# 第二 谈判准备|谈判中的二十条妙计（5）

来源：网络 作者：蓝色心情 更新时间：2025-04-15

*卖乖计——如何以最简单的方式打动人　　卖乖术是人情关系学中最为精明的一招。为人乖巧伶俐，做事多长眼色，谁都喜欢。而精明之人并不止于此，他们善于投机取巧，甚至能够制造错觉，像一个高明的魔术师。　　明明是在求人，而给人的感觉却是他们在施恩；...*

　　卖乖计——如何以最简单的方式打动人　　卖乖术是人情关系学中最为精明的一招。为人乖巧伶俐，做事多长眼色，谁都喜欢。而精明之人并不止于此，他们善于投机取巧，甚至能够制造错觉，像一个高明的魔术师。　　明明是在求人，而给人的感觉却是他们在施恩；本来了无功绩，却可两边落好，大落人情债权。　　人际关系存在着一个“成本”，用术则能降低成本或不用投入也可获得人心。可扮可怜博得同情；用廉价的称赞赚取高贵之物；赏个虚头衔鼓励干劲；对名人强者明贬实褒加深印象，都是极妙的卖乖之法。　　商业领域中卖乖常会出奇制胜，以小换大。比如捐助、义卖、让利等等公益活动，表面上资助非盈利甚至“倒贴”的社会公益事业，“无私地”奉献出爱心，实际上所起的广告效应，会远远大于同等成本的“硬性”广告。并且，“硬”广告只是让人知道，而“软”广告却在出名的同时获得好感与支持。企业家也应善于操纵人心，学会卖乖。　　1.既占便宜，又落入情　　元末农民起义中，群雄割据，其中以朱元津、陈友谅和张士诚较为强大。他们都想吃掉对方，称王称霸，因而互相攻打。　　1366年5月，朱元章受到陈友惊和张士谈联合一起对应天的两面夹攻。在双方正进行一场血战的险恶形势下，江北形势骤变。小明王韩林儿和刘福通派出的三支北伐军，遭到元军反击而惨败。小明工退兵安丰后，张士诚却派大将吕珍围攻安丰，情况十分危急。小明王多次派人向朱元璋征兵解围。这天，朱元璋召开军事会议，讨论派兵解困问题，会上议论纷纷，众将都反对派兵，连军师刘基也坚决不同意。朱元璋这次力排众议，阴险地对大家说：“我自有安排！”他毅然派兵去救安车小明王。　　朱元璋为什么愿冒此风险？狡猾奸诈的朱元璋自有他的鬼算盘。他认为安丰是应天的屏障，安丰失守，自己的应天就暴露在敌方攻击下，救安丰就是保应天；至于小明王，他在红巾军和劳苦群众中影响最大，有号召力，是一面旗帜。他朱元璋尊小明王为主，打他的龙凤旗号，一来是利用小明王影响，争取人心，二来，敌方打击的矛头首先冲着小明王，是为了实现他今后的更大图谋。于是，他亲自率军北上，杀退目珍，保住了安丰。小明王对未感激零涕。朱元璋乘胜回师，和陈友该在部阳湖经过一场激战，陈友谅兵败身死。朱元璋获得大胜后，打着小明王的旗帜，又被封为吴国公。　　安丰城后，朱元璋决心把小明工控制在自己手中。他先处处卖乖，把小明王迎到滁州，在滁州给小明王建造了巍峨的宫殿，安排了威武的銮驾仪仗、丰厚的食物和华丽的服饰，背地迅速安排亲信，对小明正实行封锁、隔离，甚至把侍奉小明王的宫中人员全部换上自己的部下。从此，小明王的一切，统统在朱元璋的掌握之中。后来，朱元璋又以借刀杀人之计杀了已无利用价值的小明王，而临死时，小明王还念念不忘朱元璋的大恩大德。朱元津靠卖乖既得了江山又得人心。　　卖乖的至上功夫莫过于此：明明是在占便宜，甚至致人死地，而给人的感觉却是他们在给人施恩。他不让自己的利益明示于人，而是将其饰成其他人的利益，使他在受思时看起来好像在帮别人的忙。　　