
《超级影响力》课程方案

主讲：黄志伟

【课程背景】

一名优秀的管理者，除了通过运用组织所赋予的权力来施加影响，更多的是通过非职权影响力来对上级、同级以及下级施加影响，从而获得认可并达成团队的目标。那么究竟该如何提升非职权影响力呢？通过什么方法才能让我们获得超级影响力呢？本课程将给出答案。

【课程收益】

- 1、掌握实施影响力的目的及影响力的构成；
- 2、掌握超级影响力的八大策略及实施的方法和技巧；
- 3、全面打造超级影响力。

【课程对象】

管理人员。

【课程时间】

2天，共12小时。

【授课方式】

互动讲授+案例分析+视频分析+情景模拟+课堂演练+小组讨论+游戏

【课程大纲】

第一部分 为什么需要影响力

- 案例：买衣服。如何让顾客除了买衣服之外，再买更多的商品。
- 影响力是一个人在与他人的交往中，影响和改变他人心理与行为的能力。
- 柴静拍摄《穹顶之下》是为了影响公众、影响政府对雾霾的重视，进而加大治理雾霾的力度；崔永元拍摄转基因的纪录片也是为了影响公众、影响政府对转基因食品的重视，从而加强对转基因食品的管理。
- 影响力是为了达成我们的目标。
- 影响力包括了职权影响力和非职权影响力。

第二部分 超级影响力八大策略

超级影响力八大策略：权威、互惠、承诺和一致、社会认同、喜好、稀缺、对比、聚焦

1、策略一：权威

- 专业知识、技能：成为“专家”而不是“砖家”
- 品德：人品赢得尊重
- 学历、背景：出身也很重要
- 上级的支持：借力使力
- 头衔、装扮、身份：好产品要有好包装
- 朋友圈：物以类聚，人以群分

2、策略二：互惠

-
- 提供免费服务：没有免费的午餐
 - 给予小恩小惠：以小见大
 - 力所能及的帮助：赠人玫瑰手有余香
 - 拒绝，后撤：互惠式让步
 - 情感账户：做加法而不是减法

3、策略三：承诺和一致

- 登门槛：以小积大
- 公开承诺：言行一致
- 写下来：无法抵赖

4、策略四：社会认同

- 企业文化：同化的威力
- 建立人脉：互帮互助
- 事前协议：攻守同盟
- 试点、树典型：有样学样
- 水军、托：造势
- 优先矩阵

5、策略五：喜好

- 外表的魅力：人人都爱美
- 相似：外表、观点、个性、兴趣爱好。。。。。
- 四步打造超级亲和力
- 赞美：真诚及发自内心，具体有例证。。。。。
- 接触与合作：我们都喜欢熟悉的人事物
- 条件反射与关联：近朱者赤，近墨者黑

6、策略六：稀缺

- 倘若瑕疵把一样东西变得稀缺了，垃圾也能化身值钱的宝贝
- 数量有限，最后期限：物以稀为贵
- 逆反心理：得不到的才是好的
- 目标要有挑战性
- 独家

7、策略七：对比

- 前后对比／纵向对比：依时间自身的对比
- 左右对比／横向对比：与其他的对比，长对短、有对无、强对弱

8、策略八：聚焦

- 将注意力、时间、精力聚焦在自己的领域