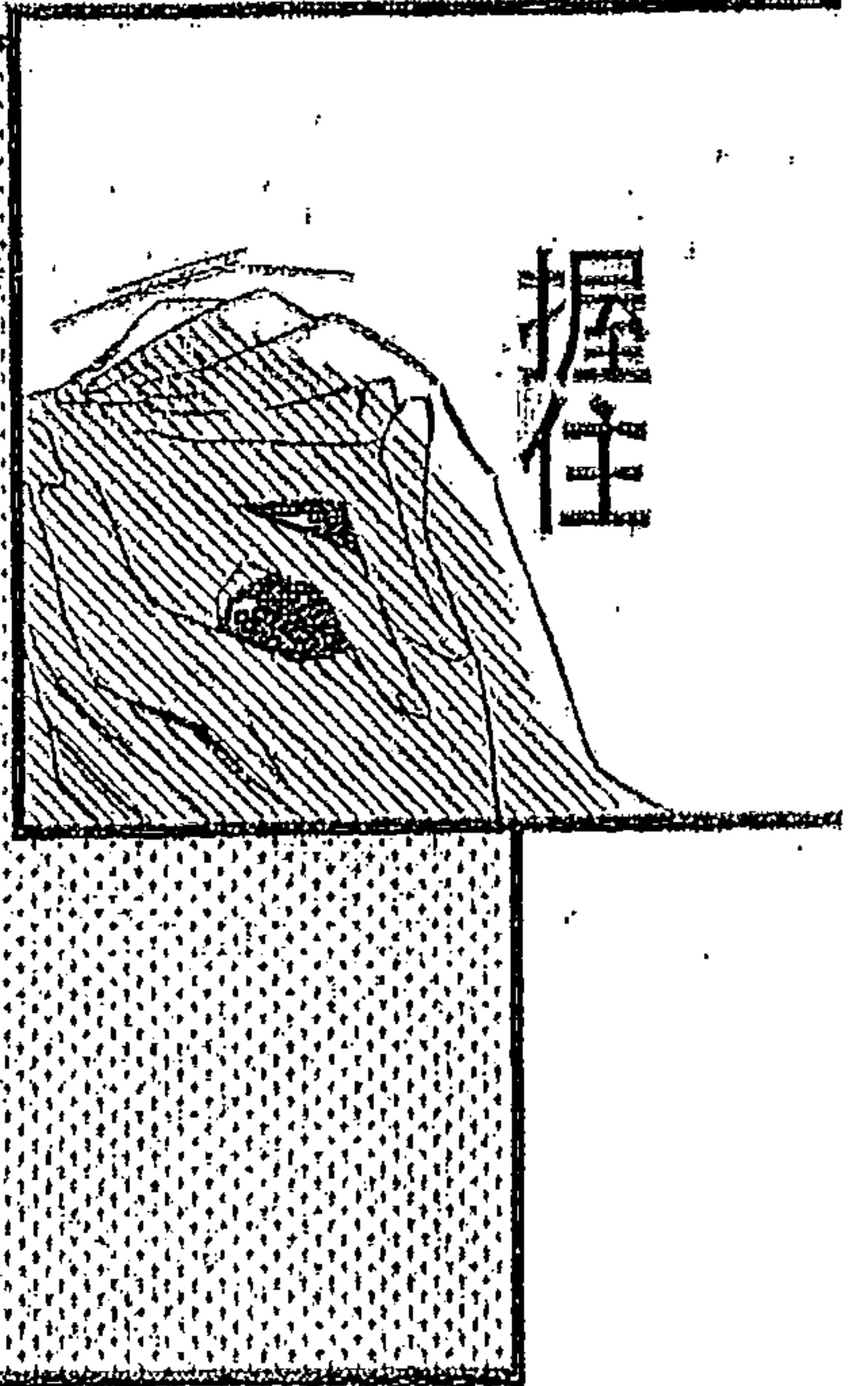
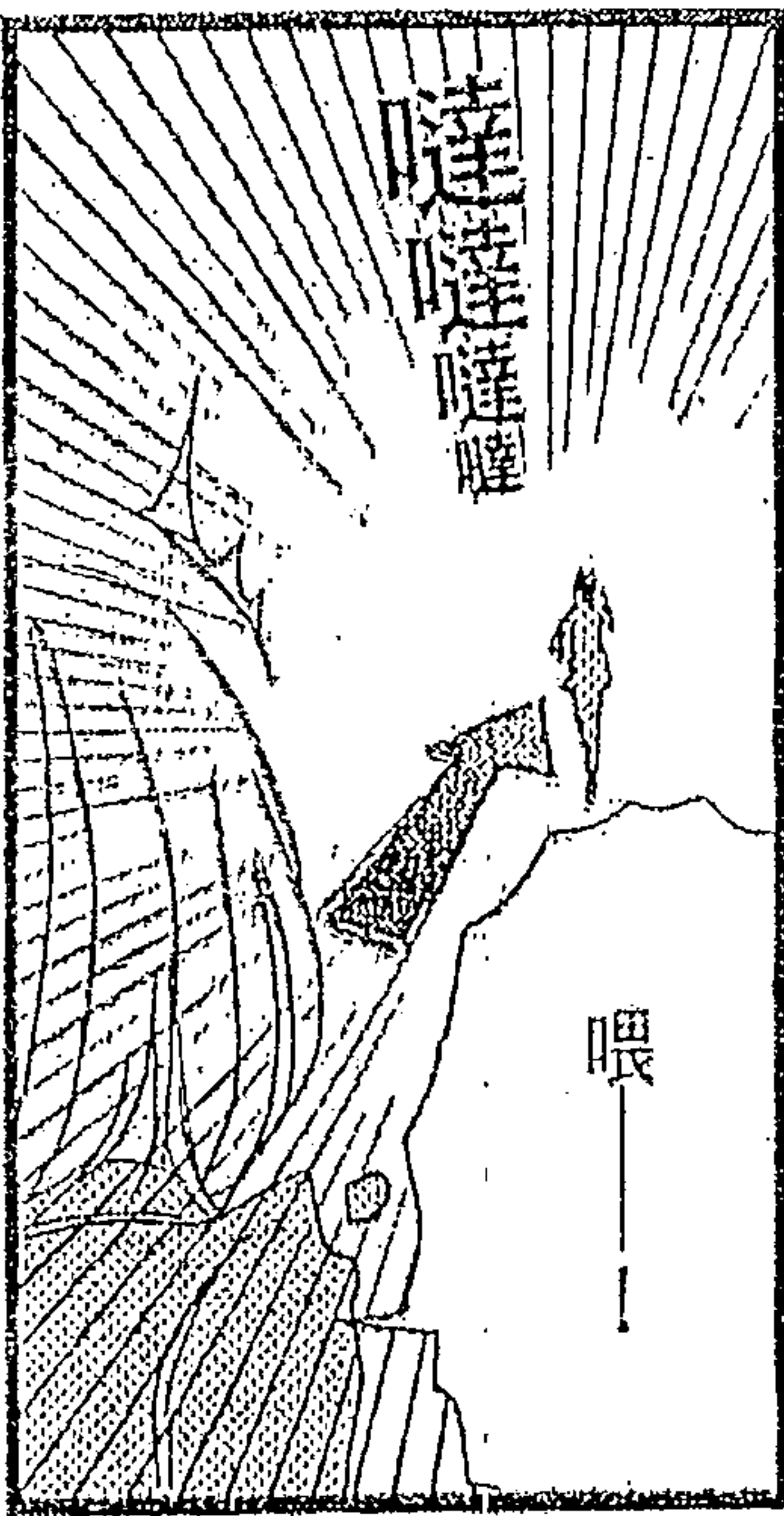
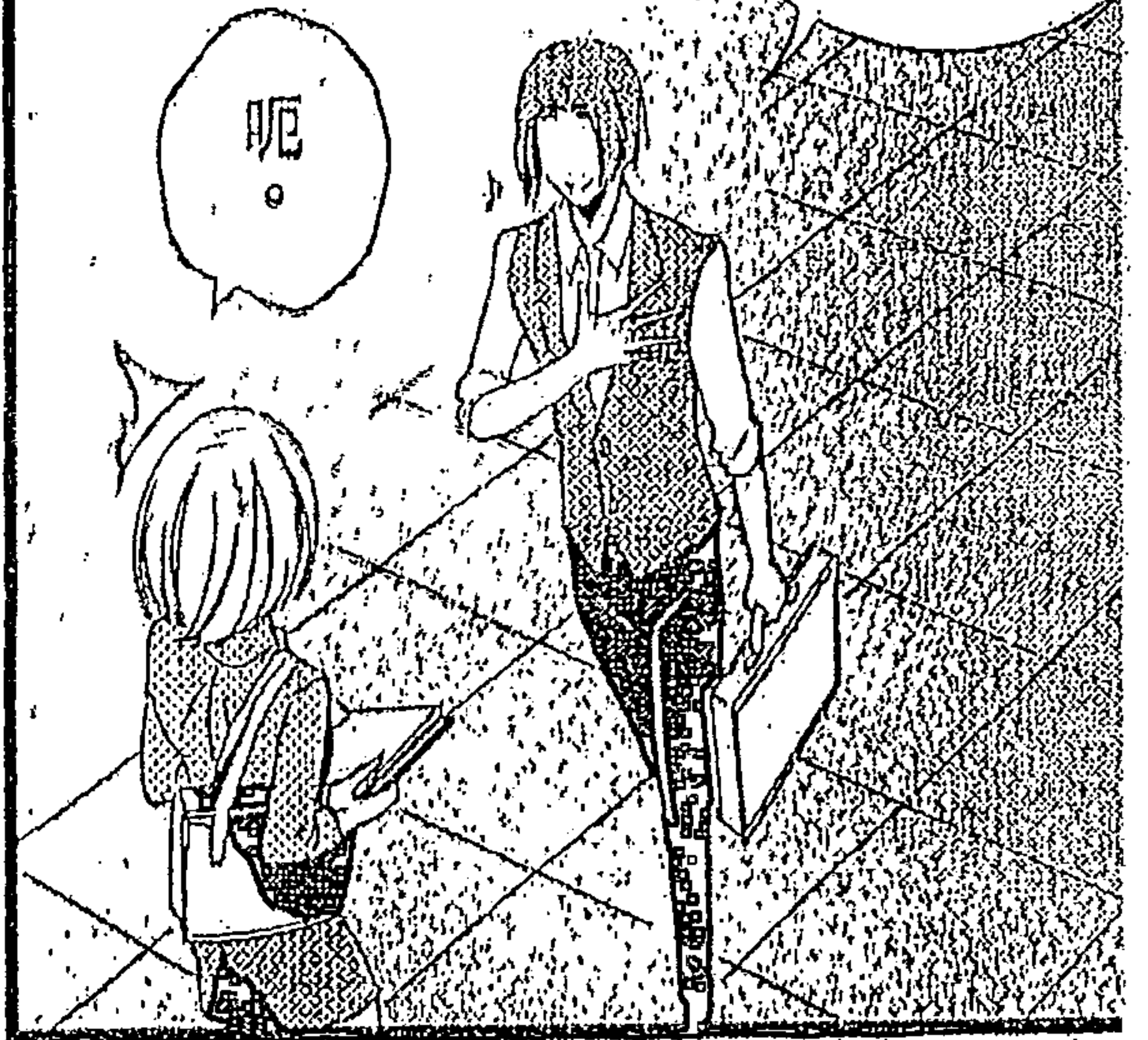


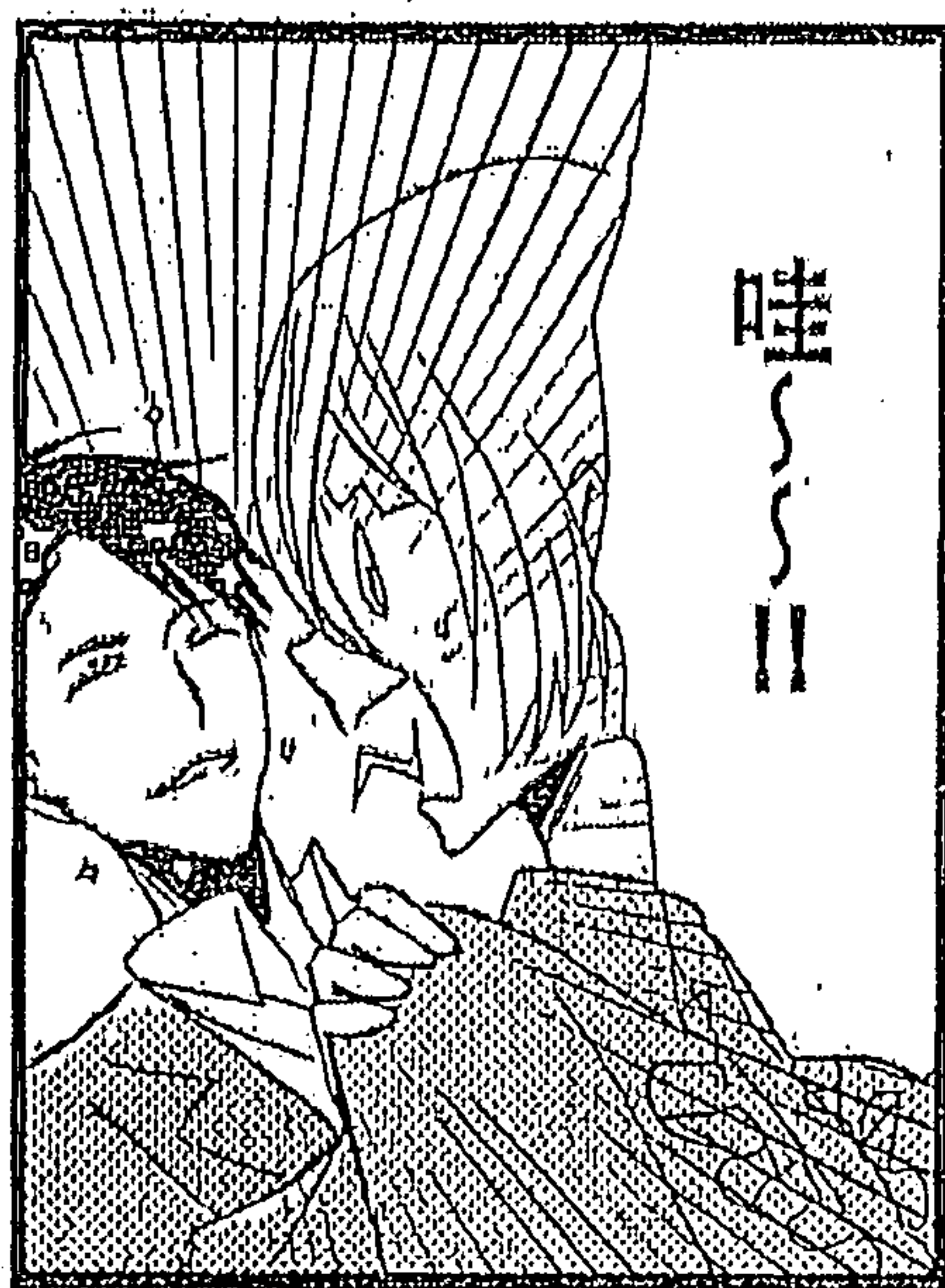
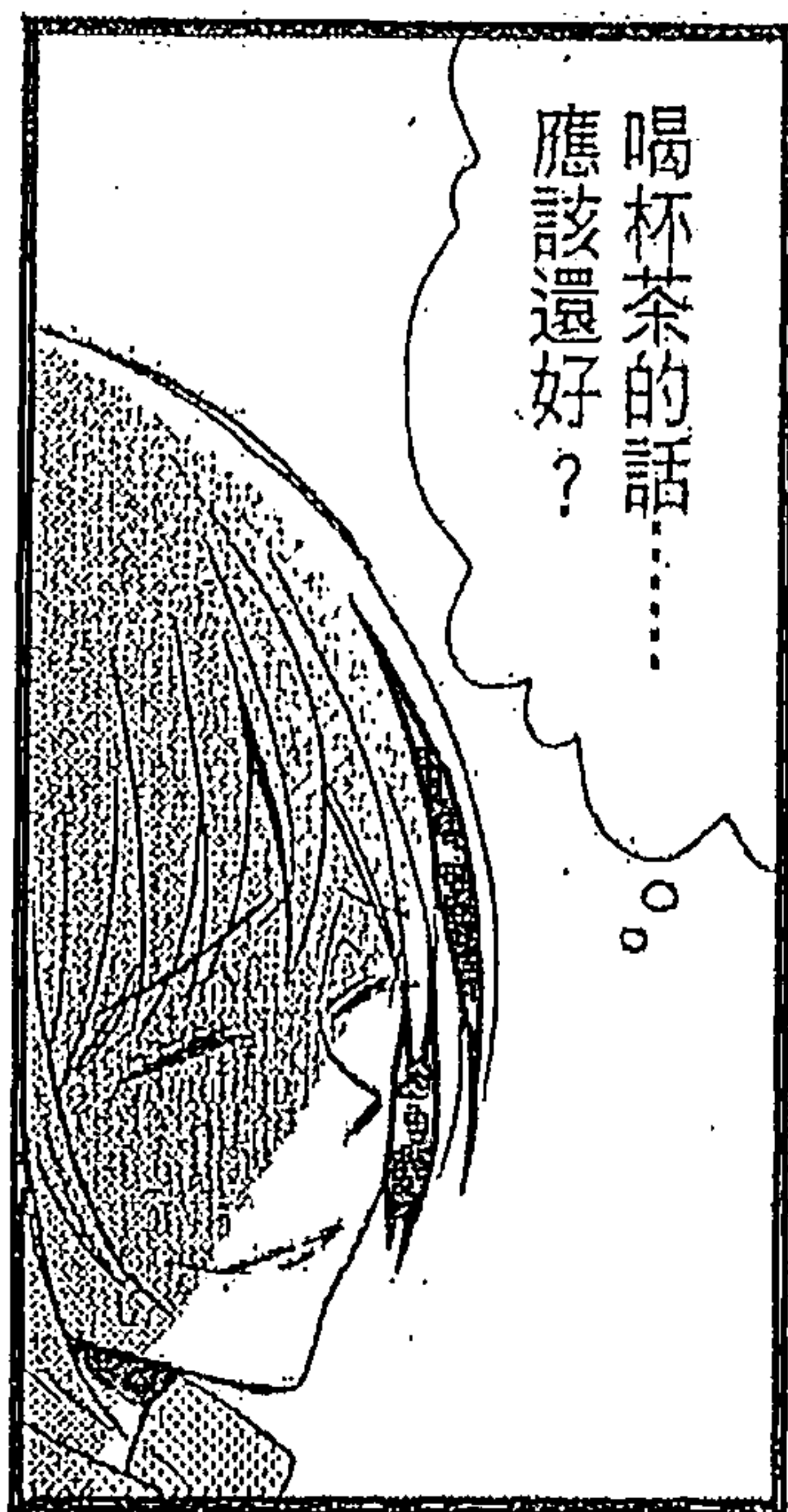
砰

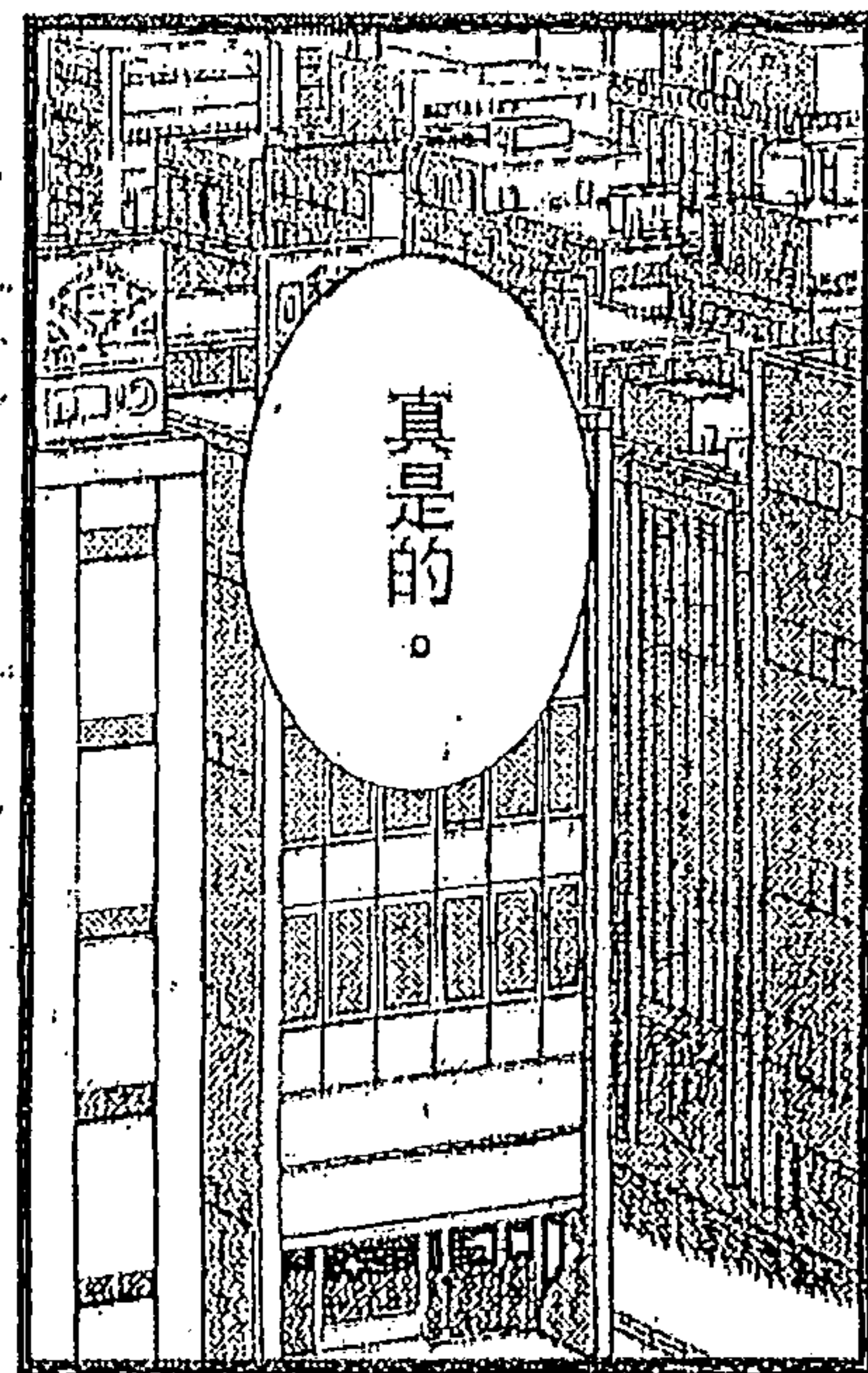




沒想到
又見面了……！







「有時間的話，
一起喝杯茶吧？」

直接邀約喝茶
跟拒絕一起吃飯
再邀約喝茶，
何者容易讓人答應？

後者。

嘩

看吧？

妳剛才心想
「喝杯茶的話應該
還好」對吧？

嗯。

因為對方讓步，
自己也得讓步——
這稱為回報性原理。

……

當然這也是
能用於推銷的
心理技巧。

直接勸說買保險，
即使不願意投保，

買份保險吧？

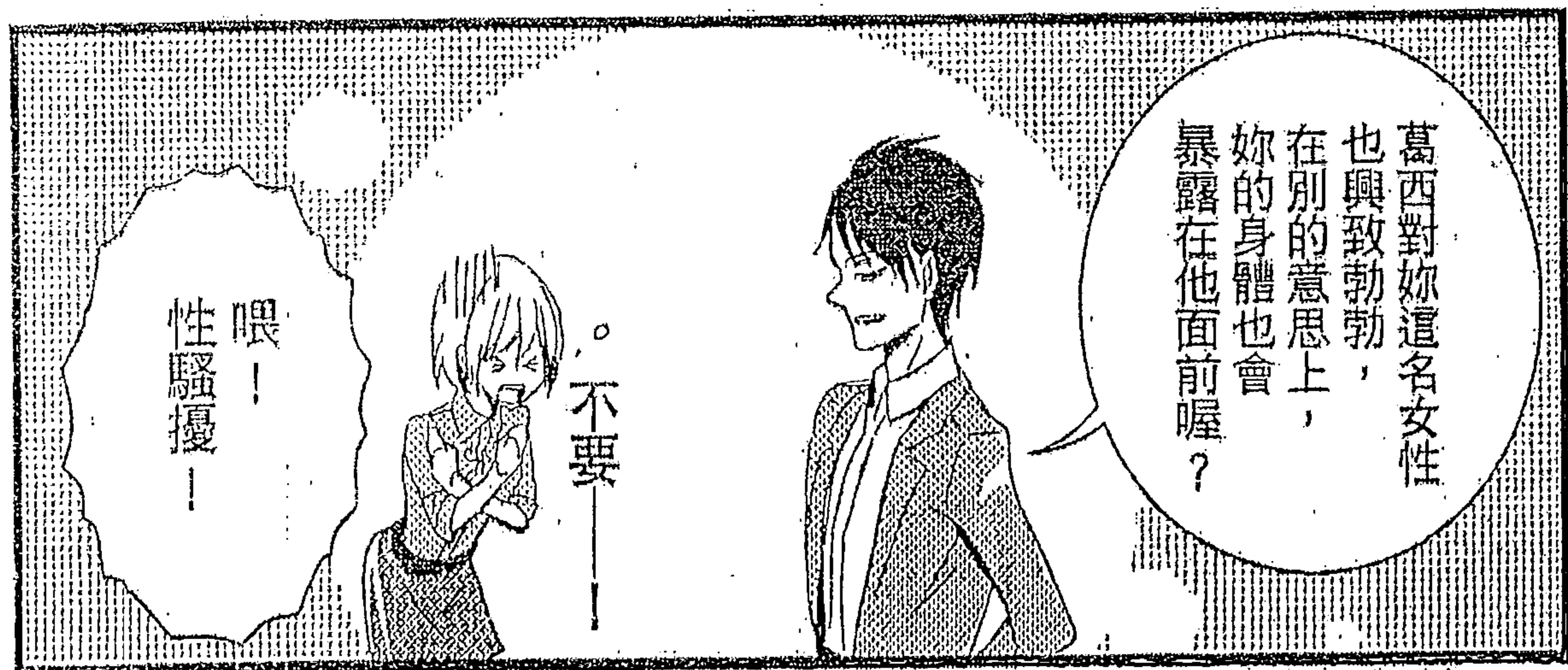
NO

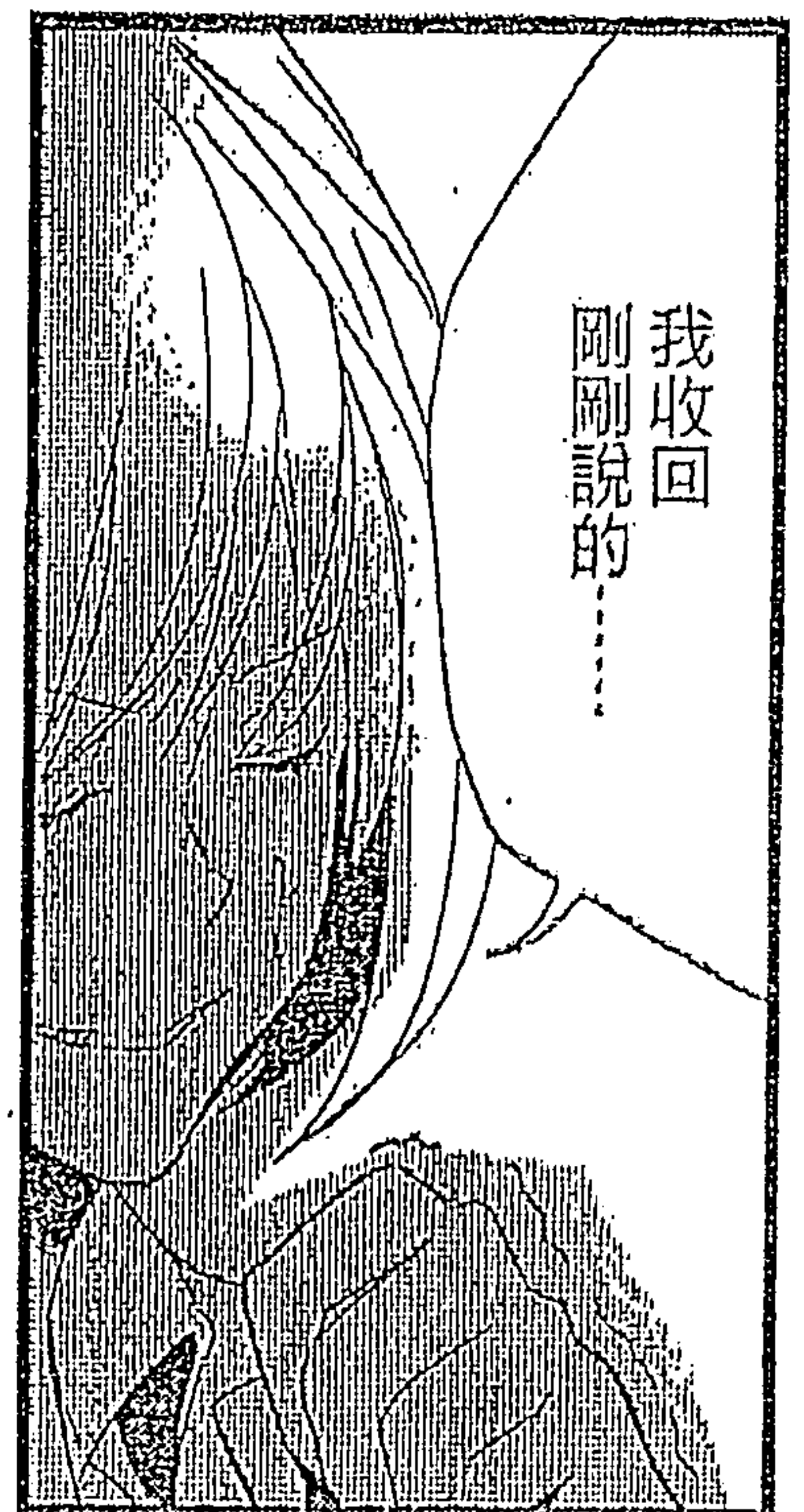
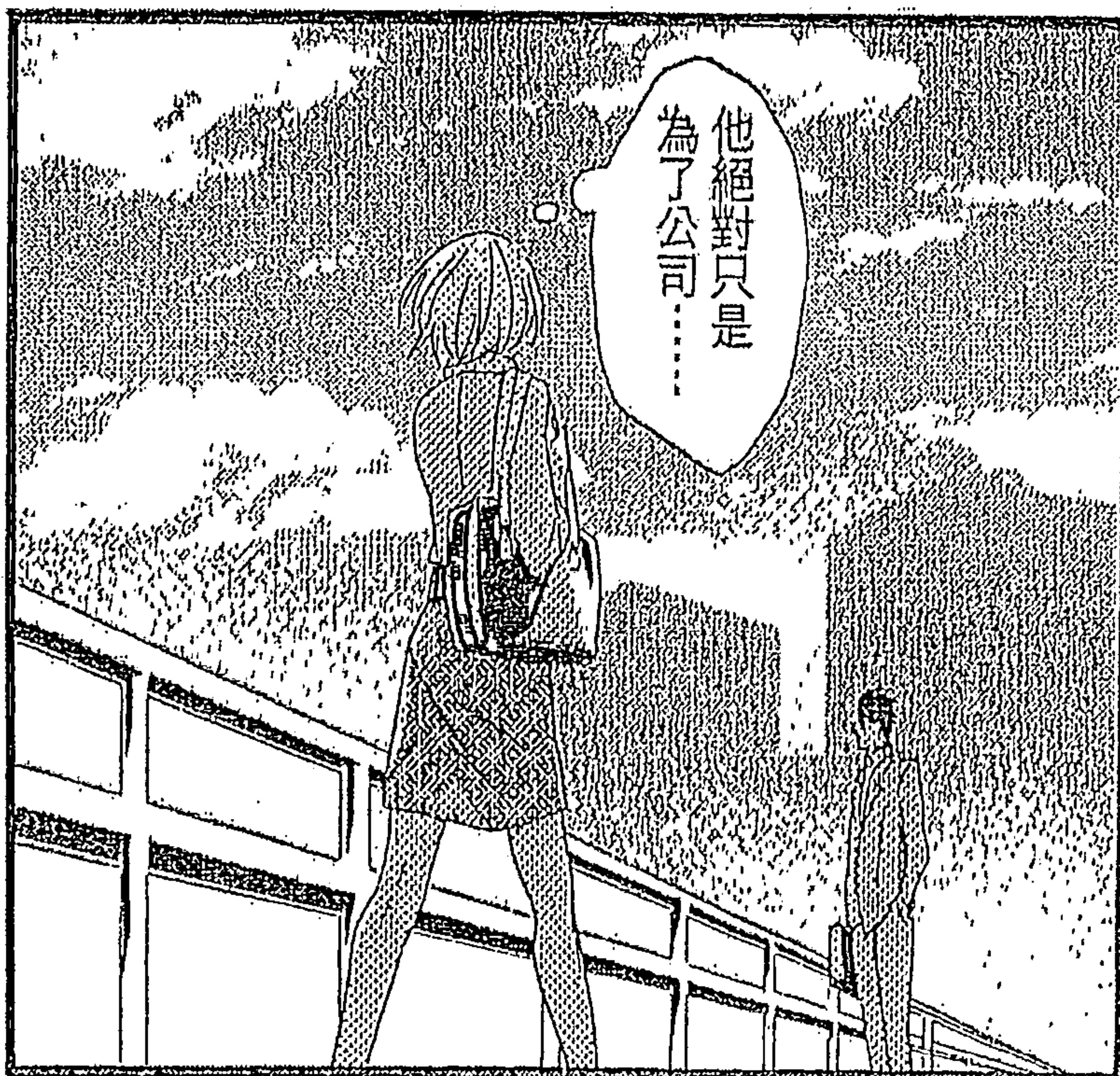
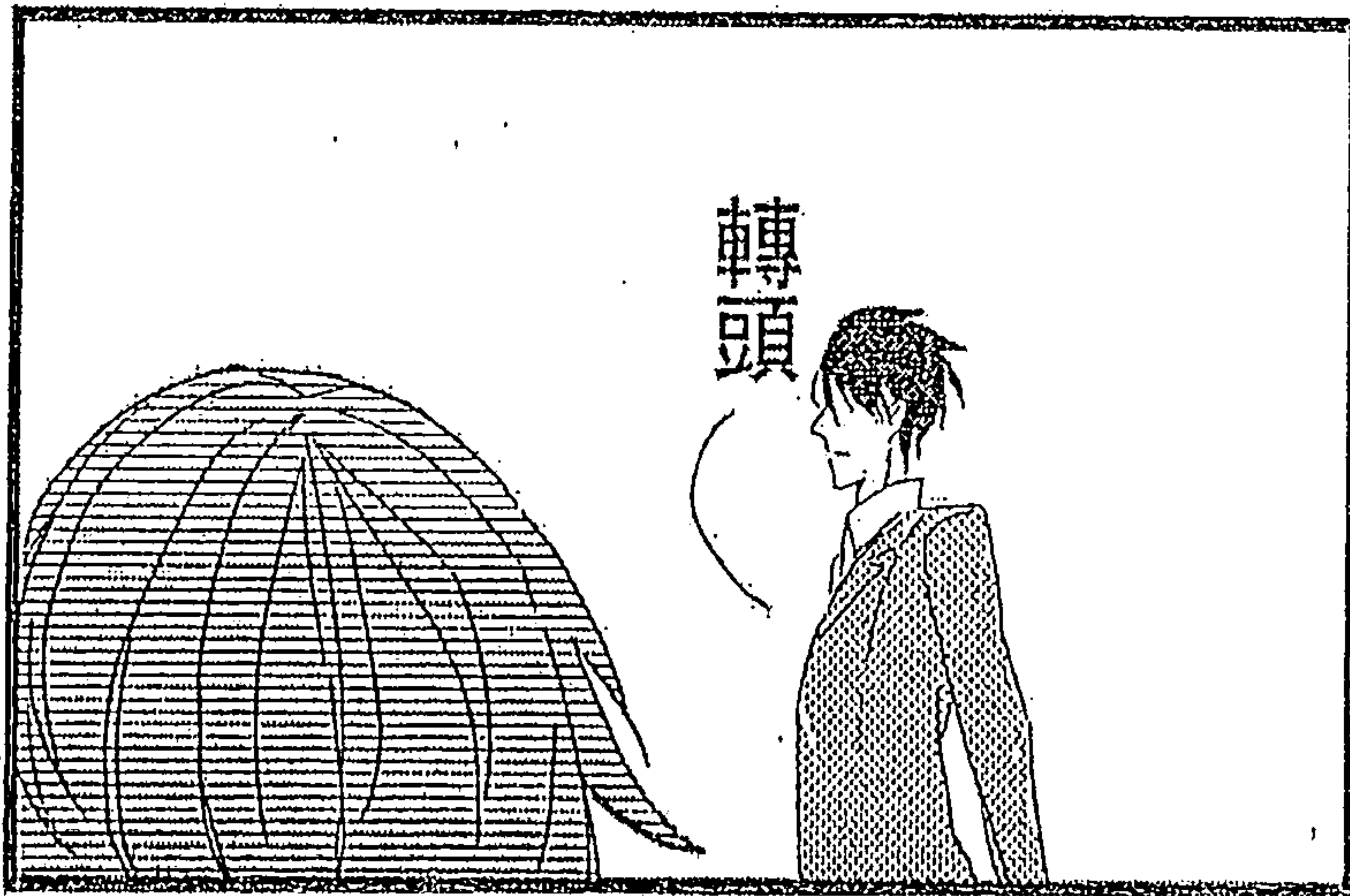
至少填個
問卷吧？

至少看一下
小冊子吧？

倒也無妨！

這麼一來，就可以
留下問卷和小冊子。





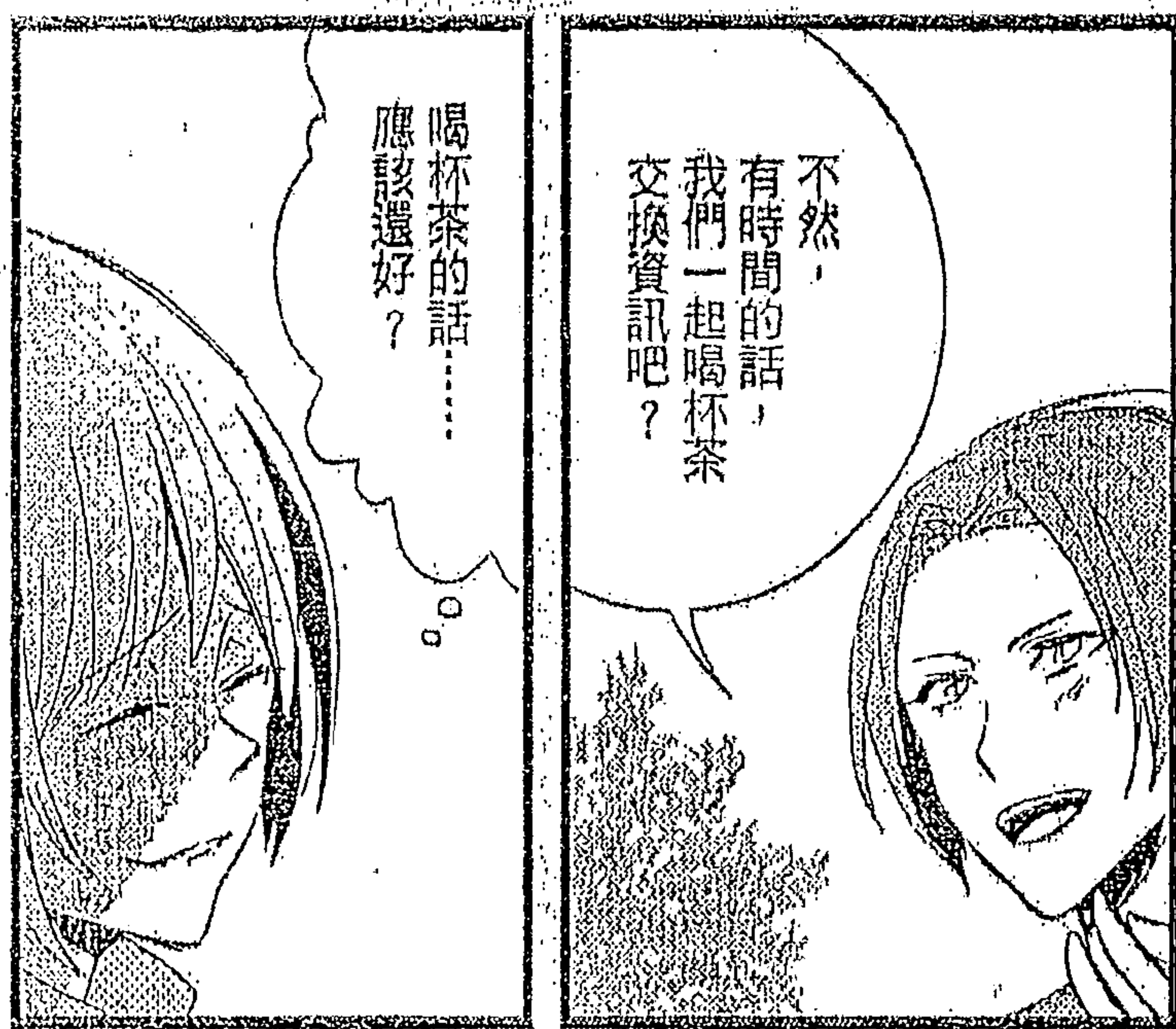
回報性原理／留面子效應

先提出不合理的要求，
之後你的要求，
大多會被接受。

向人拜託不易辦的事情時，所需要的並非誠意、笑容或跪地請求。當然這些可能也會有效，可是如果想要有效地運用有限的人生，白費力氣被拒絕實在很可惜。

讓對方陷於不得不接受請求的狀況，自己的要求就會過關。為此應該有效地利用心理學。

提出困難的請求時，稱為「留面



子效應」的心理手法非常有效。它另一個名稱是「讓步的請求法」，是業務員的慣用伎倆，相信許多人不止一次聽過這個名稱。

方法其實很簡單，首先在真正想拜託的事之前，先向對方提出難度更高、非常過分的要求。當然一定會被對方拒絕，這時稍微降低難度，或是提出難度較低的原本的請求。

例如，假設你無論如何也要向朋友借一百萬日圓。這不是隨隨便便能借給人的小數目。即使直接拜託也會被斷然拒絕。這時就要運用「留面子效應」。

首先拜託對方：「借我三百萬日圓」，這時當然會被拒絕，然後繼續



請求：「不然借我兩百萬日圓，不，一百萬日圓就好了……拜託了！」要降低難度一再懇求。

這項技巧之所以有效，是因為對方心中「回報性原理」的作用。從三百萬日圓減到兩百萬日圓，再降到一百萬日圓，這是央求者個人的事情，可是在對方眼中卻是「讓步」的行為。於是他會產生罪惡感，開始覺得：「他都這樣開口了，我也得回應一下。」