美国口才大王卡耐基的一次经历，可以做为卖乖的典范。他是这样请求一家旅馆经理打消增加租金的念头的：　　我每季均要在纽约的某家大旅馆租用大礼堂20个晚上，用以讲授社交训练课程。　　有一季度，我刚开始授课时，忽然接到通知，要我付比原来多三倍的租金。而这个消息到来以前，入场券已经印好，而且早已发出去了，其他准备开课的事宜都已办妥。怎样才能交涉及成功呢？他们感兴趣的是他们想要的东西。两天以后，我去找经理。　　“我接到你们的通知时，有点震惊。”我说，“不过这不怪你。假如我处在你的地位，或许也会写出同样的通知。你是这家旅馆的经理，你的责任是让旅馆尽可能地多盈利。你不这么做的话，你的经理职位难得保住，也不应该保得住。假如你坚持要增加租金，那么让我们来合计～下，这样对你有利还是不利。”　　“先讲有利的～面。”我说：“大礼堂不出租给讲课的而是出租给办舞会、晚会的，那你可以获大利了。因为举行这类活动的时间不长，他们能～次付出很高的租金，比我这租金当然要多得多。租给我，显然你吃大亏了。”　　“现在，来考虑一下‘不利’的～面。首先，你增加我的租金，却是降低了收入。因为实际上等于你把我撵跑了。由于我付不起你所要的租金，我势必再找别的地方举办训练班。”　　“还有一件对你不利的事实。这个训练班将吸引成千的有文化、受过教育的中上层管理人员到你的旅馆来听课，对你来说，这难道不是起了不花钱的广告作用了吗？事实上，假如你花5000元钱在报纸上登广告，你也不可能邀请这么多人亲自到你的旅馆来参观，可我的训练班给你邀请来了。这难道不合算吗？”讲完后，我告辞了：“请仔细考虑后再答复我。”当然，最后经理让步了。　　这里我要提请你注意，我获得成功的过程中，没有谈到一句关于我要什么的话，我是站在他的角度想问题的。　　把他人利益放在明处，将自己的实惠落在暗处，不但会达到自己的目的，而且可以获得对方的人情。卖乖的确是最为精明的操纵之术。　　2.甘蔗可以两头甜　　晚清时期，湖南有个道台单舟泉。这人善于观察，办起事来面面俱到。所以大小官员都很佩服他。　　有一年，一个游历的外国人上街买东西，有些小孩因未看见过洋人，便追随着他。洋人很恼火，手拿棍子打那些孩子。有一孩子躲闪不及，被打中太阳穴，没多久就死了。小孩的父母当然不肯干休，一齐上来，要扭住那外国人。外国人则举起棍子乱打，连旁边看的人都被打伤几个。这样，激起公愤，大家一齐上前，捉住那外国人，拿绳子将他捆了起来，送到衙门。因为是人命关天，而且又是外国人，所以感到很棘手。　　此事落到单道台手里，他不愧是官场老手，又有丰富的办案经验，马上就将卖乖绝招运用自如。一方面他认为湖南阔人很多，而且民风开放，如果办得不好，他们会起来说话，或者聚众为难外国人，到那时，想处治外国人做不到，而不处治又办不到。不如先把官场上为难的情形告诉他们，请他们出来帮忙官场。只要绅士、百姓动公愤，出面同外国领事硬争，形成僵持局面，外国领事看见老百姓行动起来，就会害怕，因为洋人怕百姓。到这时，再由官府出面，去压服百姓，叫百姓不要闹。因为百姓怕官，所以他们也会听话。而外国领事见他压服了老百姓，也会感谢官府。　　主意想好，他马上去拜会几个有权势的乡绅，要他们大家齐心合力与领事争辩。倘若争赢了，不但百姓伸冤，而且为国家争了面子。此话传出去，大家都说单道台是一个好官，能维护百姓利益。他又来到领事处，告诉领事，如果案子判轻了，恐怕百姓不服。外国领事听他这么说，又看着外面聚集的人群，果真感到害怕。单道台又说：“资领事也不必太害怕，只要判决适当，我尽力去做百姓的工作。不会让他们胡闹。”　　案子判了下来，自然也是虎头蛇尾。但单道台却两面得到好处：抚台夸他处理得好，会办事；领事心里感激他弹压百姓，没有闹出事来，于是替他讲好话；而绅士们，也一直认为他是维护百姓的。　　这种迎合双边心理的卖乖关键在于主动操纵人心，善于抓住双方的心理巧妙圆场，两头落好。可见只要讨好的功夫做到家，再做事主动一些，甘蔗也可两头甜。　　3.扮演受害者　　在中国古代历史上，宦官专权的事例屡见不鲜，而各朝皇帝似乎都不能吸取教训。汉元帝时，宠信宦官石显。石显被封为中书令，朝政大小事务由石显裁决。石显为人邪僻，也时刻担心有一天皇帝听到周围的人说他坏话而对他不利，于是想方设法向皇帝表示的忠心，加深皇帝对自己的信任。一次，石显被派往各宫去办点事。他觉得这是一个检验他周围的人对他的态度的大好时机，于是向皇帝奏清说，他担心事情办完之后时间太晚，未央宫宫门被关闭而进不来，请求皇上下诏给门卫，让他们给他留门。皇帝当即给各宫门卫下达了口谕。石显则故意拖延时间，在各官都尽量逗留，直到半夜才回来，让门卫给他开门而进了后宫，后来果然有人上书告发石显矫托旁诏擅自开启宫门。皇帝看后，笑着把那封揭发信给石显看。石显流着泪，作出特别无辜的样子说：“陛下明鉴，您非常信任我，经常让我去各宫里办些事情，于是有许多人不免嫉妒我，总要抓住一切时机陷害我。这样的揭发信不会只有一封，以后可能还会有。对于这种捕风捉影的话，只有靠圣明的皇上您洞察了。微臣出身寒鄙，确实不能以区区一身让大家都满意，不能禁受住天下之怨。我愿意辞去现在的官职，接受后宫洒扫除垢的差遣，以表明我对陛下的忠诚之心，死而无所恨。只希望陛下能相信我。”元帝认为他语出乎情，被他感动了、蒙蔽了，于是相信了他，不仅不让他辞官，反而多次慰，劳勉励，让他好好干，并给他比以往更多的赏赐，石显更加荣耀起来。　　扮可怜的卖乖巧在博得同情，达到目的。小孩显得痛苦、无助让大人答应要求；乞丐总是衣衫褴褛讨得施舍；连老板开除员工也爱摆摆困难，倒倒苦水，减轻对方的不满。　　小孩是卖乖高手，而老人也并不弱于他们。请看下面的小故事：　　午饭前，阿乔看见一个衣着褴褛的老人，在酒吧间外一个积水约有5厘米深的水坑里钓鱼。阿乔好奇地站住了。所有经过这位钓鱼人身边的人，都认为这人是个傻瓜。　　阿乔不禁动了怜悯之心，他和蔼地对钓鱼人说：“喂，你愿意进酒吧间和我喝一杯酒吗？”钓鱼人高兴地接受了他的邀请。阿乔给钓鱼人买了几盅饮料，然后问道：“你在钓鱼，是吗？今天上午你钓到几条鱼呀？我是否可以问问呢？”“你是第八条。”钓鱼人幽默地回答。　　4.零成本的买心术　　无巧不成乖。有些精明人落人情，收买人心从不用投人多少，可也能达到目的。他们是怎样做到操纵自如的呢？不妨举些例子，总结总结他们的卖乖经验；　　①赏个好听的头衔。“人往高处爬，水往低处流”，追求更高的地位，更显赫的头衔，乃人之常情。“勤奋工作，不要回头”。“积极向上，自强不息”，为的就是爬升到金字塔的顶端。无论任何行业、任何工作，如果没有更高的地位作为大家努力的诱因，绝对无法鼓舞个人抱负水准的提升。　　从前的业务人员叫做推销员，但是聪明的主管，把它改为“业务代表”、“业务专员”、“业务企划专员”等名堂，有的互冠以主任、经理等头衔。