別人為我們做些什麼就要回禮——這種思想變成社會的規則滲透到我們的想法中，因而喚起這種心理作用。

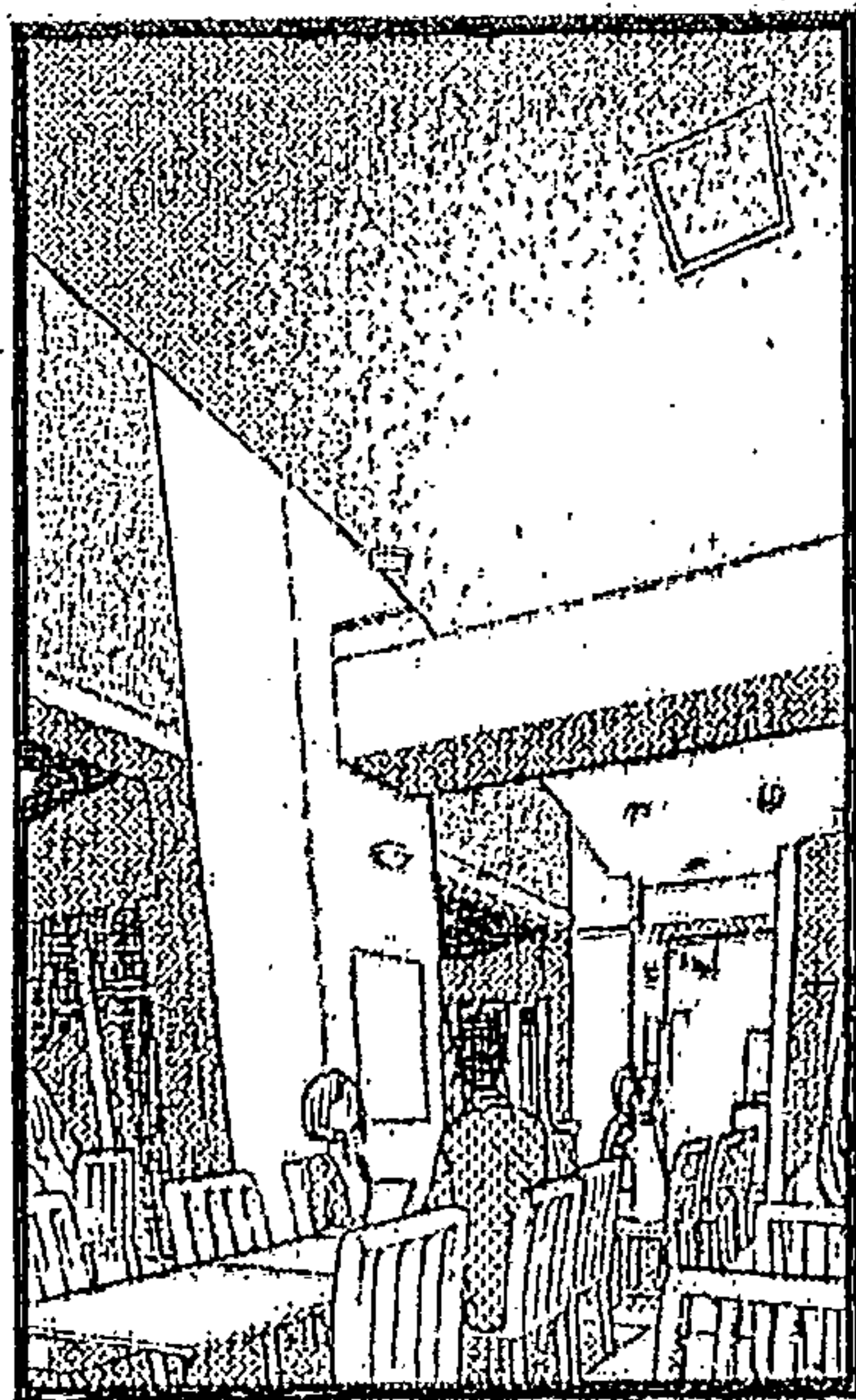
結果便引出這樣的回答：「既然

你有困難，那我就借你一百萬日圓。」

順帶一提，降低難度的第二個請求，理論上要在不合理的要求之後。隔了一段時間就會容易被拒絕，這點得注意。

中國圖書公司

負面框架



這是第2次
拜訪佐野系統

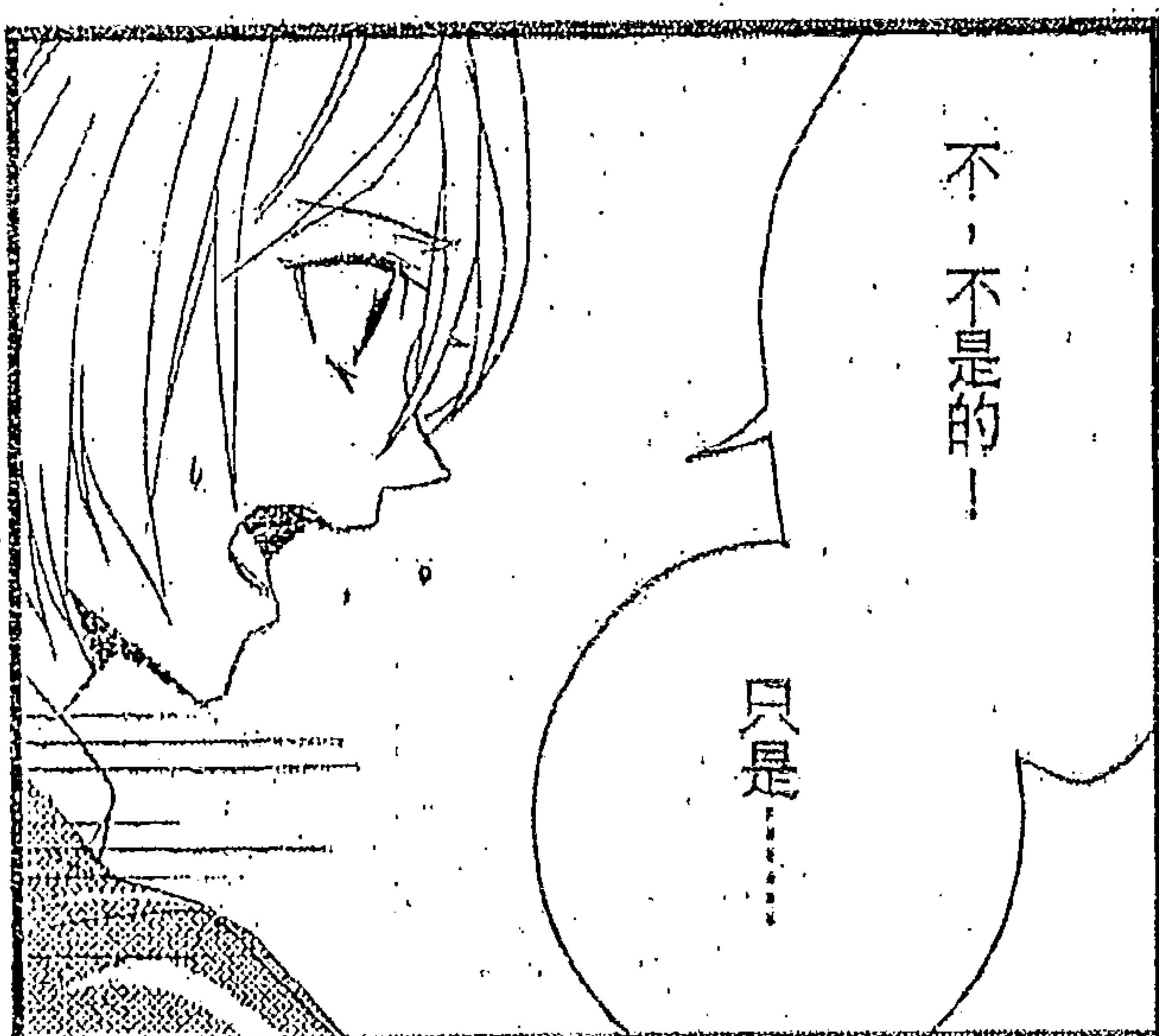


果然靠前輩的
心理技巧也很難
讓他們改變主意

喔



一開始妳說這是
詐騙，妳也總算
明白心理技巧的
功效啦？



不，不是的！

只是



並非全都
是不好的。

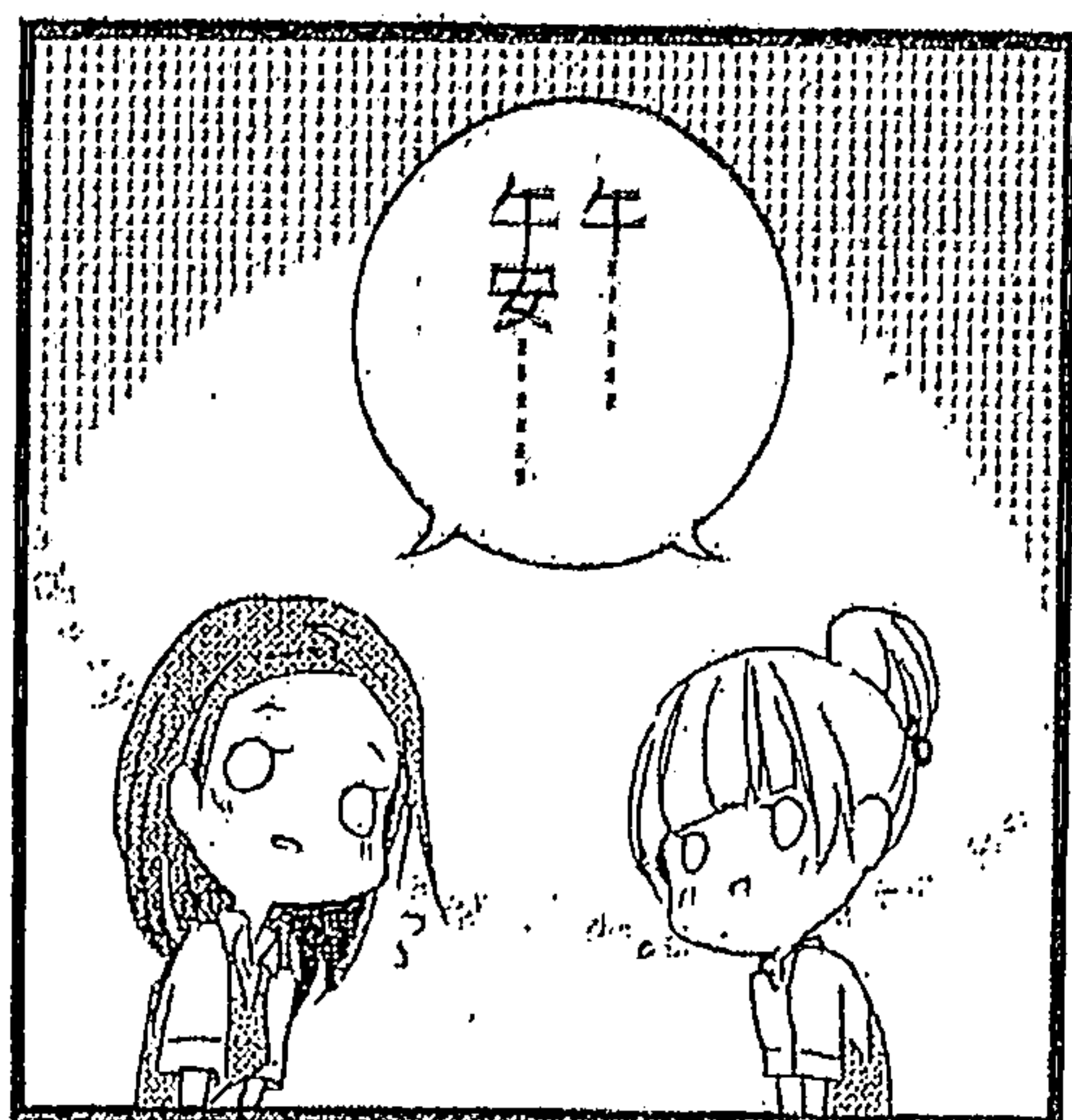
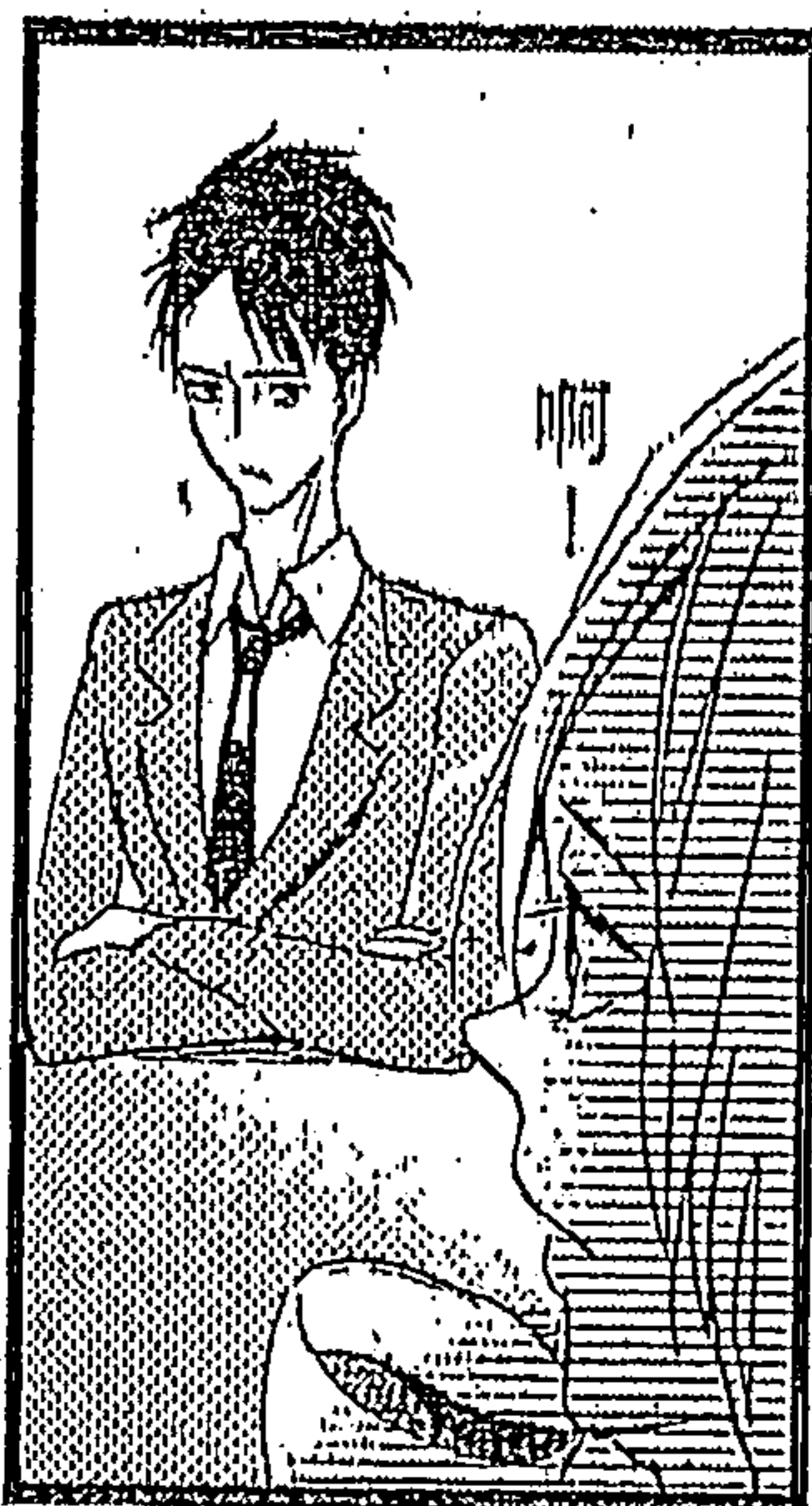
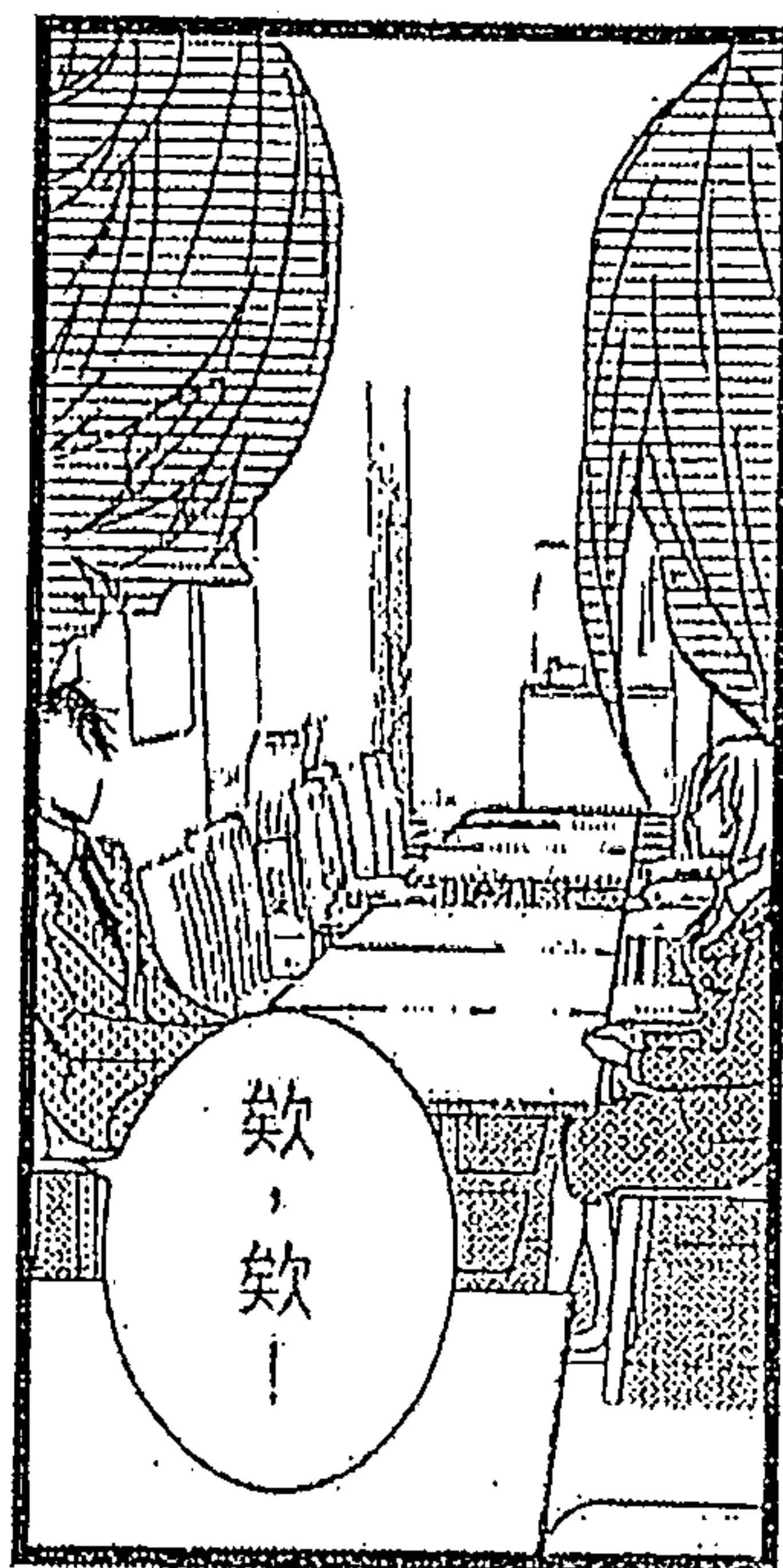
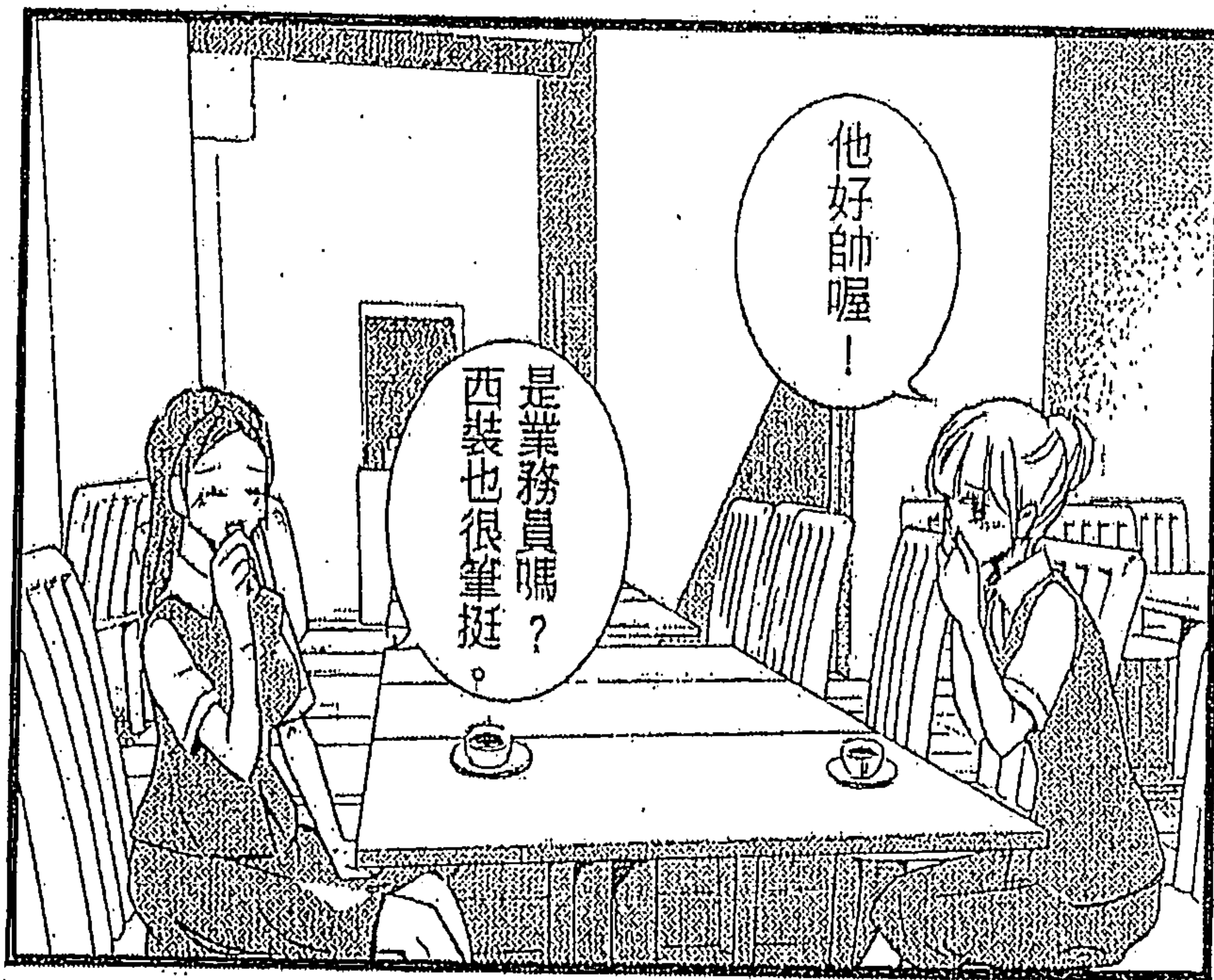
一開始
我就說啦！
真是的。

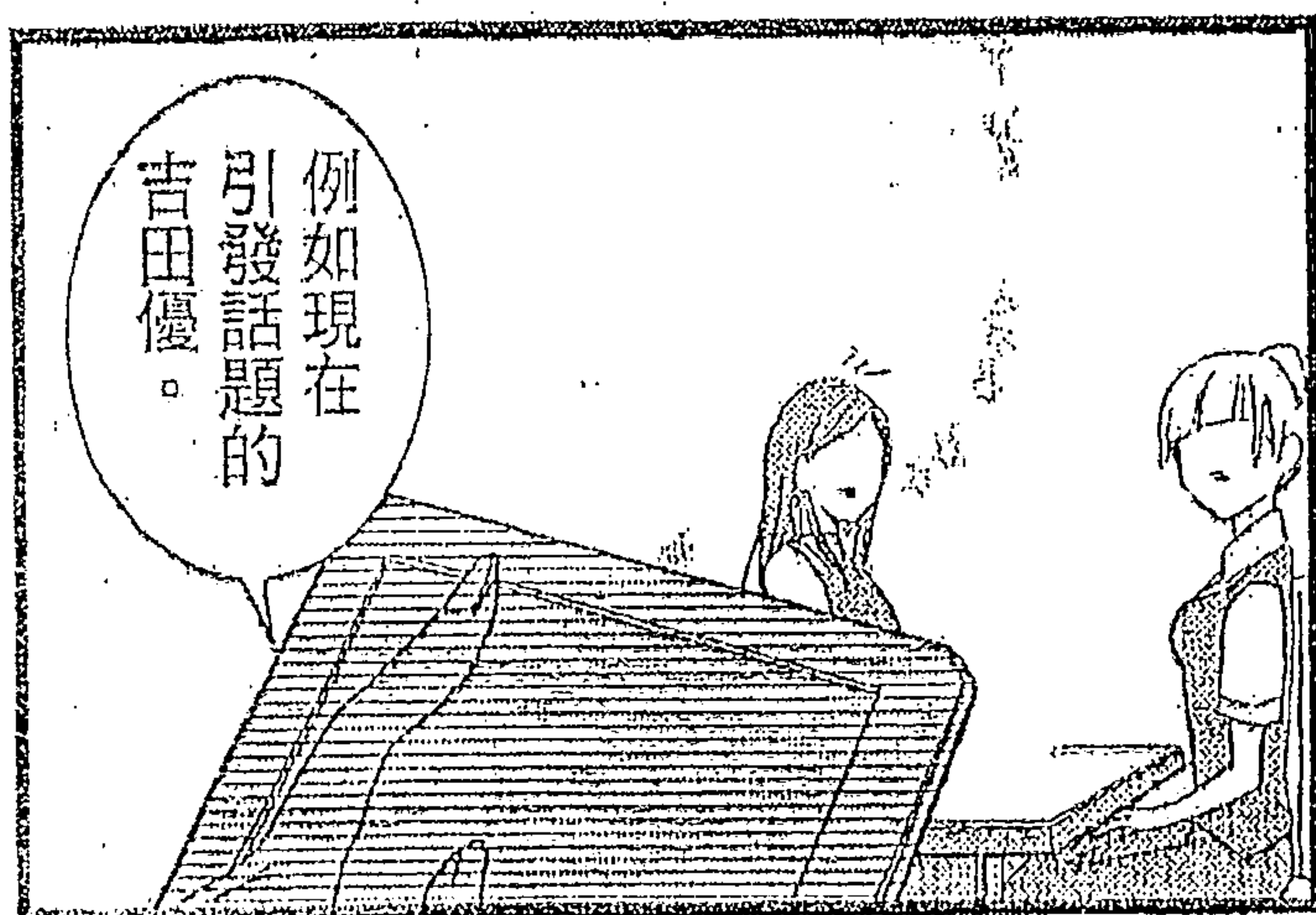
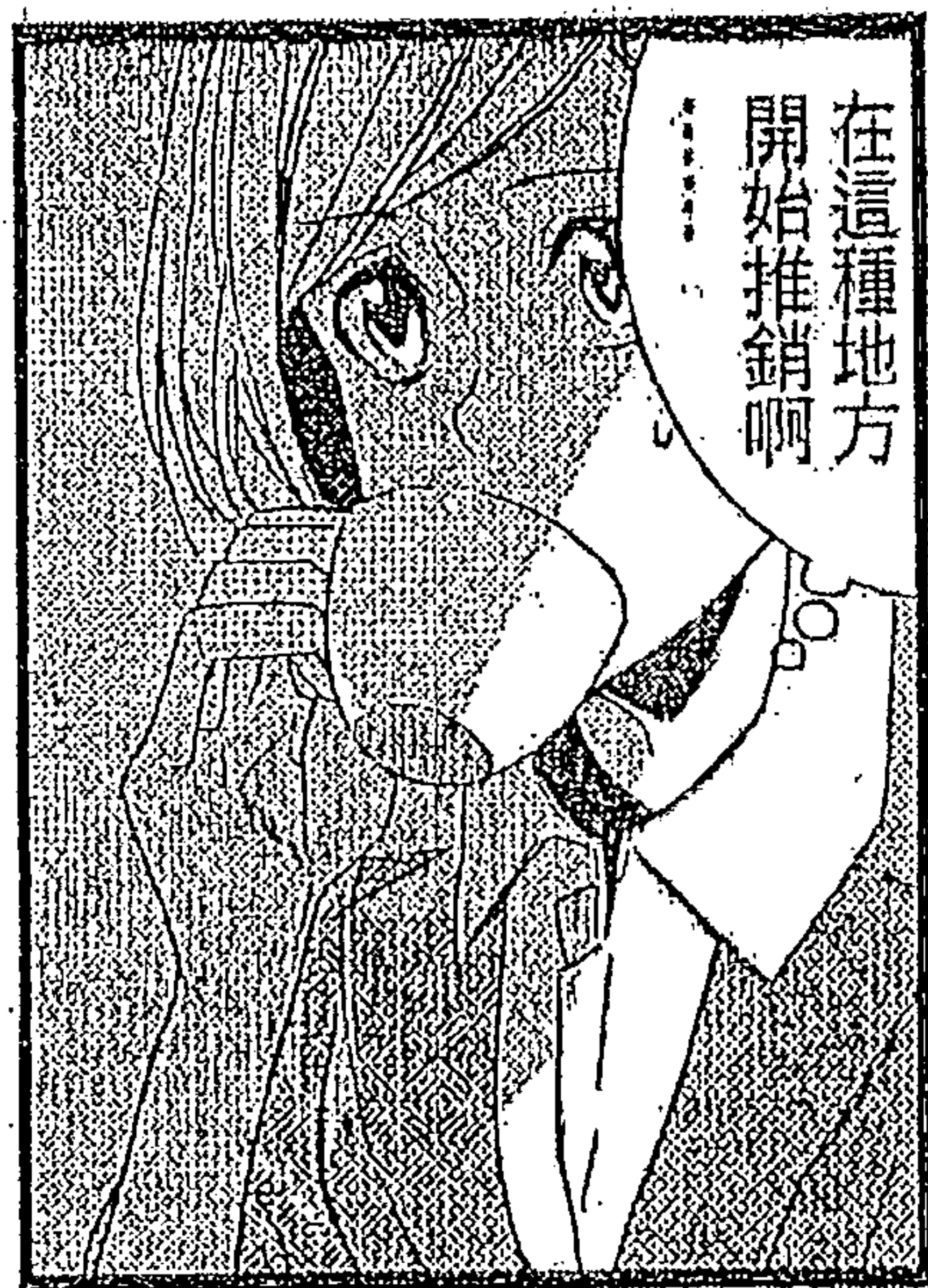


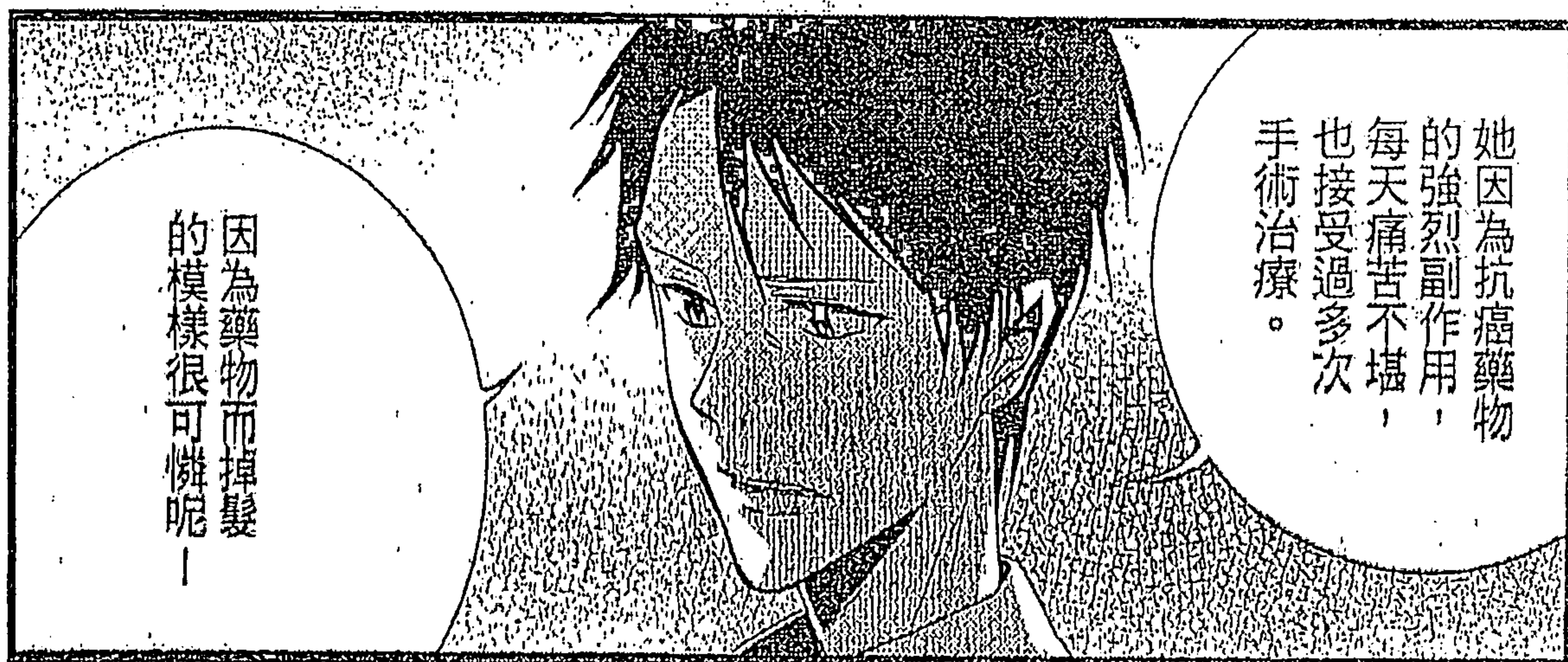
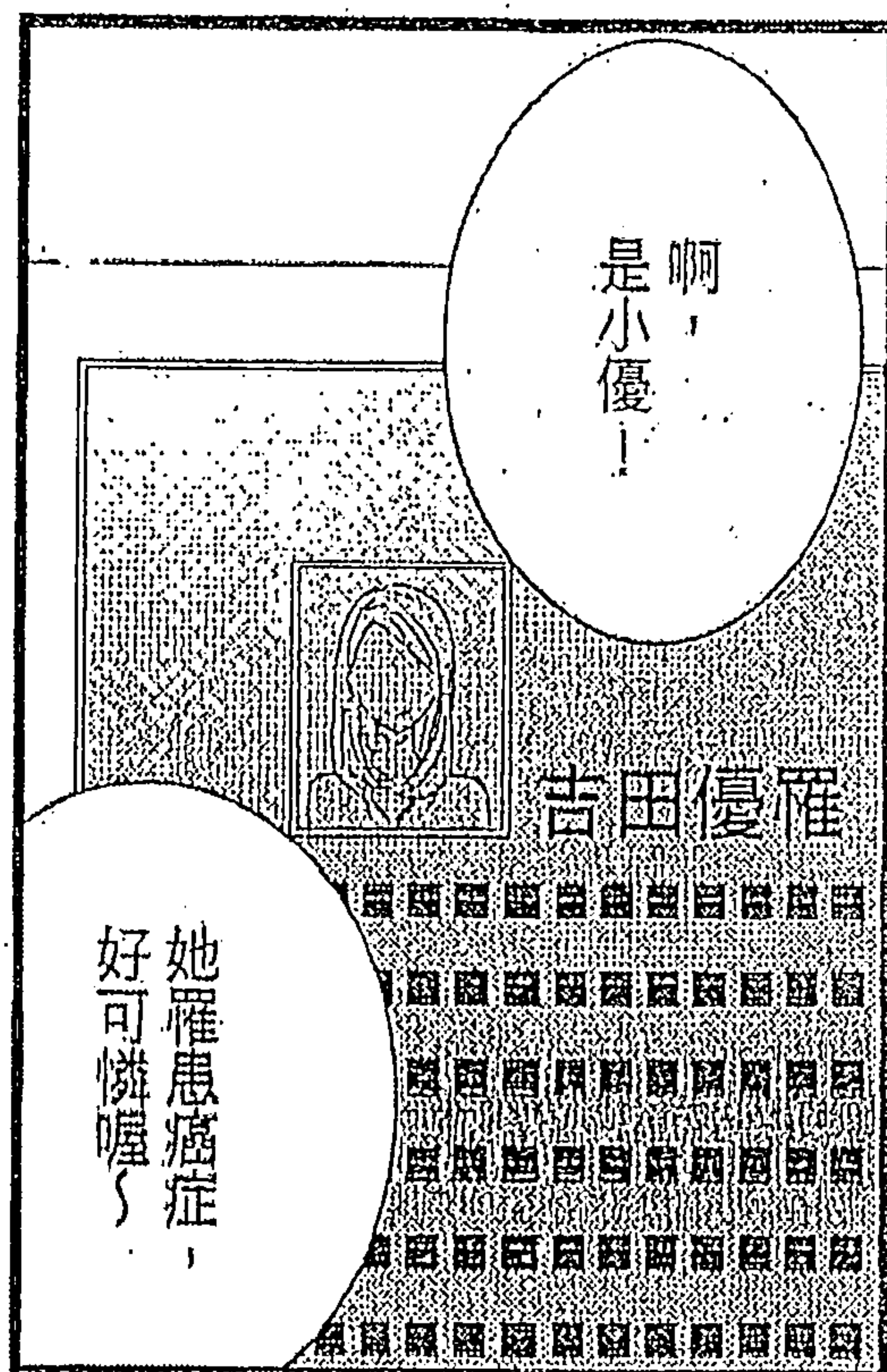
.....

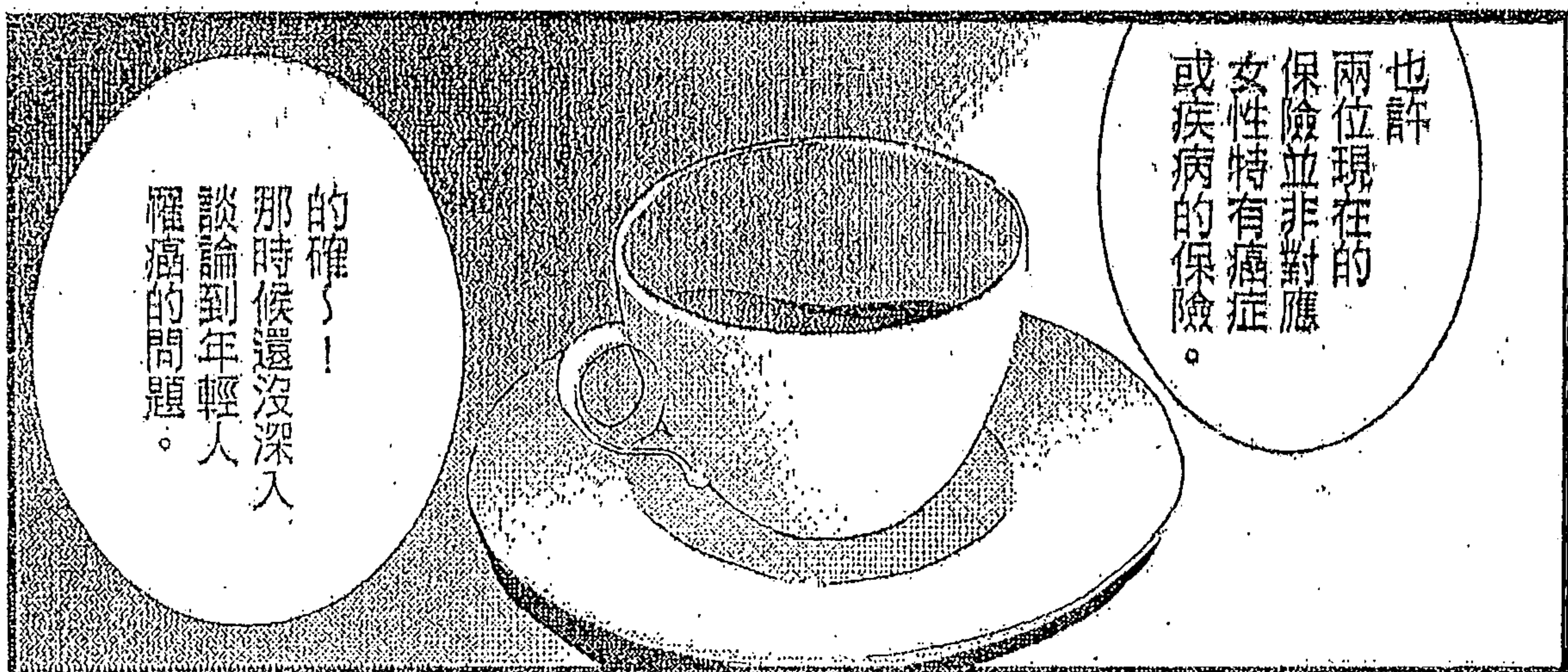
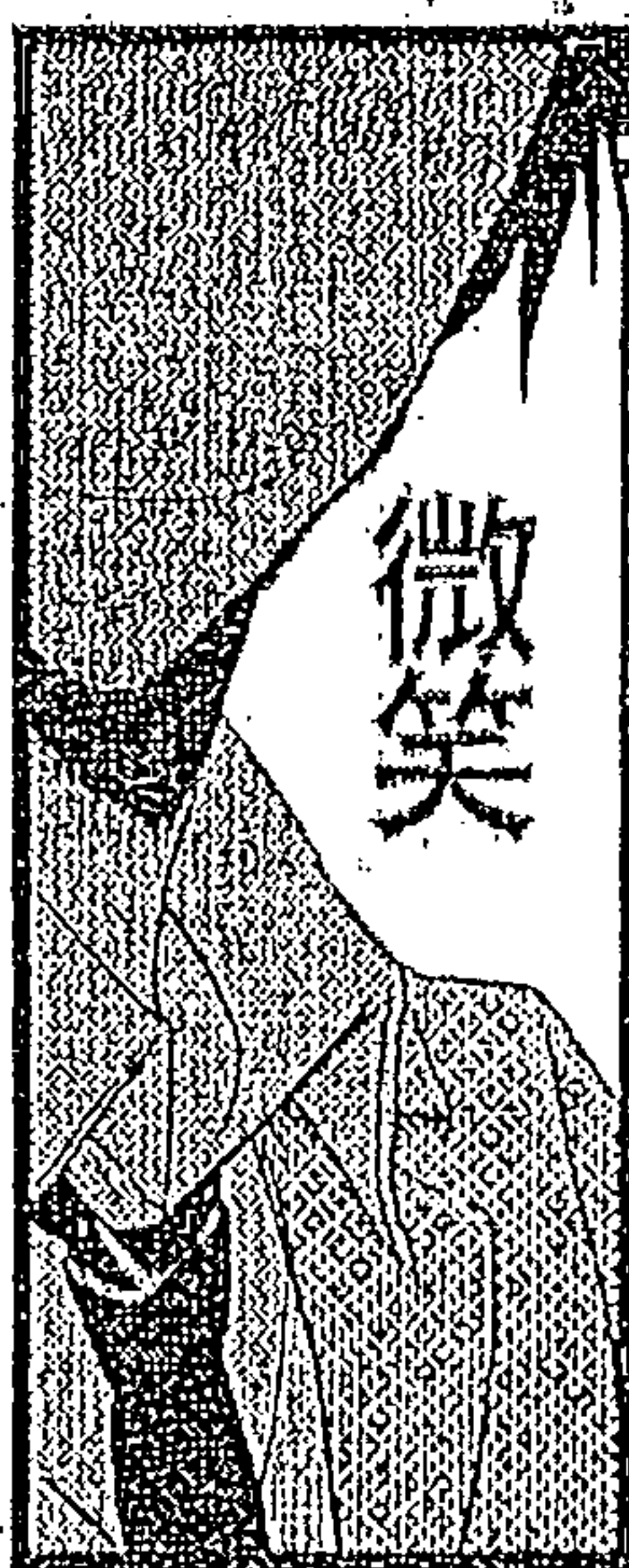
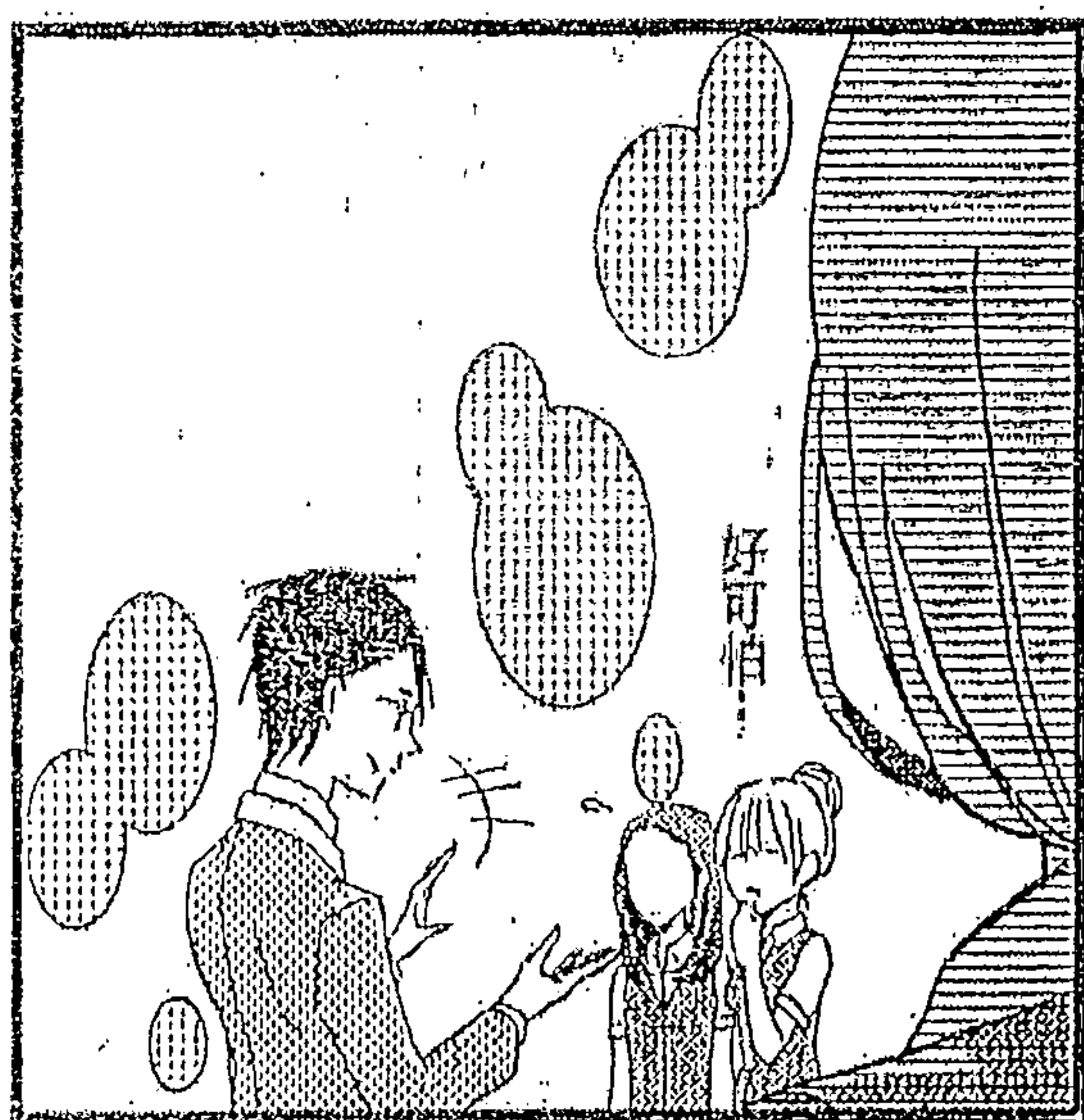
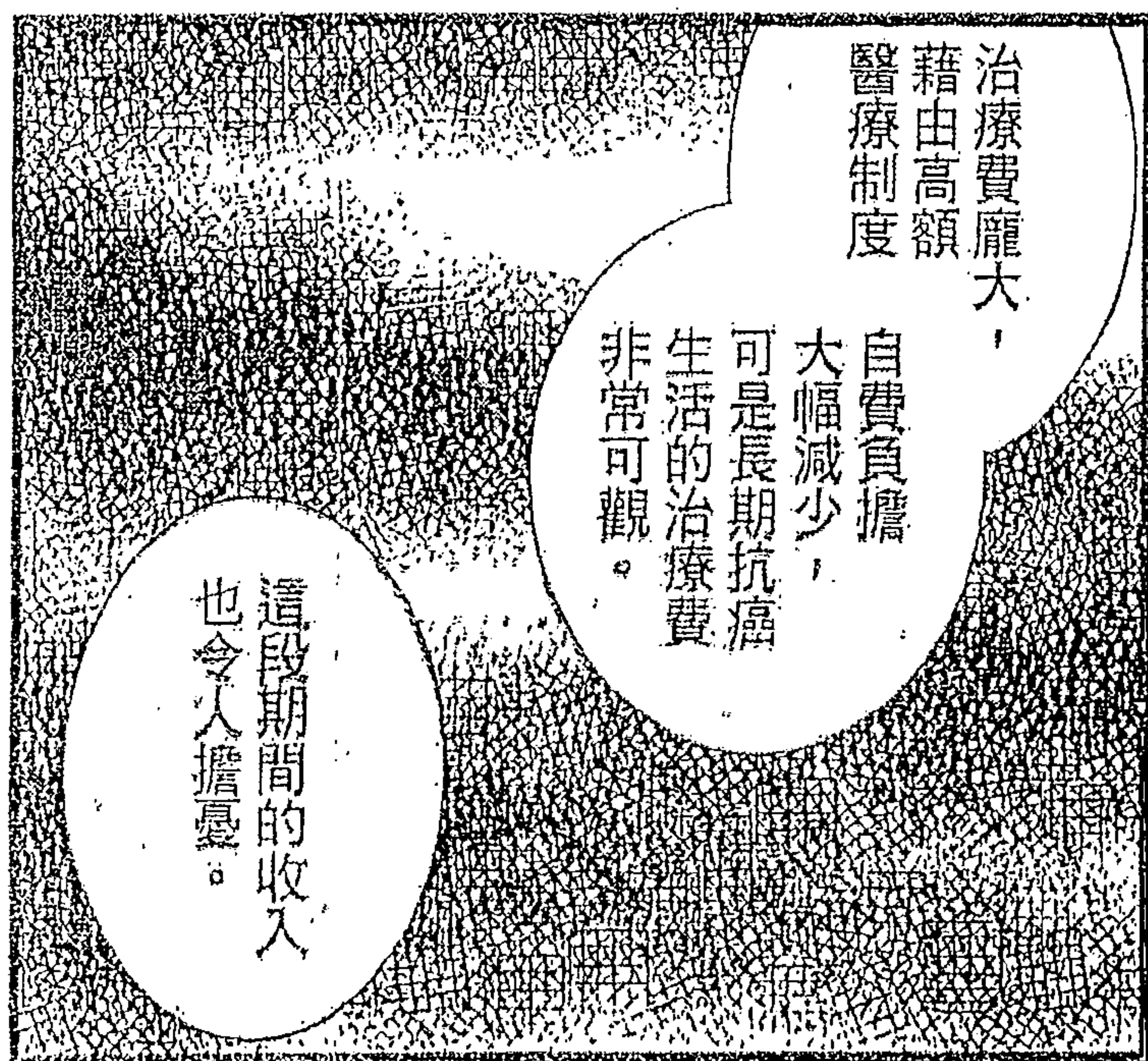


感覺妳還是
半信半疑呢！





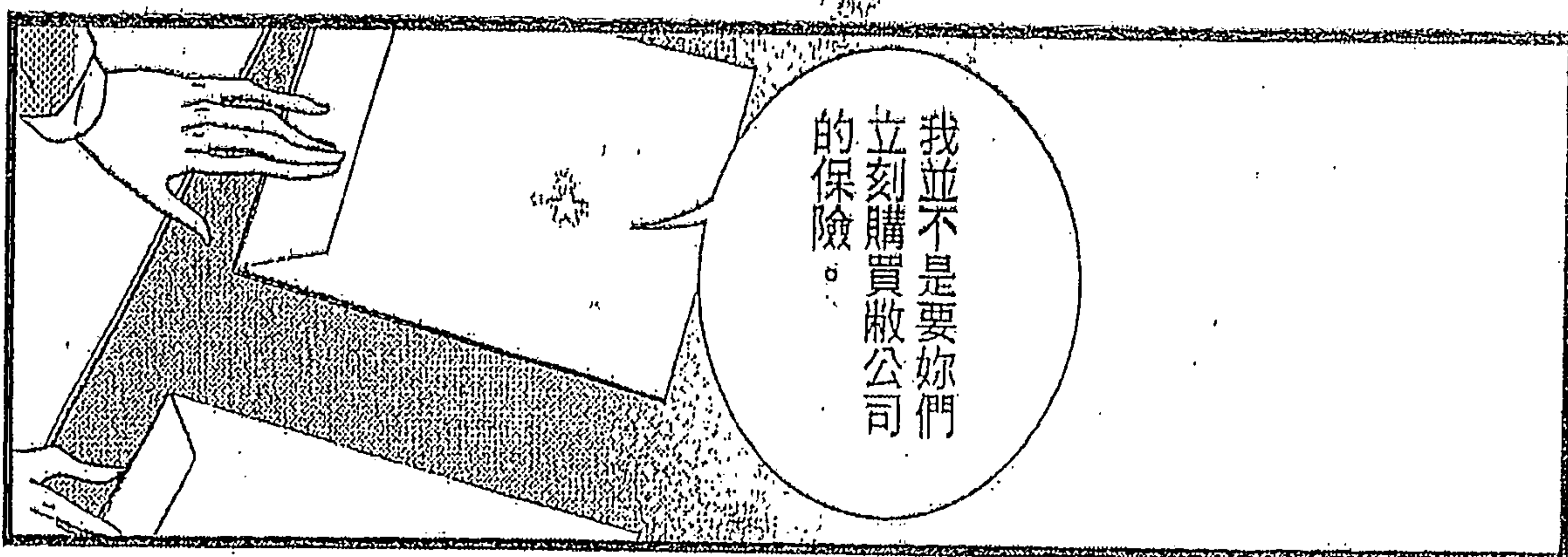
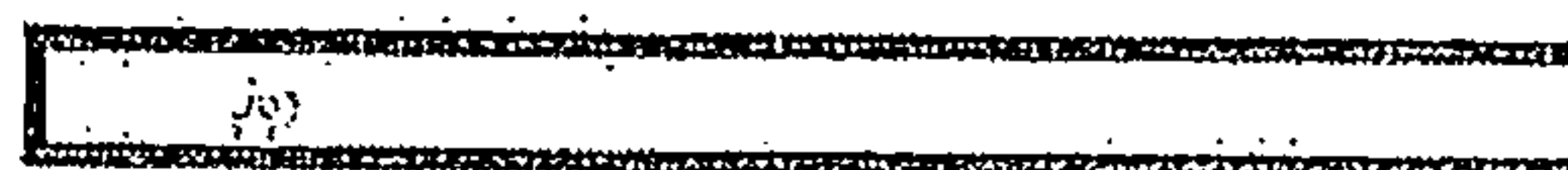
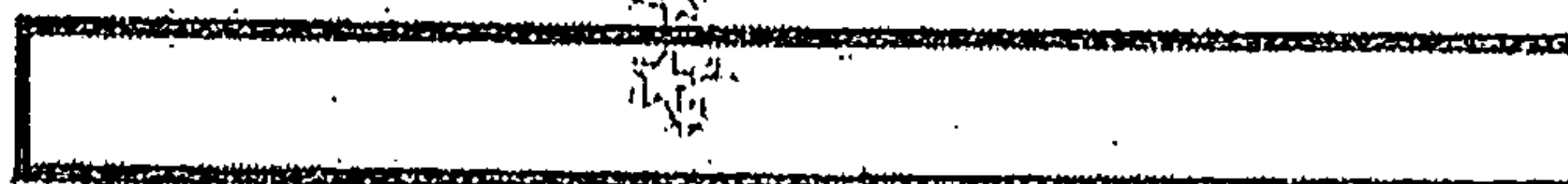
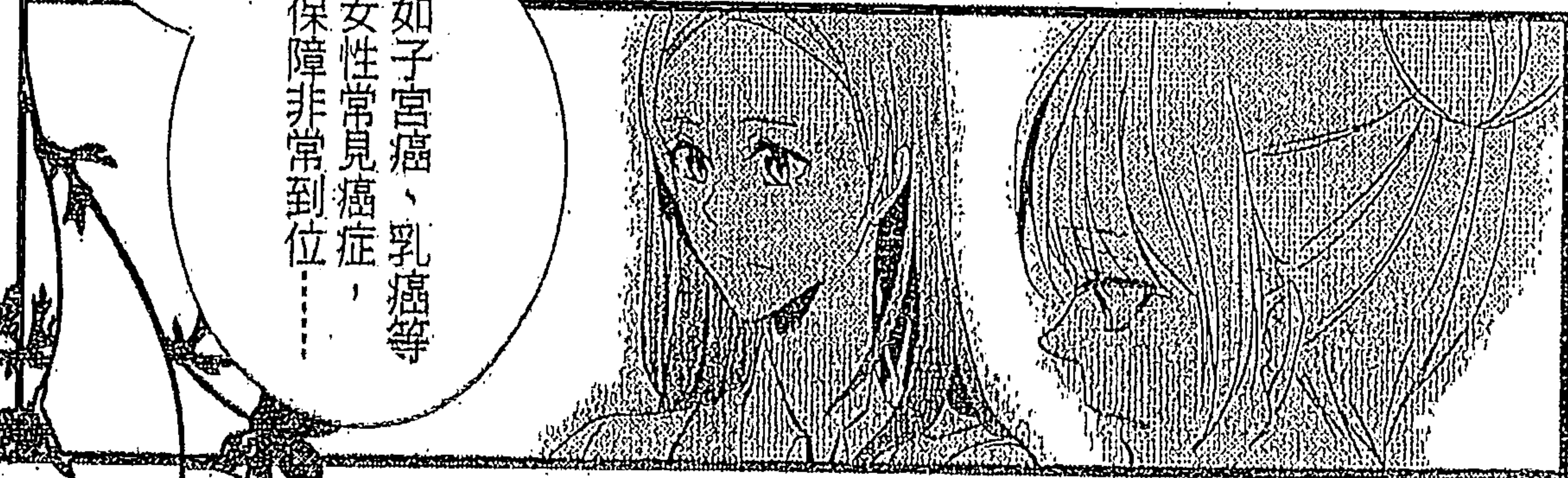






我推薦的
敝公司的保險方案
是為女性量身訂作
的終身保險，

如子宮癌、乳癌等
女性常見癌症，
保障非常到位……



剛才說明的保險
資料與契約書
都放在裡面。

請和妳們現在買的保險
仔細比較，如果覺得
敝公司的保險不錯，
再考慮看看。

好！

啊！
午休時間
要結束了。

非常感謝你！

不客氣！
請多多指教。

喀啾
喀啾

謝謝光臨

厲害……

嗯，
十之八九
會成交吧？

知道剛才我
「哪種技巧嗎？」

提出了罹癌時
體與經濟上
常嚴重的一面。

喔

唔
唔。

妳似乎
有點明白了。

沒錯，就是
負面框架。

提出事情不好的
一面，加以說服
的心理技巧。

要徹底地洗腦對方！
假如沒有買這份保險，
後果會有多麼可怕。

相反的正面框架
則是以事情好的
一面來脫服的
心理技巧。

像是反覆說明
買了保險對他
多麼有幫助。

原來如此……

嗯！
要按照場合與
對象靈活運用。

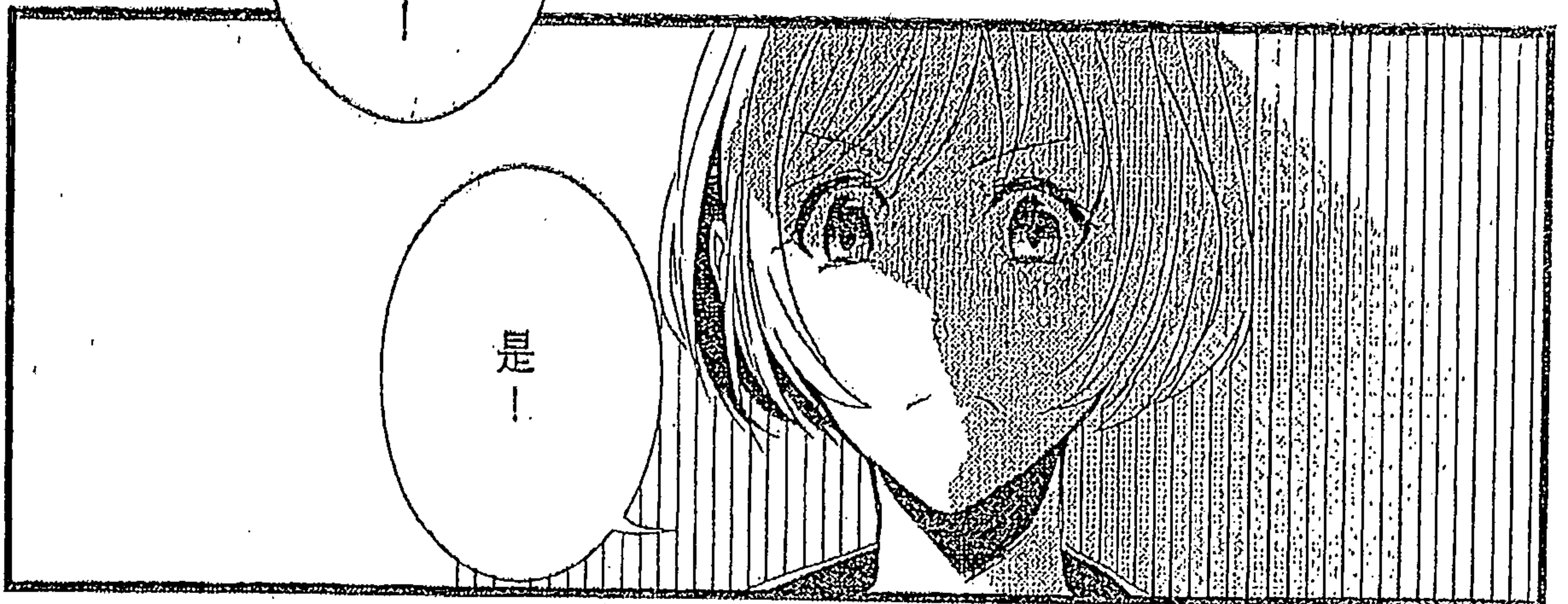
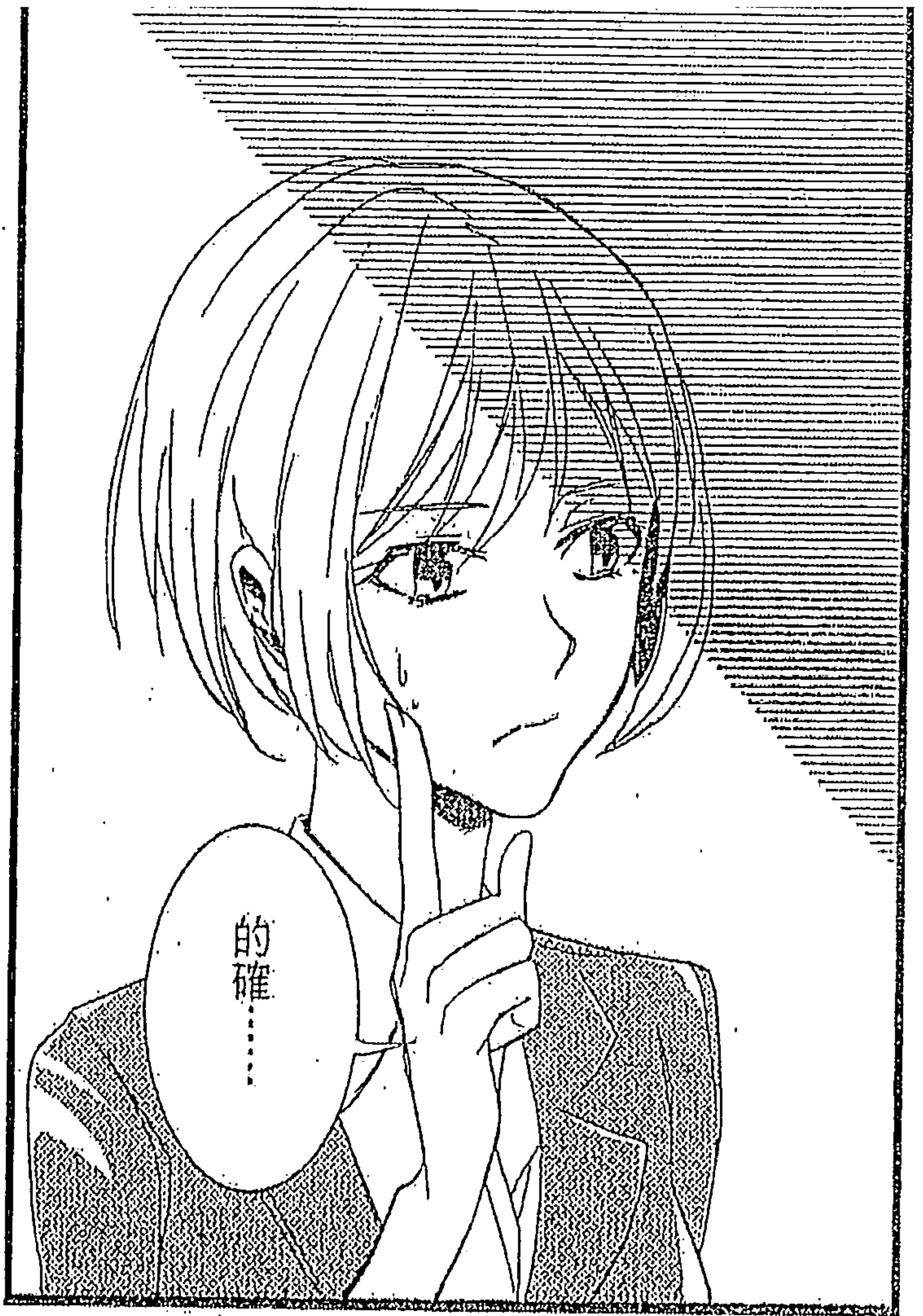
像剛才的場面，
我想她們從很多
地方看到吉田優
悲慘的模樣，
所以判斷負面框架
一定有效。

她們當然明白
重新檢視人壽保險
會比較好。

他好帥喔！

對啊

重新檢視後
改買我們的保險
也是為了她們好。



7 負面框架

煽動客戶的恐懼感，就能輕鬆成交

在商場上，每天都進行著各種商業活動。即使再好的產品與服務，如果沒打開知名度，就不會有人購買。正因如此，業務員每天都積極地跑業務。那麼，在心理學上是否有絕對有效的推銷方法呢？

雖然有各種手法，但最有效的是利用「恐懼」的心理。例如不說「改善高血壓就會身體健康」，改成「高血壓會引起動脈硬化，提高死亡率

率」，這種說服法的效果更佳。

這種從反面提出訴求的方式稱為「負面框架」。

比起正面的內容，人們原本就傾向於關注負面的內容。從大腦的機制來看，接收負面訊息會刺激壓力迴路，於是分泌正腎上腺素。正腎上腺素會喚起興奮狀態，促進集中力，因此更容易吸收負面訊息。而這也是負面訊息具有強烈效果的原因。

為了有效運用「負面框架」，必須利用恐懼感將負面訊息灌輸給對方。以下依序說明：

①讓對方感到害怕

徹底灌輸對方若不購買產品損失會有多大，將會承擔不利後果，讓對方感到害怕。

②教導逃離恐懼的手段

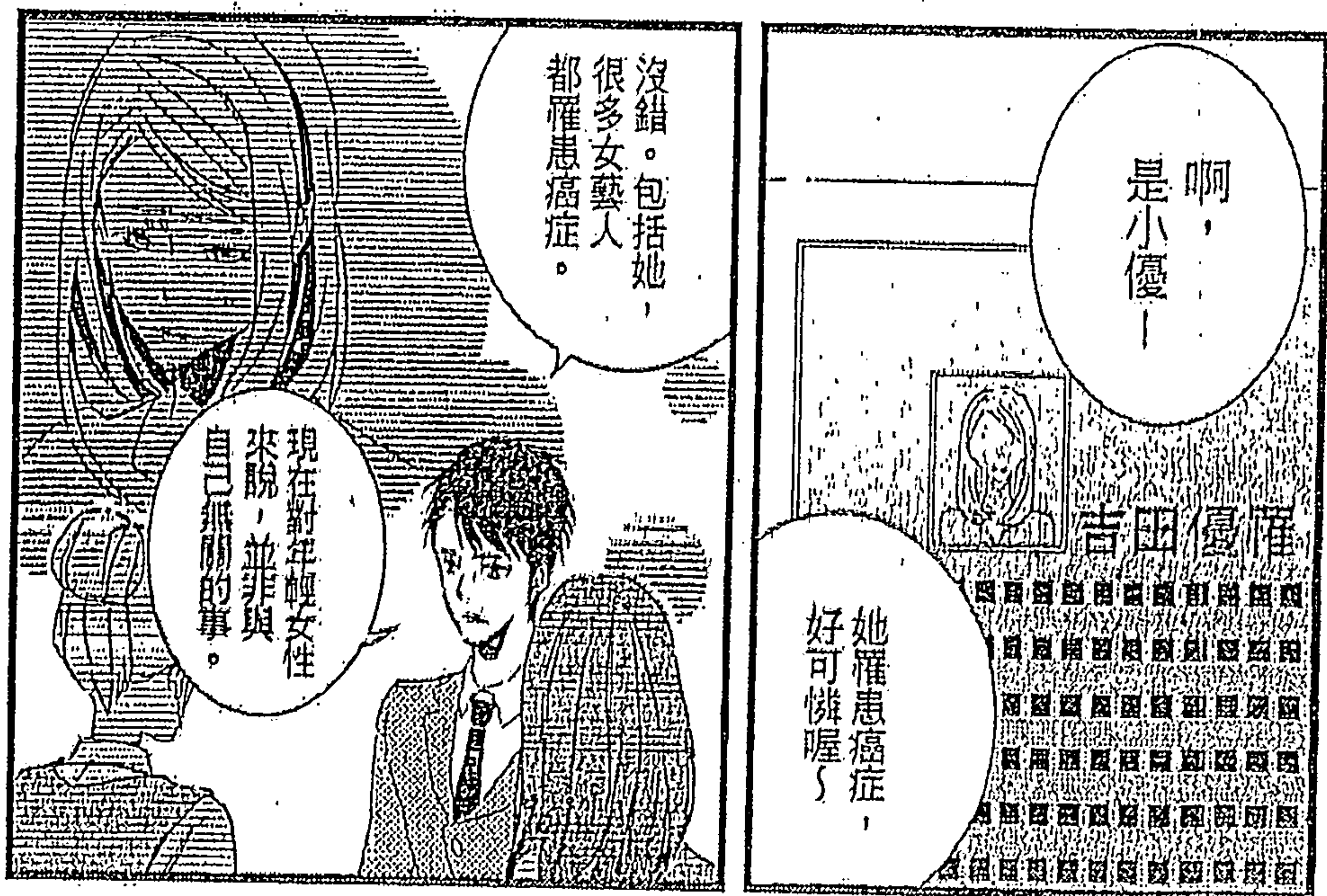
告訴對方有這項產品，可以避免在①灌輸的損失。

③讓對方認清減輕恐懼的效果

告訴對方這項產品能帶來哪些效果。不妨舉出使用前後的具體實例與數據、圖片、「顧客意見」與口碑。

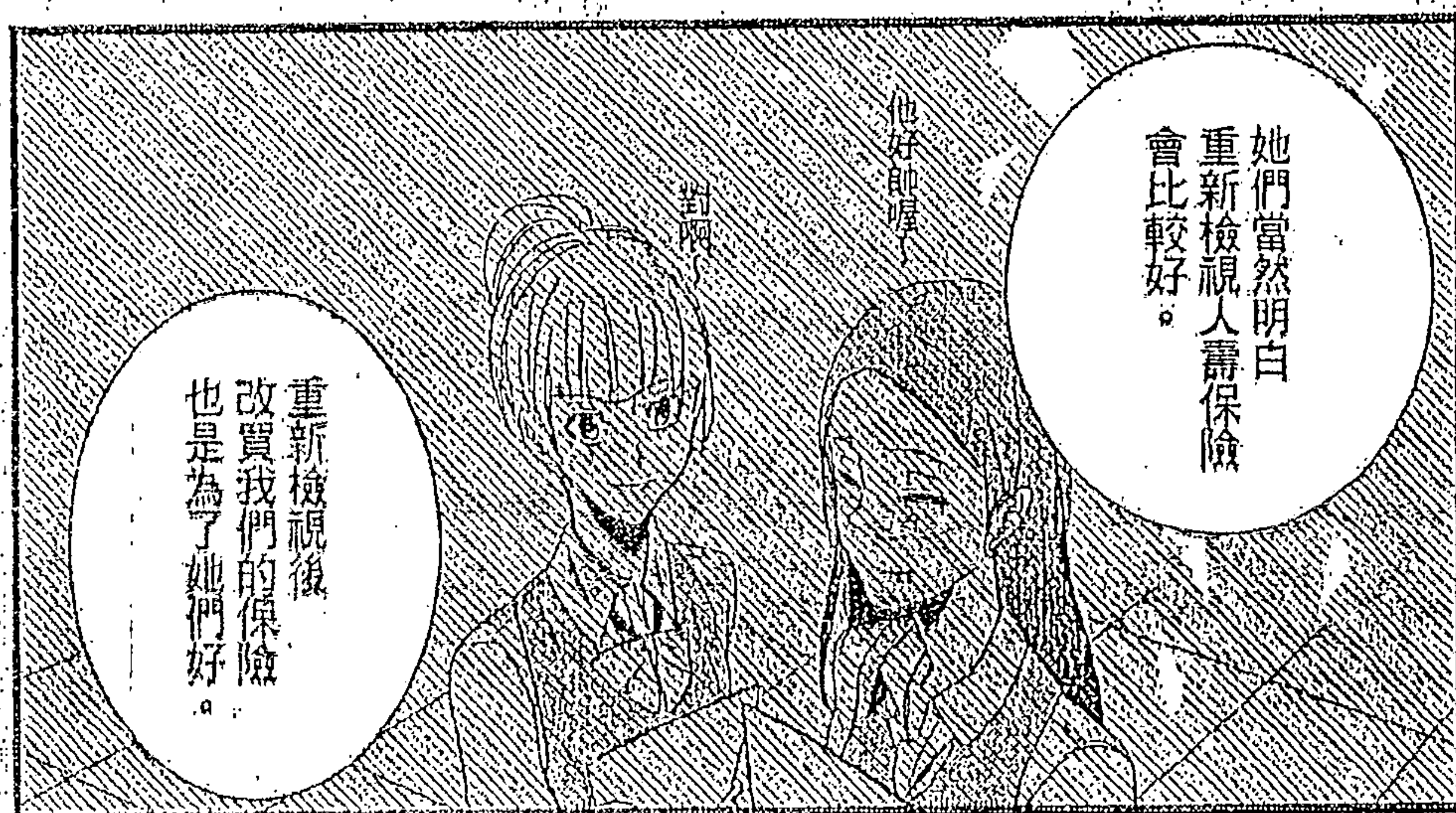
④讓對方相信能夠實行

「原本定價○○日圓，現在只要



「××日圓」，「相當於每天1罐咖啡的支出」，提出容易被接受的金額，對方便會思考：「那我也負擔得起。」

不順利、痛苦、損失或落後於人……人都是害怕不利，會去思考如何避免的動物。若能善用恐懼感，你想推銷的產品一定能順利銷售。



三定理論／反差效應

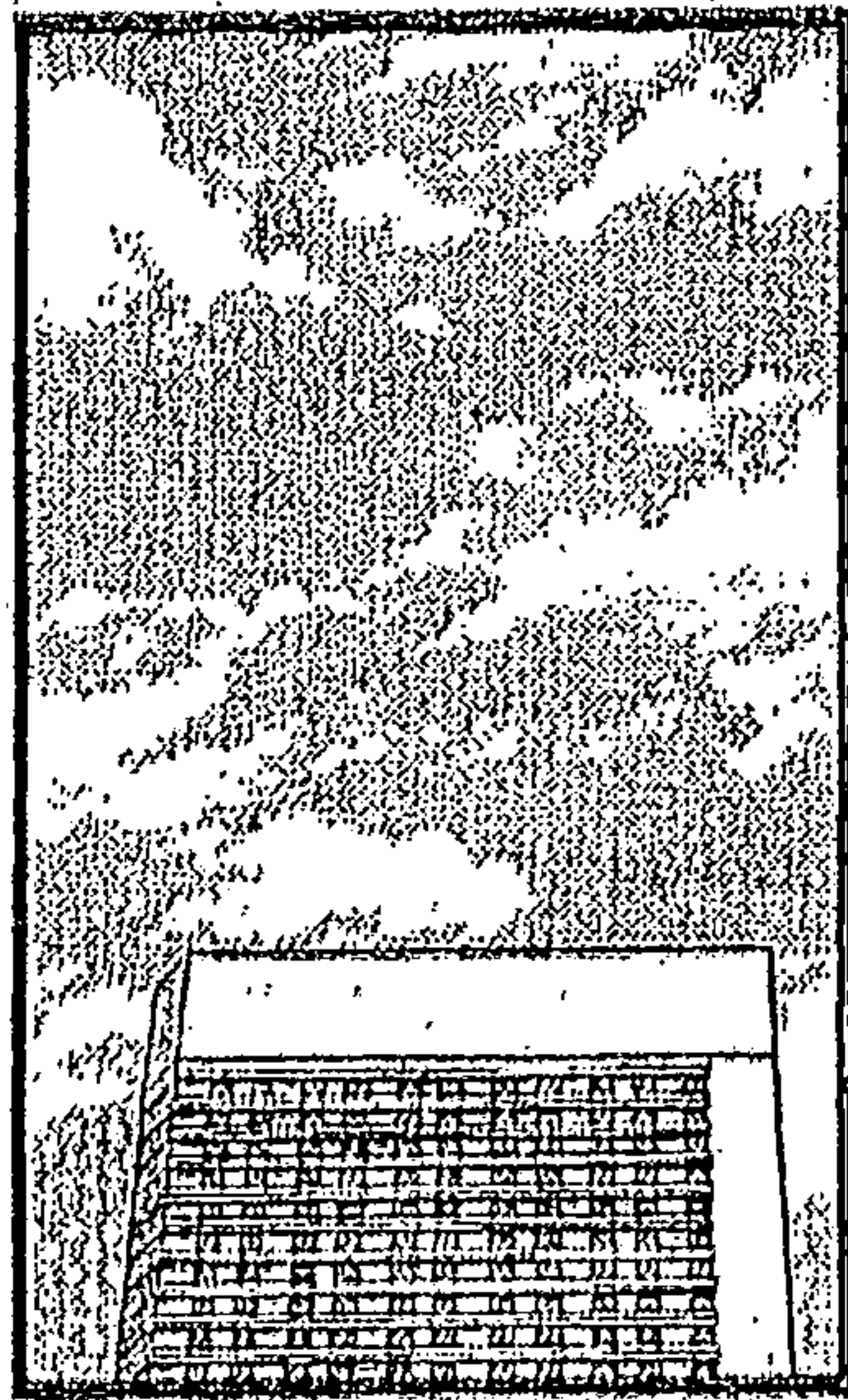


三定理論。

三定理論？



聽好了，
這次我要先解說
心理技巧。



沒錯。
人見面3次，
印象就會固定。

噢！



之前你說
「見面後5秒
便會決定印象」。

妳記性不錯呢！
那是初始效應。

的確最深刻的
印象是第一印象。

對照之下，
我們給人的
第一印象不算好。

虎威人壽
和我們往來
很久了。

我還是覺得
沒必要從虎威人壽
換成你們公司。

佐野系統
接待室——

沒錯。

可是第一印象
太差，仍然
有辦法挽回。

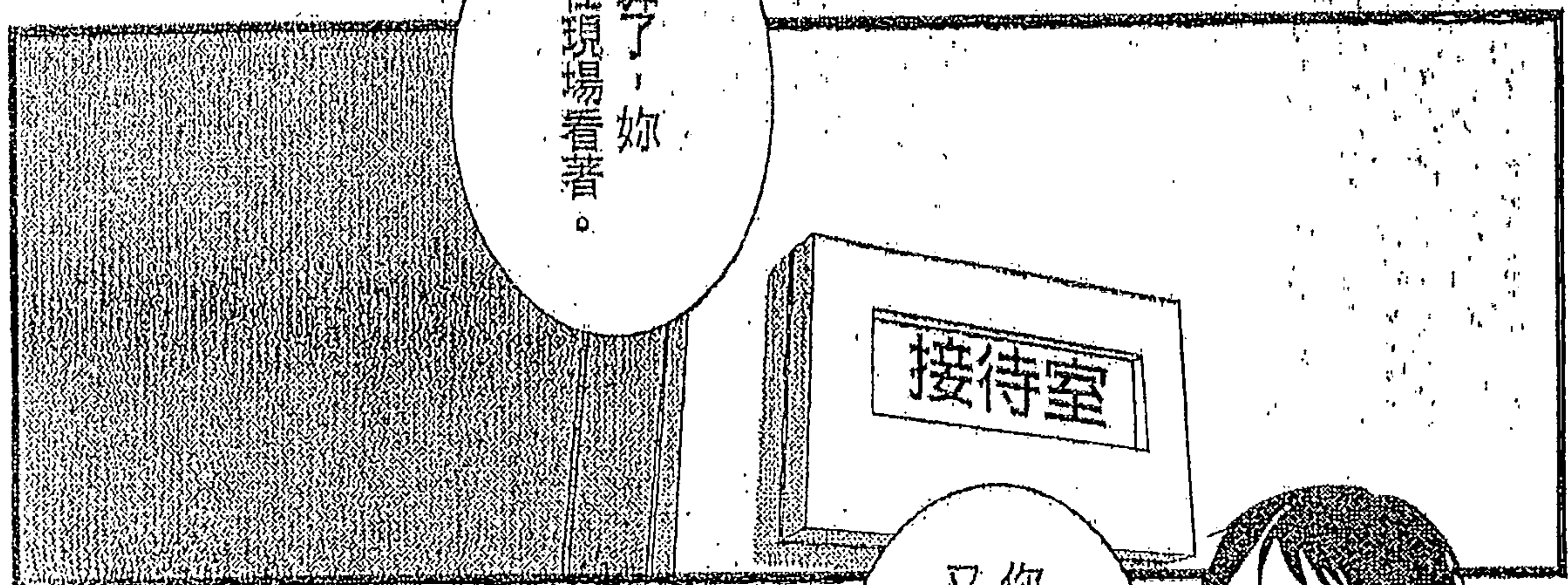
但是，

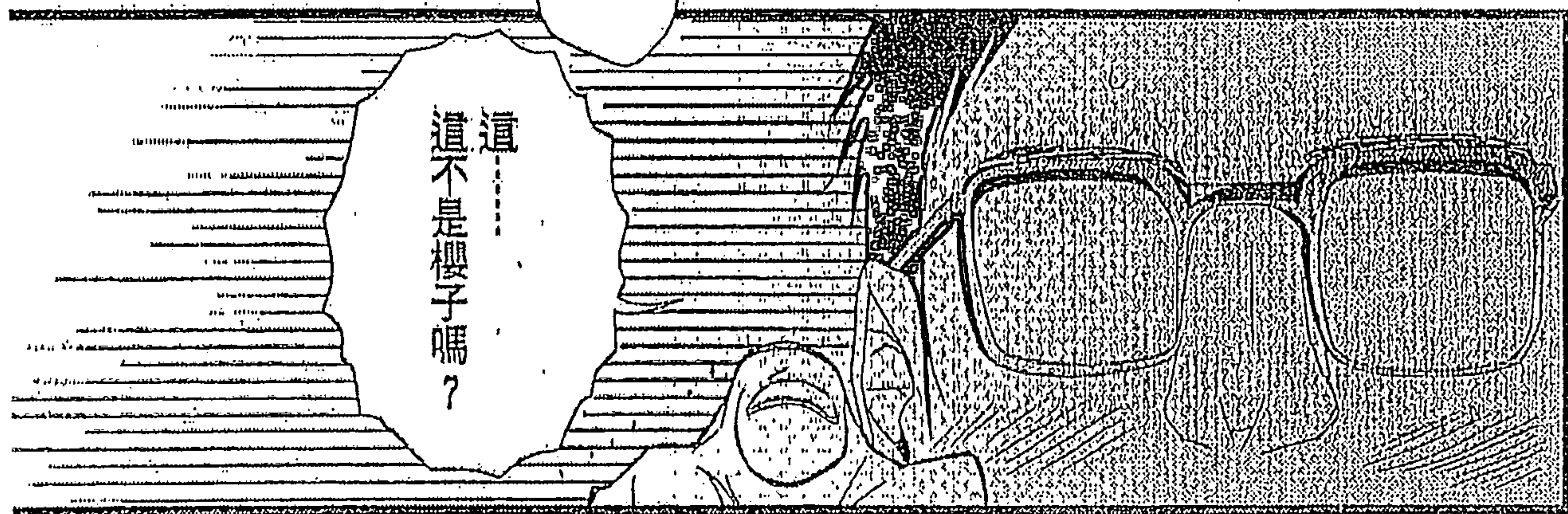
在第3次見面時
會確認之前的印象，
便無法挽回……
換句話說，
今天第2次見面
就是關鍵。

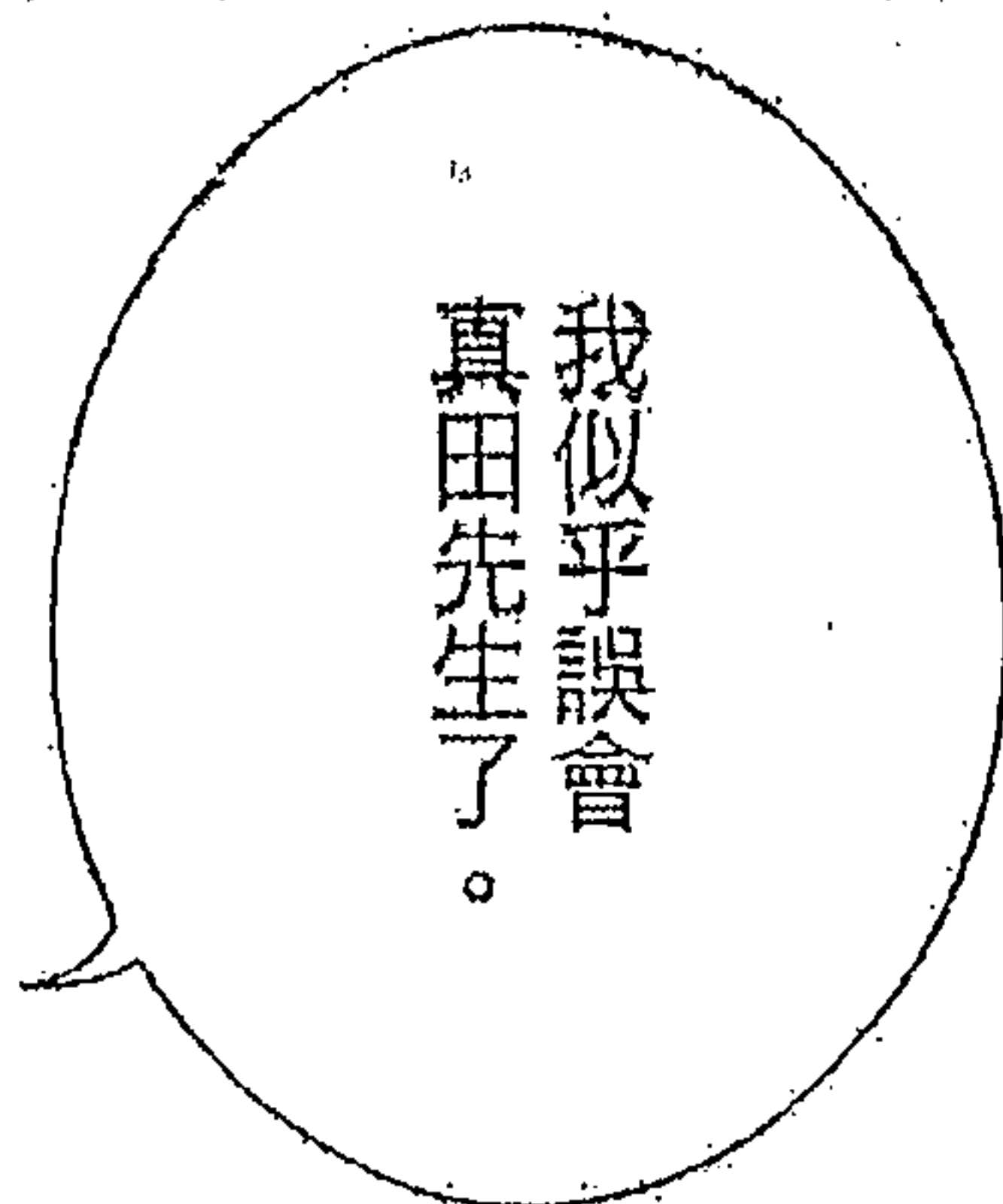
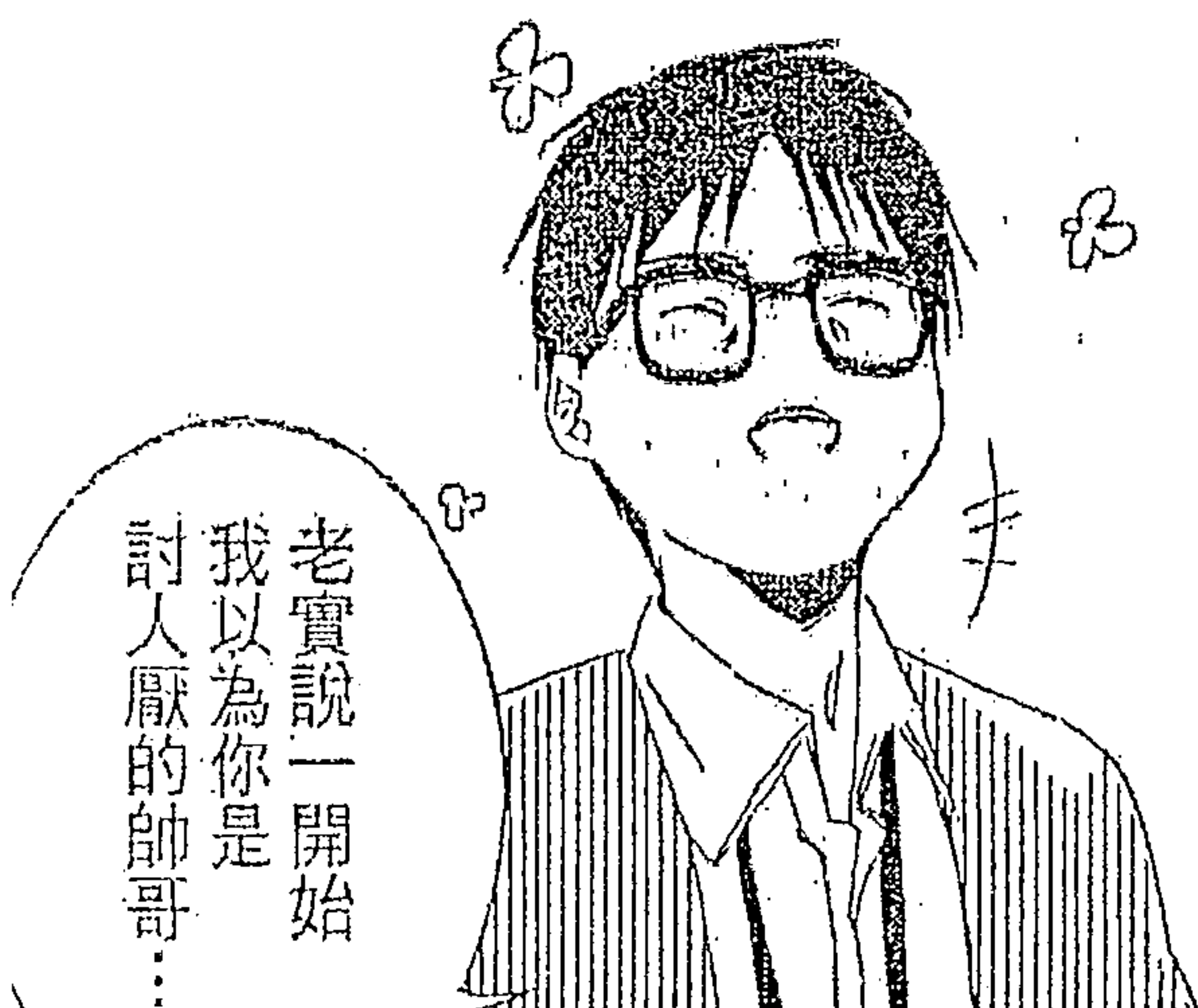
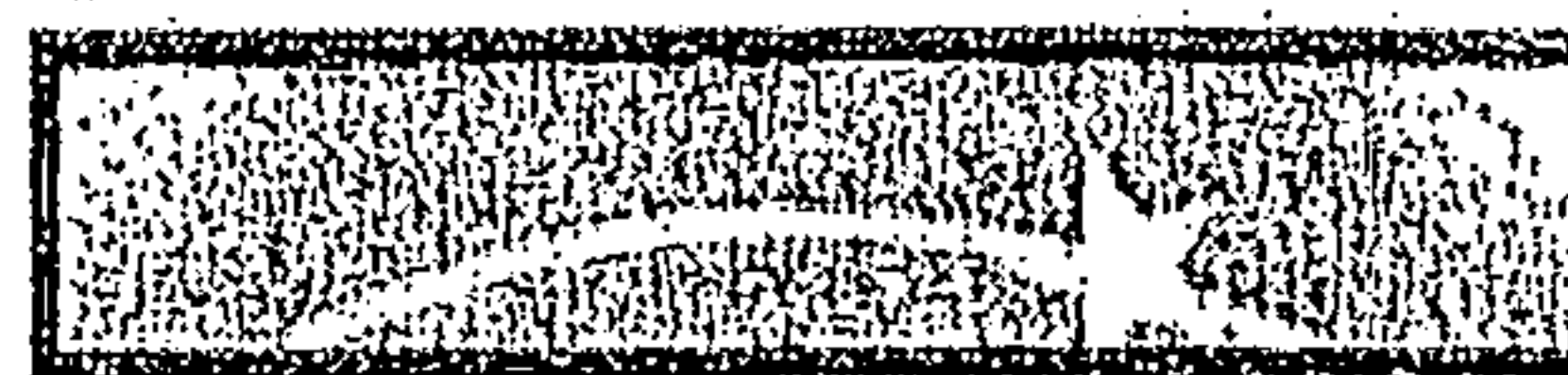
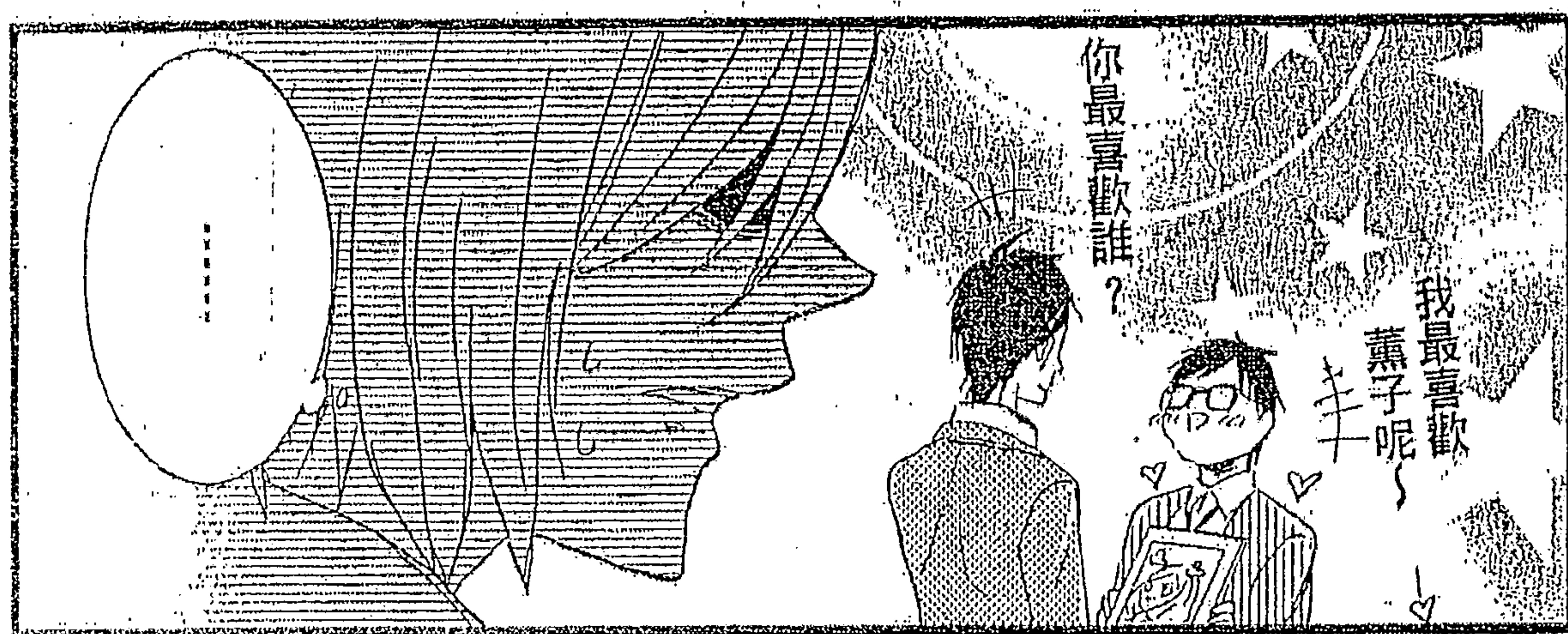
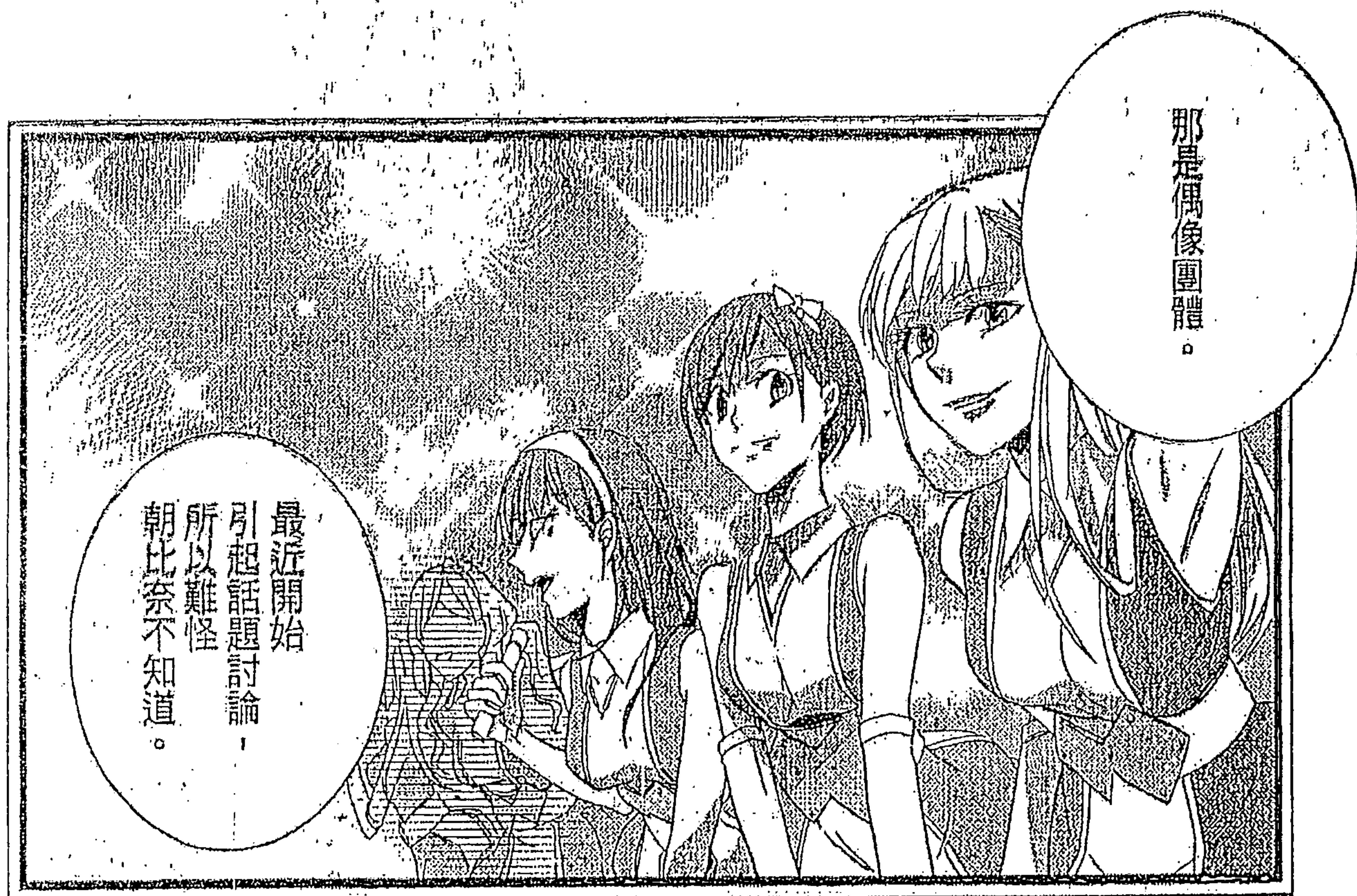
該怎麼
挽回？

拿出

反差效應。









我哪是什麼帥哥！

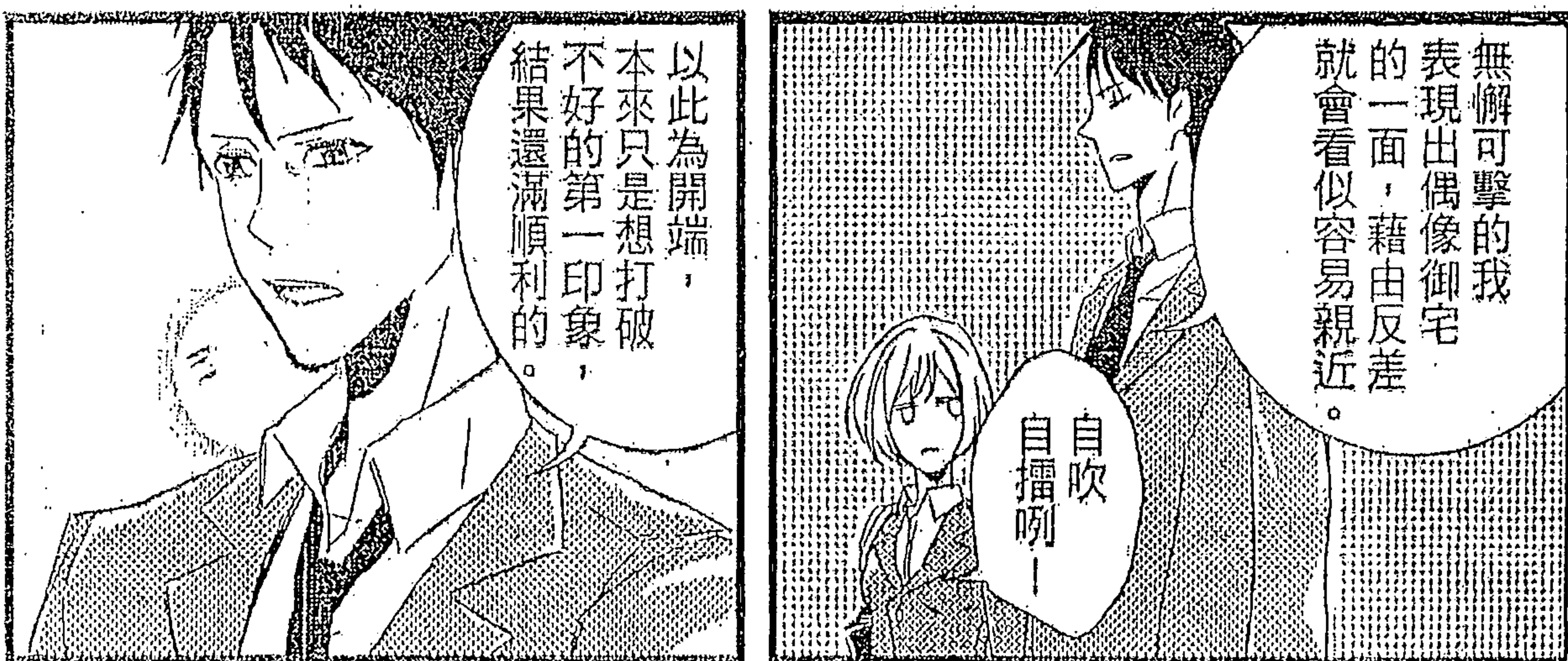
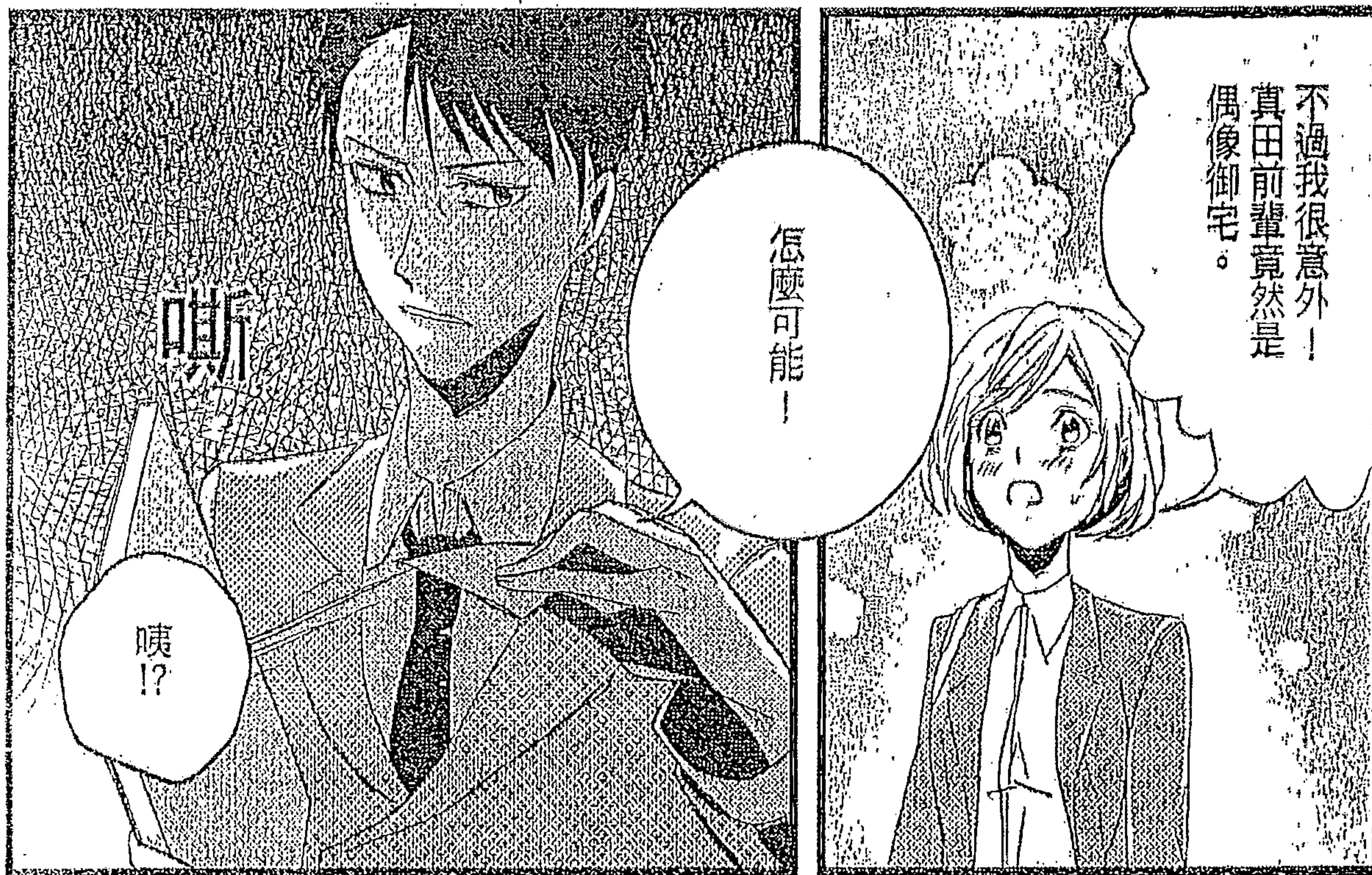
……

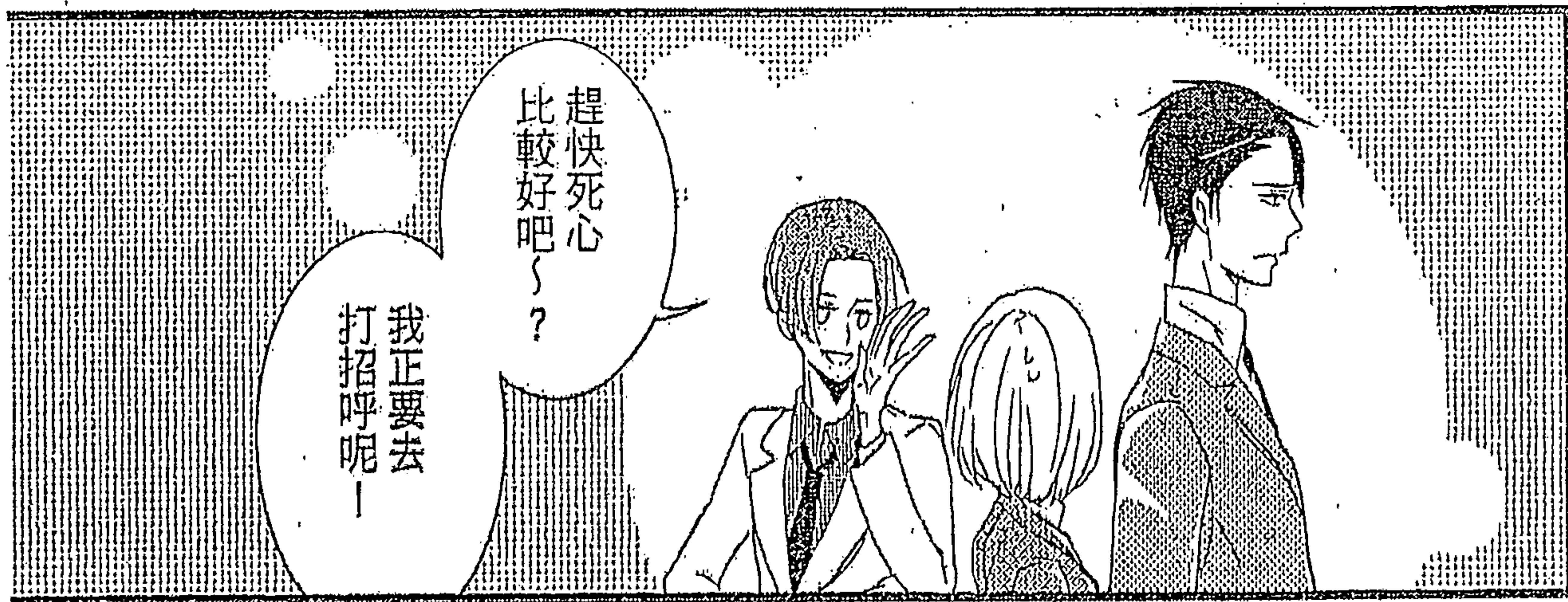
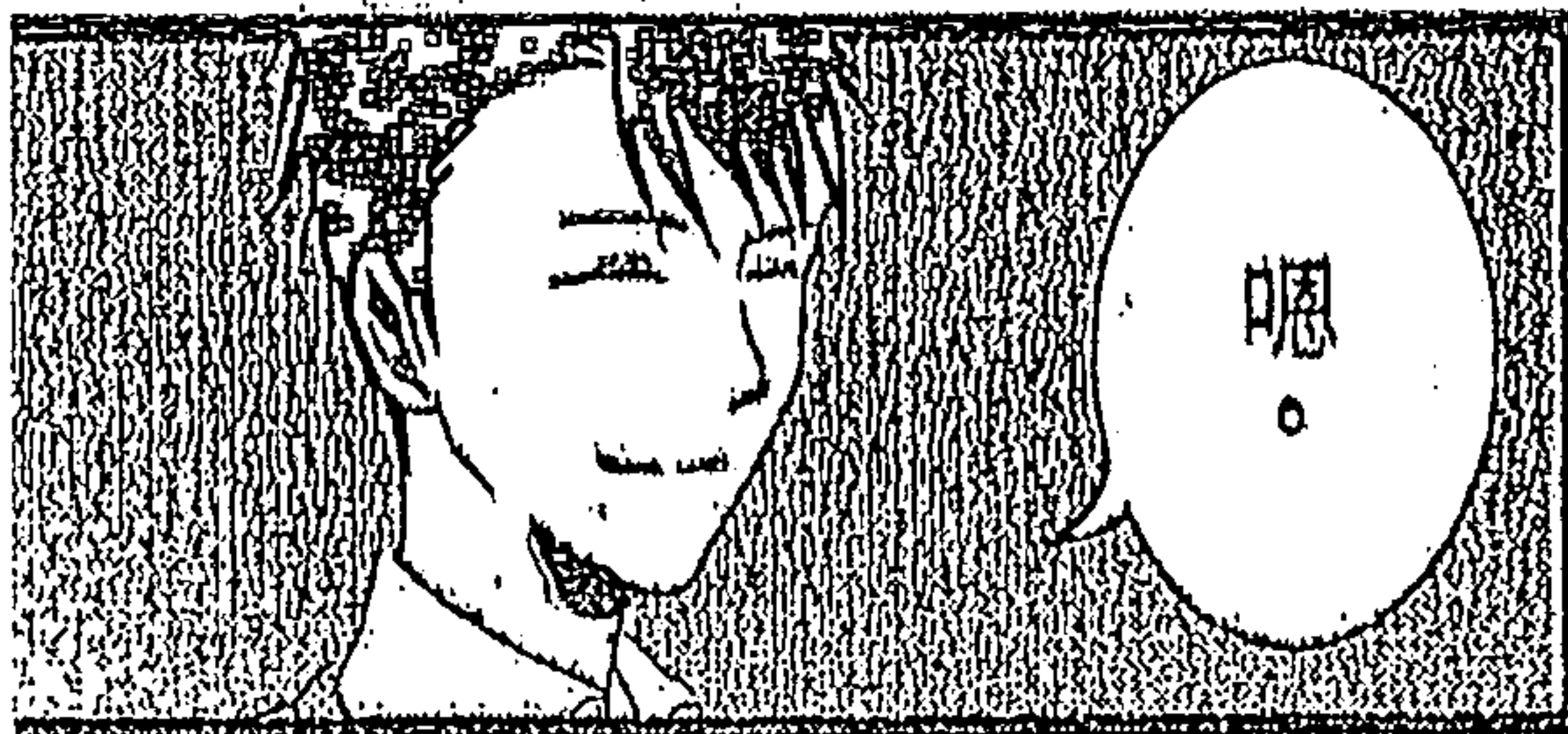
假日我都窩在家裡觀賞撫子組的DVD呢！