工作内容事实上并没有改变，但是却具有提高他们社会地位的作用，使他们重视自己的工作，发挥更高的工作潜能。　　日本人似乎最懂得用这套方法来鼓励员工，什么“总监”。‘督察“、”委员“、”顾问“等，使得日本许多产品横扫世界，独霸全球。足见人性的欲望中，对地位的渴求是多么的迫切。　　②贾尼下属脸面。　　从前，赵正得到一块于留美玉，便让人雕成玉克，说：“以后就用这玉盅给有功的人喝庆功酒。”　　后来，秦国派兵攻打赵国，兵围赵国邯郸。魏国的公子信陵君便领兵去攻打秦国，解救了邯郸之围。事后，赵王跪捧着玉盎敬酒，祝魏公子信陵君健康。魏公子施礼答谢，并赞赏这只玉血是个宝物。后来，燕国又派兵来攻打赵国，赵将廉颇在部南大破燕军，赵孝成工没有别的赏赐，就用这只五盅给将士们饮酒庆功。将士们用它饮酒，都非常高兴。这以后，赵国人谁要能用这玉钟饮一盅酒，比得到几响地的收入作俸禄、赏赐还觉得珍贵。　　③给一个堂而皇之的说法。　　宋国有个人，很喜爱猴子，养了一大群。时间长了，他能懂得猴子的心思，猴子也能理解他的想法。为了养好这一群猴子，满足猴子的需求，他连一家人的生活开支也缩减了。　　可是，又过了一段时间，生活越来越困难，不得不限制猴子们的食量了，但又担心猴子因此而不再听他的驯养。于是他哄骗猴子们说：“从今天开始给你们橡子吃，早晨给三个，晚上给四个，总算够吃了吧！”　　猴子们一听，都生气地站了起来。养猴子的人又改口说：“那末，改为早晨四个，晚上三个，总可以了吧！”　　众猴一听，又都高兴地趴在地上了。　　④做一个有“妈妈”味道的温情给予者。　　到小餐馆吃饭，是否听过老板娘斥责的口气对客人说“不要再喝了，该回去了，明天还要上班哪！”之类的话。乍听，这实在不是店家的招呼之道，可是，这些被斥责的客人一副无所谓的样子，甚至还有些沉醉。　　曾被一位朋友拉到新竹一家小面馆吃面，口味道他却觉察不出有何特殊，值得如此千里迢迢赶来品尝。正纳闷，朋友揩揩嘴，心满意足地说了，这是她步入社会头三年每日必报到两回的地方。这小店实在没有什么值得夸奖，唯独老板娘的亲切令人难忘。想必，朋友怀念的就是她这份妈妈的味道。　　类似这样的馆子，老板娘和顾客之间的关系很微妙。她们温和斥责的态度，恰巧弥补了都会游子的思乡情怀。而这正是这种小餐馆生意鼎盛的原因。这种类型的经营者看似属于性格直率，实则，往往是利用顾客的撒娇心理，并且，由顾客的依赖得到相应的情感回报。　　⑤大着胆子贬抑强者。　　某著名的广播节目主持人就经常在节目中使用这一招。在有三十年烹调经验的大厨师面前，他会说出极可能被对方认为是无稽之谈的话。例如“你们的餐厅的菜的确远近驰名，但事实上真那么好吃吗？”等。有趣的是，著名的大厨师听到这话后，不仅不动怒，反而满脸微笑，使当时的气氛显得很轻松。　　当然，接受访问的人之所以不生气，也可能是因为这位先生性格上有一定的扭力。但他并不是不分对象，随时“吐出毒舌伤人”的。他特意奚落的对象多半是功成名就而对自己充满信心的人，这种人即使在言辞上遭到贬抑，一般也都有付之一笑的气量。　　另外，贬抑或批评对方经常受赞扬之处，也能使其他人加深对对方的印象。不过，这种“贬抑战略”还是谨慎运用为好，否则很可能会伤害对方，那就得不偿失了。当然，送须高帽，为人遮羞，替打圆场等方法，都是不需要成本又能很好卖乖的伶俐乖巧之术，这里不再重复。　　5.小事落个大人情　　孟尝君的门客冯接开始不被重用牢骚满腹，后来得到孟尝君的礼遇。一次孟尝君派人去他的封地薛邑讨债，冯援自荐，便问：不知用讨回来的钱，需要买什么东西？益尝君说：就买点我们家没有的东西阳！冯接领命而去，结果把债券烧了，一文不取。贫困的薛邑老百姓没有料到孟尝君如此仁德，个个感激涕零。冯接回来后，益尝君问：讨的利钱呢？冯势答说：不仅利钱没讨回，借债的债券也烧了。孟尝君很不高兴。冯授说：你不是吩咐说要我买家中没有的东西回来吗？我已经给您买回来了，这就是“义”。焚毁了债券，对您没什么影响，买来了仁义，对您收归民心可是大有好处啊！数年后，益尝君被人诬陷，相位丢了，回到封地薛邑。老百姓听说益尝君回来了，全城出动，夹道欢迎，表示愿意拥戴他。益尝君非常感动，理解了冯援“买义”的苦心。　　要卖乖总不能永远一毛不拔，能够低成本买得人心，也不失为投机取巧的好方法。　　某企业董事长的家里，每到年底时，都会收到堆积如山的赠品。由于太多，而且礼物和赠礼的人不一致的情形也不少。所以听说这位董事长只留下合意的礼物，其余的都退回百货公司。　　然而，有一年岁末，这位董事长却想不到地收到了令他满意的礼物！那是在美国流行的“高丽菜田娃娃”，不知是怎样寄来的，总之是送给董事长的小女儿的。赠品也很别致，而把这别致的礼物不送给董事长而送给他的女儿，的确令人深感其诚意。　　有人出席某电气厂商主办的演讲会。演讲后，对送到车站来的主办单位的人员无意中提起“我母亲目前住院……”第二天，也不知演讲会的主办经理怎样打听到的，竟然到此人的母亲人住的医院来探病。此人在震惊于主办者意想不到的好意的同时，感激之情不可言表。　　从这两段故事中可以发现，有人对有直接利害关系的一方送礼，对方往往会视为理所当然而接受，甚至有时会觉得：是否有何居心，而产生警戒心。但是，不对其本人而对他的家人表示深切关注，对方就会想到：“看，人家甚至用心到了这样的地步！”较之自己的被厚待更加深深感动。就好像“射将先射马”一样，比本人更加厚待其周围的人的作法，使没想到那么远的对方，同时深深感到自己的费心，也是一种具有效果的手段。　　某公司接待客户时，总是连太太一起招待。单单只招待客户的话，只不过是利益交换，类似商场上的关系，但由于太太们的加入，便变成了不正式的关系。更进一步说，是从理论的境地进入了友情的境地。而且很少机会参加宴会的太太们，对于公司的周到也会十分感激，太太的这种情绪，应该也会传达给先生。于是会不自觉地对接待公司“感恩”。　　另外，慈善捐助、义卖救灾等一些热心公益事业的活动，便是一种看似倒贴、实质更赚的卖乖，是在做“软”广告。当然我们欢迎这种面向社会大众的卖声。　　在这方面，赛菲尔现象值得注意：南京大学学术报告中心，去年8月中旬推出了一个“赛菲尔演讲周”的活动，演讲者有“点子大王”何阳，南京经济电台“今夜不设防”主持人甘霖，影视专家孟健等名士，他们纵横种阅，跟踪时代的课题，～时间引起社会各界的极大关注，一周内涌向南京大学的市民及学生不下20000人次。若你想知道“赛菲尔”是何许人也？那你就成了它的广告对象，原来它是一家洗涤用品公司，经理代表“赛菲尔”主持讲座，一群身披绥带的赛菲尔小姐不断激发宣传资料，喷洒公司产品之一空气清洁剂并在门外大厅免费试用，优惠销售该公司的化妆品。