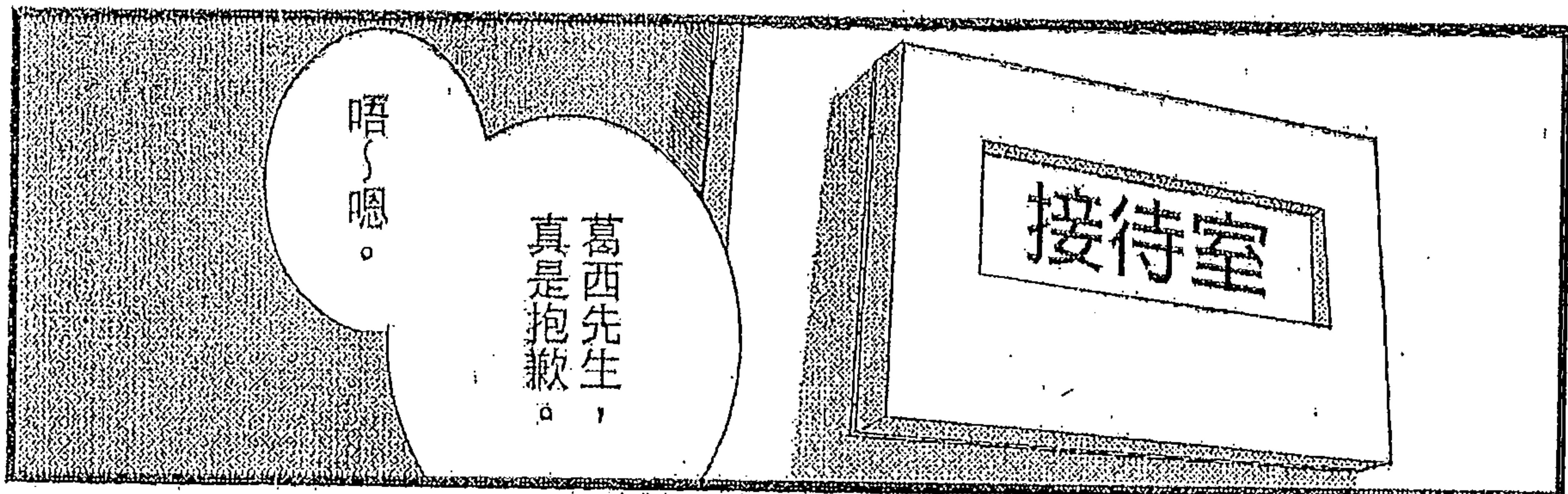
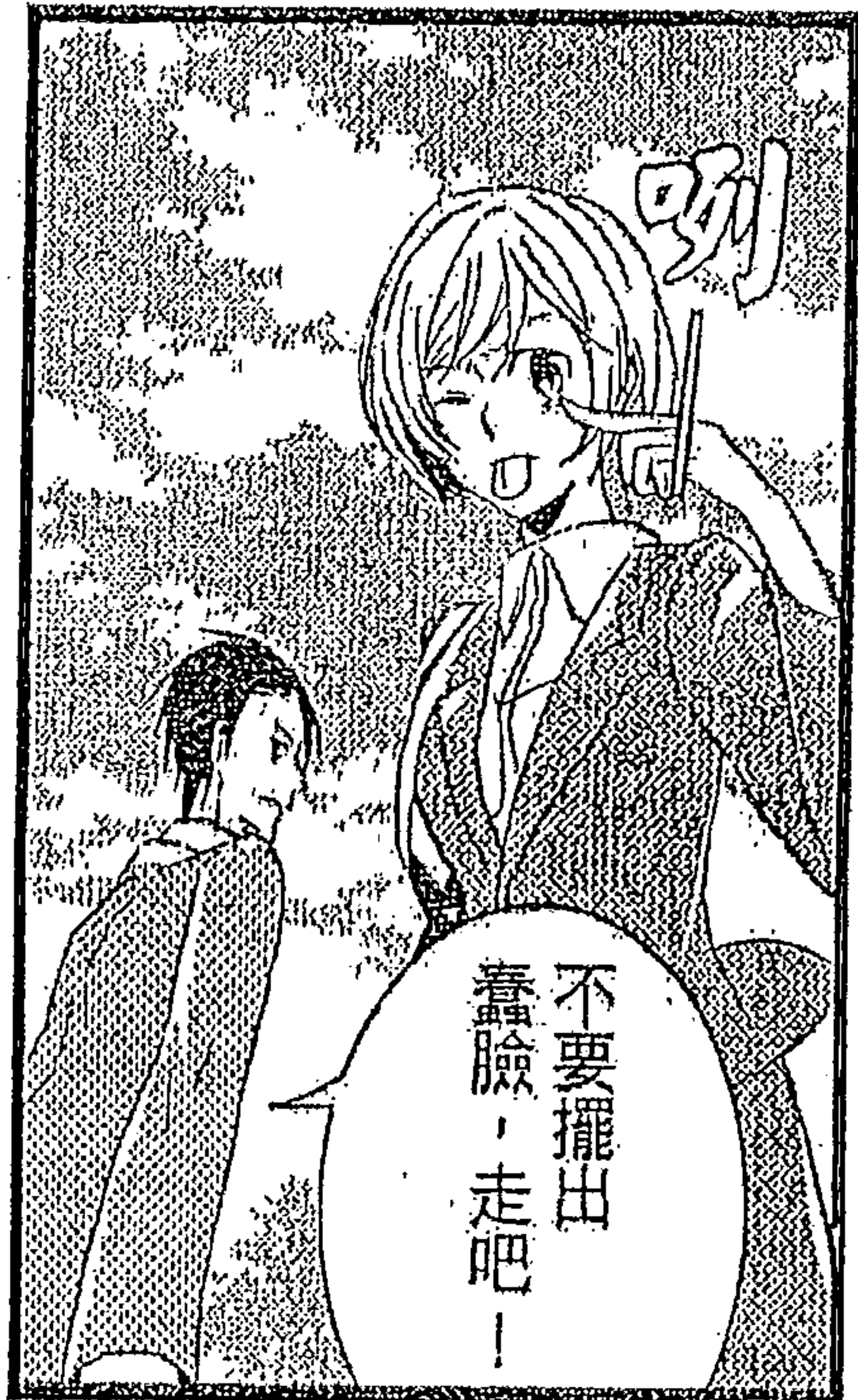
你的提案……我想聽聽看。

是！
首先貴公司從虎威人壽換成我們公司的保險有3大優點……

反差效應就是這一回事啊！







就我而言，
我也想和你們公司
繼續往來。

不過長久以來都是
同一個方案，
基於重新檢視的考量，
請你們在一週後
提出新方案。

我知道了！
我們會提出不輸給
巨象保險的方案。

之後比較過兩家
公司的方案，
我們會再做判斷。
麻煩你了……

嗯——那就期待
一週後囉！

可惡的真田……

捏
爛

三定理論／反差效應

有點難追的心儀對象
也能操弄印象追到手

雖然有喜歡的人，可是感覺對方
對你印象不好……

「反正不可能了。」在你放棄之
前，這時有個心理技巧值得一試。那
就是「反差效應」。如同字面意思，
要利用意外性，表現出不同於對方對
你的想法，而且是對方喜歡的樣貌，
藉此有效地提升好感度。

因此，必須先分析為何你不被喜
歡？不妨委婉地詢問身邊的人。



假如是「輕浮」、「個性陰沉」等可以改善之處就是好機會。如果對方認為你很輕浮，可以在假日用功準備取得證照，或是表現出參與志工活動的一面。

倘若對方覺得你很陰沉，表現出喜愛運動或戶外活動的一面也是個辦法。當然說謊被拆穿反而會使印象更差，應該避免胡謔毫無根據的事。不過，藉著談戀愛拓展自己的興趣，嘗試新事物也是不錯的經驗。

即使第一次見面喝得爛醉嘔吐，留下最差勁的第一印象，也有捲土重來的辦法。

英國聖安德魯斯大學進行的實驗導出了「三定理論」，以下將為各位

介紹。在實驗中，邀請了數名女性分3次回答對於某位男性的印象。

第1次……男性故意採取會被討厭的態度。

第2次……男性自白由於過去的痛苦經驗，所以不善於待人接物。

第3次……對女性採取溫柔的態度，並且為第1次的態度道歉。

當然在第1次，男性的印象最差。然而第3次結束時，9成的女性對於男性皆回答「頗有好感」。第一印象完全抹去了。

假如第一印象犯下了致命的錯誤，這時就放棄有點可惜。應該去見第2、第3次面，表現出端正的態度藉此刷新印象。

順帶一提，想被人討厭時也能利用三定理論。和想被人喜歡時相反，每次都讓印象更差，就會如你所願被人討厭。



兩面提示

一週後

終於到了
提案日了。

今天
不管我說什麼
都別阻止我喔！

噢？
你要說什麼？

別管那麼多。
總之
別阻止我。

真田先生。

我已經
提案了。

這個案子
我絕不會輸給你。

是喔！
我們也打算
提出最棒的
方案。



無論誰被選上，
都別記恨喔！



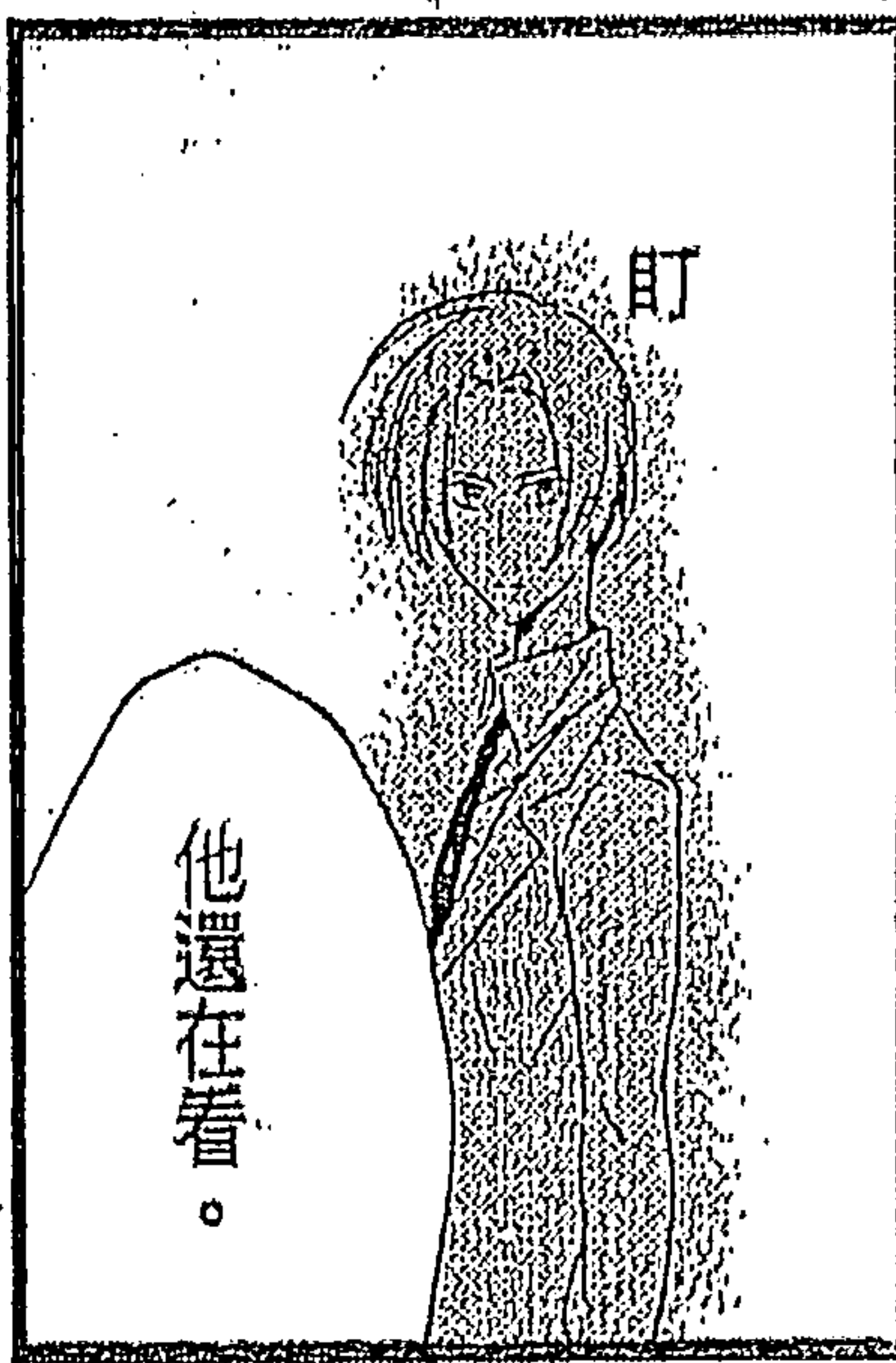
所以誰會被選上！
關鍵在於佐野系統。



點頭行禮



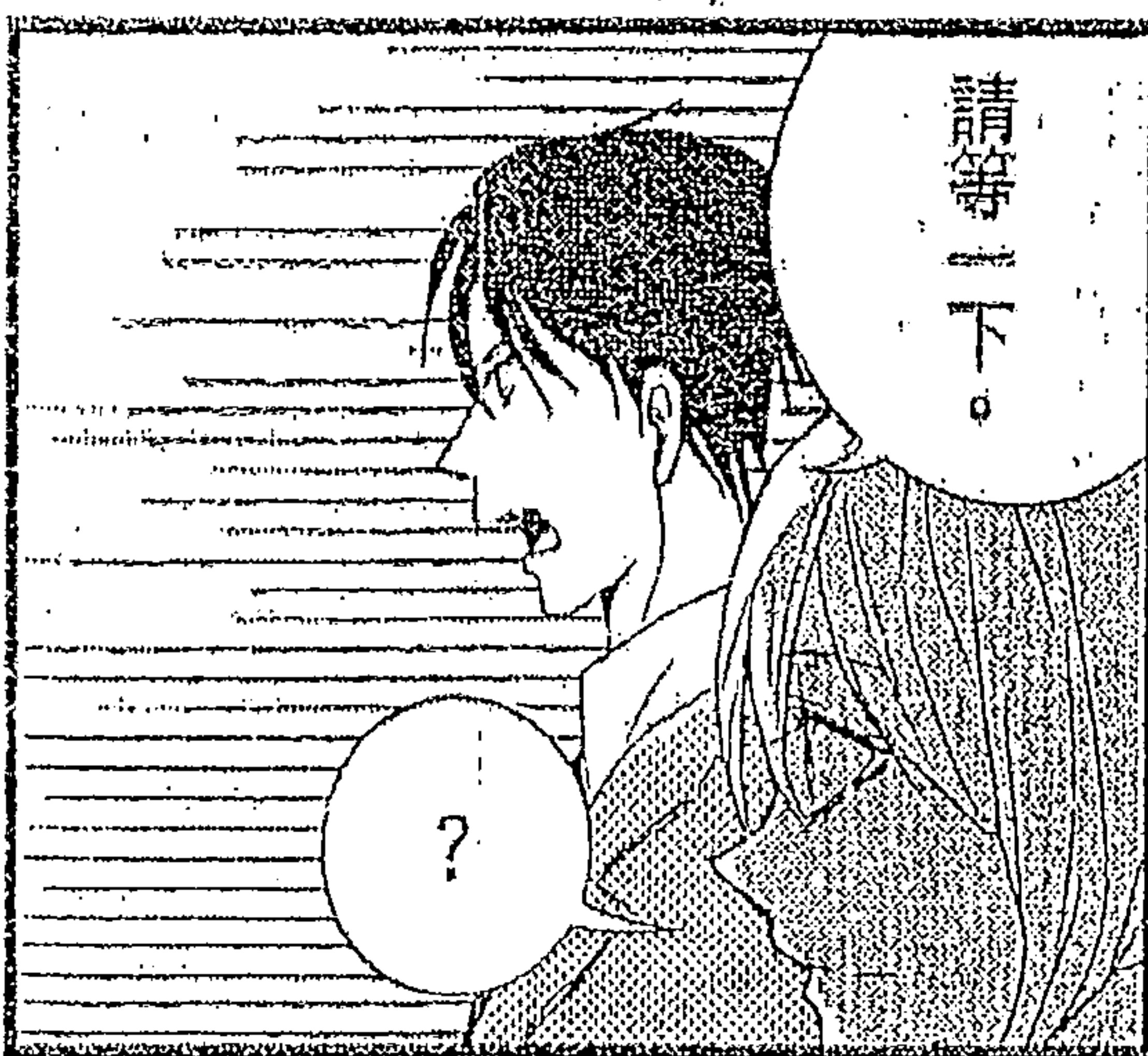
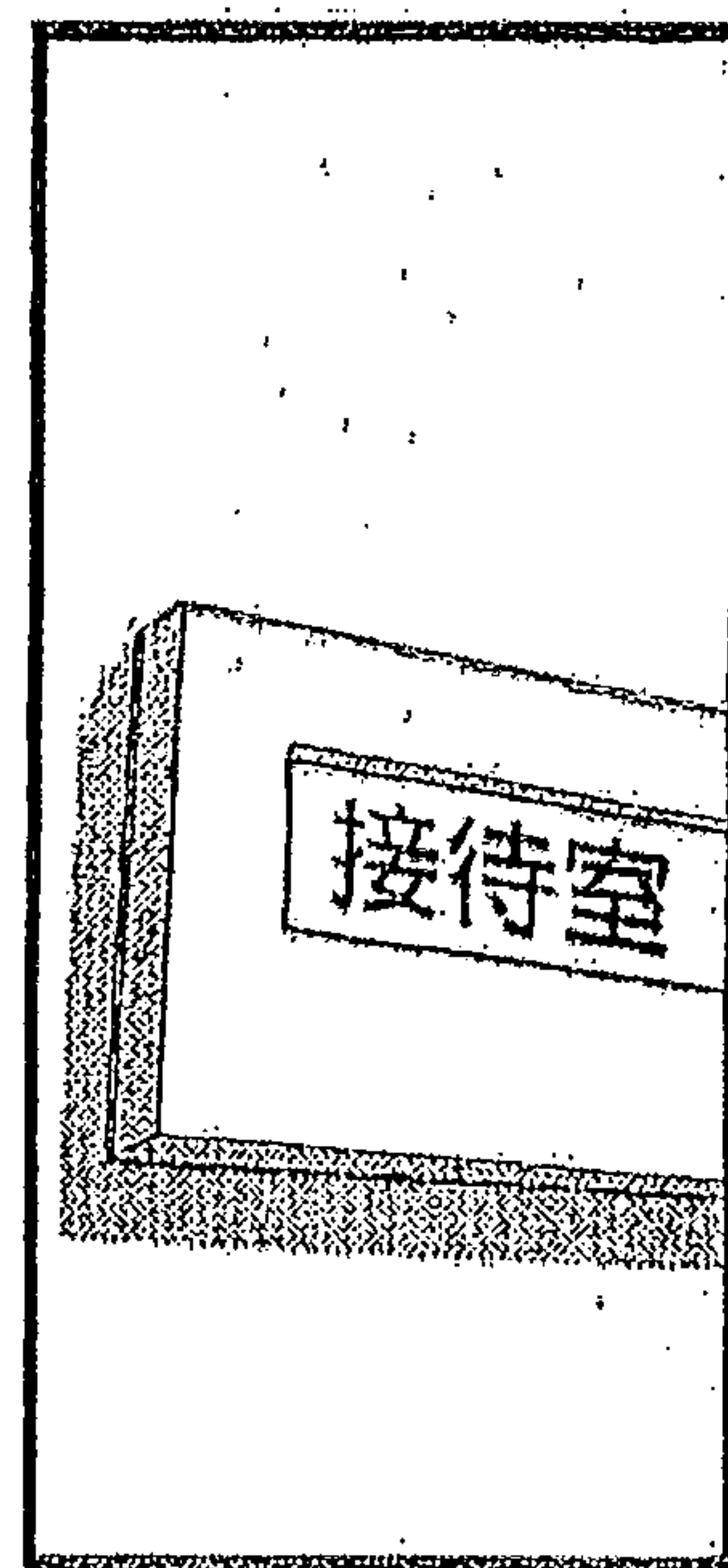
別理他。
走吧！