借助新闻界的热情传播，赛菲尔一举成名，在社会上刮起～阵不大不小的旋风。而整个活动，主办者仅出资四、五千元，这费用还不够在电视台黄金时段播一次简短广告。“赛菲尔现象”传导出的启迪是，以卓越深远的眼光资助非盈利甚至倒贴的社会公益事业“无私地”奉献于人，知讯者将不会忘记它进而将适时拥有它。　　借‘嗽广告“方式，还能成功地把广告打入一些广告禁地。众所周知，天安门广场和天安门城楼是严拒任何形式广告的”圣地“，而作为中华民族象征的天安门，建国以来牵动了多少华人的心，怎不令各路诸侯垂涎欲滴，怦然心动？幸运总会落到那些善于把握机会的人手中。天安门城楼一年一度的粉刷，看似与人无关，却引起一位智者的关注。在国庆M周年前夕，天津华旗集团公司的总经理专程上京，将一张50万元的支票交给天安门广场管理委员会。捐赠仪式请来了中央、北京市和天津市的有关部门负责人，活动被命名为”我爱北京天安门“，新华社向全国播发电讯，当用这笔款项把天安门城楼修饰一新，并在城楼上装饰一座贵宾休息室后，来自全国乃至世界各地的”朝圣者“，看见五星红旗这”中华的旗帜“在空中招展的时候，华旗就无疑地在人们心中为自己矗立起一座无形的丰碑。　　最后再介绍一个让利促销大得人心的卖乖实例。　　1994年11月14日，杭州市南元百货大楼开始试营业。开业伊始，同时推出的三项举措，有新意，有声势。他们的创新，一是在让利促销方面，没有沿用人们习以为常的让利几折的做法，而是每天出售一种不赚一点利的商品，这让人感到既新奇而实在。二是在监督方面，设立南元联谊服务台，为顾客计量复核，主持公道，在比挂在墙上的顾客意见簿更为可信。三是服务，他们在礼貌待客、送货上门等方面，大大拓宽了服务范围，每天晚上6：3（kr：3o派出“免费特快班车”，东西南北四个方向接送顾客，足见服务到家。三项举措，每一项单独推出，都会引起公众一定的反响。三项举措同时推出，这便形成了强大的宣传声势，让顾客在购物、价格、安全、服务等方面，全方位地感受当“上帝”的滋味，这必然会在公众心中形成强大的冲激波和诱惑力，以致人人心动手痒，急于到南元百货大楼走一回。　　企业开业，亟待提高知名度、美誉度。企业开业面对社会公众也和人际交往中初次接触一样，容易形成第一印象。这第一印象在人的大脑里先入为主，又往往成为人们认识对方的起点，并在一定程度上影响和制约着此后的交往。所以，企业在开业、试业中的公关活动就显得十分重要，企业应慎之又慎，拿出自己的卖乖高招。　　6.乖男客巧讨主妇欢心　　串门做客是现代交际中一项重要内容，作为男士，这方面的机会就更多。当你有事想到同性的朋友、同事、同学、领导等的家去，或受同性朋友的邀请去做客时，而你对主人家主妇并不熟识或交往不深，你有没有想过；如何赢得她的热情和好感呢？要知道，主人家主妇并不是你交际的旁观者而是积极参与者。赢得她的热情，这对于完成交际任务有着很大的作用。假如主人家主妇冷冷冰冰，爱理不理，或者避而不见，那就说明她很不欢迎你。交际效果也可想而知。　　男士为客，如何赢得主人家主妇的热情和好感呢？　　①在小孩身上动点脑筋。　　小孩是父母生命的延续，母亲对孩子怀有特别的爱，也希望别人能喜欢她的孩子。关心和喜欢主人家的小孩，实际上就是对其父母的尊重。因此，为了赢得主人家主妇的热情，可在小孩身上动点脑筋。从交际艺术上说，这叫做感情的曲线投入。做客前，如知道对方有小孩，可根据小孩的年龄带些礼物，如水果。玩具、学习用品等。亲近和关心小孩的方法还很多，如主动和小孩交谈，询问其姓名，并解释姓名的含义，再亲切地叫上几声，尽量记牢；询问小孩的学习情况，如空余时间较多，可给小孩讲个故事，出些简单而又有趣的智力题和常识题，也可以和小孩一道做个游戏，孩子提出了疑难问题，要尽量耐心，设法给予满意的答复；用餐时，可帮助夹些小孩喜欢吃的菜；离开时，也要和小孩打招呼。要尽量发掘小孩或在品貌上、或在智力上、或在习惯爱好上等的优点和特色，并给予热情赞扬。任何一个小孩总是有自己的优点和特色，而这又总是和父母亲的培育和教养连在一起的，称赞孩子，母亲当然高兴。总之，要把小孩当作一个角色，不要以为无关紧要。　　②肯定主人的居室布置。　　家庭内部布置和陈设，往往是主妇们心血倾注之所在。正像人的相貌各不相同一样，家庭内部的布置和陈设也总是千差万别的，有的主妇喜欢读书，可能有精制的书柜，有的主妇爱好音乐，可能有昂贵的钢琴等，利用主人家内部的布置和陈设的特色给以赞赏，是赢得主妇热情的又一个方法，因为这实际上是对其个性的赞赏。清洁卫生，是家庭主妇都很关心的～项内容。一般说来，家庭陈设的简陋是男人的无能，而家庭卫生不好，原因恐怕主要在于主妇。因而，真诚地称赞居室的布置和陈设，主妇当然会喜孜孜的。即使主人家的住房狭小，如能做拾到好处的赞扬，也会赢得主妇的好感。某商店～位经理到一位在中学教书的老同学家里去，一进门就夸奖说：“房子是小了点，整洁倒很不错！”主妇～听，高兴地说：“房子要是大些，恐怕会更整洁。”话语中充满着感激之意，说完，立即端出水果，泡上了茶。特别要注意的是，在整洁的客房里，做客的一定要注意清洁，千万不能乱弹烟灰，乱丢果壳之类，即使本来并不整洁，也要注意。须知，主妇最厌恶的是不讲卫生、迪里说通的客人。　　③在主妇的手艺、衣着上打点主意。　　一般家庭主妇或多或少有点手艺和特长，或在烹饪上、或在编织上、或在裁剪上。手艺和特长通常是心灵手巧的一种反映，是智慧和勤奋的结晶。聪明的人会的很多，笨拙的人往往什么也不精。如发现主妇有某种手艺和特长，不失时机地给予赞扬，有助于赢得热情和好感。用餐时，发现某～道茶味道特别好，并拜其为师，表示意欲回家仿做，这将大大刺激主妇的积极性。在穿着上，女人是非常敏感的。称赞男子衣着得体，一般不会太在意，而称赞女子衣着得体，则往往会高兴一阵子，倘称赞之后，又能说出具体理由，使人觉得是内行人的赞词，那主妇内心的喜悦就可能非同寻常。主妇自己衣着随便，甚至不修边幅，而她的丈夫或小孩比较人时和得体，则可在他们的衣着人手，称赞主妇把爱心倾注在丈夫和孩子身上，并且会打扮，懂穿着，有艺术眼光。　　④不妨主动帮上一把。　　一道同去的客人较多，或者都要用餐或留宿，那么，主妇就会很忙，倒茶、洗水果、买菜、洗菜、整理房间等事情很多，有时会忙不过来。倘小孩还小或正处于似懂非懂的年龄，也有可能趁来客之机添乱。在这种情况下，做客的男士不妨主动帮上一把。做些辅助性的事，如倒茶、洗菜、剥笋之类，不要摆出大老爷的架子，坐着不动。自己衣冠楚楚，不便劳动，可退至一旁，以免影响主妇劳作，必要时，可中止与男主人的谈话，劝男主人一道帮助妻子做点事。就餐时，可邀请主妇一道入席，并对她的辛勤操劳表示谢意。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！