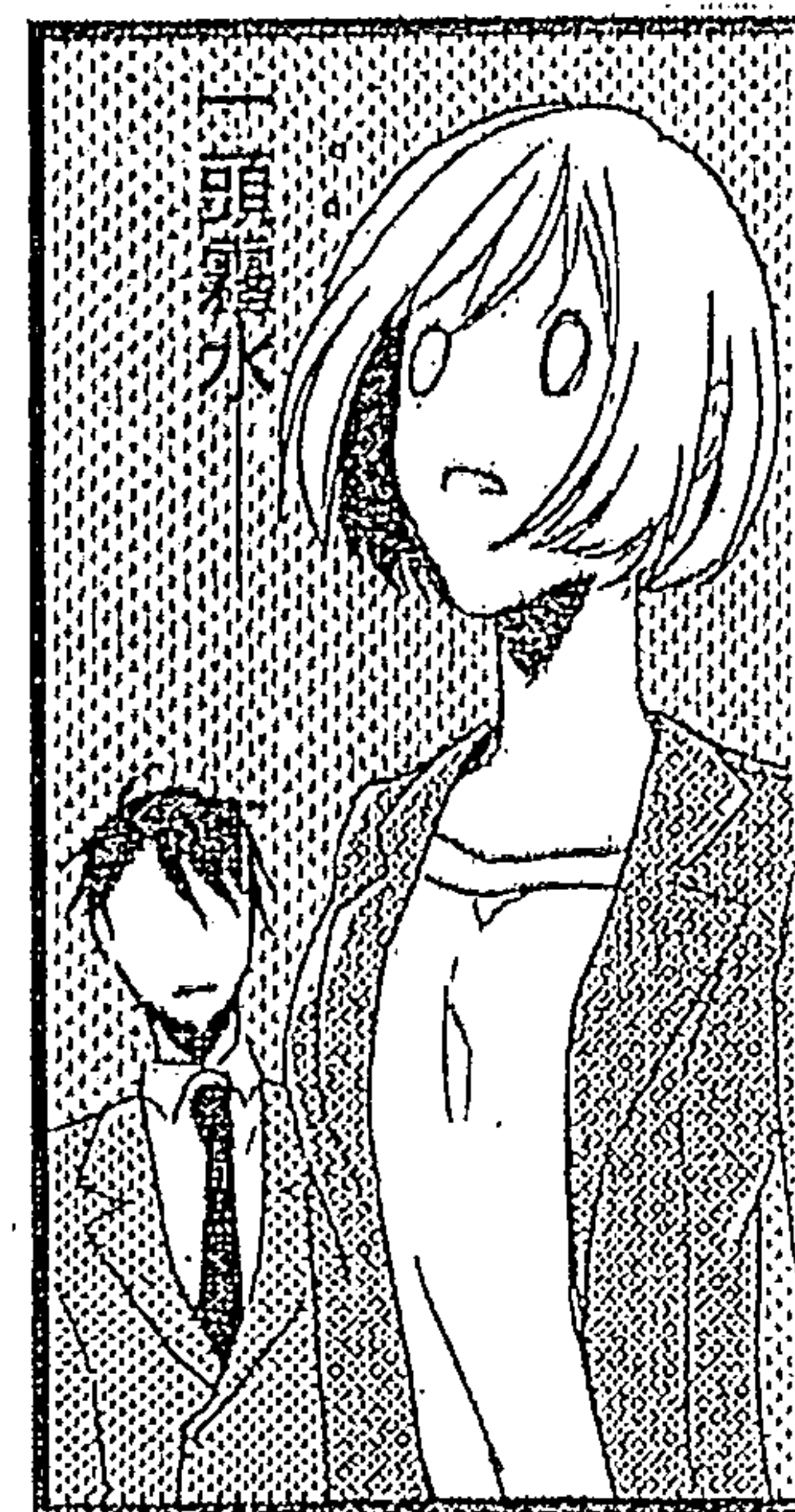


他還在看。

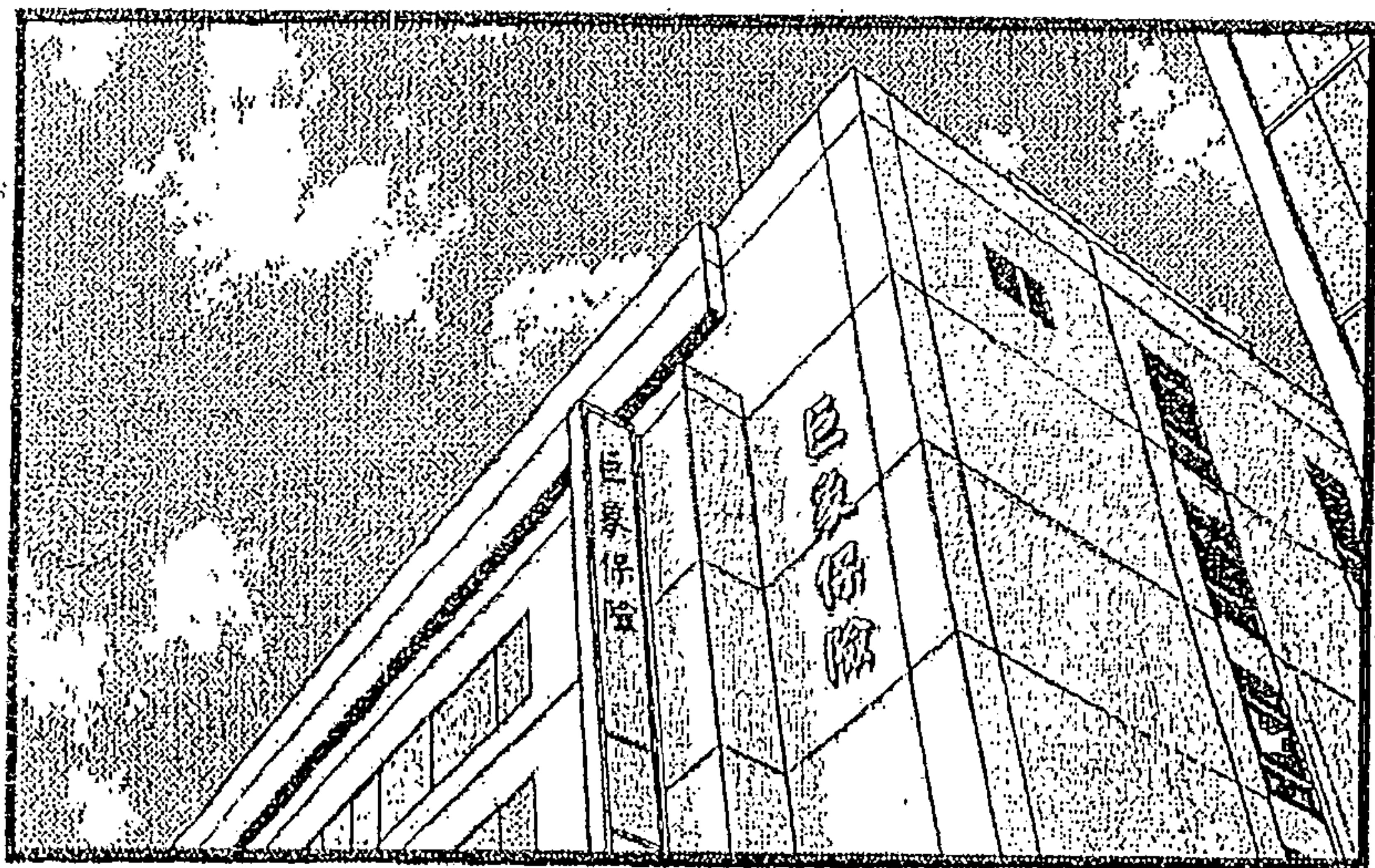


感覺氣氛
不一樣呢！

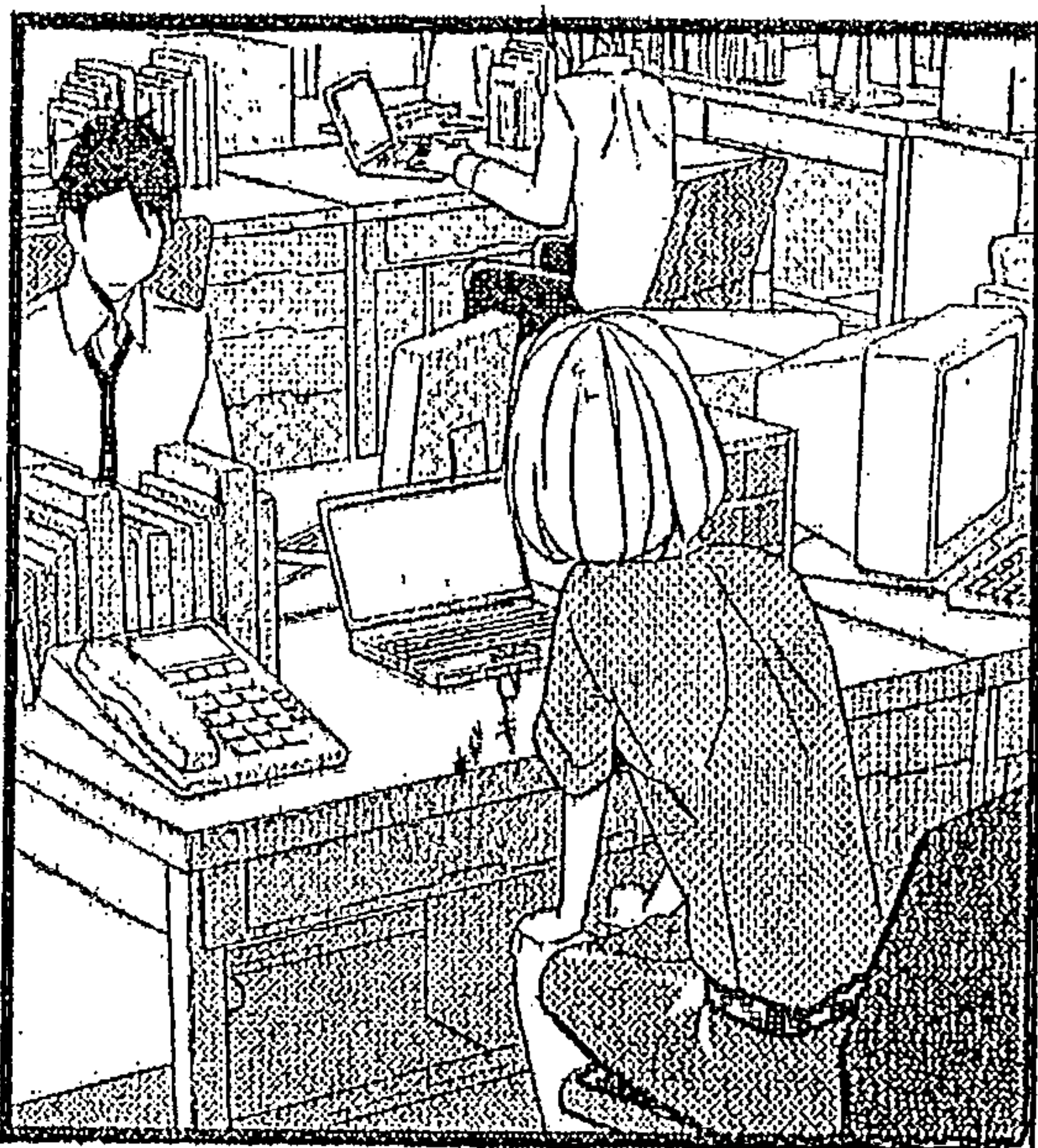




再來
只有天曉得了。



今天是
佐野系統主動聯絡
的日子……



您好！
這裡是巨象保險
業務部！



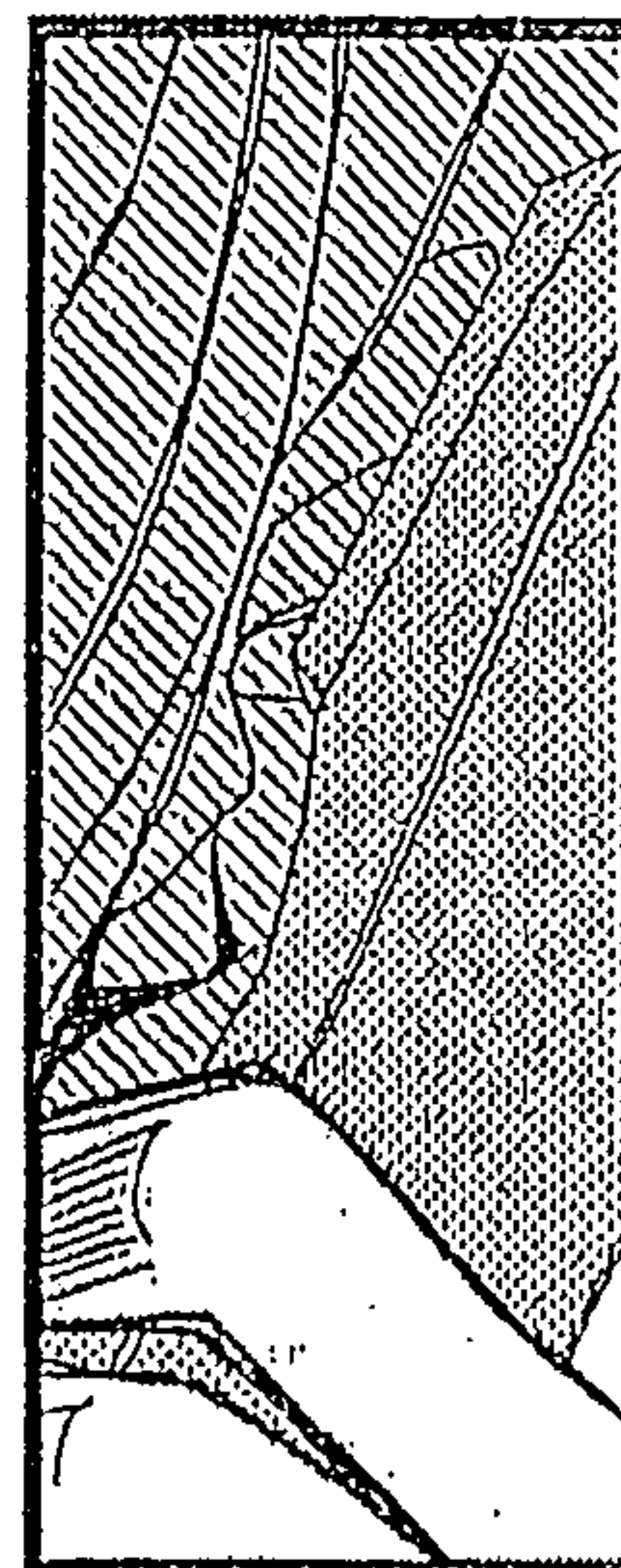


哪哪，
哪哪裡！

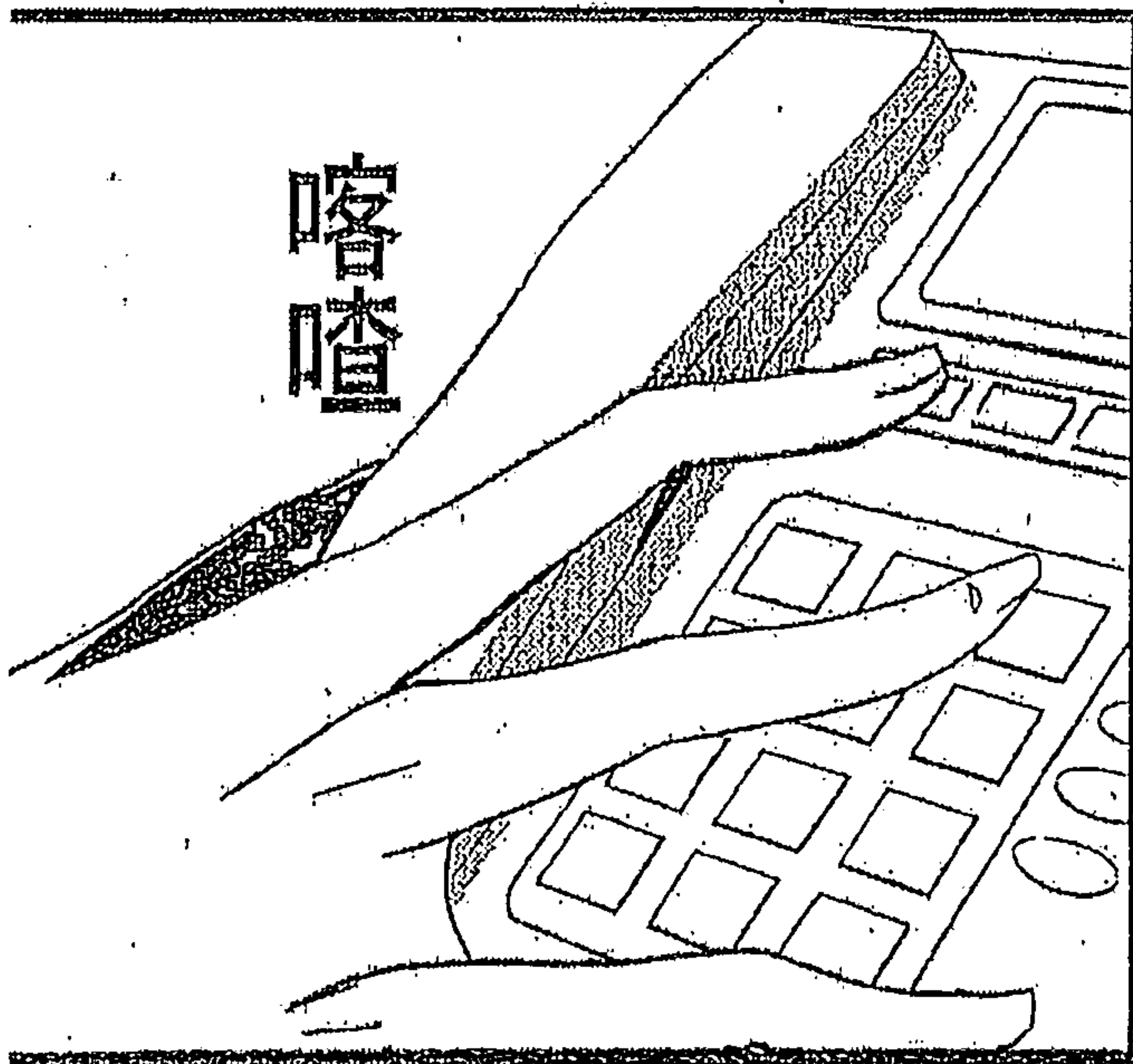
啊
哇

能請真田先生
接聽電話嗎？

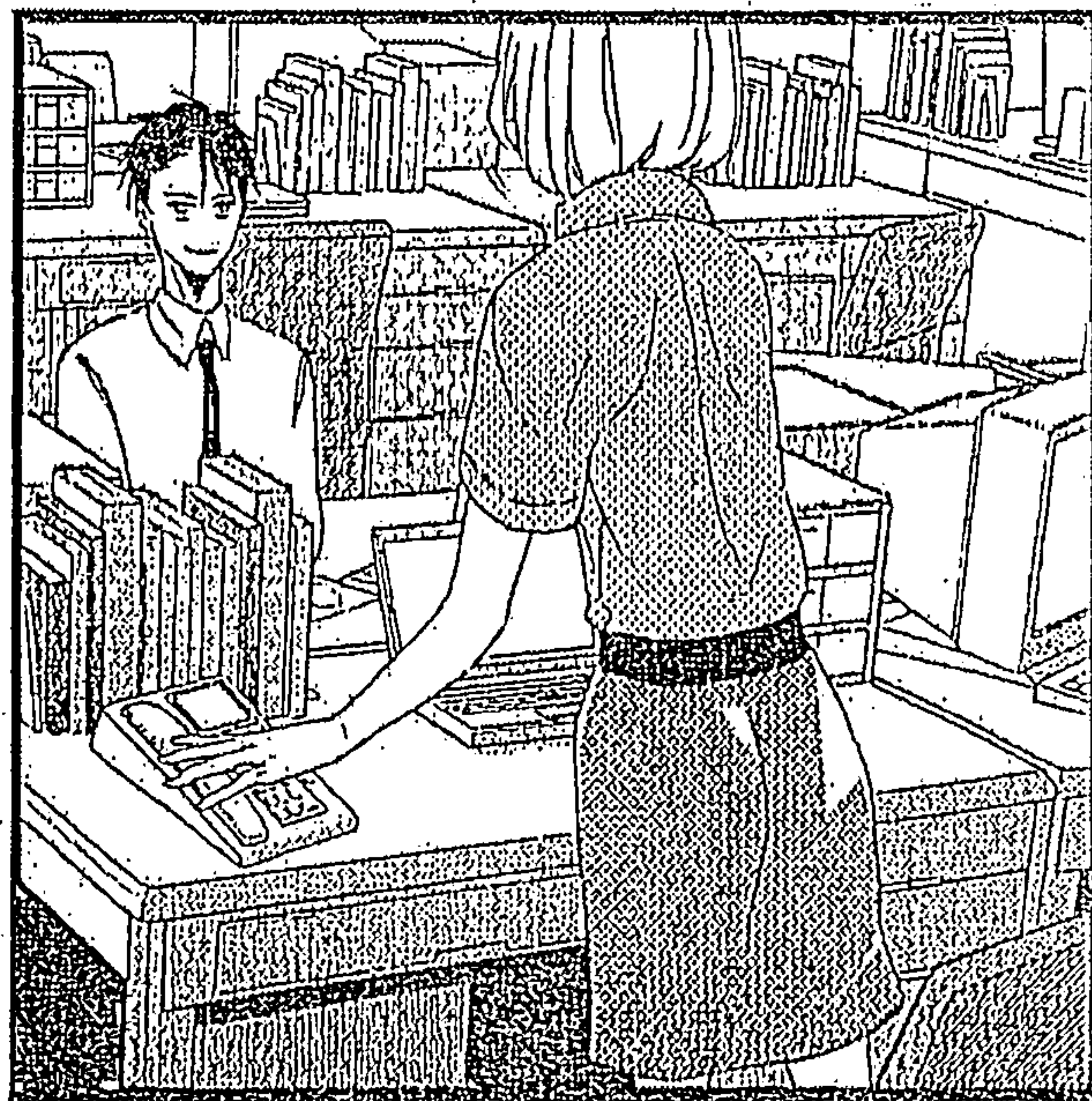
是！



您好，我們是佐野系統。
前幾天非常感謝您。



喀
喳



您好，
我是真田。

感謝您百忙之中
打電話過來。

是……
……

嗯……
這樣啊！

我明白了。
非常感謝您。
那麼今後也請
多多指教。

結果如何……？

成交了。

啊……

太好了

幹嘛幹嘛？
吵吵鬧鬧的。

課長！

佐野系統的案子
成交了！

什麼……

真的嗎？
真田！

嗯。



朝比奈
最近也很
努力。

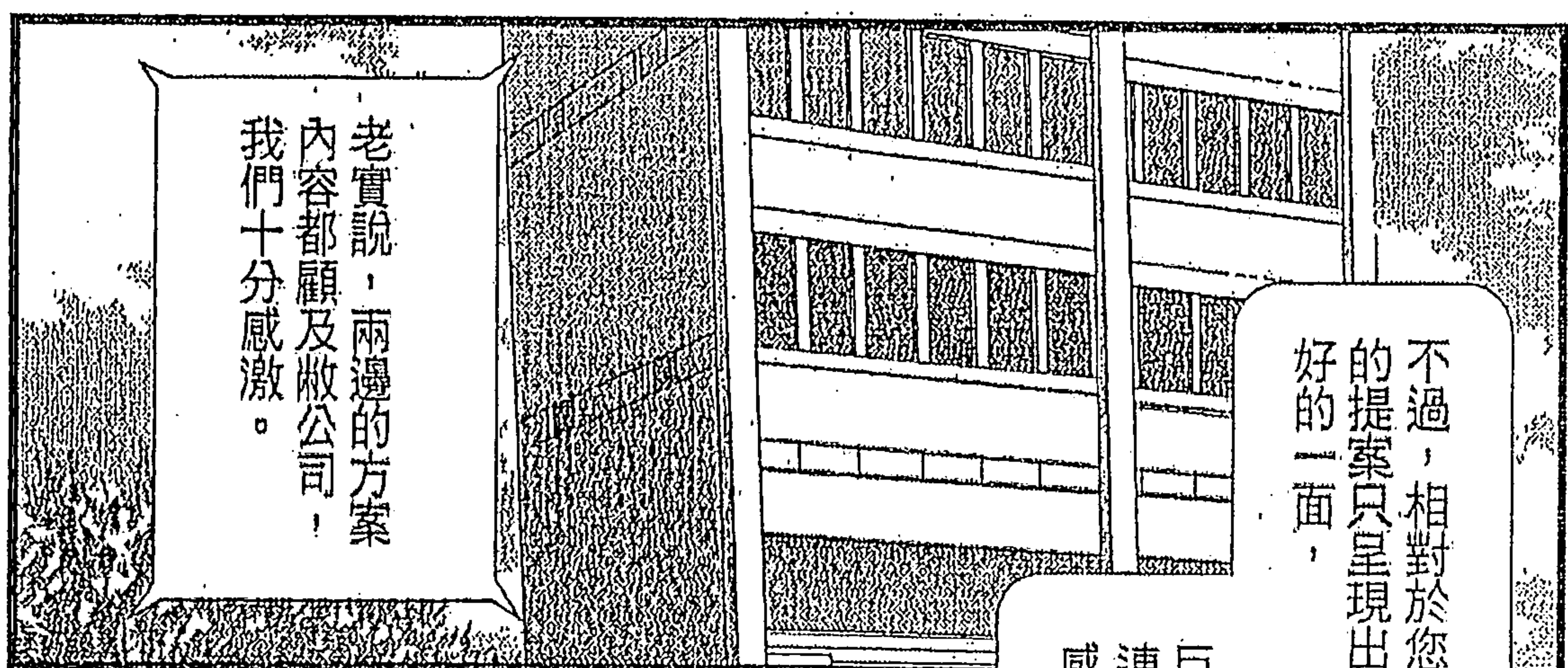


不愧是
真田！

好厲害！！
大訂單耶！



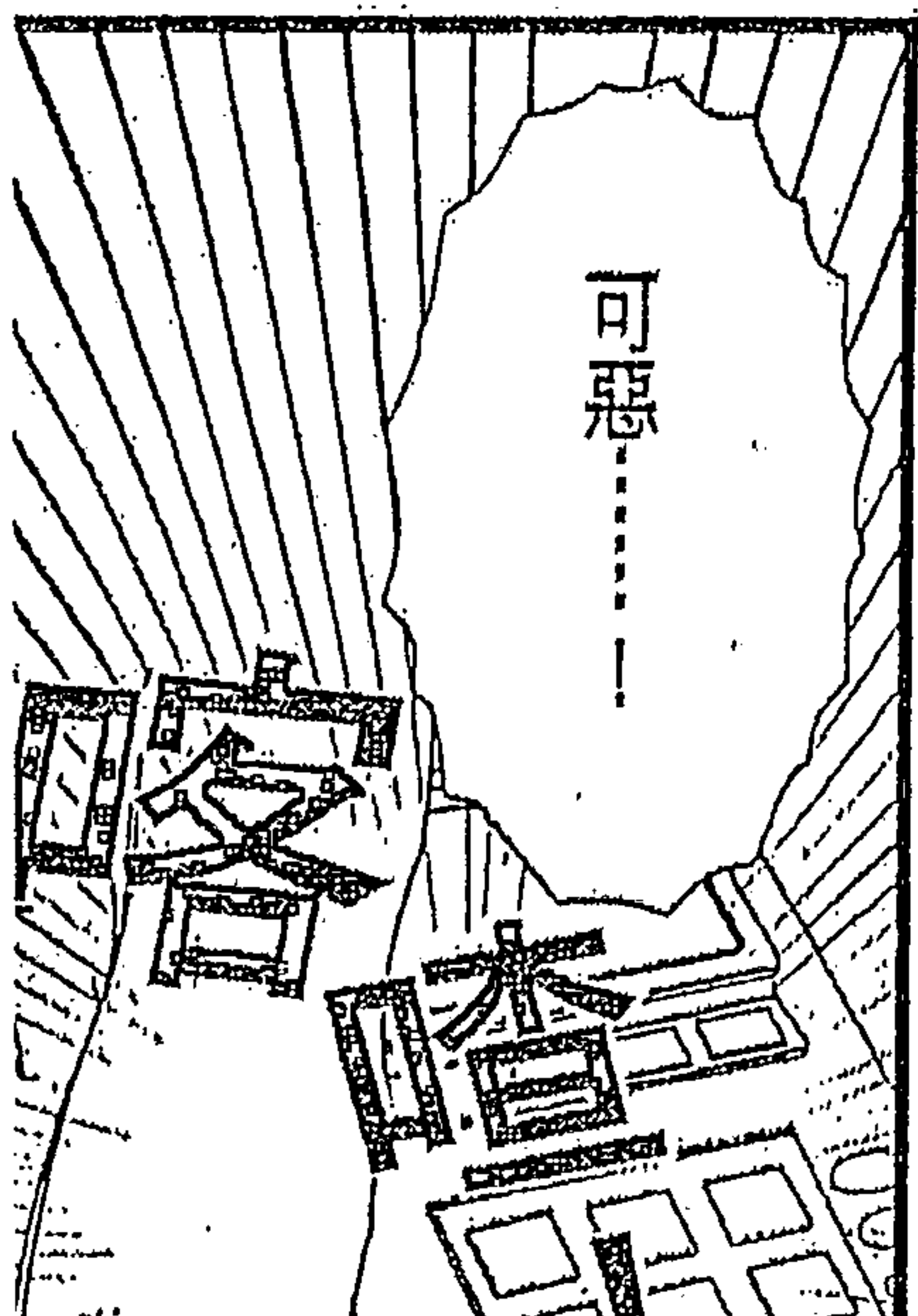
多虧了
朝比奈的
努力。



老實說，兩邊的方案
內容都顧及敝公司，
我們十分感激。

不過，相對於您們
的提案只呈現出
好的一面，

巨象保險的方案
連缺點都仔細說明，
感覺十分誠實。



可惡……



那就再見了。

怎麼這樣！
請等一下！
我們還有更好的
提案……

不知多少案子都
被他搶走了……
我得想辦法
先發制人……

他有什麼
弱點……？

姑且
調查看看。

嗯，
好久不見。

如何？
偵探業還好嗎？
有賺頭嗎？

其實我想請你
調查某個人……

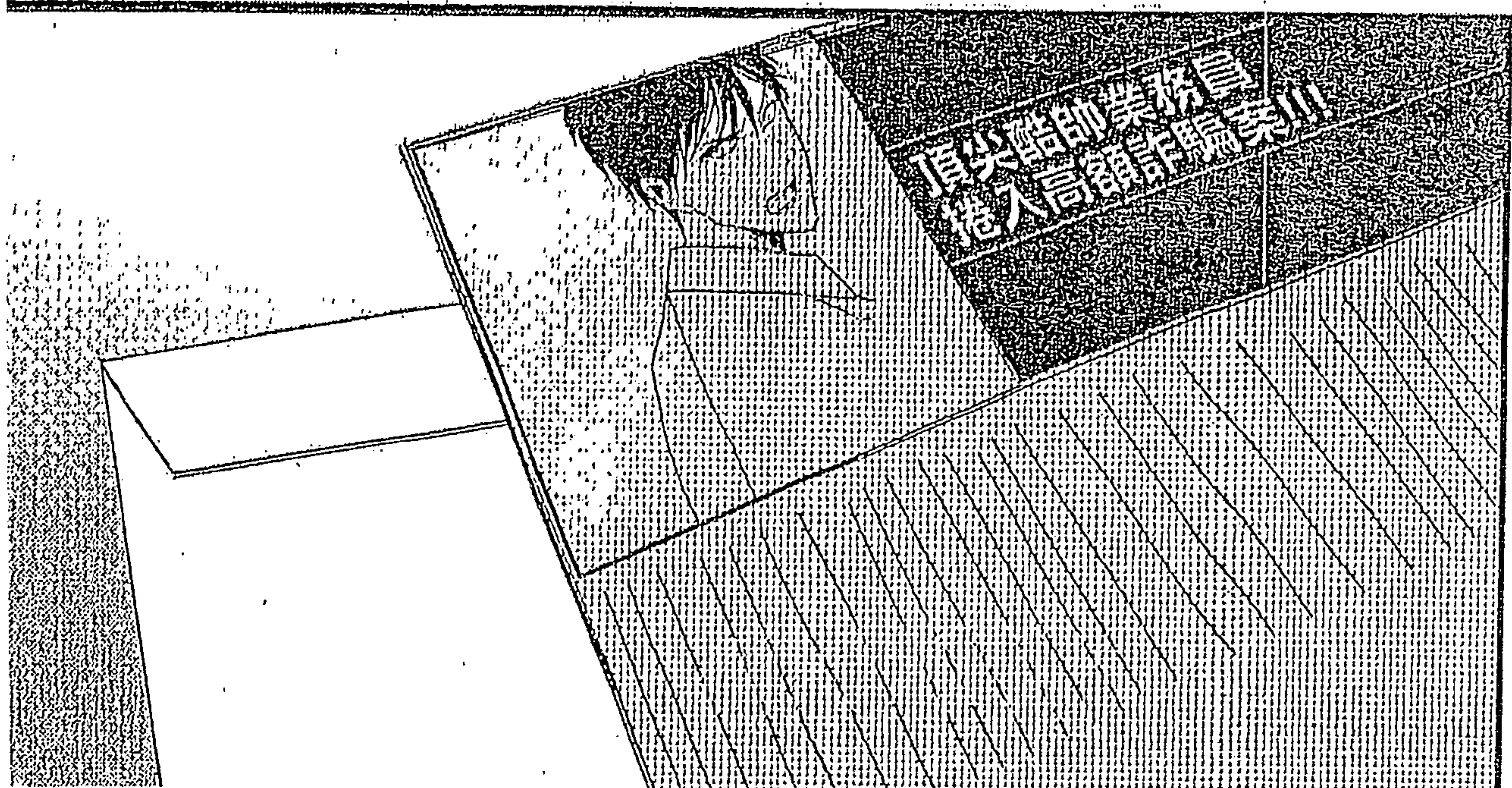
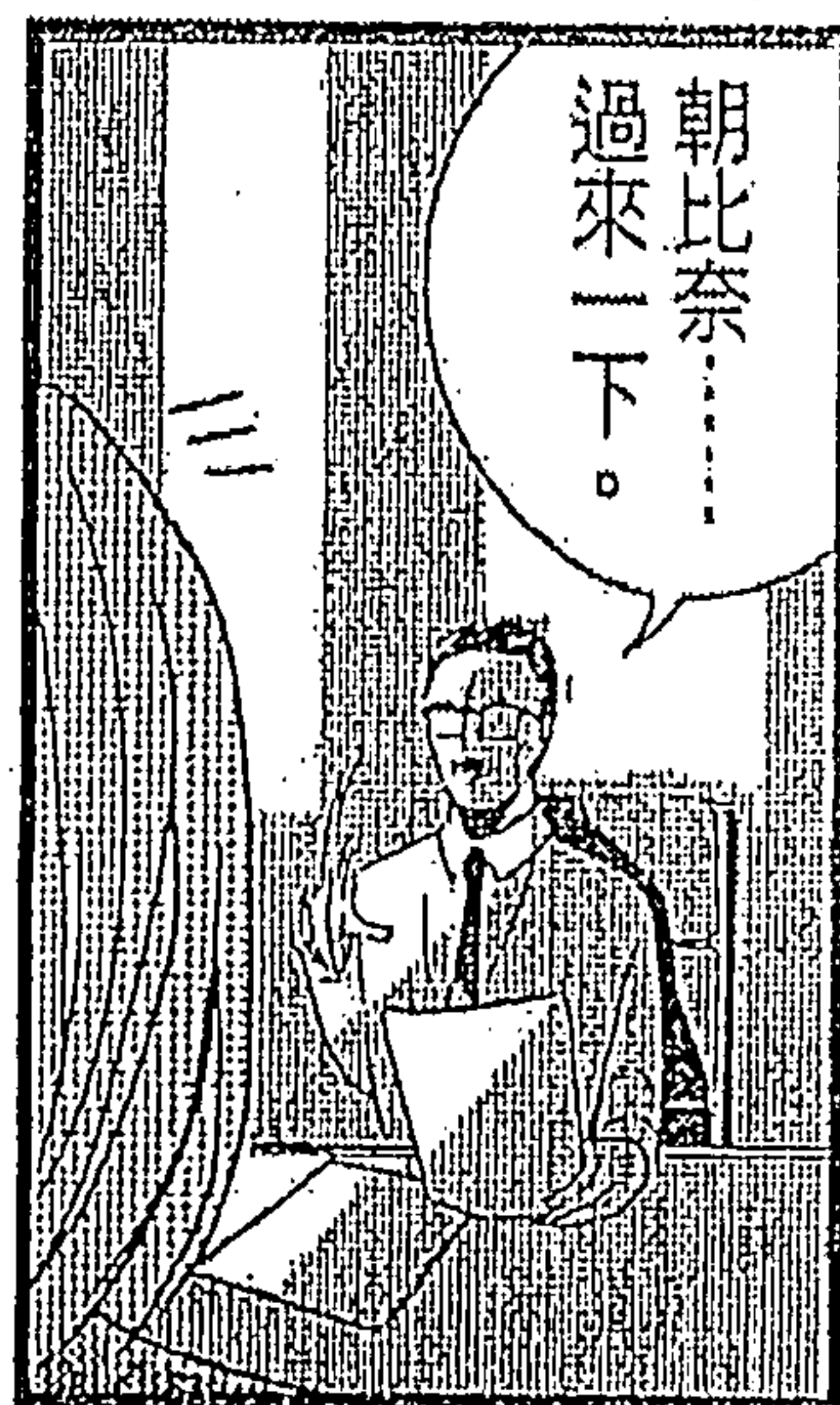
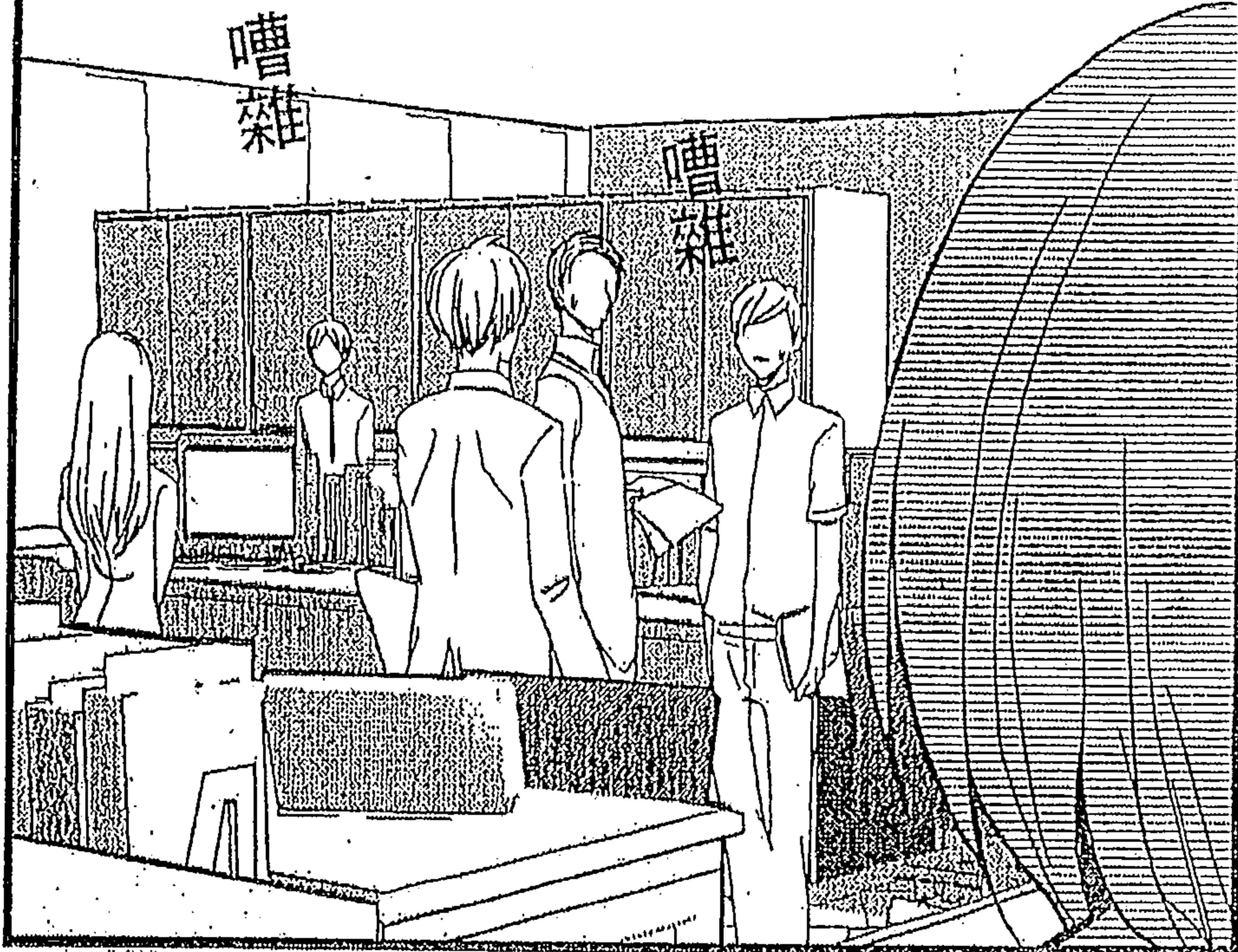
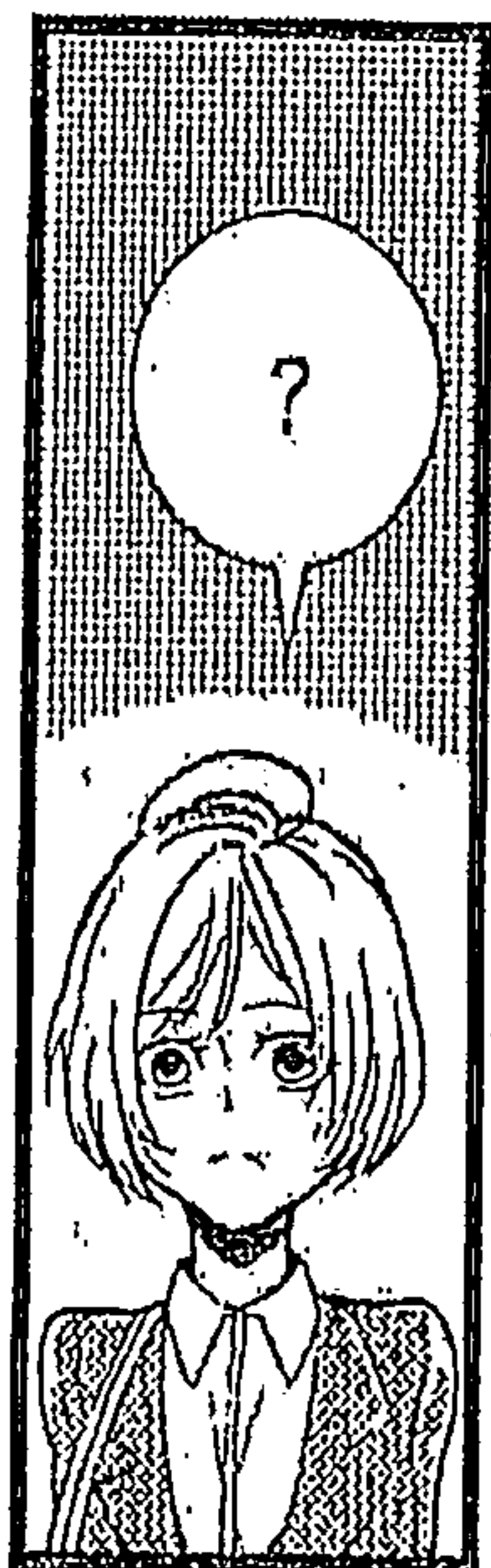
翌日——

大案子成交，
真是太好了。

今天
加油

大家早！

砰！



刻意告知缺點
獲得信賴，
產品就會暢銷

假設你是一名家電推銷員。你要推銷一台非常高性能，去汙效果很好，可是聲音有點大的洗衣機，你會想出怎樣的話術呢？

聲音大小的感覺因人而異，有些人或許不會在意。但是只說明優點：「這台洗衣機性能非常好，去汙效果也很出色」，或是一併告知缺點：「這台洗衣機性能非常好，去汙效果

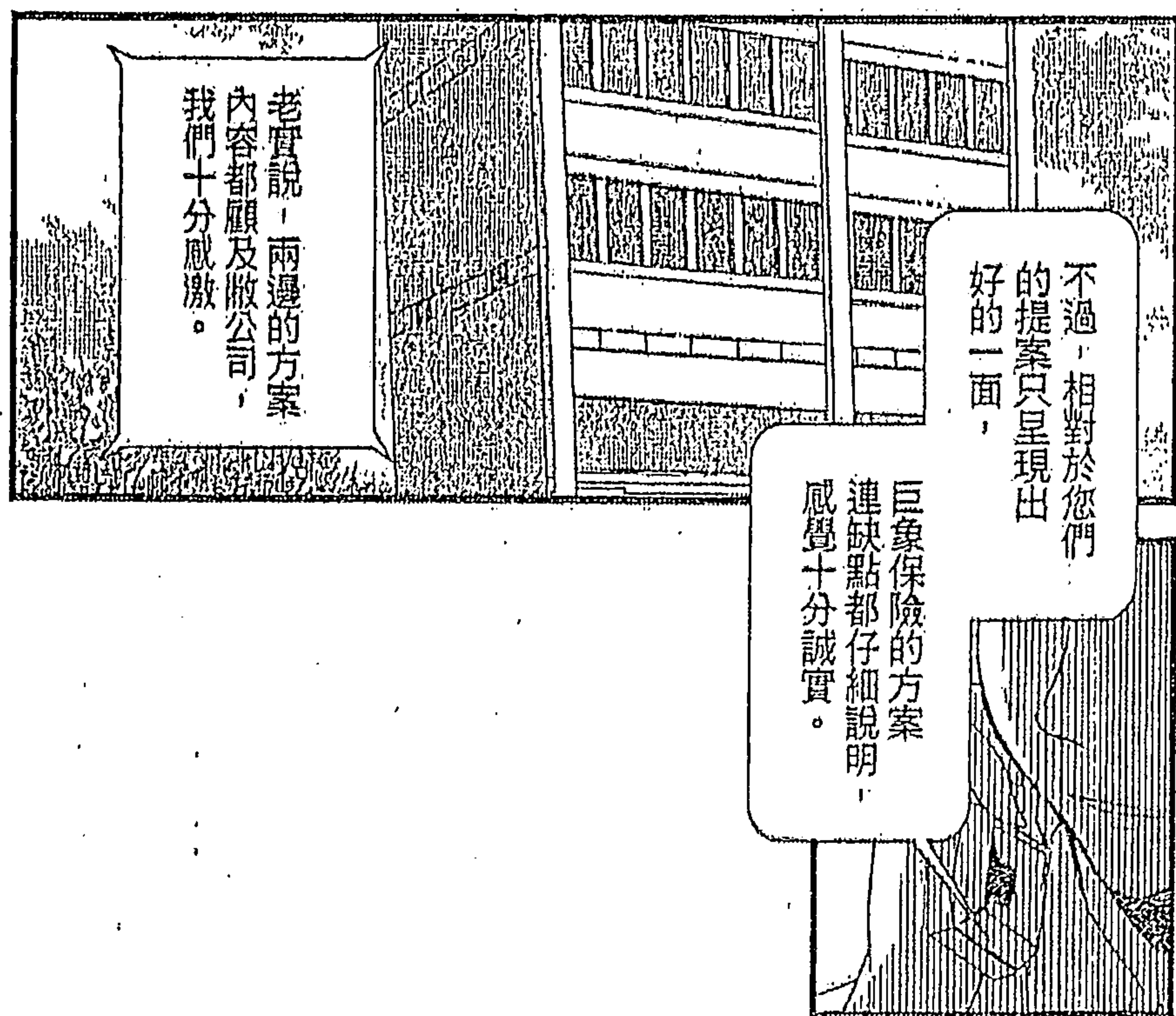


也無可挑剔，只是有些人會在意它的聲音」，給對方的印象將大為不同。

前者是只告知好的一面的「一面提示」，後者是也告知壞的一面的「兩面提示」。推銷洗衣機時，哪種話術才有效呢？

社會心理學家林理在以大學生為對象的實驗中，得知有8成的大學生對於一併告知壞的一面的廣告有好感。換言之，兩面提示的好感度較高。美國陸軍情報教育部所進行的實驗中報告結果也指出，教育程度愈高的人愈不認同片面提示，反而容易被兩面提示所說服。

只聽到事情的優點時，人總是會心存質疑：「有這麼好的事嗎？」他



可能會猜測是否別有內情，擔心自己是否上當受騙。像這種情況，兩面提示非常有效。

兩面提示與片面提示適合的情境並不相同。對任何事都喜歡批評的人、對產品與服務不熟悉的人、想憑自己的意思決定的人，這時兩面提示非常有效。另一方面，從一開始就接受產品與服務的人、或非常熟悉產品的人、討厭麻煩事的人，片面提示則比較合適。另外，兩面提示還有事前預防客訴的效果。

不只產品，兩面提示對人也有同樣的效果。例如希望客戶或喜歡的人提高對你的好感度時，不只自己好的一面，缺點也要一併告知對方。

有個必須掌握的重點是，告知缺點與不好的一面的時機。最好是與對方往來一段時間，他對你有些好感之後。自己提出的優點愈好時，刻意說出缺點反而會令人覺得優點的可信度愈高，因此十分有效。

反比馬龍效應／ 比馬龍效應

真田，
這篇報導
是事實嗎？

10年前你在某間公司
當業務員，以非法手段
誘騙客戶簽下合約。

我有詐騙前科，
這是不爭的事實。

關於這件事，
我們也會
著手調查。

所以，
我要你在家
閉門思過一個月。

這樣啊！
太遺憾了。

!!

之後的處分
會再通知你。

常抱歉
公司添了麻煩。
辭。

我明白了。

前輩！

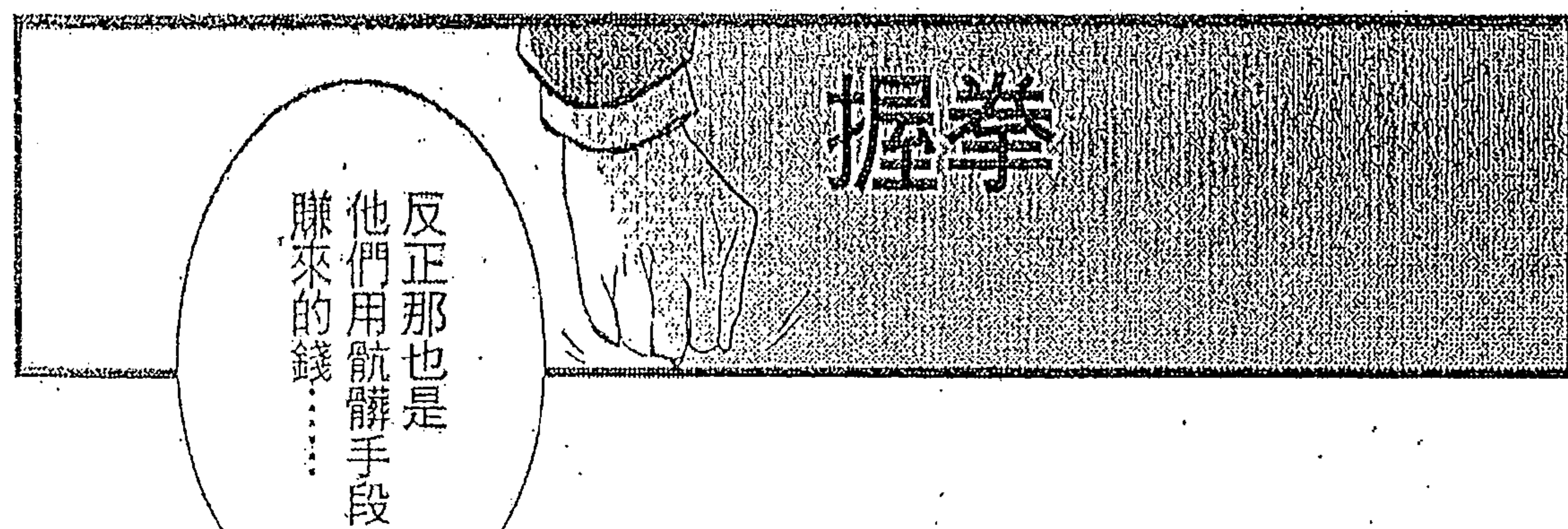
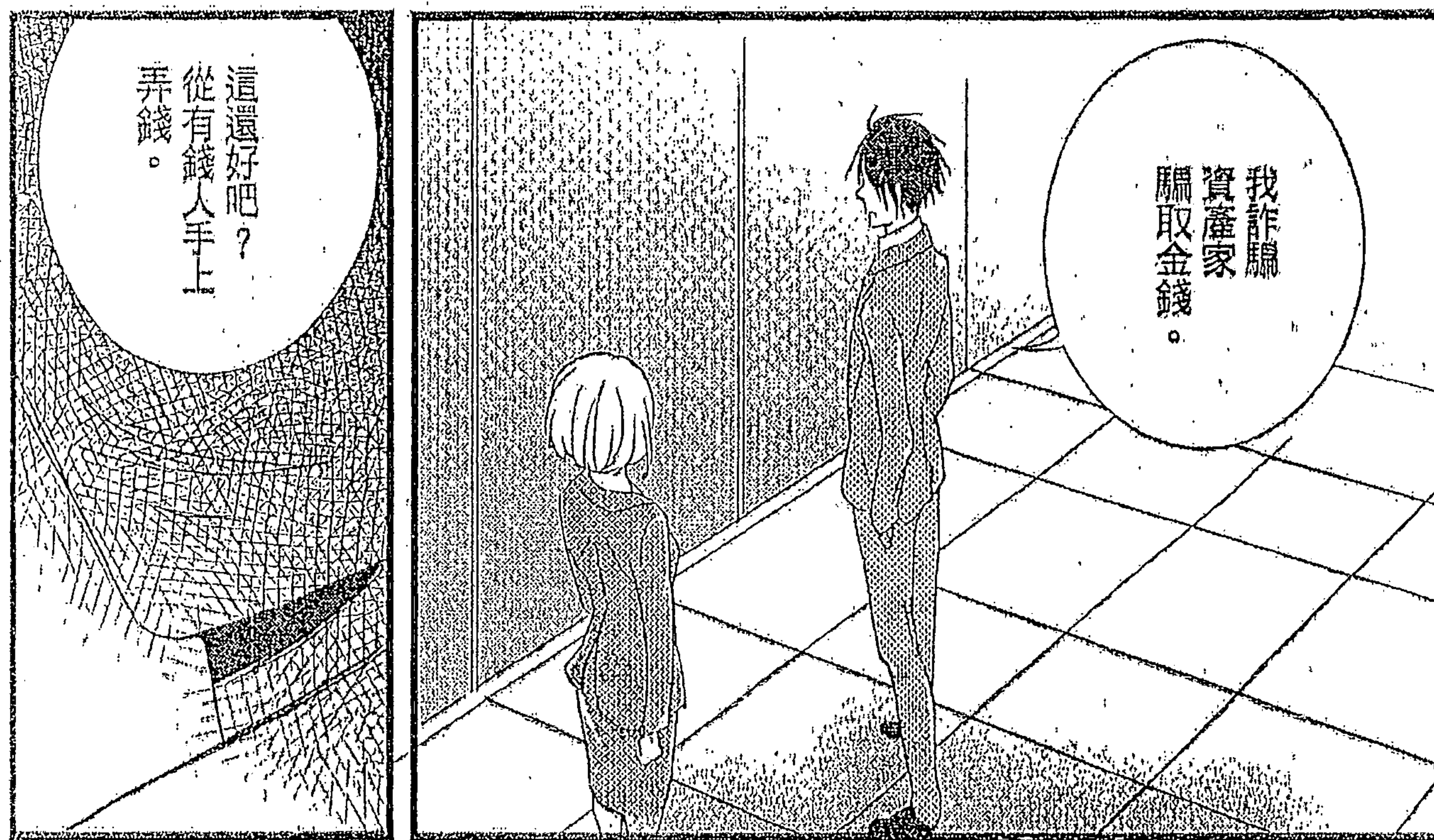
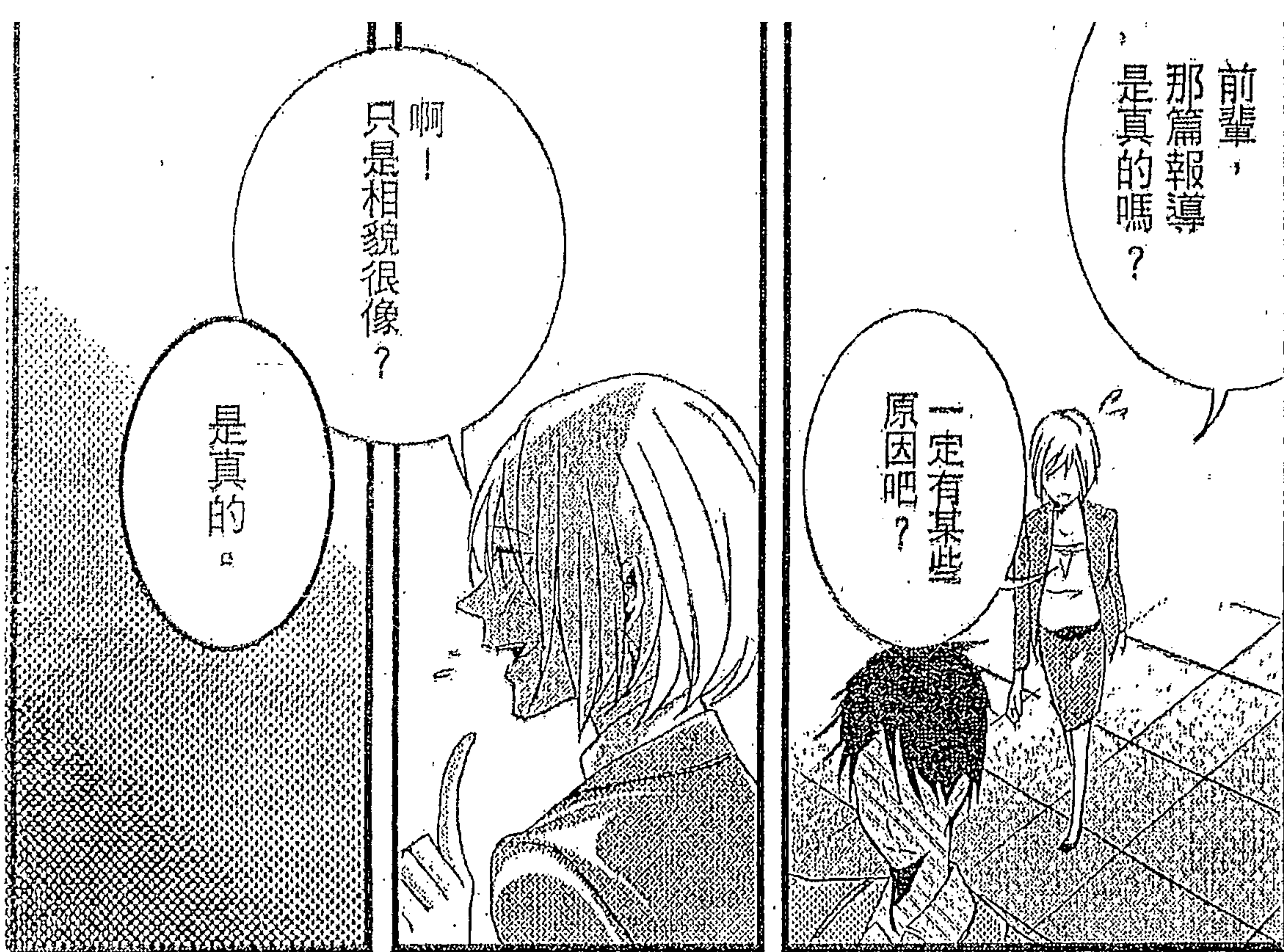
砰！

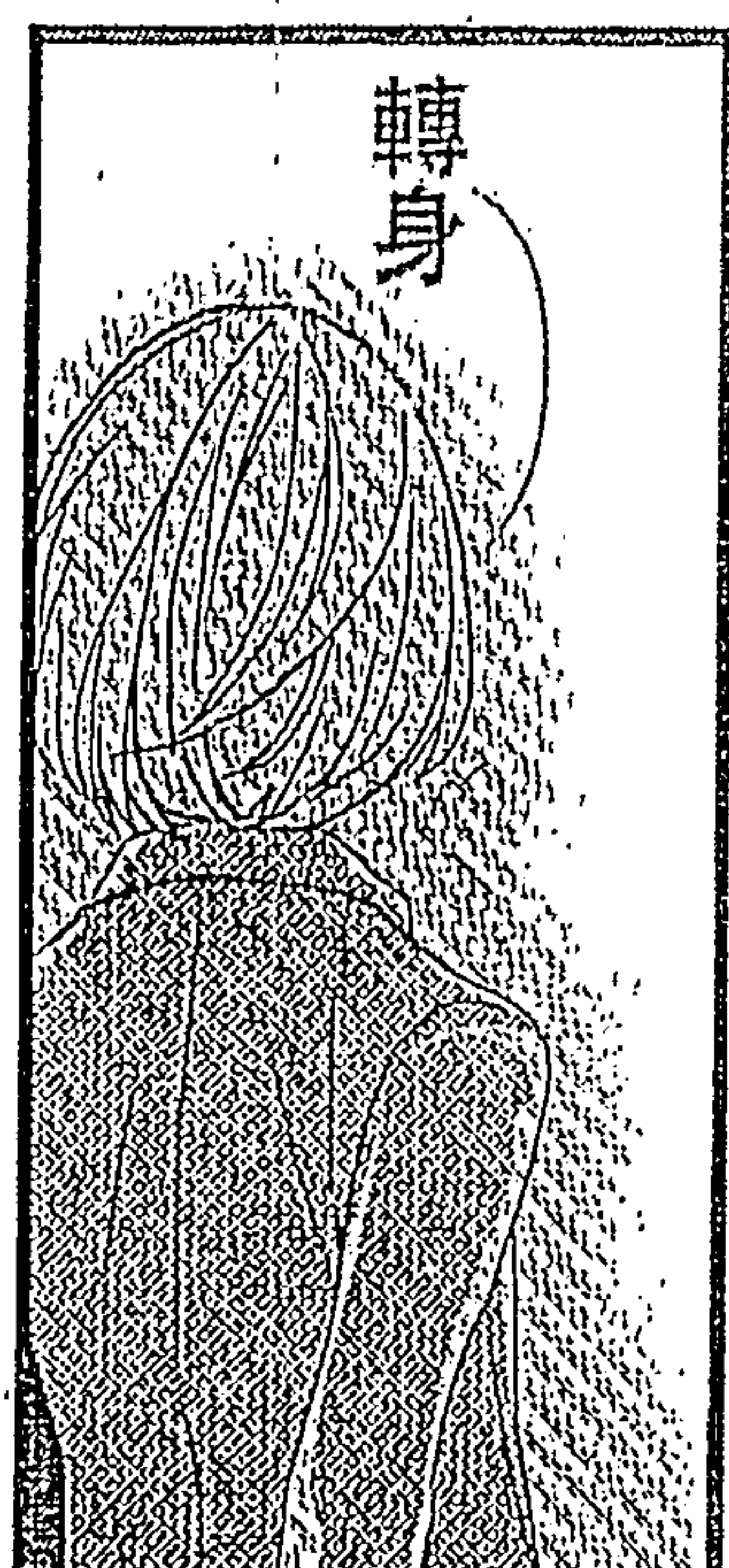
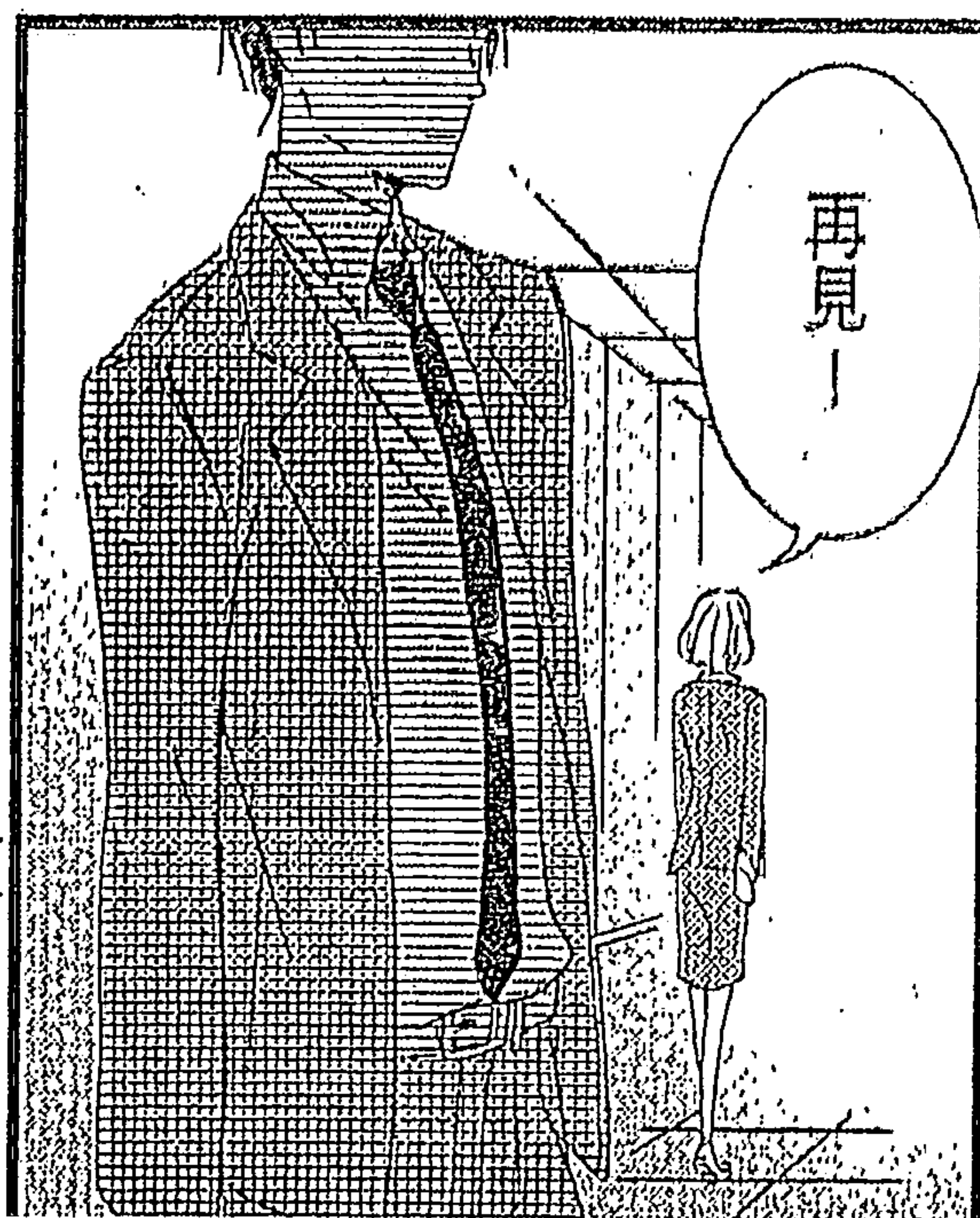
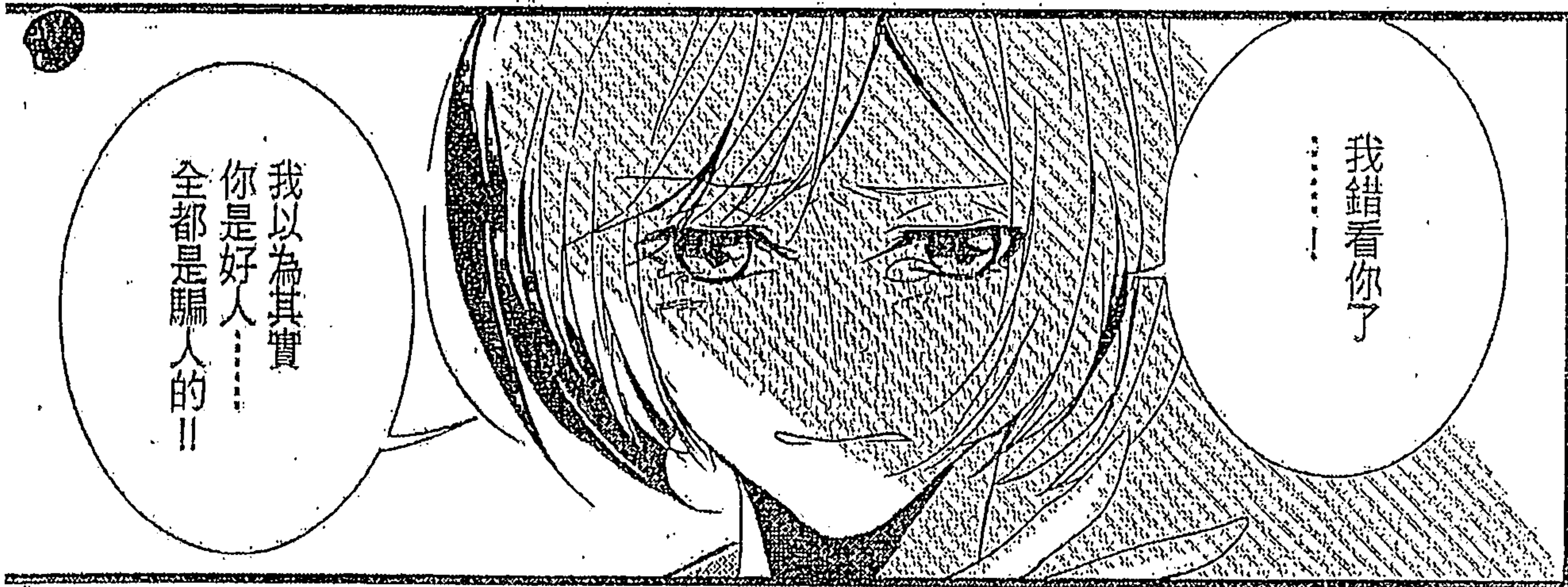
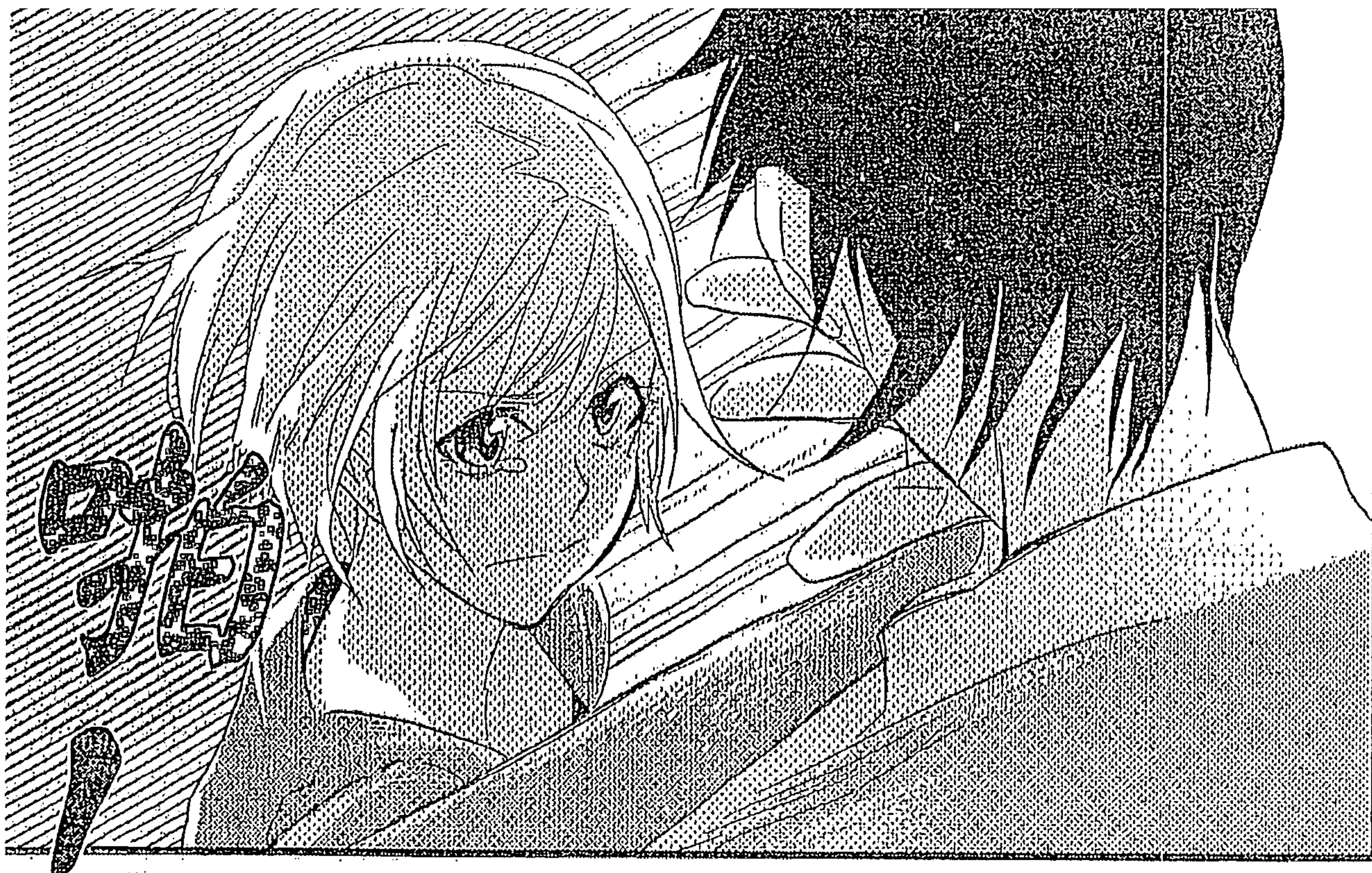
快步

既然被知道了
也沒辦法。

那個……

雖說是
閉門思過一個
恐怕會被解僱





「好人」嗎……？



一週後

A層
業務部

喂，朝比奈——



今天報到的
新人，由妳來當
教育人員。

噢？
我嗎？



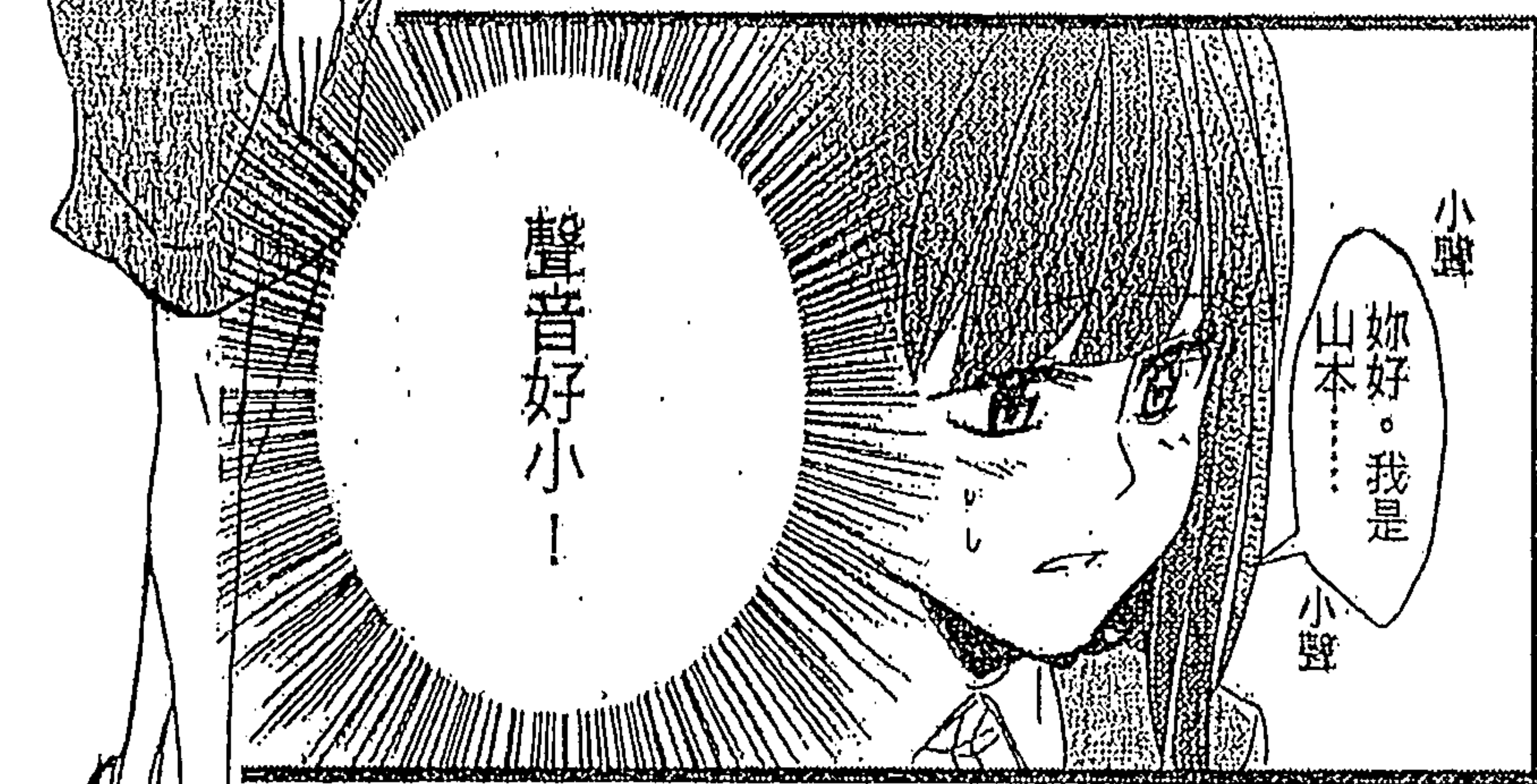
嗯，真田不在，
總之大家都很忙。

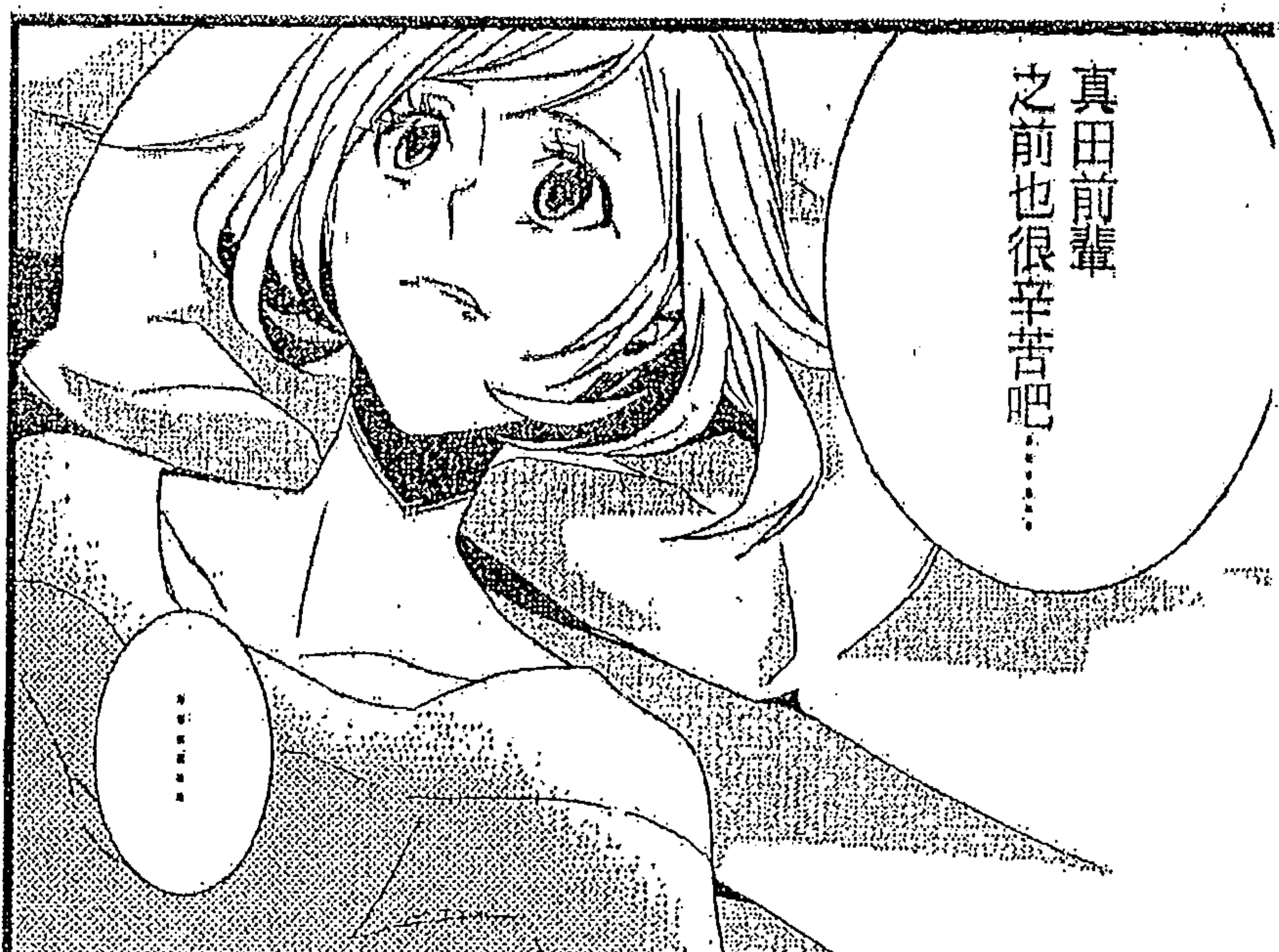
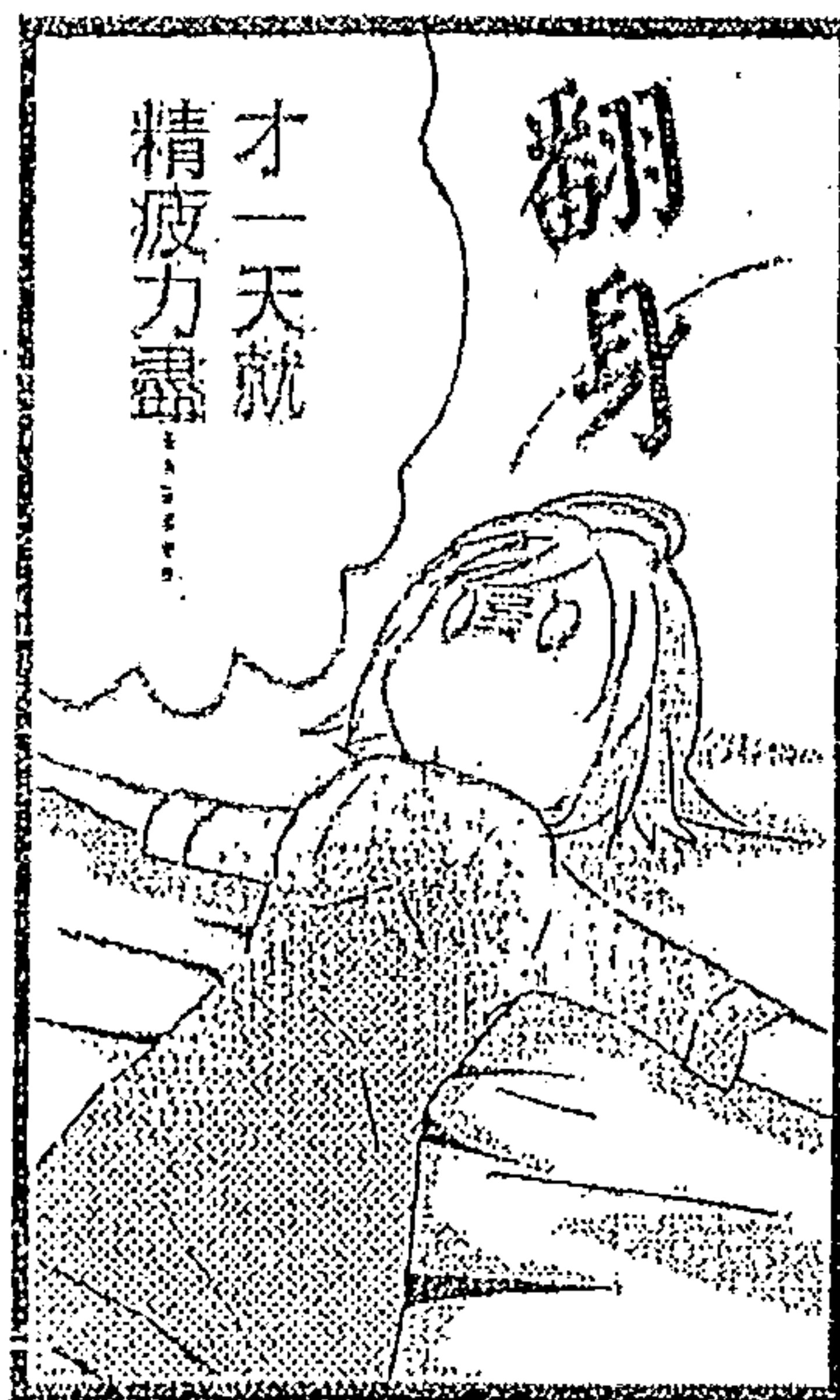
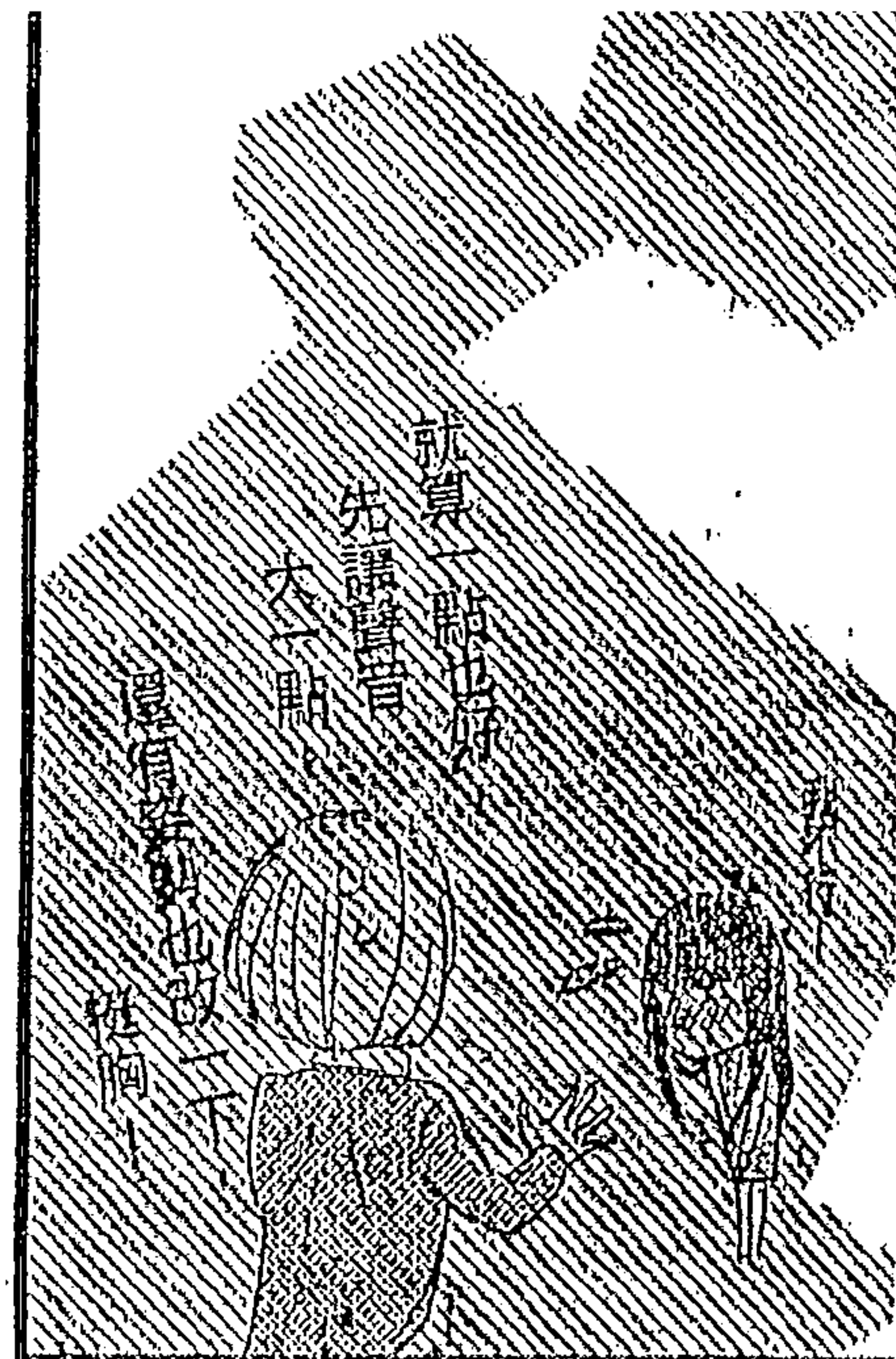
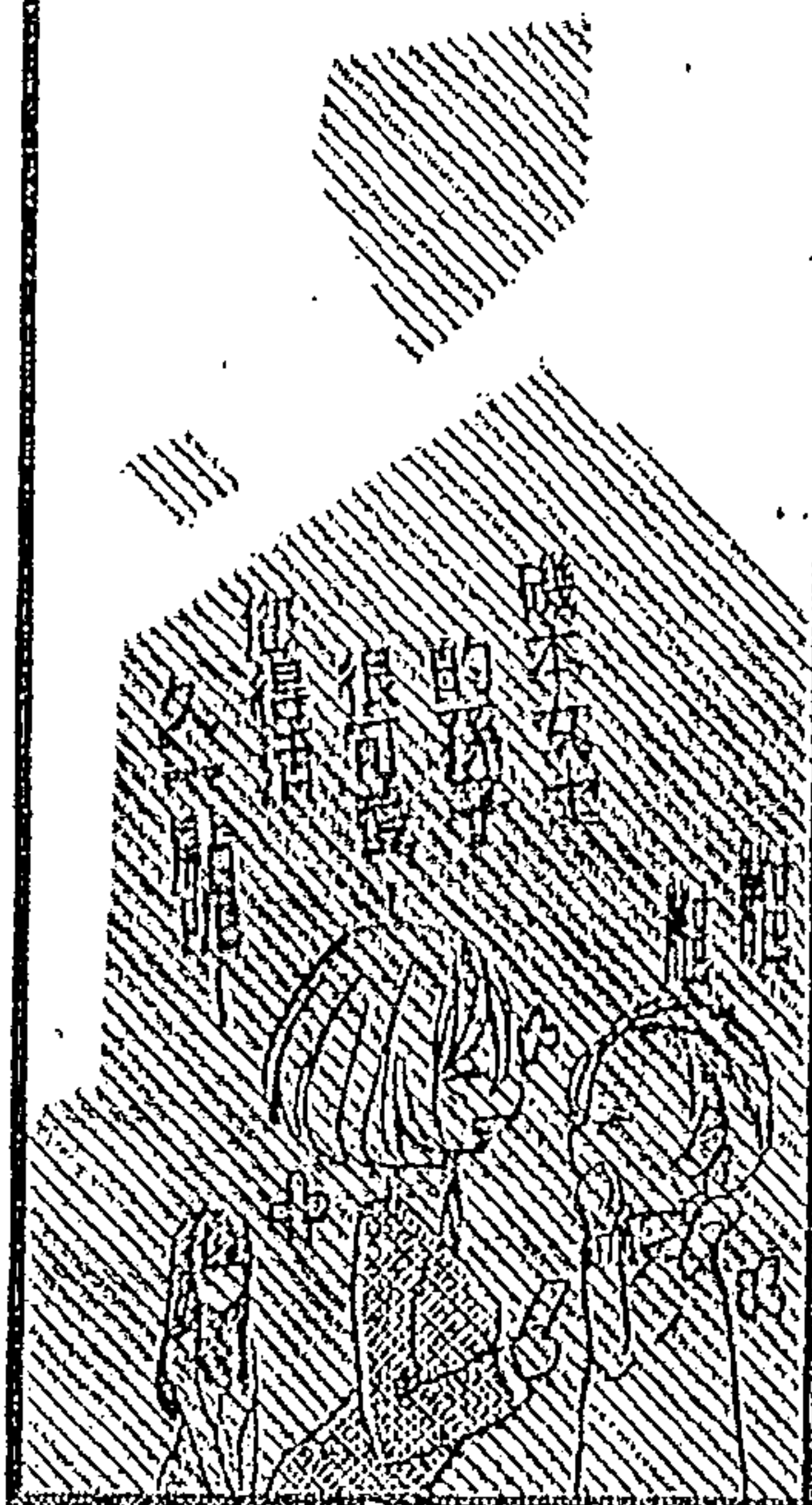


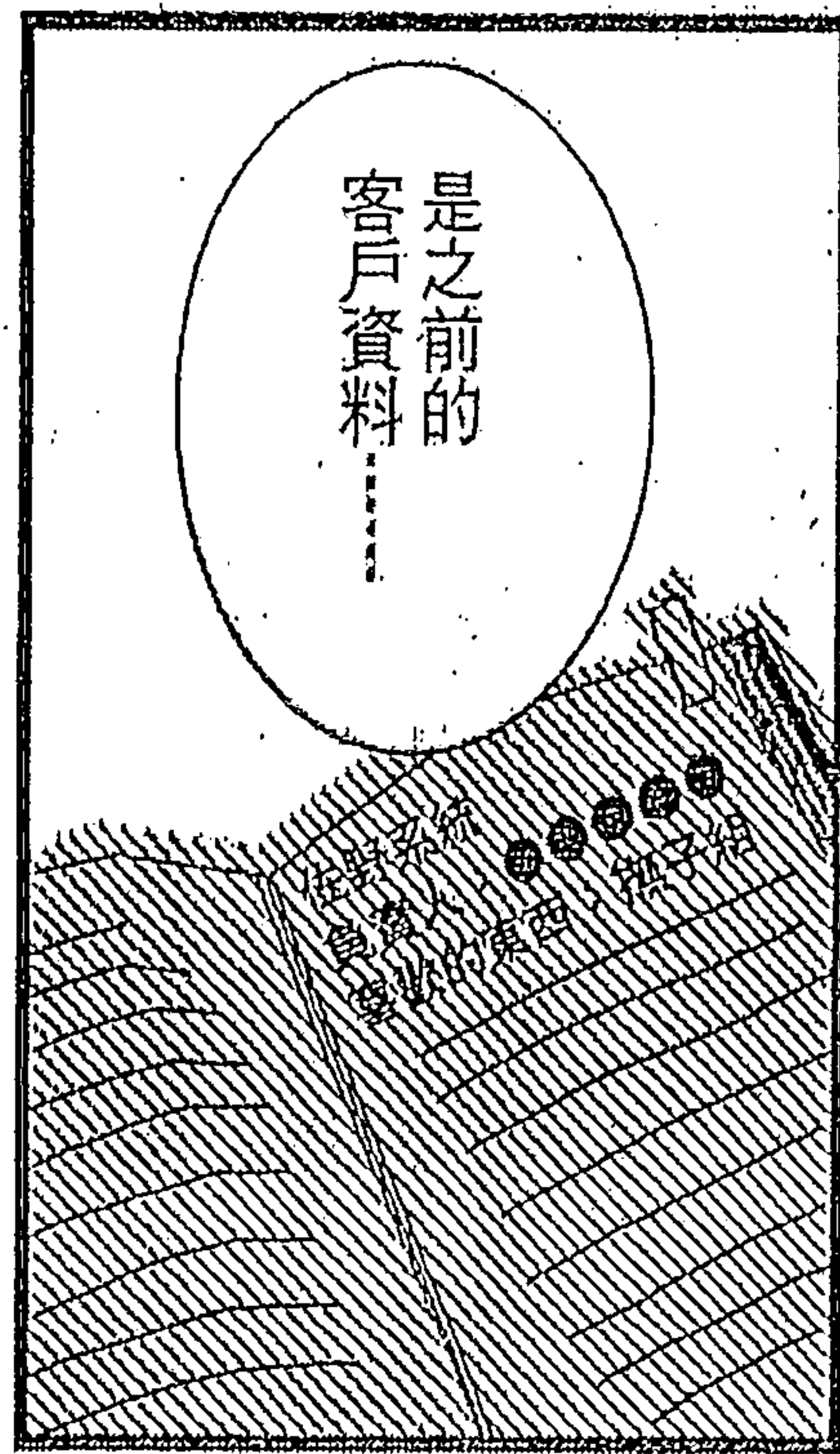
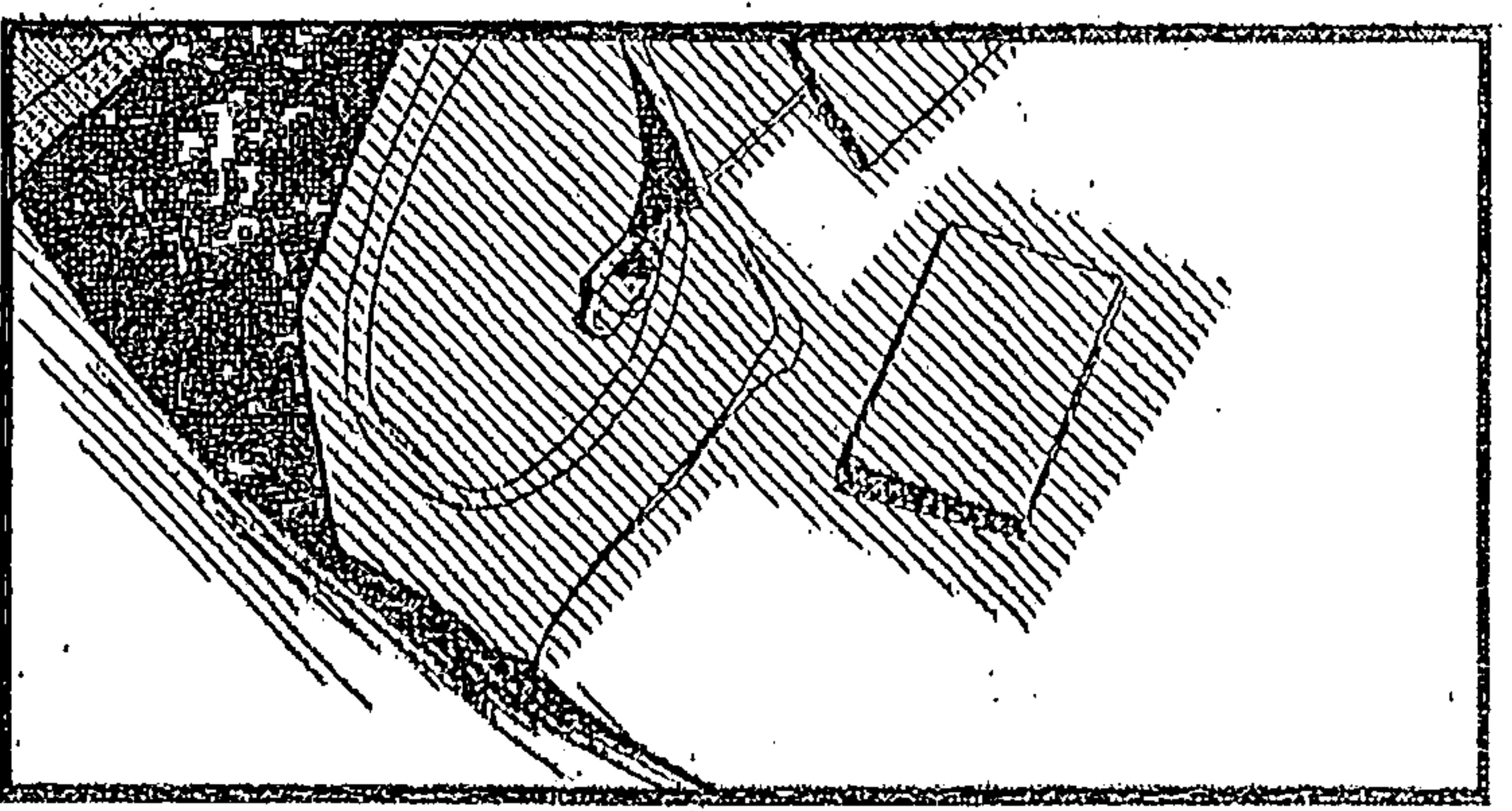
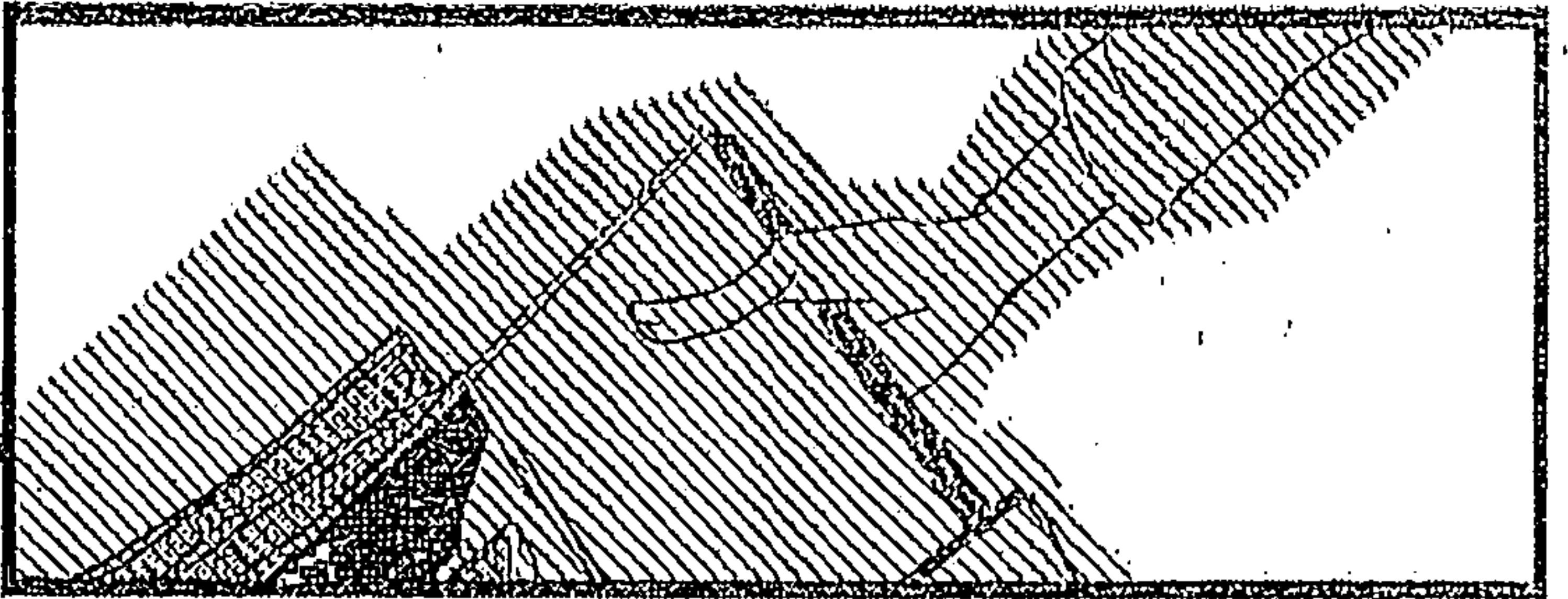
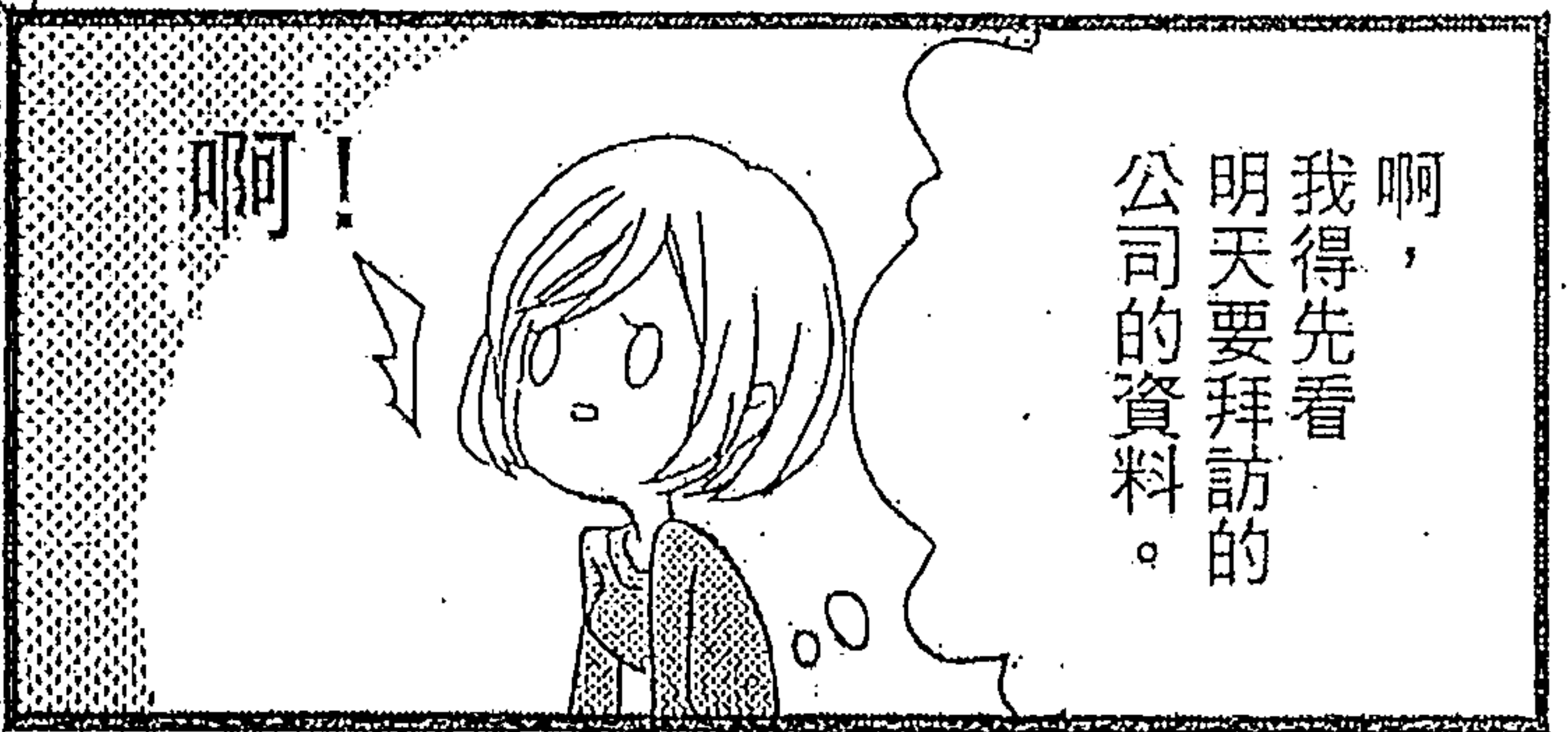
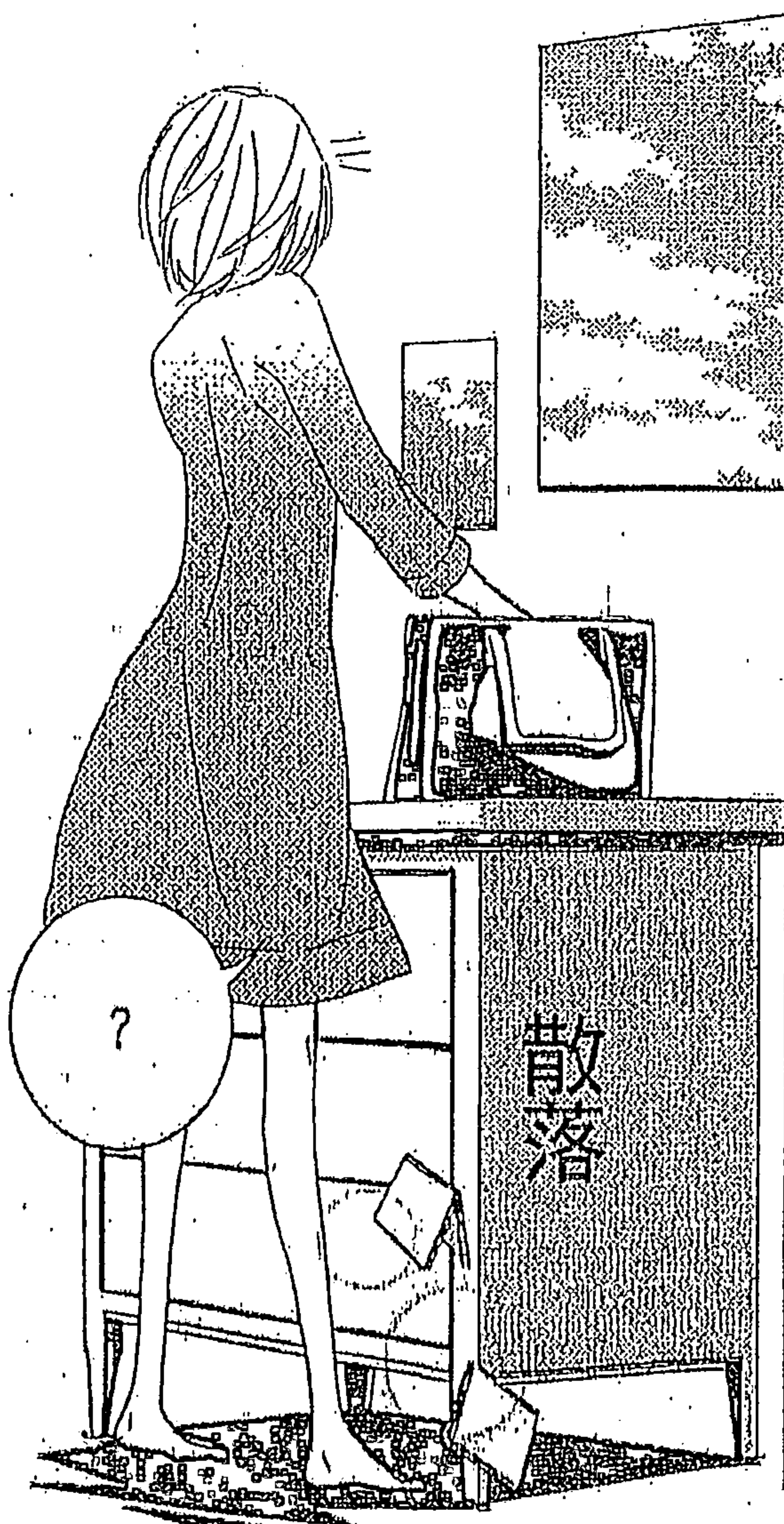
之前我們的業
大都是倚賴他

嗯，那也是利用
詐騙手法吧？









當我以為他很溫柔時，
結果他又開罵……

明明我會就此信任他……

不僅如此，
他總是在我未發覺時
處處照顧我。

滴落

就連這本筆記……

前輩果然不是壞人！
過去的事件一定
也有內情。

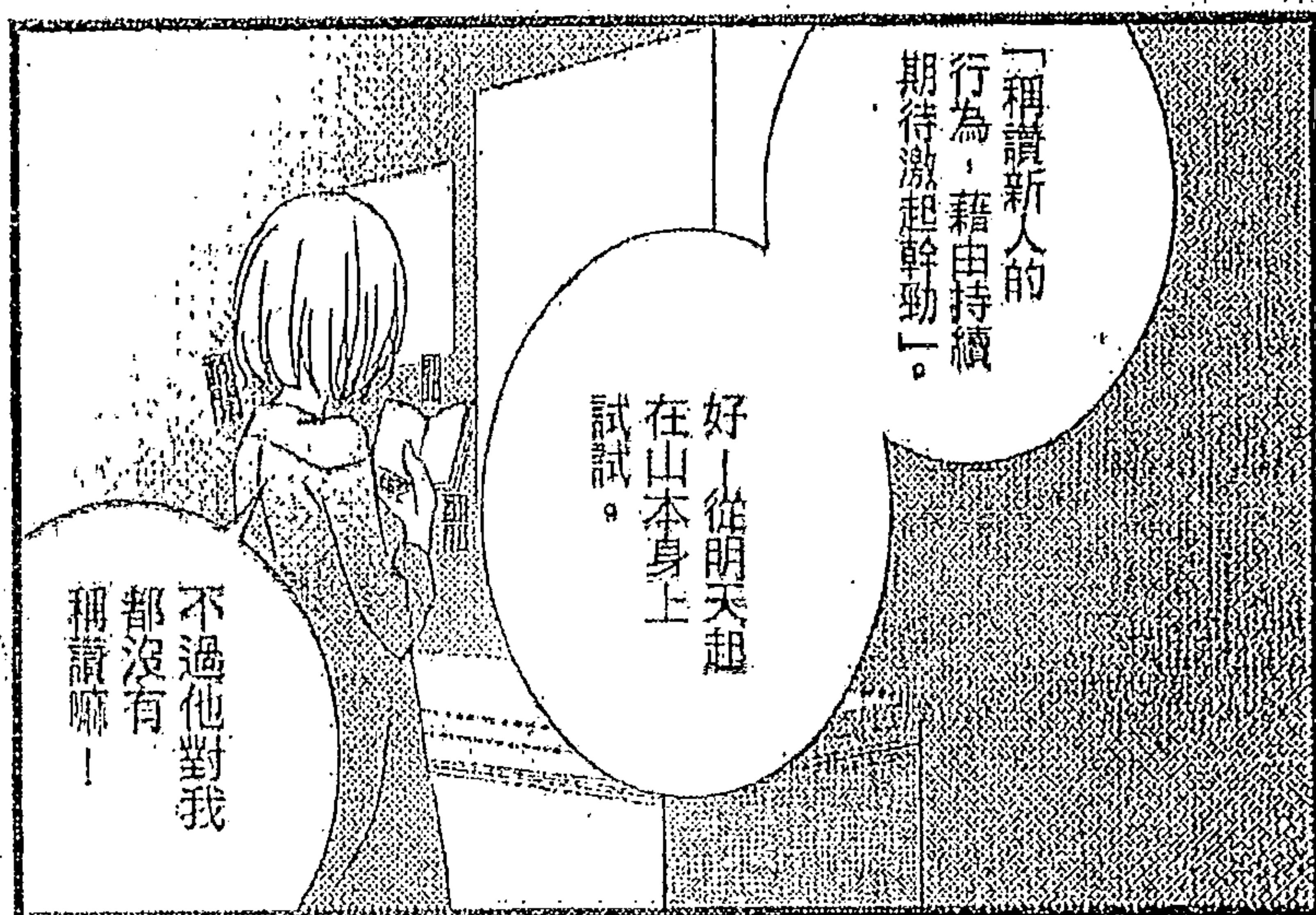
好！
我來調查！

比馬龍效應／反比馬龍效應

讓下屬自己提起幹勁！
好主管
應該學會的方法

有了下屬大家都想當「好主管」。然而下屬並非總是如己所願地行動。有不少人對於下屬缺乏幹勁毫無成長感到焦躁。

當上主管一定要學會培養下屬的技巧「比馬龍效應」。這是由美國心理學家羅森陶所提倡，指的是一個人愈受到他人期待，就會愈提起幹勁，並獲得預期成果的傾向。



希臘神話中的塞浦路斯國王比馬龍深愛自己雕刻的象牙少女像，後來雕像變成真人，因為這段逸事而如此命名。換句話說，不要叱責下屬：「提起幹勁！」或灌輸恐懼感：「沒達成業績就會降級喔！」期待下屬「你做不到」、「我相信你可以」，才能增加下屬的幹勁，獲得良好的成果。

「真的會這麼順利嗎？」有這種疑問的人，請看以下兩個心理實驗的介紹。第一個是，在舊金山的小學進行利用智力測驗的實驗。該智力測驗是為了選出學力優秀的學生，在將名簿交給級任導師時，告訴老師「名簿上的學生是學力優秀的孩子」。

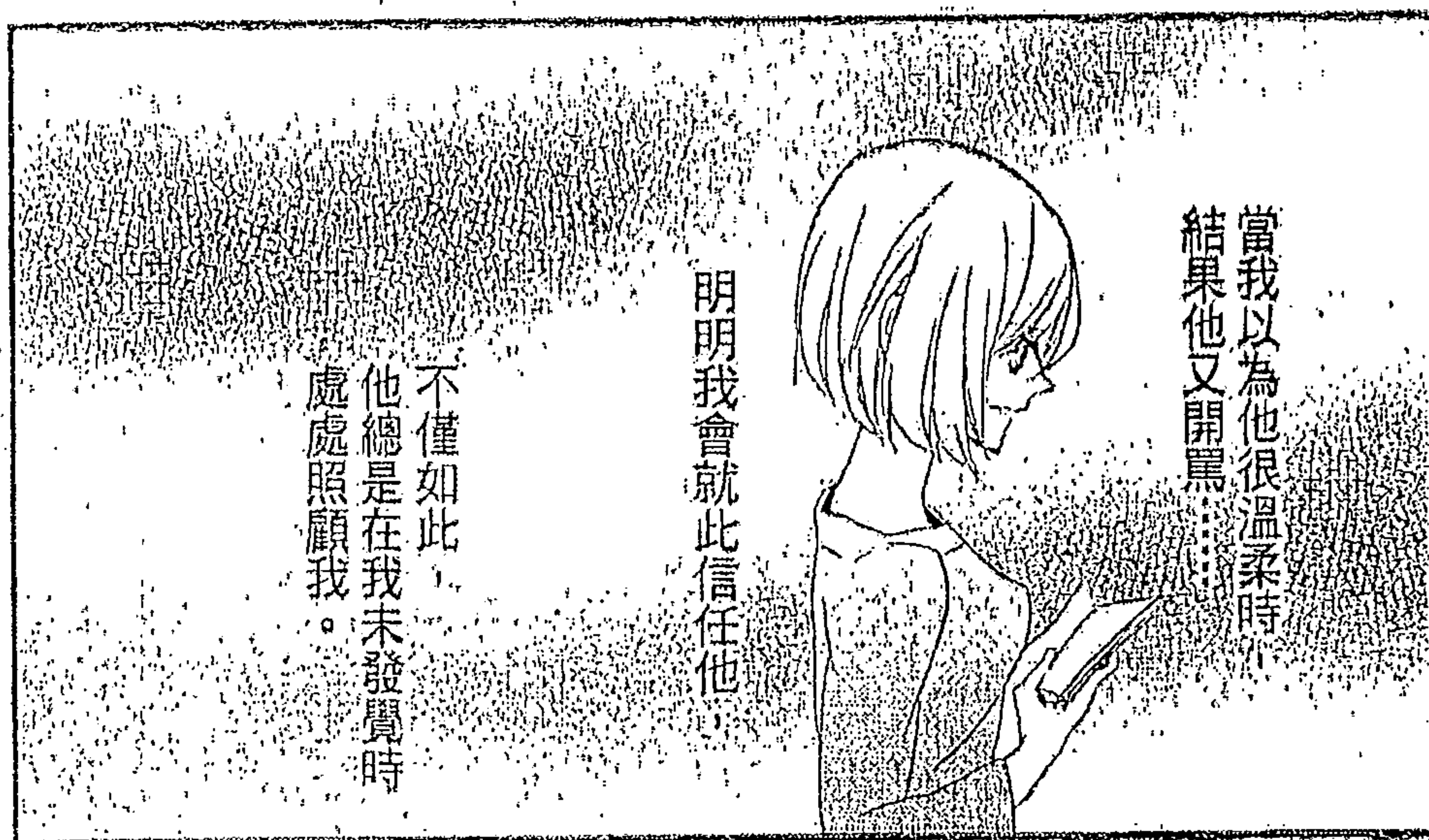
其實測驗本身並沒有特別的意義，但是級任導師滿心期待地對待學生，學生的成績因此提升了。

美國心理學家赫洛克進行的實驗則是以國小5年級學童為對象。在5天的算數測驗期間，將學生分成3組。然後稱讚其中一組，叱責其中一組，剩下一組則沒有任何動作，之後比較成績。結果，受到稱讚的一組成績提升了。

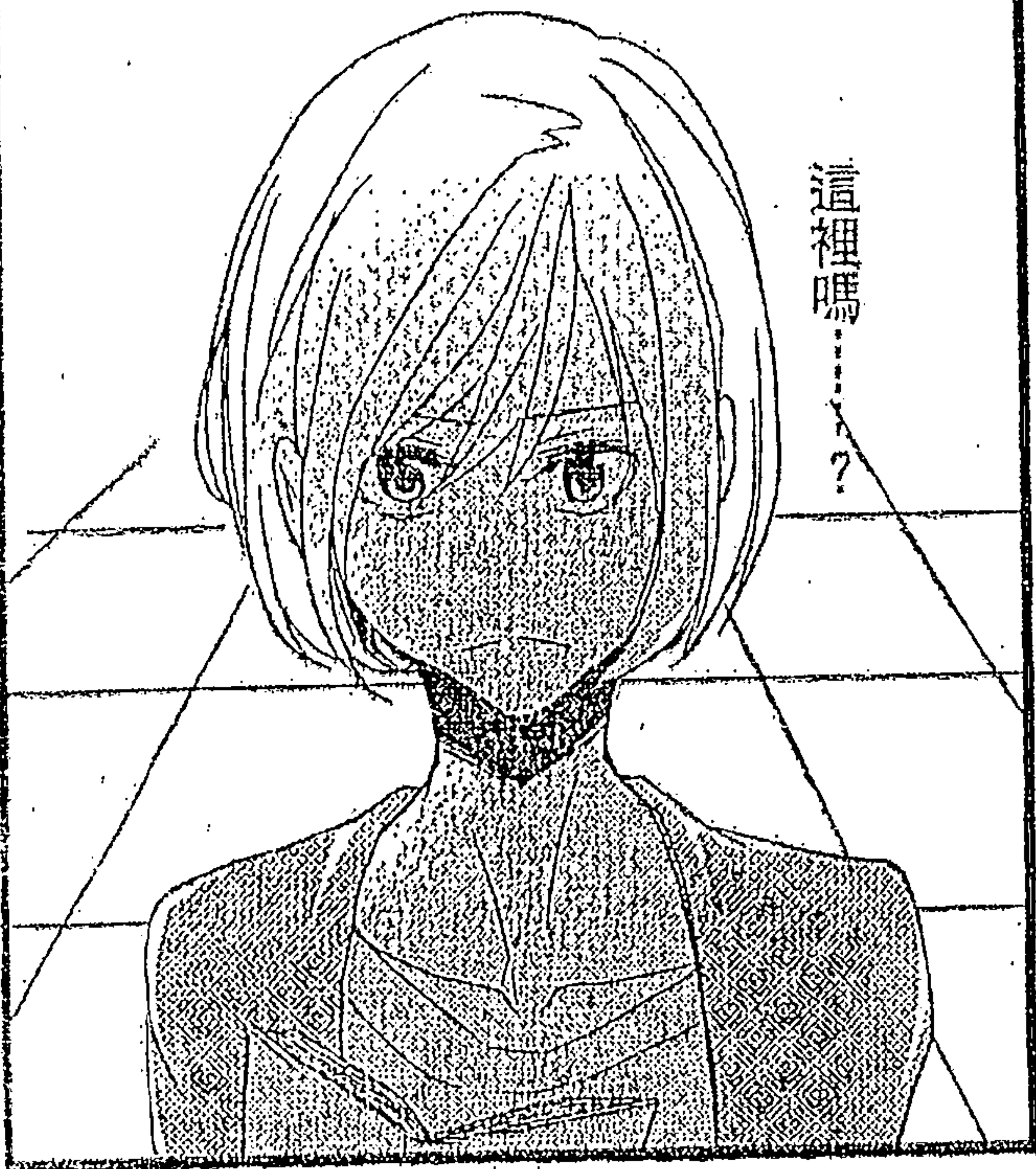
如此稱讚滿心期待，就能提升下屬的幹勁，不過此時的重點是，要稱讚獲得結果前的努力與過程。這在心理學家卡蘿·德威克的實驗中也揭曉了。假如不誇獎努力，而是稱讚結果與才能，往後過於害怕失敗，面對困

難的問題便不會表現出熱情。

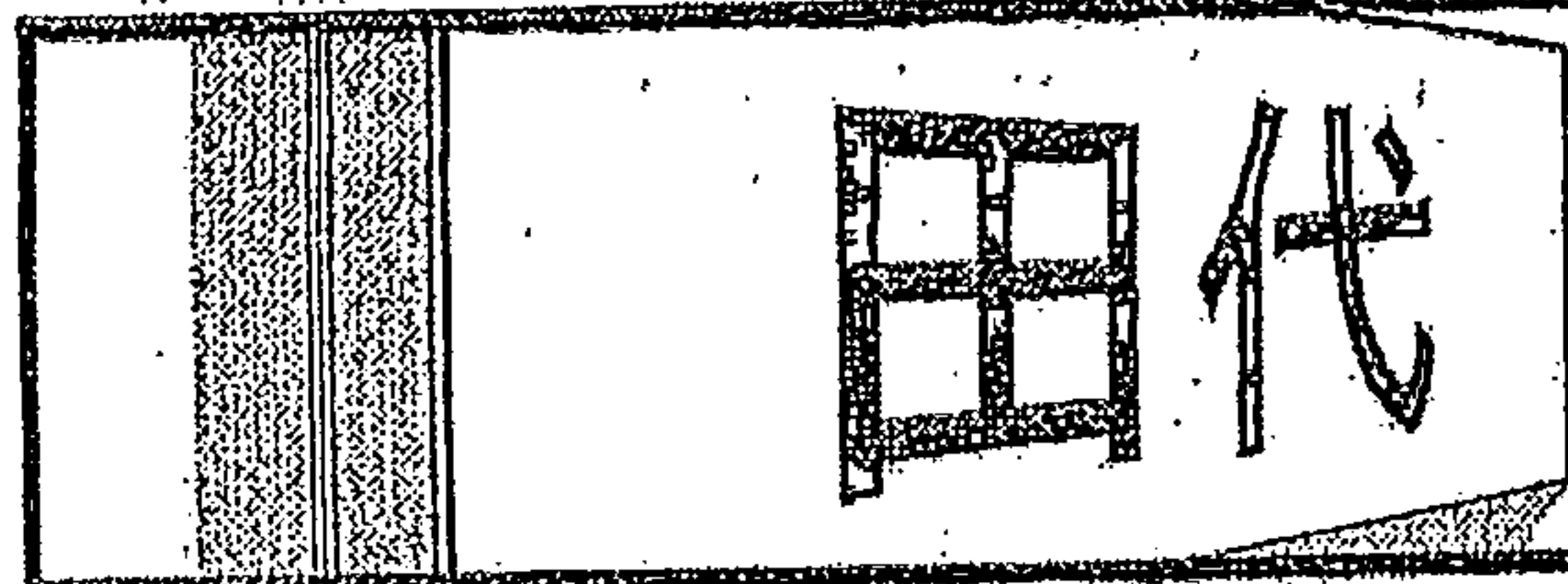
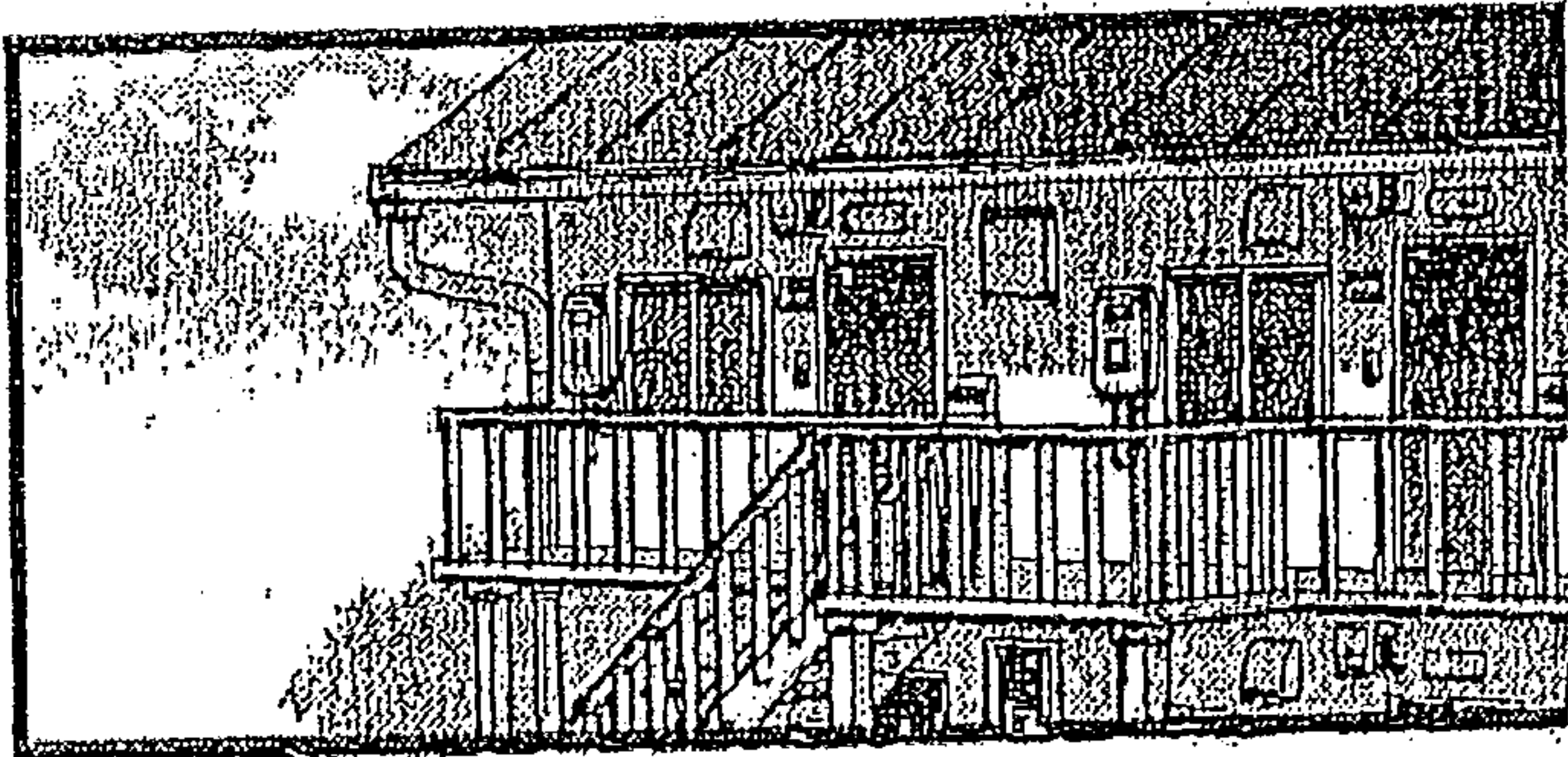
順帶一提，比馬龍效應的相反是「反比馬龍效應」。「你沒朋友」、「沒有人會幫你」，持續說出這種話，下屬就會失去希望與幹勁。因此嚴禁濫用。



對比效應



這裡嗎……？



課長！
請讓我申請1週的
有薪假！

喂！？
妳了解現在
的狀況嗎？

砰！

本來就已經
人手不足耶？



對不起！
可是我有
無論如何
也得做的事！

這件事攸關
公司的未來。

什麼嘛……

我曾經提早
結束工作！
答應課長的
請求對吧？

逼近

唔。



唉……

朝比奈！
給你3天
的時間。

不過，
回來後可得
加倍工作喔？

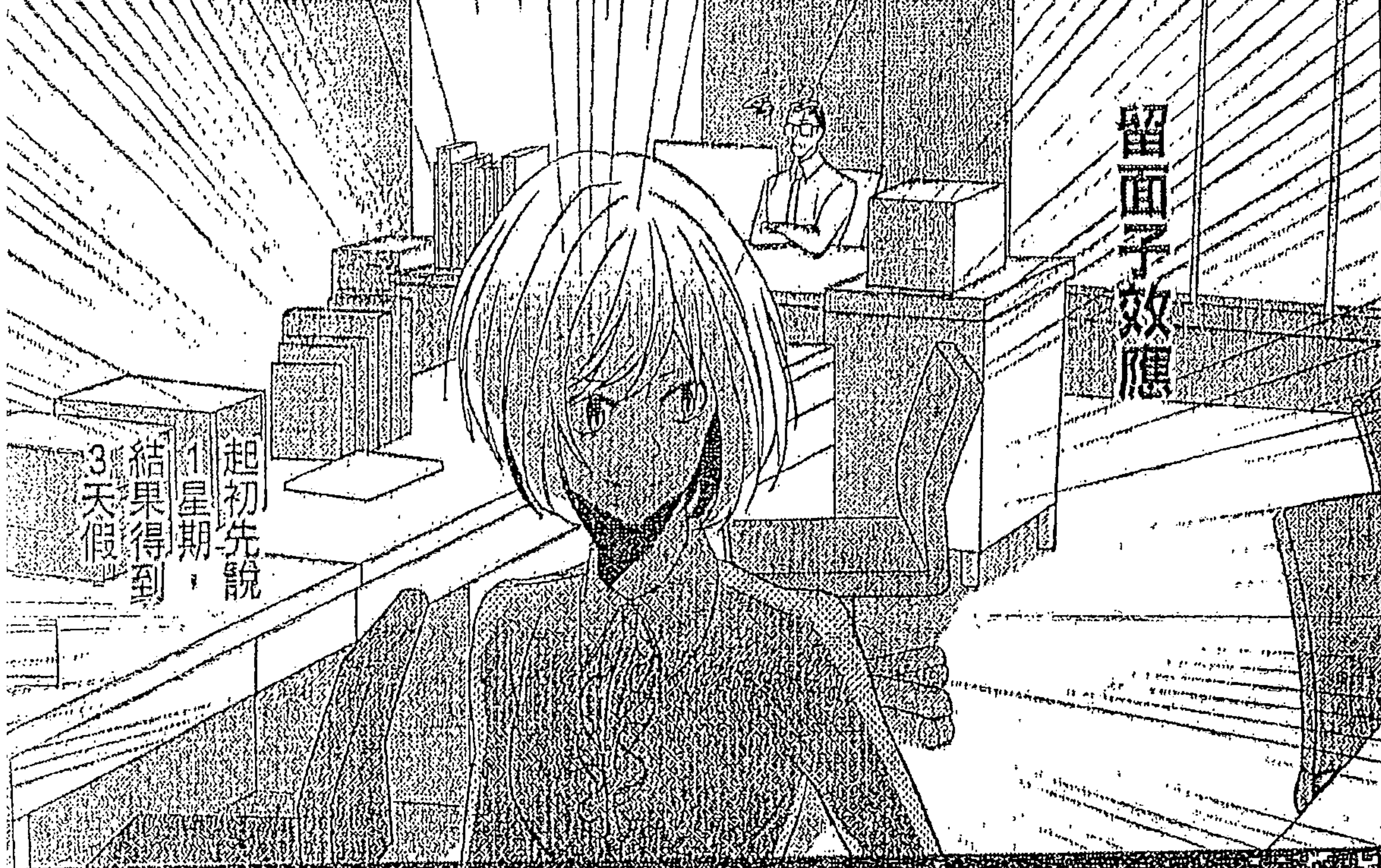
堅

定

是！



留面子效應



起初先說
1星期，
結果得到
3天假

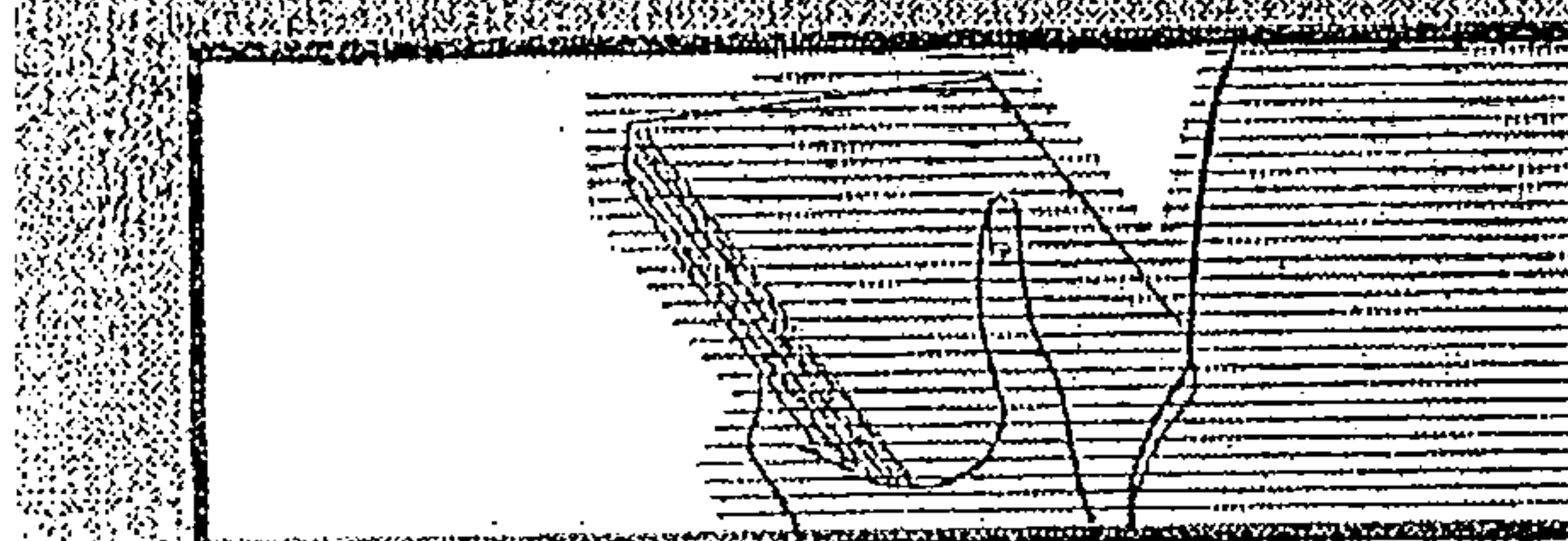


沒錯。前輩的
心理技巧
也要教給後輩。

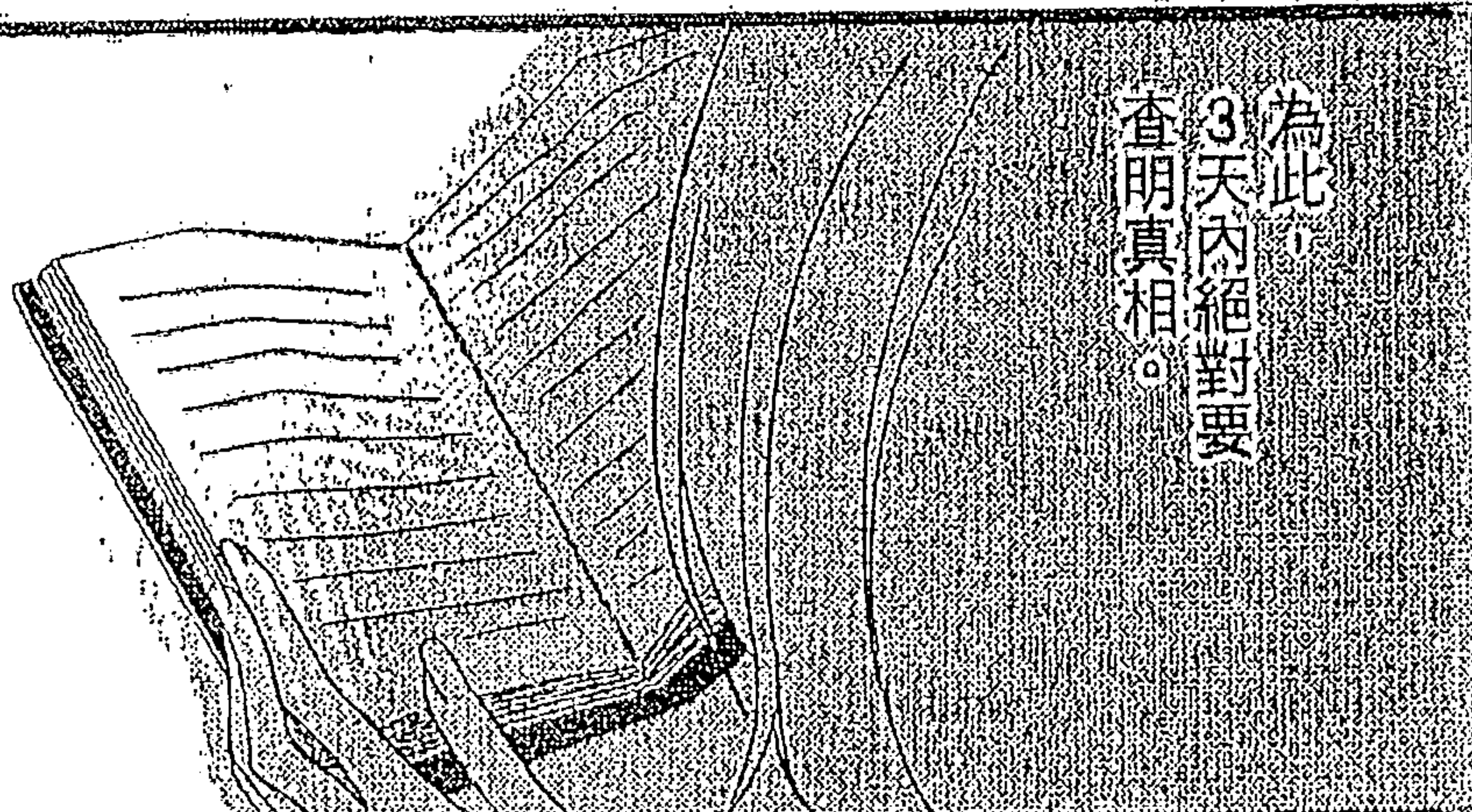


抱歉。
我回來後一定會
把你培育成獨當
一面的業務員。

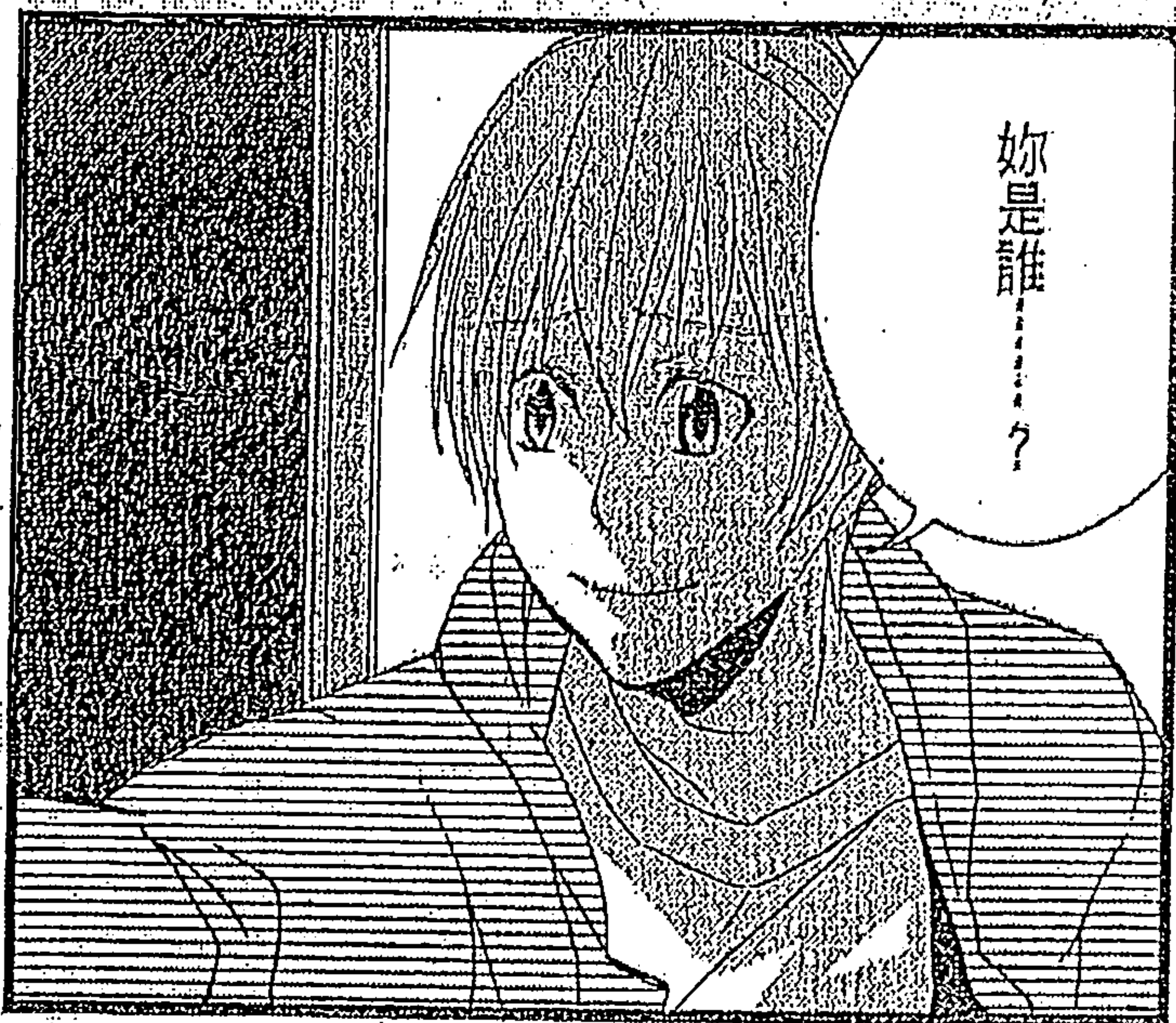
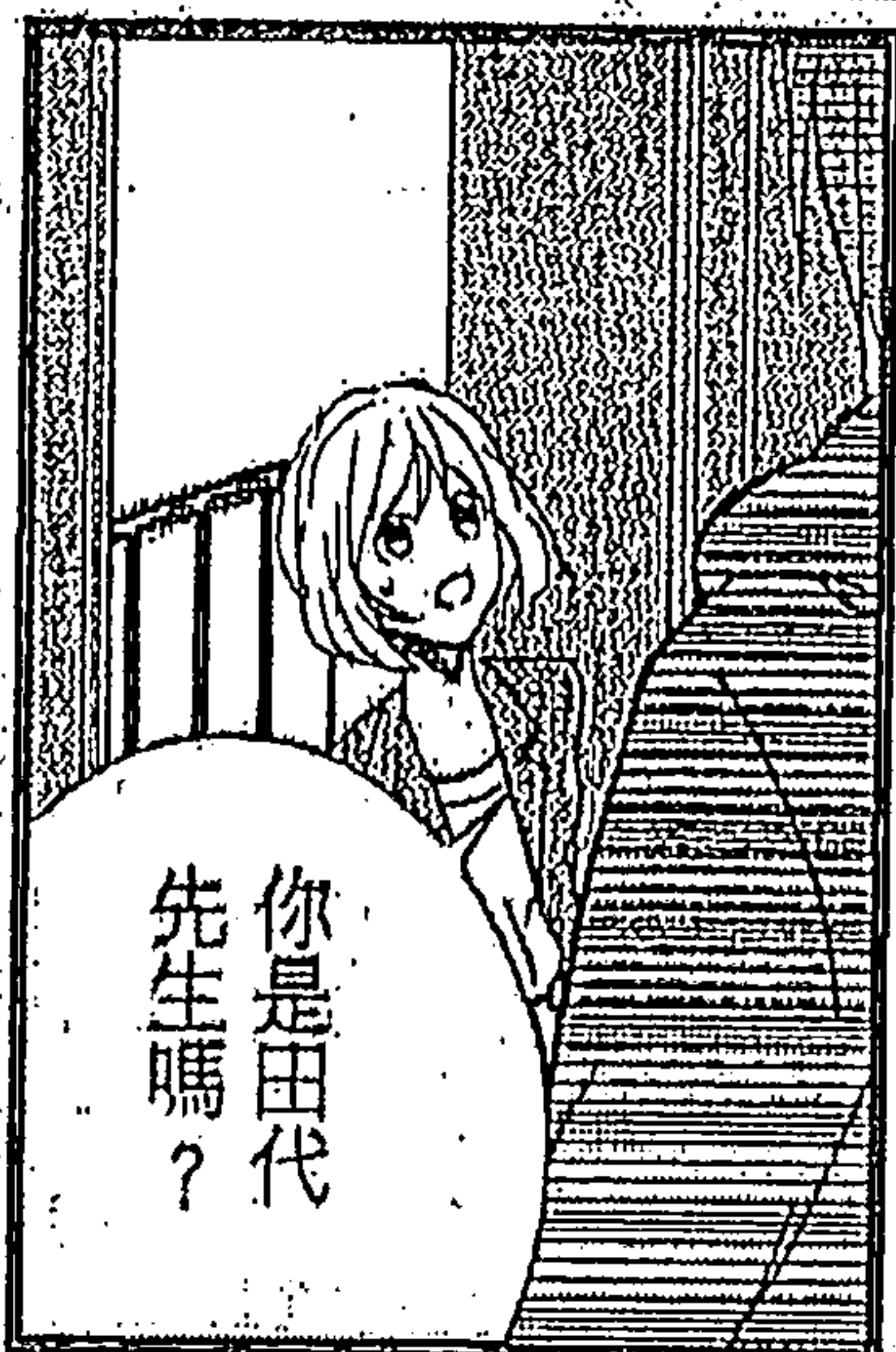
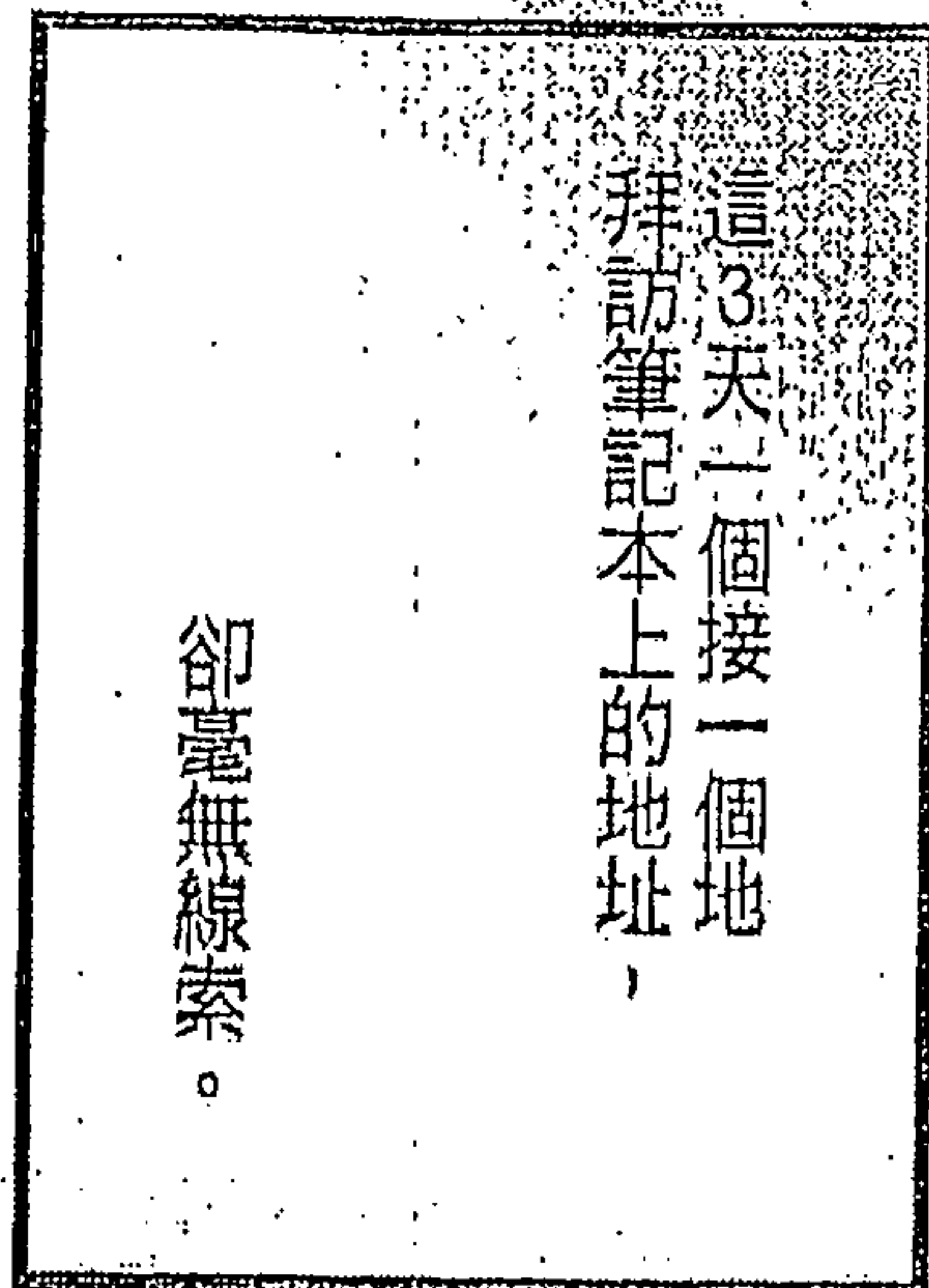
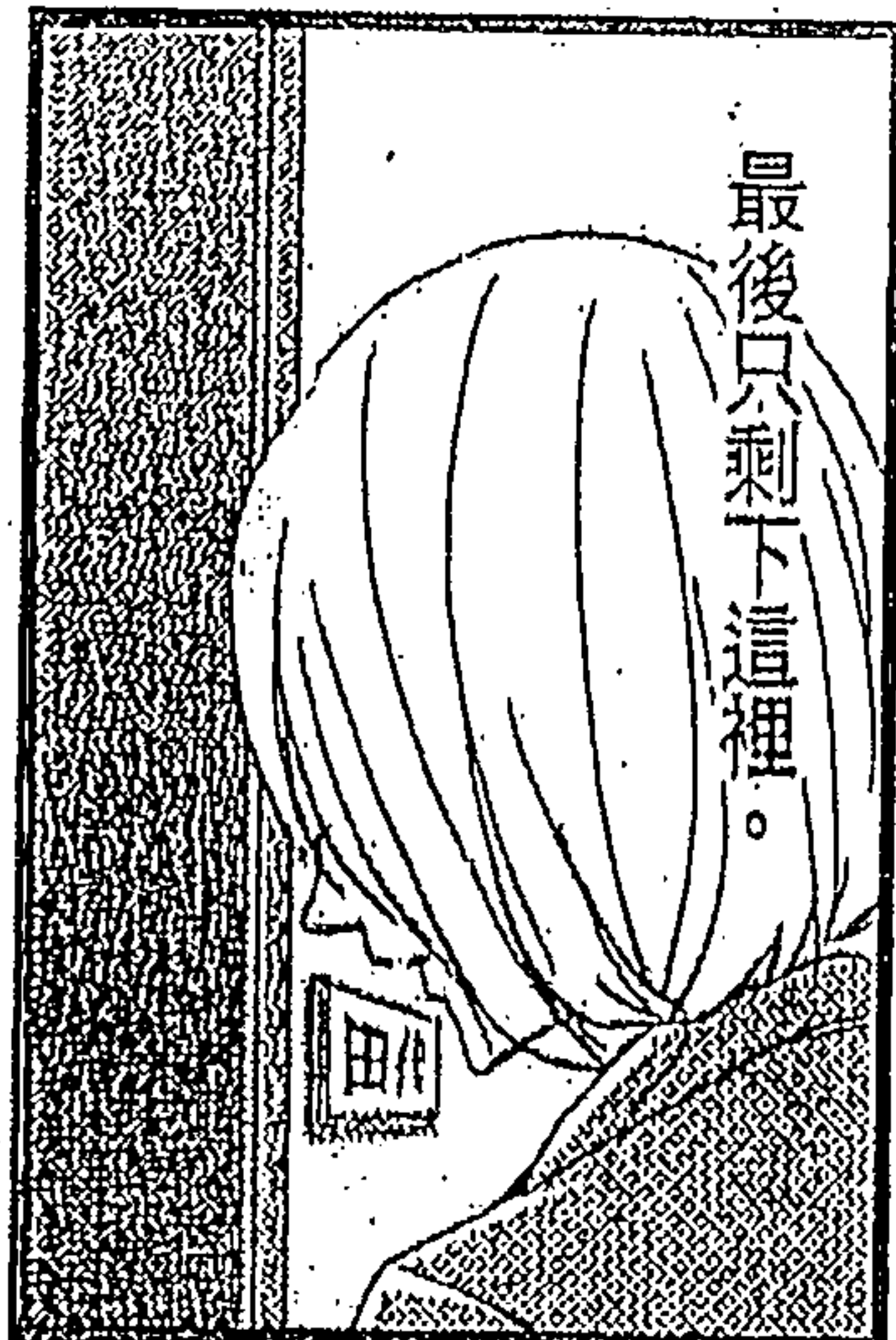
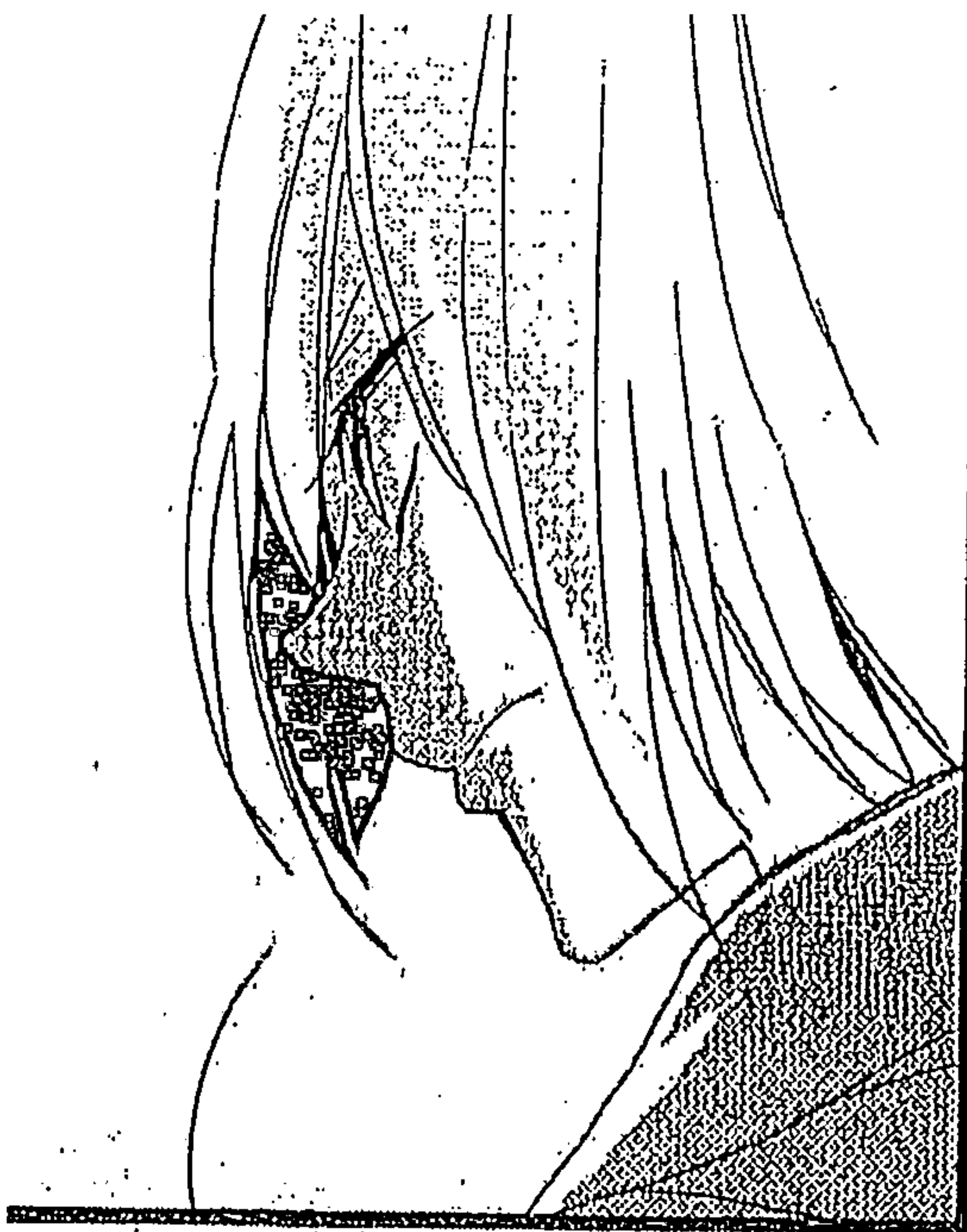
是……
我等妳回來。



線索是
這本筆記上
的通訊錄。



為此，
3天內絕對要
查明真相。



妳想問
什麼事？

謝謝

請你告訴我
真田前輩的
那件事。

10幾年前……
我是業績很差的
業務員。

田代！
從今天起幫你
安排教育人員！

田代，

請多指教。

和我當時
一樣……

那時
我遇見了
真田。

真田在大學
學習心理學，
他應用在業務
取得不錯的業

前輩的心理技巧是在大學學到的啊！

多虧真田的指導，我的業績扶搖直上，

然後業績提高的我開始得意忘形。

欸，出代，你知道日本和牛在全世界變成品牌嗎？

松阪牛和神戶牛嗎？

沒錯，行銷和牛會產生龐大的利益。

我不會投資的。

欸，等等。

你不用投資啊。你幫我推銷多人持有的和牛認購權吧？你可以得到銷售額的10%喔！

唔……可是，

你懷疑我嗎？那下次我們一起去看牛吧？



一開始
我拒絕了，
可是我家是
單親母子家庭，

當時我媽
病倒了，
需要大筆的
醫療費。

幸好我們公司
可以自由兼職，
我接下了利用假日
推銷的工作。

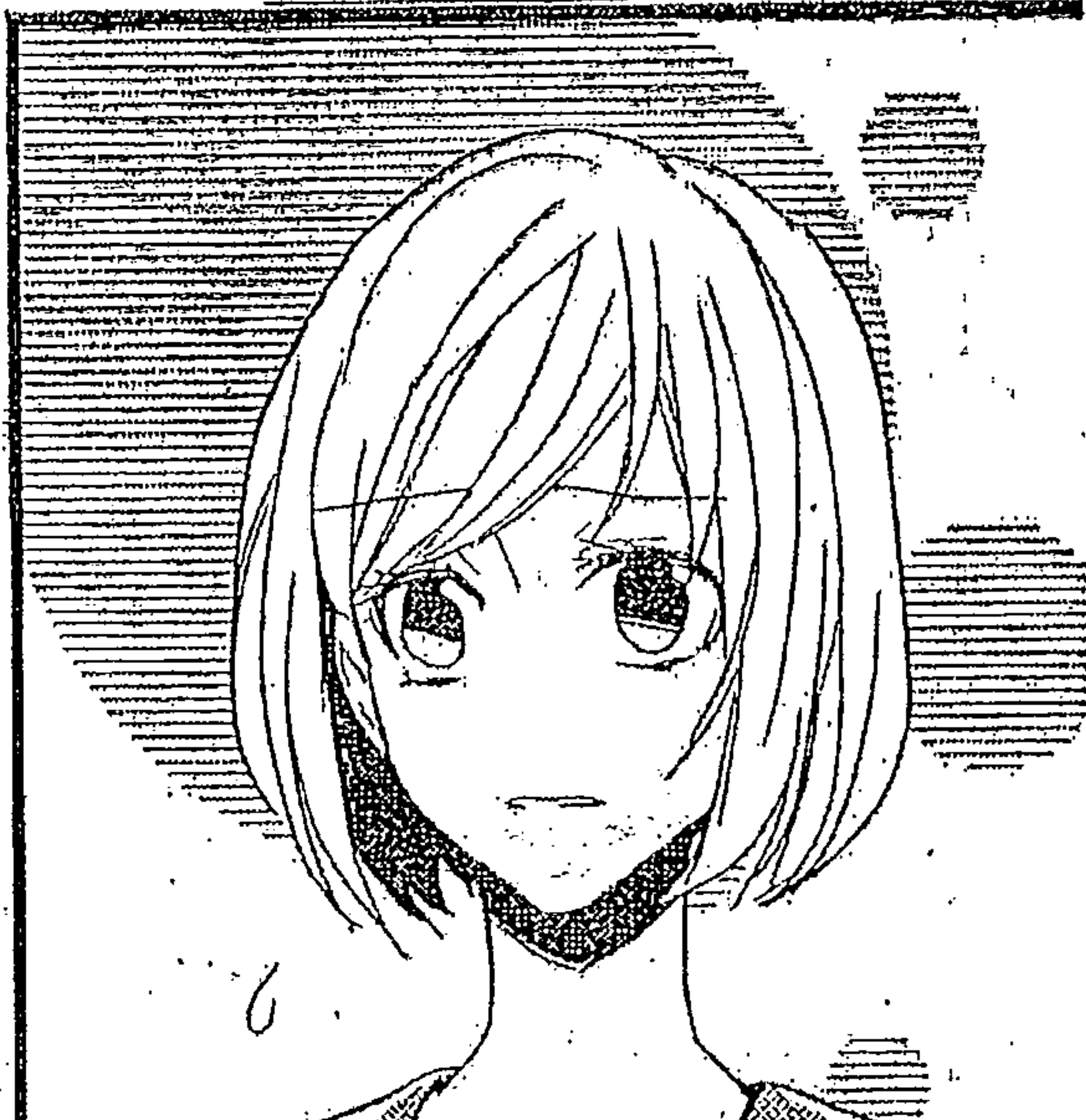


你有告訴
真田前輩嗎？

我要賣自家公司以外的產品，
證明不用依靠真田
自己也能推銷。



我真是個
笨蛋。



推銷時我使用了
真田教我的
心理技巧——
對比效應。

「人會在無意識中
比較多種選擇」。

厲害呢！



我利用這個技巧，準備了兩個方案。

月繳費用較高的方案和比較便宜的標準方案。

提出兩個方案後，大多數人都會選擇標準方案。

最後募集到將近10億的投資金額。

可是……有人表示想看看投資的和牛。

於是我聯絡朋友，可是那時完全無法取得聯絡。

我去他家找他，已經人去樓空。惡評傳得很快。

然後要求還錢的電話響個不停。

但是我手邊沒錢。

我都是讓客戶直接把錢匯到朋友的戶頭。

於是我向真田哭訴……

笨蛋！

竟然成了詐騙共犯……

我不知道……

對不起……

真田，
我該怎麼辦
……？

我去
自首。

什麼！
為什麼
真田你？

這不只是
錢的問題。

如果你媽知道，
會更加失去
氣力吧？

你和這件事
完全無關。

明白嗎？

是這樣啊
……

我能和媽媽
安穩地度過
最後的時間，
都是多虧了
真田。

你和真田
後來……？

我原本想去找他
但是沒臉見他……

不過見了你，
我下定決心了。

今天非常
謝謝你。

你所說的事，
我會告訴
公司裡的人。

不過真田可能會說
「少多管閒事！」

哈哈

這麼說來，
你知道真田
嚴厲的一面呢！

也許他很介意
我的失敗，對妳
才會一開始就
嚴格對待。

前輩……

果然
前輩不是壞人。

接下來就是
如何讓公司裡的人
明白這件事……

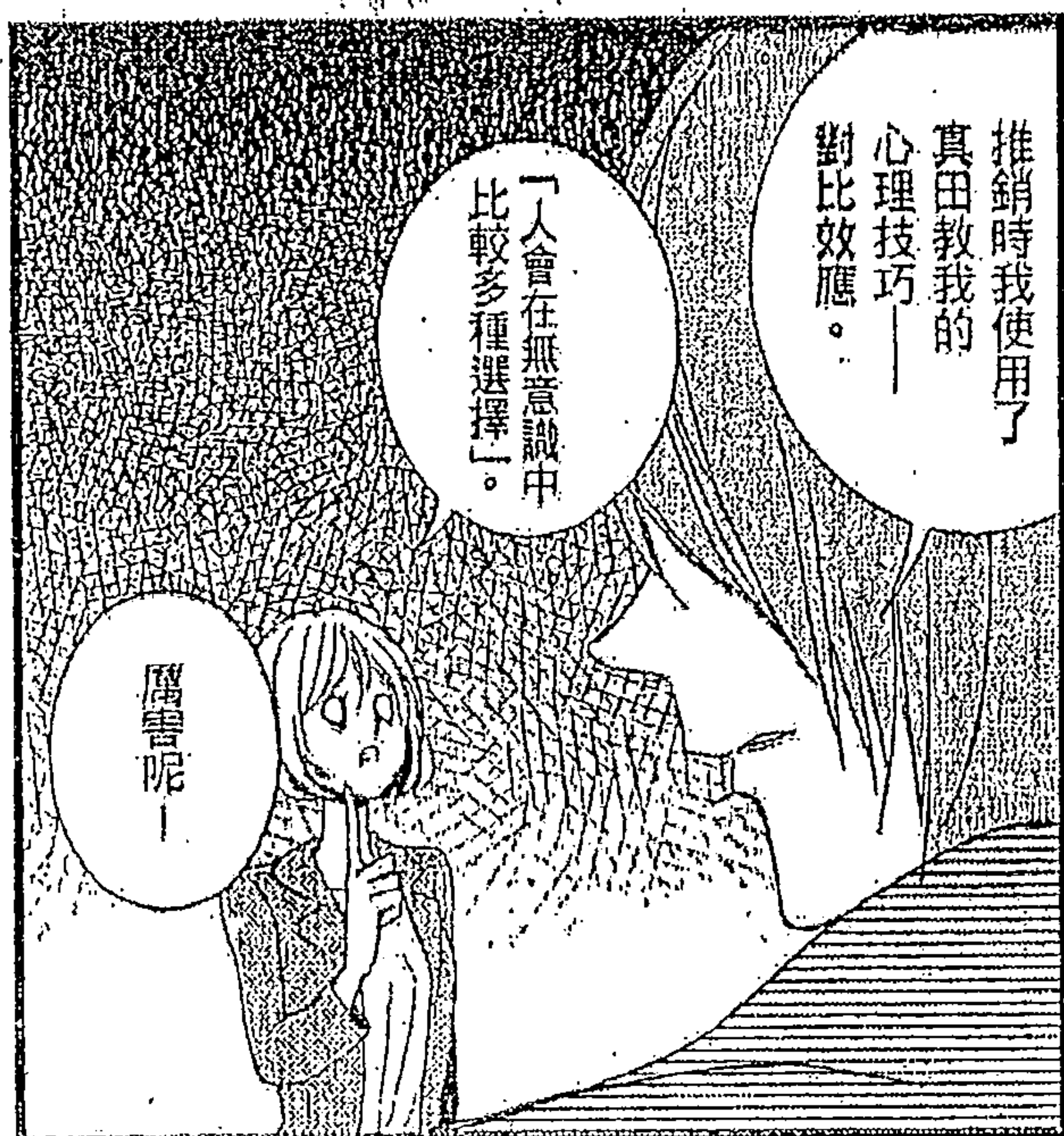
對比效應

想販售產品就穿這

「貴得離譜的商品」

有一種疑似詐騙的銷售手法，是將老人聚集到會場，向他們推銷很廉價的羽毛被或健康食品。在這種地方5萬日圓、10萬日圓的高價商品會快速賣出，不過，在一般店家即使擺放了相同價格的商品，也很難想像老人會瘋狂搶購。為何會擺脫束縛大肆購買，實在令人覺得不可思議。

這種疑似詐騙的推銷手段，暗藏了巧妙操控人心的各種企圖，不過最



淺顯易懂的說法是「對比效應」。

這是指最先看到的與接下來看到的東西有段差距時，感覺差異比實際上更大的心理現象。例如看到一千五百日圓的商品後又看到一千二百日圓的商品時，和只看到一千二百日圓的商品時相比，會覺得更划算。

同樣的道理，騙子介紹「這條棉被現在只賣三十萬日圓！」之後，再招呼一聲「這一款只要十萬日圓整！」老人就會覺得：「很便宜耶！」

假如真正想賣的是十萬日圓的商品，不要直接拿出來，要先刻意拿出三十萬日圓的「貴得離譜的商品」。

這不是只有騙子才會使用的手



法，而是習以為常地充斥在我們身邊。

例如鰻魚飯專門店有「松、竹、梅」的定價。松最貴，竹、梅的價錢依序降低，這是大家熟悉的定價。而統計公布分成3種價格後，有6成的人會選擇中間的竹。而松與梅則各占2成。

反過來利用這一點，在竹的位置刻意放盈利率高的菜色，有效率地賣完份數的餐飲店並不少見。比起只推出竹，設定高價的松與低價的梅，能發揮對比效應的作用，也就容易銷售主打商品。

販售汽車與房屋等高價商品時，也經常利用對比效應。顧客買車時也

會被推銷汽車導航系統或車內設備等選購項目；買房時提出家具、清掃或裝潢服務也是常有的事。這在購買幾百萬、幾千萬的高價物件後，幾萬日圓、幾十萬日圓的金額就會看起來不算什麼，這正是對比效應。

在你想推銷產品時，不妨採用這項技巧。

莫斯科維奇的策略

翌日

開始
晨會。

課長！

我有話想對
大家說。

是關於真田
前輩的事。

嘈雜

嘈雜

……以上

是我向前輩學習的
心理技巧的例子和
那起事件的真相。

朝比奈，
妳調查了
這件事啊？

課長！

真田前輩
不是壞人！
他是這間公司
絕對需要的！

可是就算妳說的
是事實，他仍是
利用疑似詐騙的
技巧賣保險……

疑似詐騙……
起初我也是
這麼覺得。

可是真田前輩
不在之後，
當我去拜訪
成交的客戶時……

最近都沒看到
真田，
他還好嗎？

那個時候
有買你們公司
的保險，
真是太好了！

真田都沒出現呢！
他好嗎？
後來他也經常關心我呢！

我們請真田重新
檢視了保險內容，
他的服務真好！

對啊
對啊！

那時候
契約內容本身
並沒有差異。

決定的關鍵
在於業務員的
表達方式。

我似乎是
喜歡真田這個人。

既然工作也是
得和人來往，
自然希望讓
不錯的人
來負責呢！

我跟著真田前輩
跑客戶，他教了
我很多事情。

在這當中
我明白一件事。

心理技巧
只不過是工具。

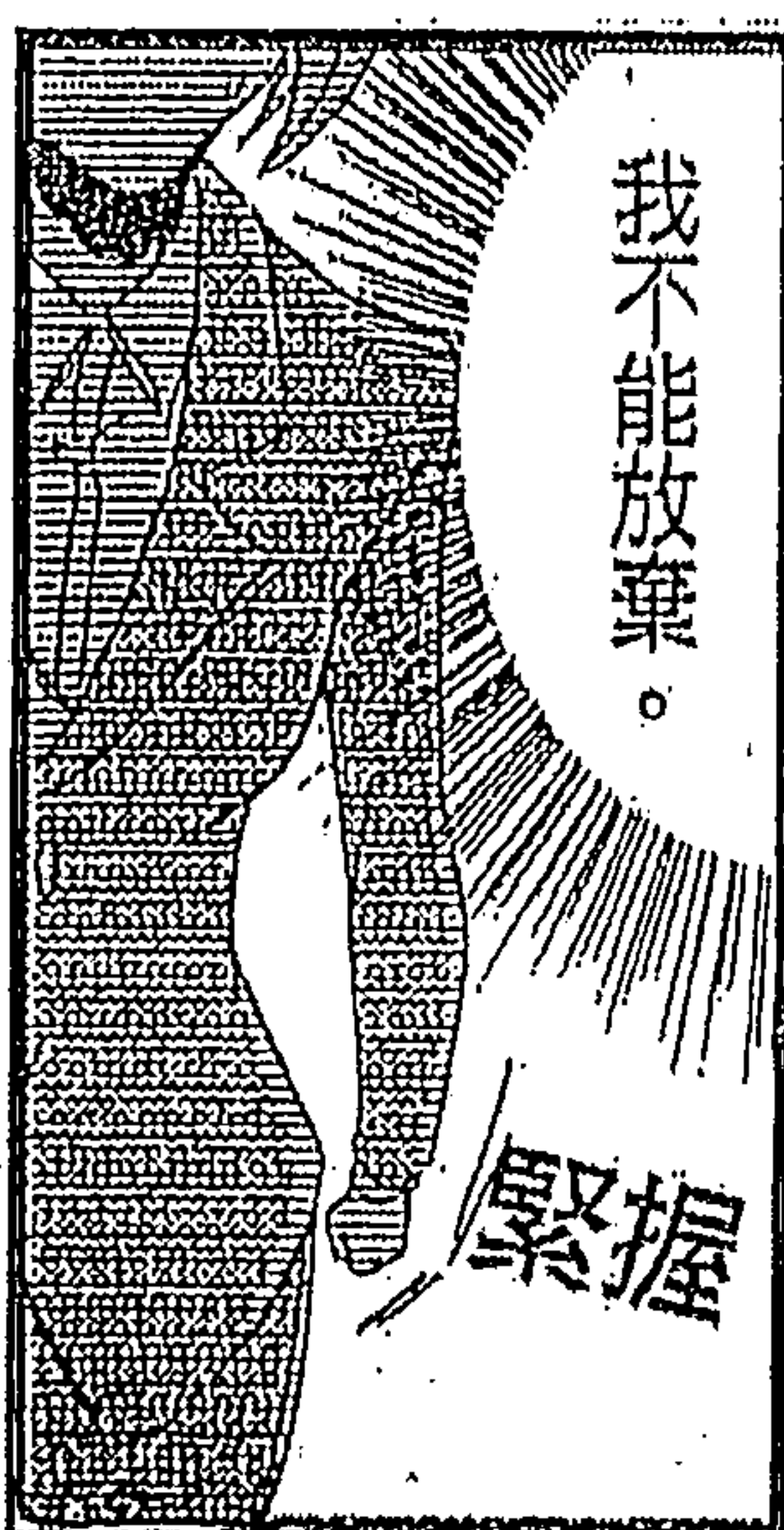


當然，
懷有惡意的人使用
也許會變成詐騙手法。

可是為了讓對方開心
而使用，那絕非壞事。
我認為這全看使用者的
意思。

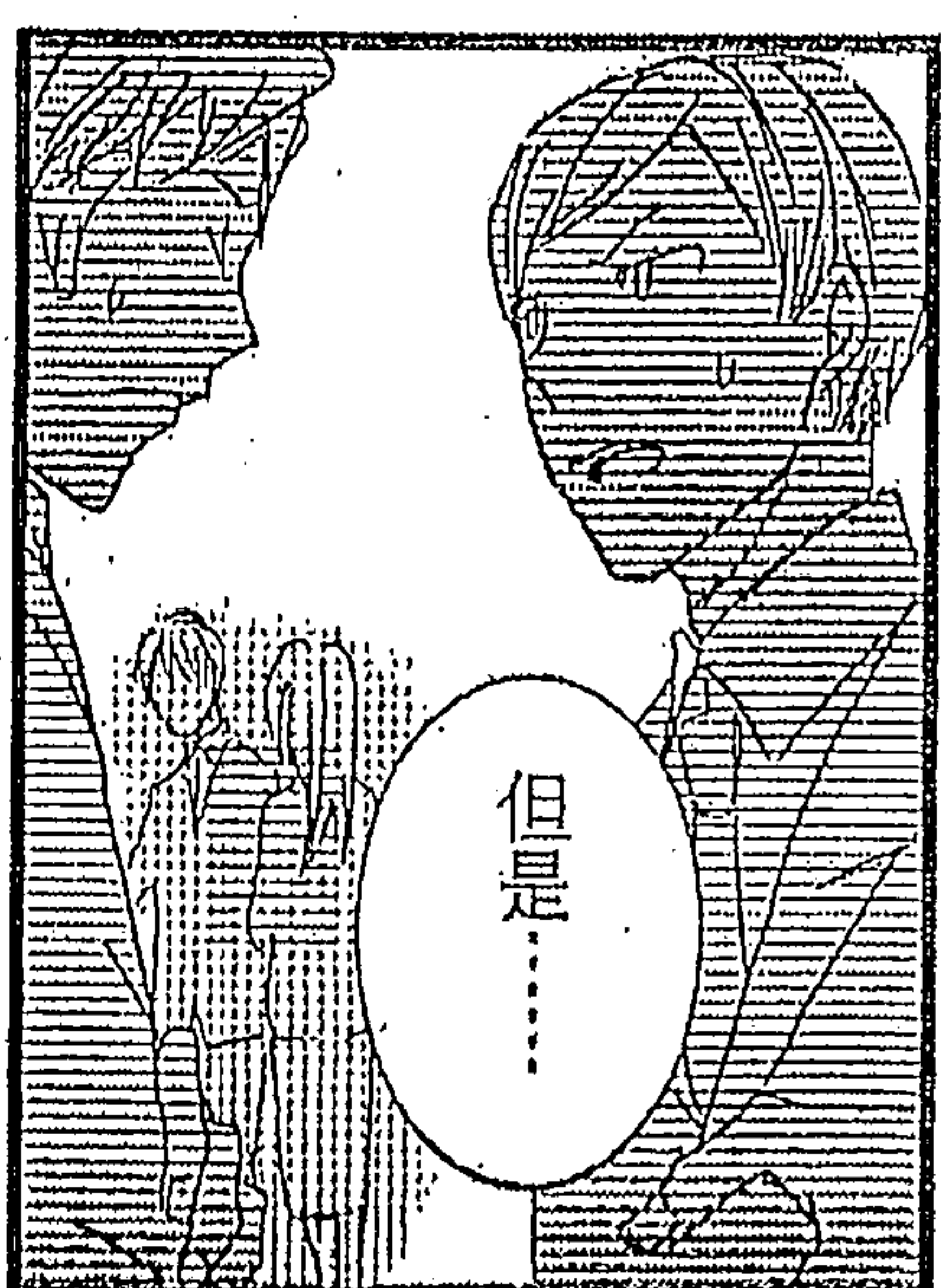


回想起
莫斯科維奇的策略！

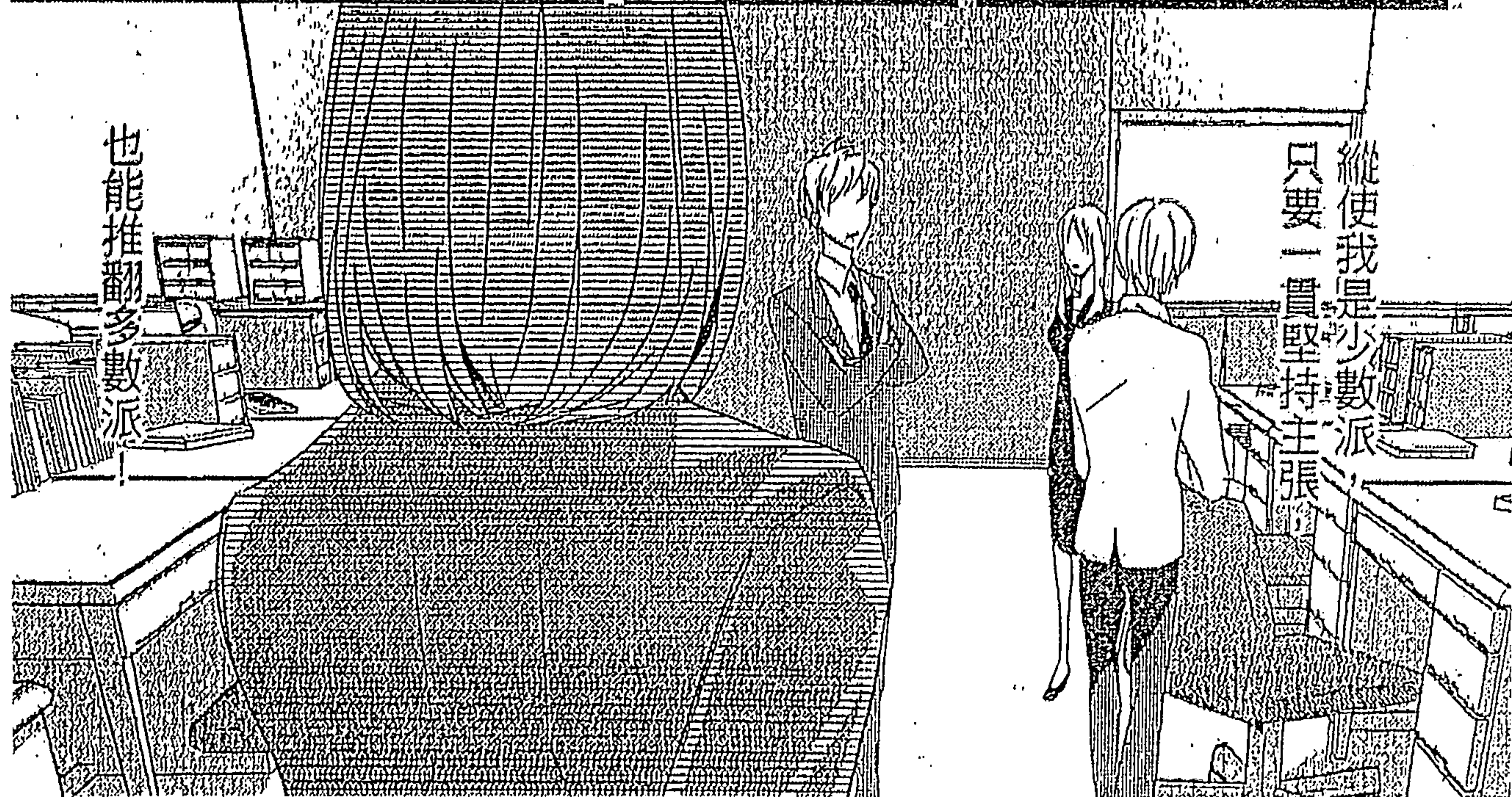


我不能放棄。

緊握



但是……



縱使我是少數派，
只要一貫堅持主張，

也能推翻多數派！

真田前輩所做的事
不只是為了客戶。

請回想一下！
大家也受過
他的關照吧？

那個！

……

我業績低落時，
真田前輩曾經
給我一些建議。

我因此有了
自信，業績又
恢復了！

由香里

這麼說來，
我也是多虧真田
的建議，好不容
易成功簽約。

真田的罪刑，
和損害金額相比
其實算很輕吧？

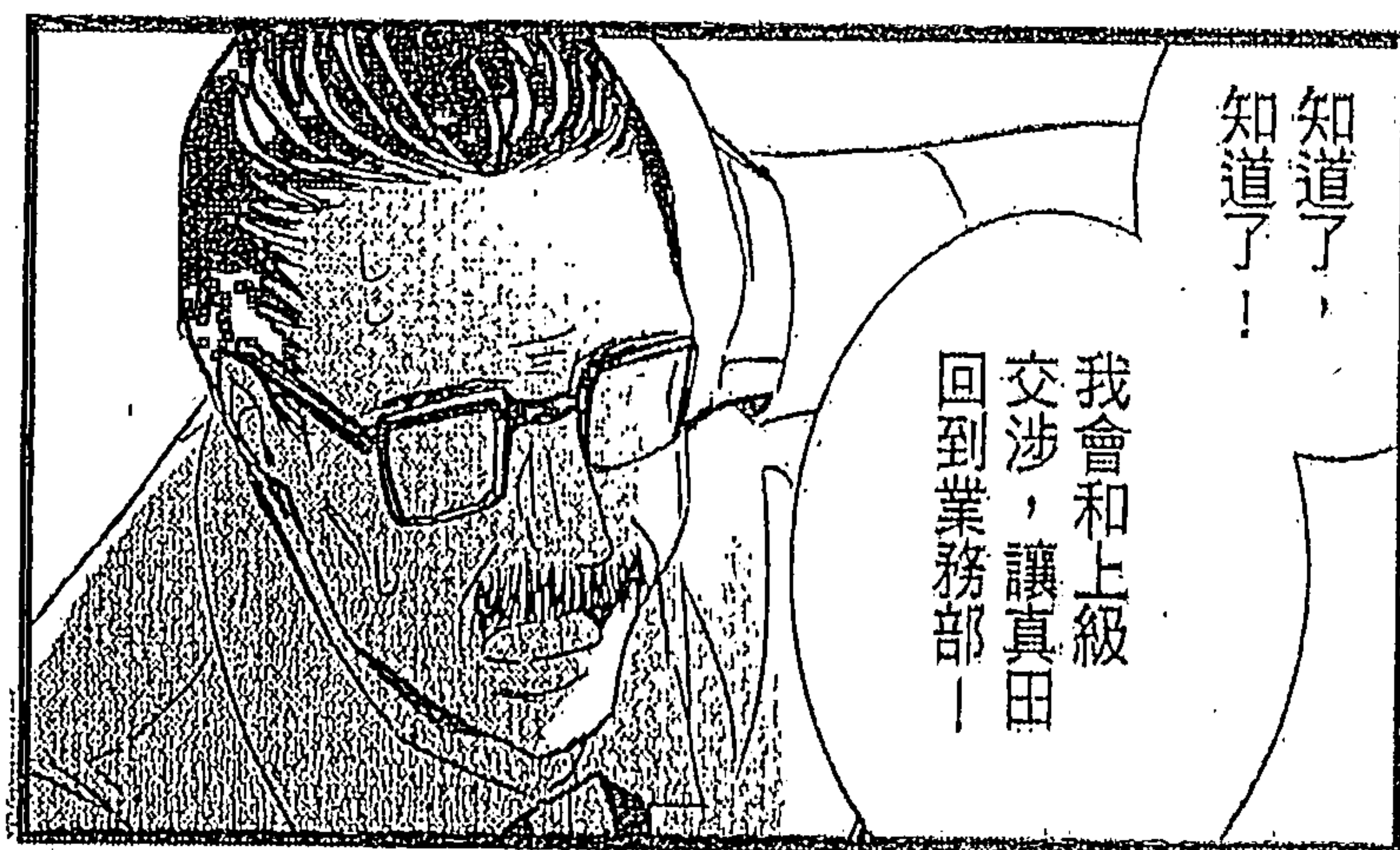
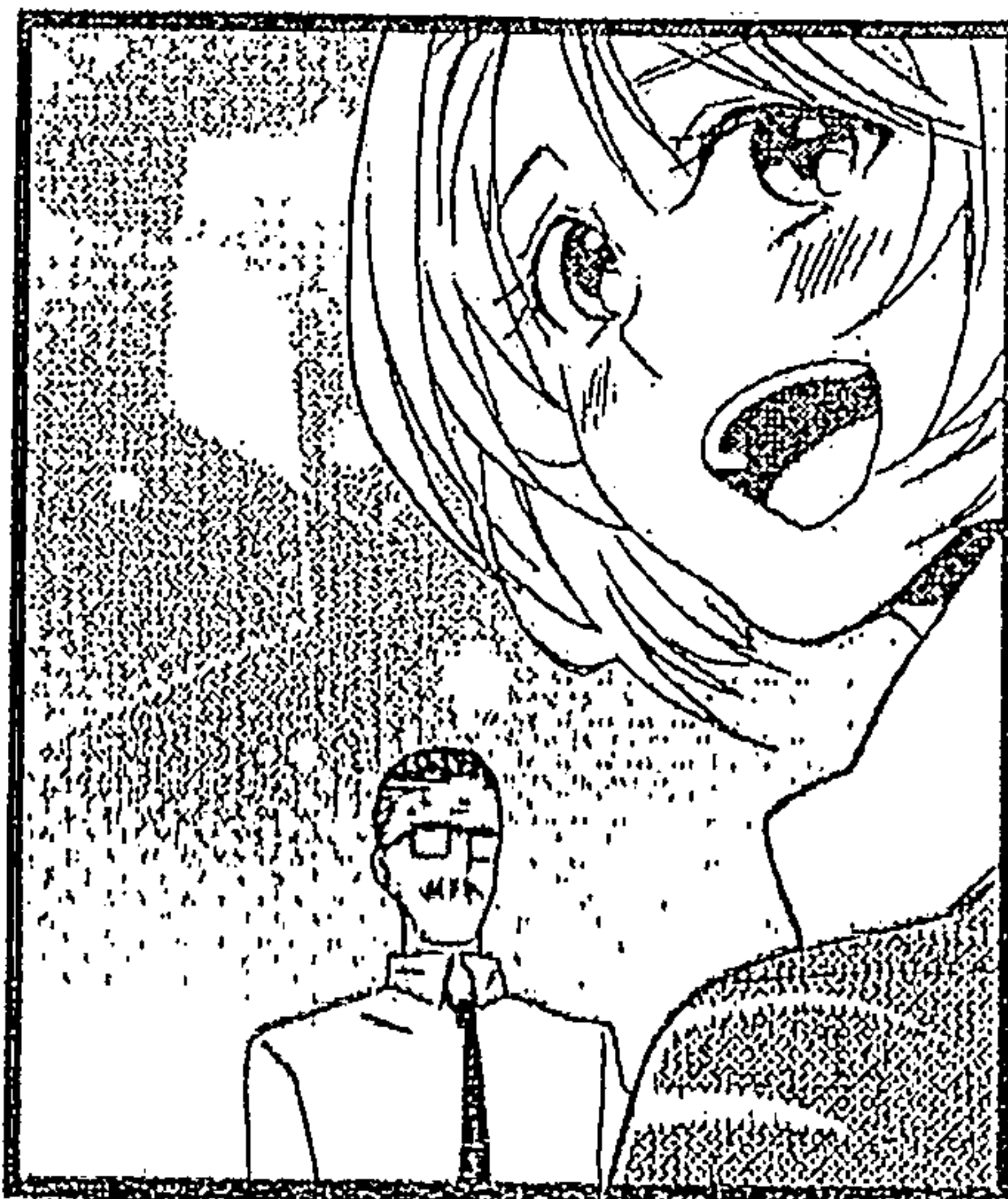
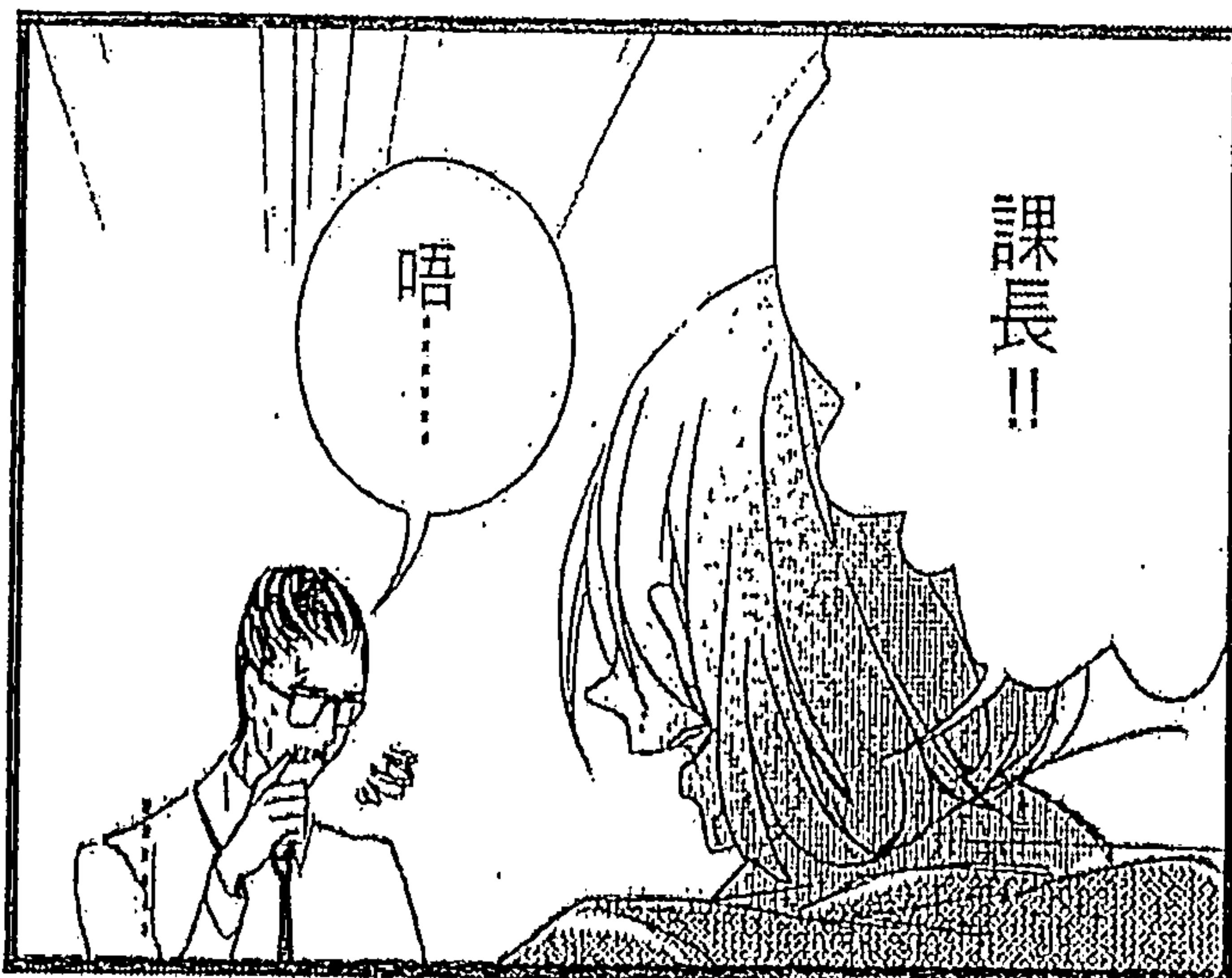
詐騙明明是重罪，
他卻破例只被
判了緩刑。

假如客戶得知
這件事，可以說
「他人太好了，
所以才會被騙」，
藉由反差效應
反而能提升
公司的形象。

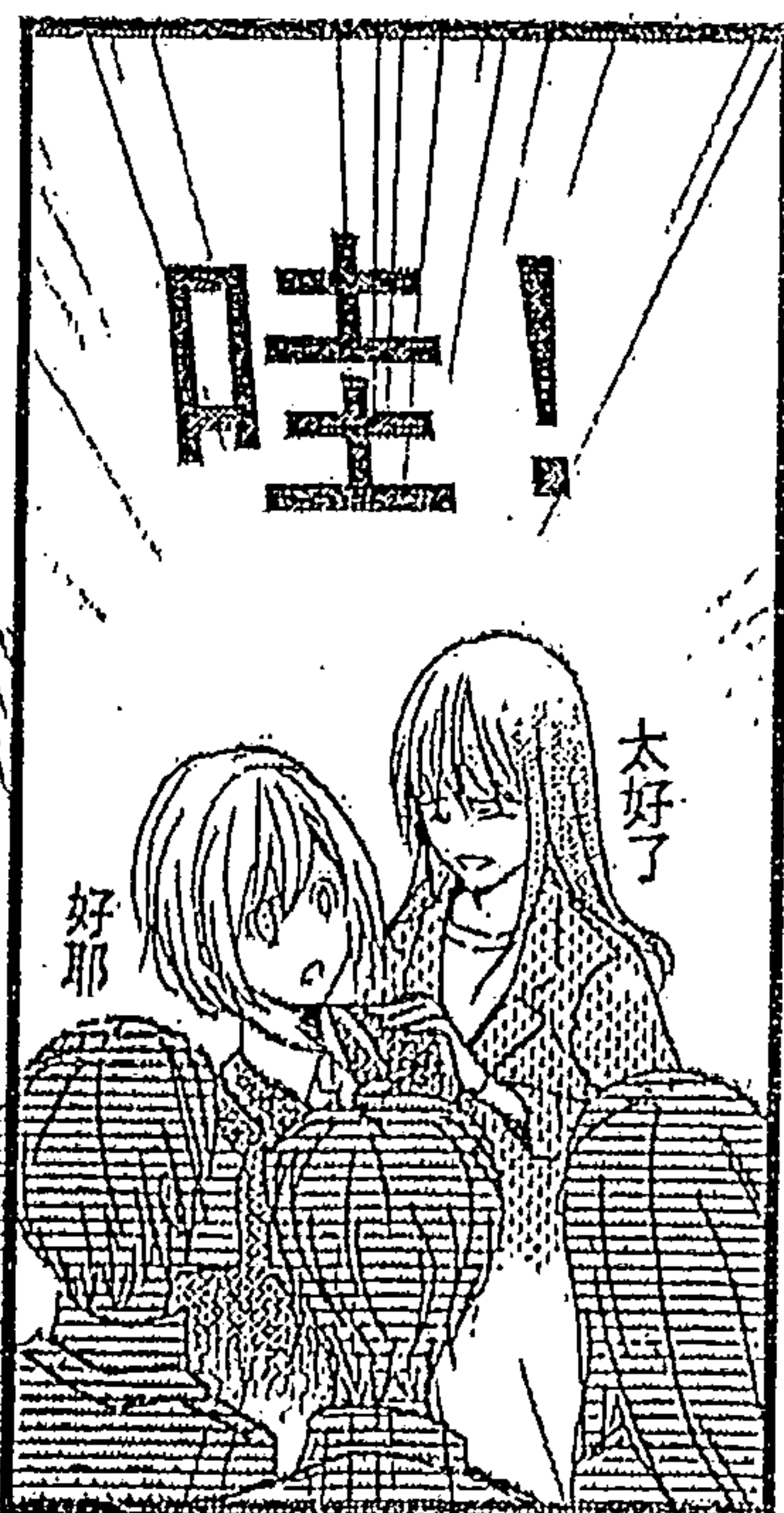
嘈雜

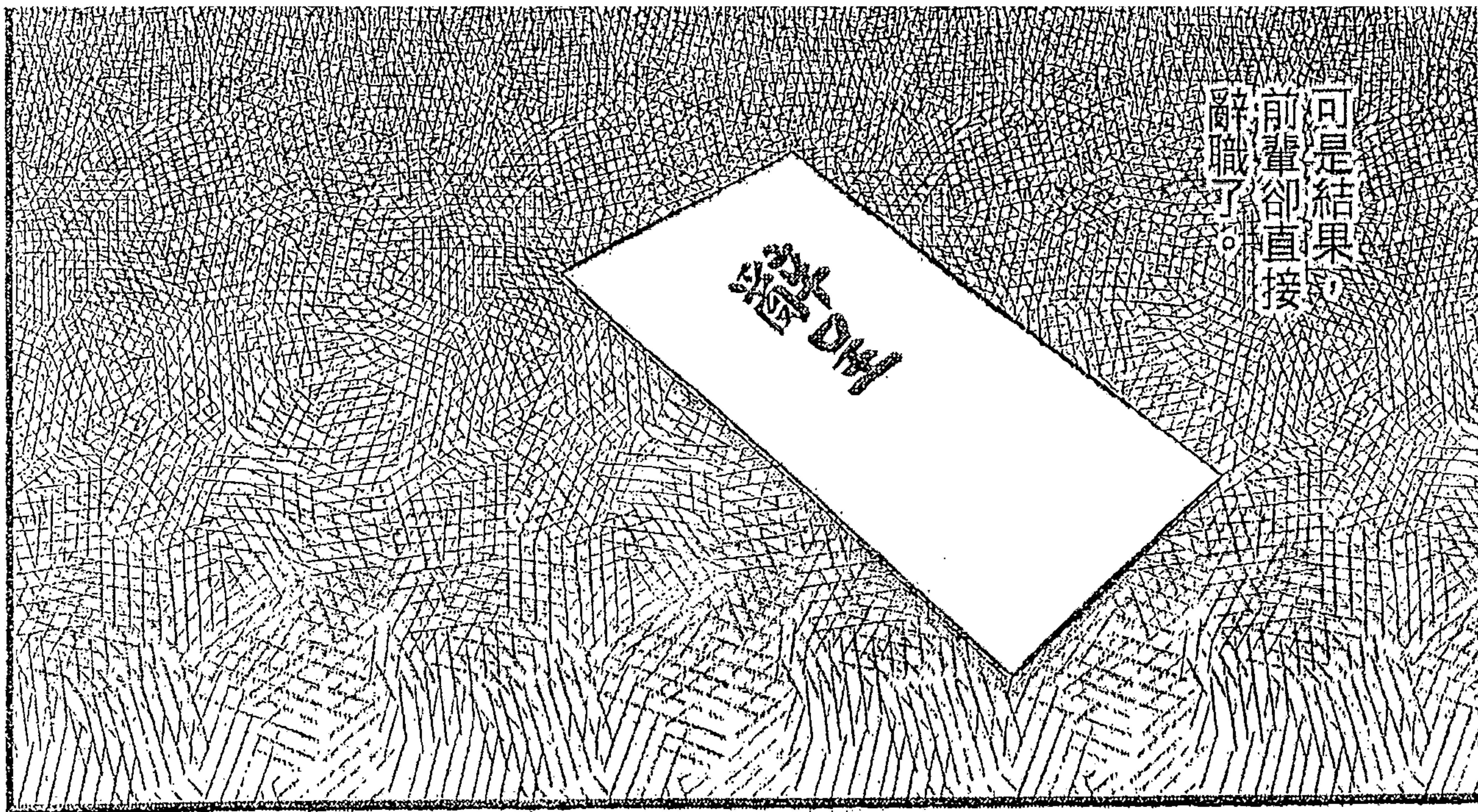
嘈雜

嘈雜



後來調查此事的公司高層也理解了前輩的過去，前輩總算能回到公司。



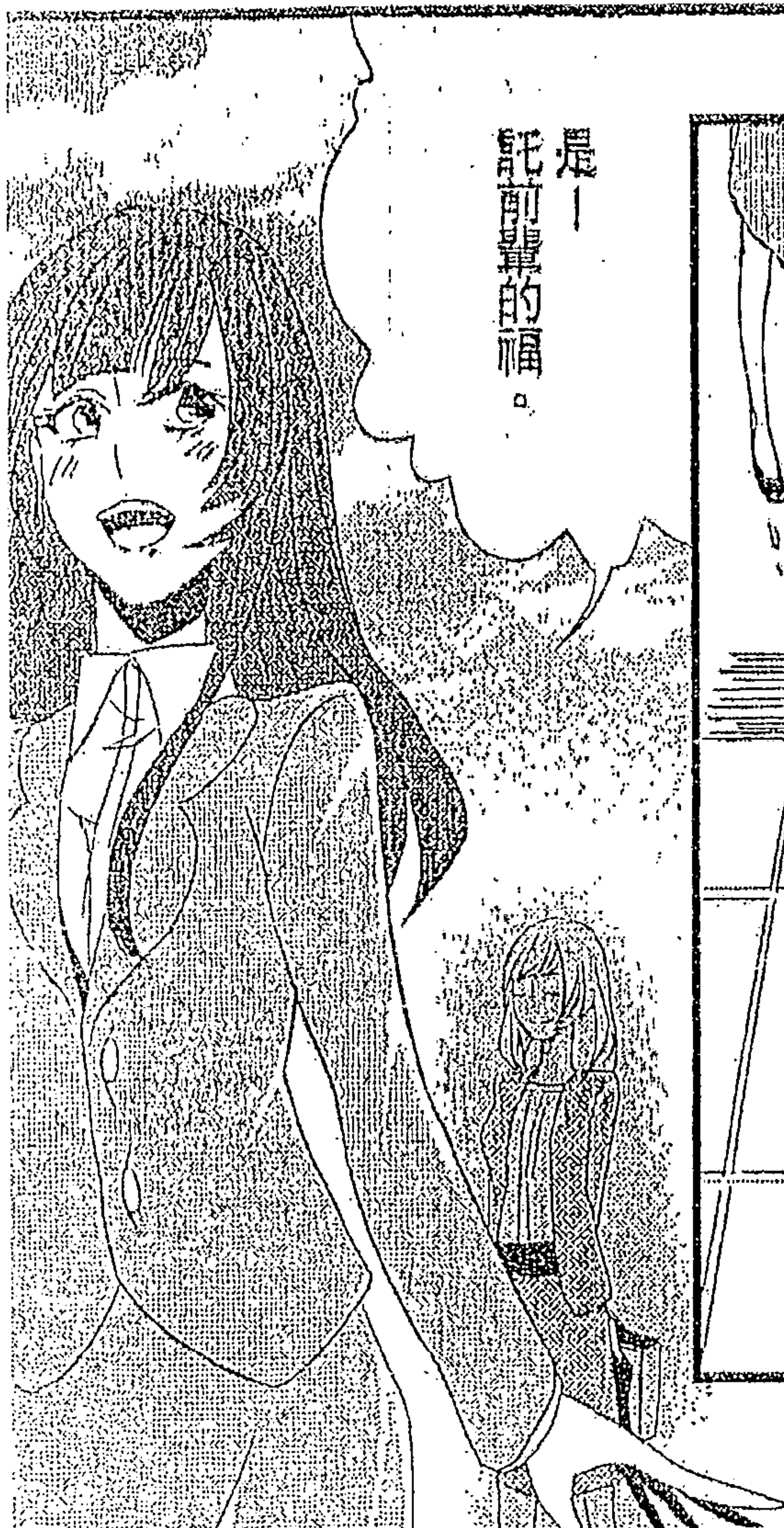


可是結果
前輩卻直接
辭職了。

半年後

山本！
今天也成功
簽約了呢！

是！
託前輩的福。



心理技巧
真是厲害！

有時我會回想起

嗯。

和真田前輩一起度過的
那些日子……

真田前輩，你現在
在哪裡做些什麼呢？

前輩？
趕緊回公司
整理報告吧！

我先走囉！

啊，
等等我，
山本。

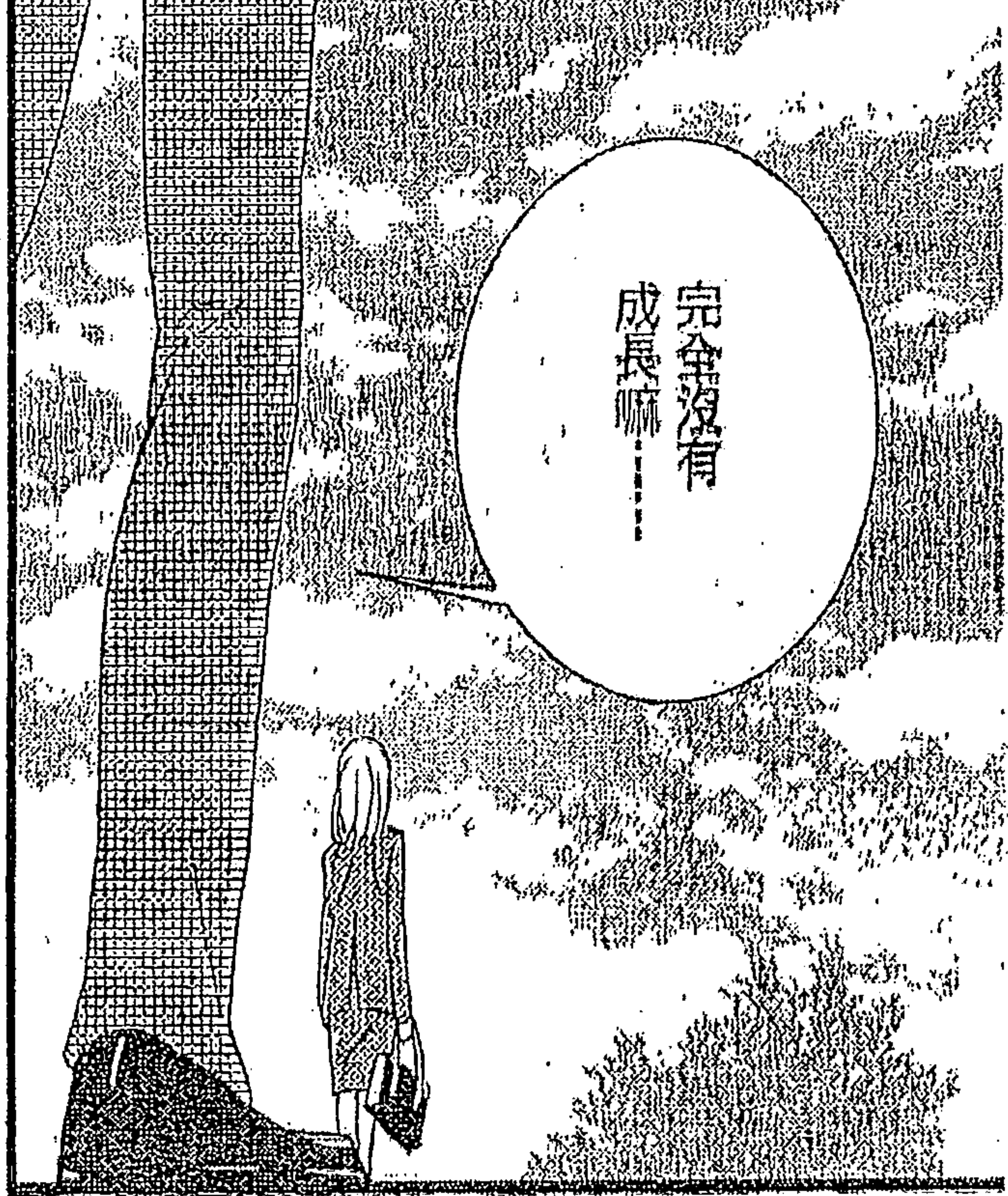
噓

妳還是
像烏龜一樣
慢吞吞呢！

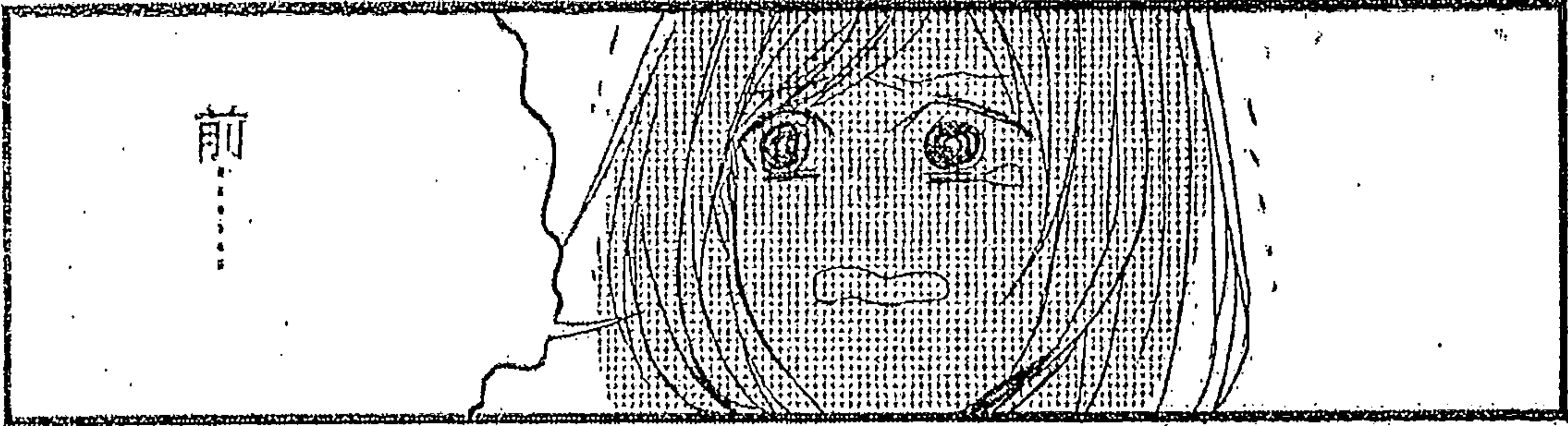


哎呀？
只有腿
變粗了？

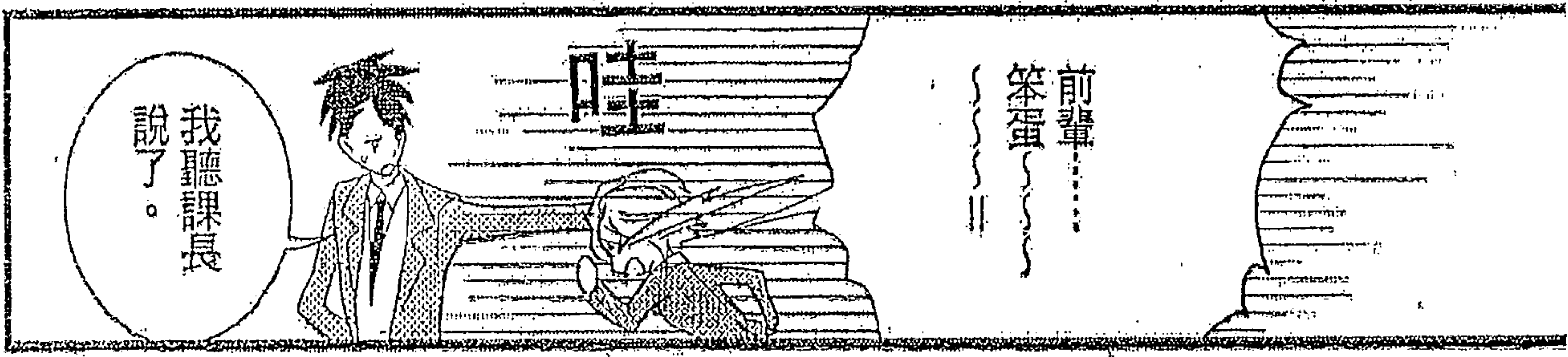
因為在巨象保險
上班，所以目標
是變成象腿嗎？



完全沒有
成長嘛……



前……



我聽課長
說了。

哇

前輩……
笨蛋……



話說回來，
妳真是多管
閒事……



我和他
開了經營諮詢
的公司。

妳好

然後他說第一
工作是，你二
我的公司當社



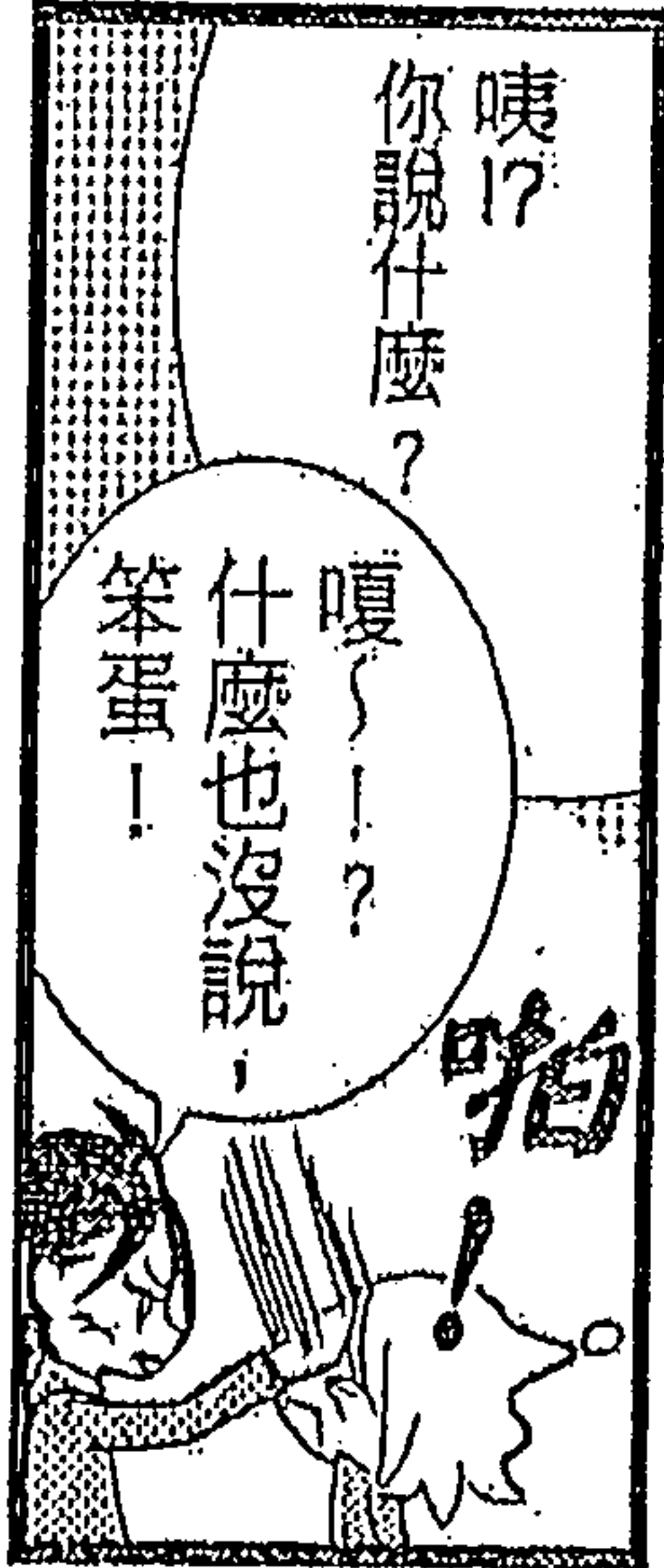
妳跑去找田代，

調查我的過去
並說服其他同事



臉紅

謝謝妳。

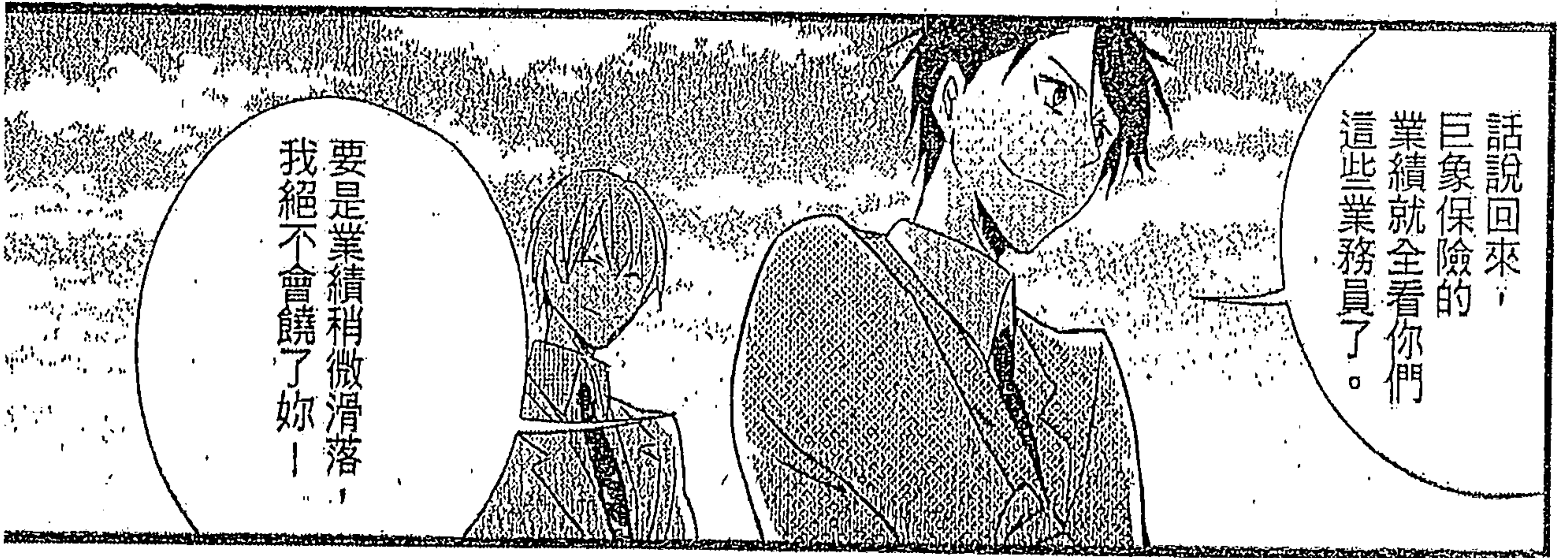


咦？

你說什麼？

嘎？！？

什麼也沒說，笨蛋！



話說回來，
巨象保險的
業績就全看你們
這些業務員了。

要是業績稍微滑落，
我絕不會饒了妳！



是！
還請您繼續
指導鞭策！

莫斯科維奇的策略

持續主張不放棄， 少數派也能堅持意見

在會議等許多人聚集的場合主張自己的意見時，無論怎麼看少數派總是形勢不利。會議上洋溢著「好啦，閉嘴」的氣氛，面對多數派的巨大聲音可能會畏縮不前。

不過，如果對自己的意見有絕對的自信和堅持的熱情，這時屈服就太可惜了。即便是少數派也能推翻多數派的方法，在心理學實驗中已經證實。

那就是「持續主張不放棄」。可別因為聽起來很簡單而看不起它。這是由法國心理學家塞奇·莫斯科維奇所提倡，稱為「莫斯科維奇的策略」或「少數人的影響（Minority influence）」。

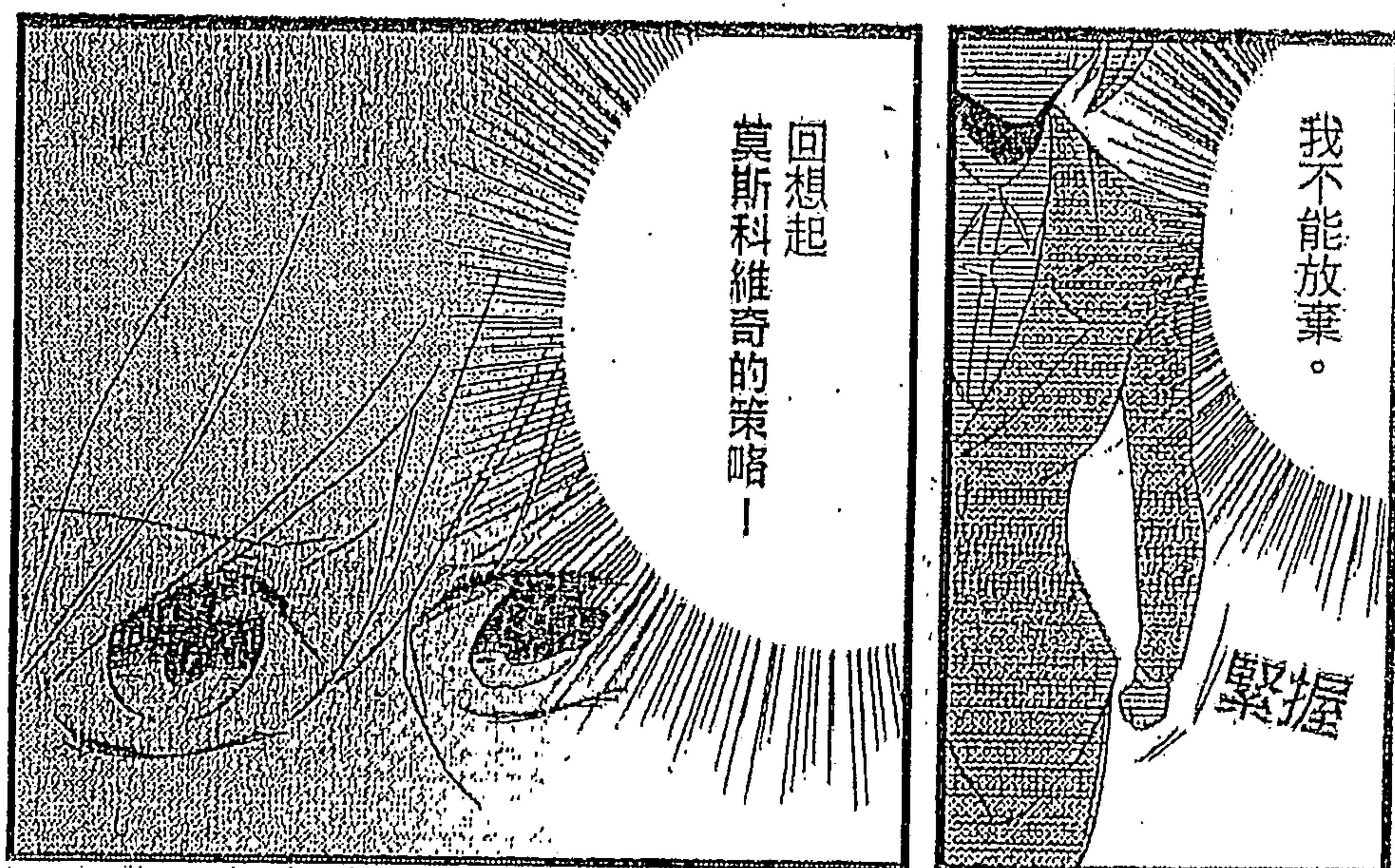
所謂Minority正如字面意思，就是指少數派。即使是少數派，縱使自己的立場和經歷不如旁人時，只要一貫地重複自己的主張，絕不改變態度，就能推翻多數派的意見。

莫斯科維奇以6名實驗者為對象，讓他們看幾張藍色幻燈片，然後

請他們回答是什麼顏色，藉由實驗證明這個心理現象。6人之中其實有2位是實驗幫手。其餘4名看到藍色幻燈片並回答「藍色」，2名幫手則是「貫持續回答「綠色」」。

當然這是明顯的錯誤，可是2人持續回答綠色，竟然影響了另外4人，實驗結果是他們變成也回答綠色。

因此重點是，貫徹自己主張的態度絕不能改變。你持續說：「絕對是這個比較好」，多數派之中可能會有入覺得：「也許我錯了」、「他的意見或許有些道理」，因而內心開始動搖。並且，這種想法的人愈多，推翻局勢的可能性就愈高。

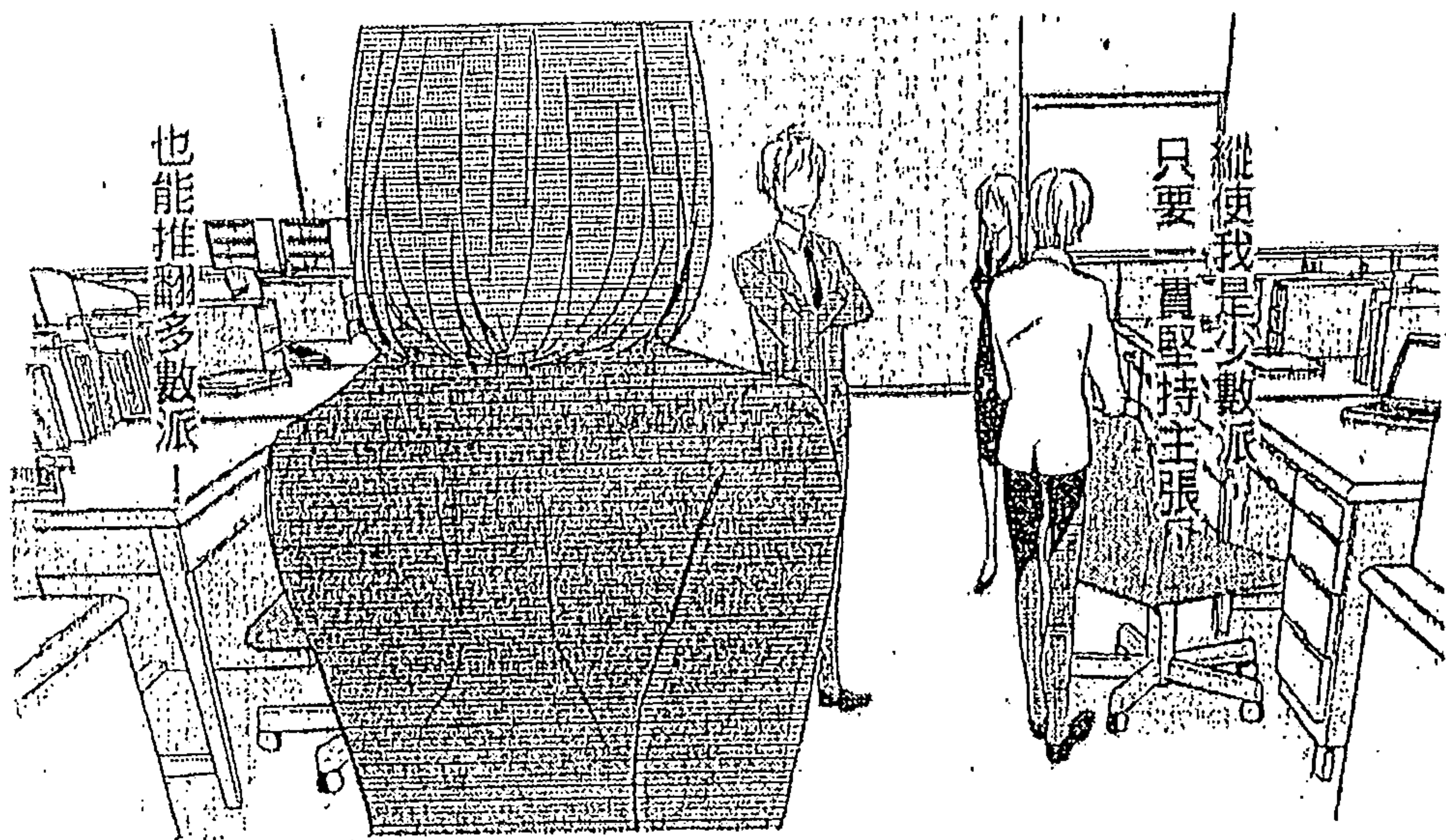


若是在公司，沉默的人為了保身，可能會使形勢對你有利。

不過，堅決主張也可能害你被降職，有些情況可能會被迫離職。

此外，最近企業資訊公開的意識高漲，如果真是正確的行動，即使一時不利，也有可能引發姑且一試的舉動。

如果真的沒有錯，貫徹主張也許能獲得意想不到的贊同與支持。



現在就加入



我識出版集團
I'm Publishing Group

專屬網站

www.17buy.com.tw



一起買
購物網站



www.17buy.com.tw

現在就加入
17buy一起買購物網站會員！
只要是會員購物就能享有最特別的優惠！
你買、我買、一起買、買愈多愈便宜！



www.facebook.com/ImPublishing

現在就加入我識出版集團的粉絲團！
每天都有最新的學習資訊，並定期有17buy一起買購物網站的優惠活動喔！



www.youtube.com/channel/UCpYaLPuChOWw0FabmBOGug

現在就訂閱懶鬼子學Language的影音頻道，定期有新書資訊、語言學習資源、最新學習法分享！

I'm 我識出版集團
I'm Publishing Group



會員登入 | 加入會員 | 會員專區 | 客服中心 | 購物車 0 件 0 元 | 結帳 |
特價書滿5折起 | 消費滿880元免運費 | 消費滿666元送購物金2%

首頁 | 徵集站 | 圖文區

銷售排行榜 | 特價書區 | 語言學習 | 檢定考試 | 財經企管 | 心理勵志 | 生活藝術 | 人文科普 | 親子共讀 | 文學小說 | 下輯專區

特價66折 | 更多66折



定價 299 元
66折特價 197 元



放入購物車

熱門助學 Hot Words

- 超高中學！
- 見證奇蹟的時刻到了！
- 7天學會一種語言
- 2015年站長推薦!!
- 2014年精進首選!
- 女人，你還是什麼態度？
- 就算再懶，也可以懶著背單字
- 一個人也可以去旅行！
- 新多益滿分要怎麼學？
- 連你都是這樣學日文
- 妙趣有度，閱讀最大！

學好英文有方法！
就用「左右腦」、「全圖解」學習法

定價 509 元
69折特價 413 元

英文想輕鬆學嗎？看這一套就對了！

這套子佳佳都走，新多益滿分要怎麼學？大人們，這是你最後一次機會學好日文的！
新多益滿分要怎麼學？特價69折!!

站長推薦 Hot Picks



一定用得到的英文單字
12,000 (附1 CD)

- 一本可以三代一用的英文單字書！
- 你知道嗎？中學學的單字有70%是平常用不到的！而約80%以上的台灣人學英文是為了「應付考試」，英文雖然已成為現代人必備的基本能力，學英文絕對不要再陷入「考完就忘」的窘境了，學英文最重要的就是要會「學以致用」！英文單字那麼多，要學就學老外「每天一... more ...」
- 經驗豐富的大師帶你輕鬆學英文！
- 精選最準的60個選擇題！
- 母語7天精通多益600分速成！
- 檢核你的英文程度！
- 比金寶賢還趣人的傳聞傳人 松浦浩大師！

日本母語實小學校教授...



日本母語實小學校教授...

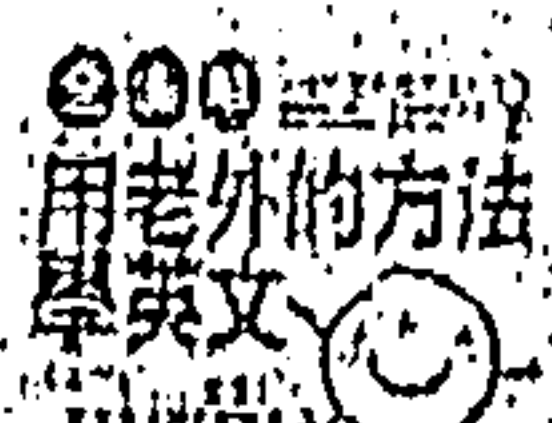
史上最強NEW DEPT...

- ◆ 史上最強NEW DEPT...
- ◆ 給未來的33位讀者...
- ◆ 查給大人看的東方史...

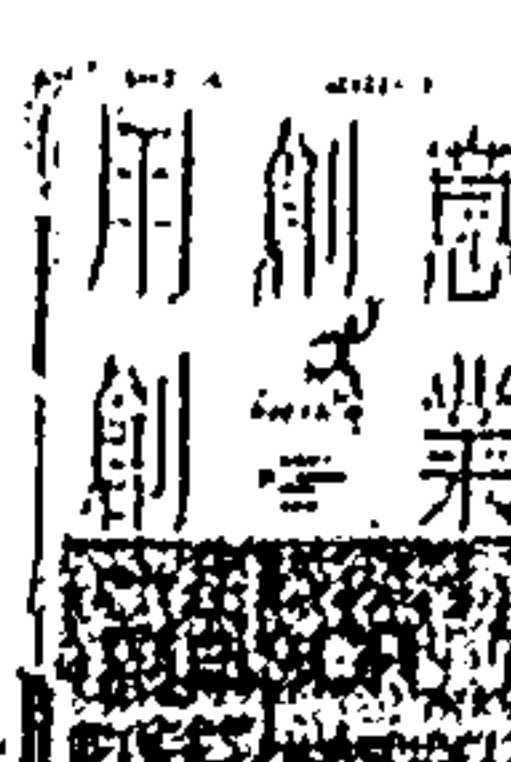
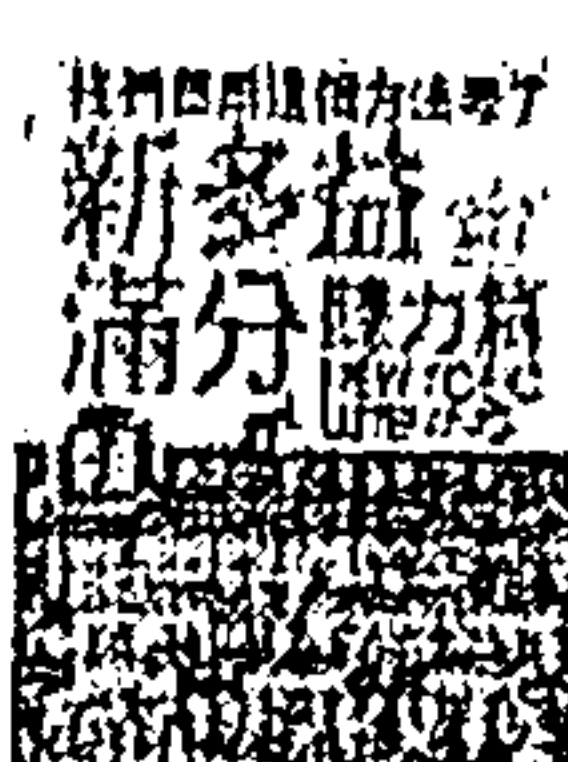
...more

本週新進榜

全面解用老外的方法學英文 (附1MP3)



語言學習 | 檢定考試 | 財經企管 | 心理勵志



特別企劃

國家圖書館出版品預行編目 (CIP) 資料

操控人心的詐騙心理學：輕易煽動人心的
「禁忌心理術」！ / 日本博識研究所著。
-- 初版。-- 臺北市：易富文化，2018.07
面：公分
ISBN 978-986-407-100-5 (平裝)

1. 商業心理學 2. 應用心理學

490.14

107007961

操控人心的 詐騙 心理學

書名 / 操控人心的詐騙心理學：輕易煽動人心的「禁忌心理術」！

作者 / 日本博識研究所

漫畫 / Yagle

出版事業群總經理 / 廖晏婕

銷售暨流通事業群總經理 / 施宏

總編輯 / 劉俐伶

顧問 / 蔣敬祖

執行編輯 / 游莉雯

視覺指導 / 姜孟傑、鍾維恩

排版 / 黃雅芬

法律顧問 / 北辰著作權事務所蕭雄淋律師

印製 / 金讚印刷事業有限公司

初版 / 2018 年 7 月

出版 / 我識出版集團—易富文化有限公司

電話 / (02) 2345-7222

傳真 / (02) 2345-5758

地址 / 台北市忠孝東路五段372巷27弄78之1號1樓

郵政劃撥 / 10793190

戶名 / 我識出版社

網址 / www.17buy.com.tw

E-mail / iam.group@17buy.com.tw

facebook網址 / www.facebook.com/ImPublishing

定價 / 新台幣280元 / 港幣93元

COMIC DE WAKARU AITE NO NOU O SHIHAI SURU YABASUGI SHINRIJUTSU

©2017 Nihon Hakushiki Kenkyujo

First published in Japan in 2017 by KADOKAWA CORPORATION, Tokyo.
Complex Chinese translation rights arranged with KADOKAWA CORPORATION,
Tokyo through Kelo Cultural Enterprise Co., Ltd.

總經銷 / 我識出版社有限公司業務部

地址 / 新北市汐止區新台五路一段114號12樓

電話 / (02) 2696-1357 傳真 / (02) 2696-1359

地區經銷 / 易可數位行銷股份有限公司

地址 / 新北市新店區寶橋路235巷6弄3號5樓

港澳總經銷 / 和平圖書有限公司

地址 / 香港柴灣嘉業街12號百樂門大廈17樓

電話 / (852) 2804-6687 傳真 / (852) 2804-6409

版權所有 翻印必究