

打造卓越交流能力，铸就终极沟通体验



MAGIC

魔幻沟通手册

HOW TO TALK TO
CUSTOMERS

[美] 黛安娜·贝伦鲍姆 (Diane Berenbaum) 著
汤姆·拉金 (Tom Larkin)
胡涛 译



東方出版社



MAGIC

魔幻沟通手册

HOW TO TALK TO
CUSTOMERS

[美] 黛安娜·贝伦鲍姆 (Diane Berenbaum) 著
汤姆·拉金 (Tom Larkin)
胡涛 译



东方出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

MAGIC 魔幻沟通手册/ [美] 黛安娜·贝伦鲍姆 汤姆·拉金 著. 胡涛译. —北京: 东方出版社, 2008. 8

ISBN 978-7-5060-3282-7

I. M… II. ①贝… ②拉… ③胡… III. 人间交往—手册 IV. C912.1-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 126778 号

Simplified Chinese Translation Copyright © 2008 by Oriental Press.

Original English Language Edition Copyright © 2007 by Communico Ltd.

All Rights Reserved.

本书版权由约翰威立国际出版公司代理
中文简体字版专有权属东方出版社
著作权合同登记号 图字: 01-2008-1038 号

MAGIC 魔幻沟通手册

作者	[美] 黛安娜·贝伦鲍姆 汤姆·拉金
译者	胡涛
责任编辑	曹晔晖
出版	东方出版社
发行	东方出版社 东方音像电子出版社
地址	北京市东城区朝阳门内大街 166 号
邮政编码	100706
印刷	北京智力达印刷有限公司
版次	2008 年 8 月第 1 版
印次	2008 年 8 月第 1 次
开本	710 毫米×1000 毫米 1/16
印张	12.25
书号	ISBN 978-7-5060-3282-7
定价	35.00 元
发行电话	(010) 65257256 65245857 65276861
团购电话	(010) 65273937

版权所有, 违者必究 本书观点并不代表本社立场
如有印装质量问题, 请拨打电话: (010) 65266204





序

与客户进行交流看似简单，但事实并非如此——因为我们谁也不能确定它会在何时出现。

接电话的时候，如果你的声音非常愉悦，会让对方心情舒畅，觉得你很愿意接这个电话；当有人走进你的商店，你应该正视对方的双眼并报以真诚的微笑，向他致意……

这一切看上去并不难。可是为什么这些场景却总像是一些例外，而不是常例呢？

巴克敏斯特·富勒（Buckminster Fuller）是美国一位著名的空想家、设计师、建筑师和穹顶结构发明者。就是这样一位伟大的人物，有一次，他要在一个巨大的礼堂里为上万名观众举办一场讲座。可是在讲座开始前十分钟，他却悄无声息地消失了。最后，有人在公共洗手间里找到了他。他正在捡拾地上的垃圾、擦拭水槽上边的台面。找到他的那位仁兄问他：“富勒先生，你在干吗呢？你十分钟之后不是要做讲座吗？”

他回答说：“哦，我在清理我的洗手间。”

这是谁的世界？谁又有义务把它变成我们期望中的样子呢？富勒意识到了他自己的责任。我们也应该看到我们自己的责任。

富勒的行为能否成为模范？我们认为是可以的。我们之所以撰写此书，正是因为我们的人际关系充满兴趣。我们相信，积极地对待他人，一定会让对方如沐春风。每一次人际交往都应当着眼长远，致力于与对

方构建长期的联系。

这样做能够给企业、给个人带来什么？这个问题非常值得探讨。

这似乎很简单。

我们也的确认为它不难。本书为你介绍了大量的常识、便于实践的想法和工具，使你能够给客户（或者任何人）留下深刻的印象——用我们的话说就是，让你能够做到“MAGIC”（Make A Great Impression on the Customer 英文缩写）。

在提供了长达 25 年之久的人际关系培训和咨询服务之后，我们认为现在是与更为广泛的听众分享我们经验的时候了。而我们的出版商乔西-巴斯公司也有同样的想法，这令我们兴奋不已。我们希望书中的观点能给你提供一些帮助和启发。

结果很重要，但过程同样不可或缺。在本书中，我们将为你勾勒出一个井然有序的、能够产生直观结果的逻辑过程。让每一次交流都能给人留下深刻的印象，我们保证，如果把这些理念运用到自己的日常经营和人际交往中去，你一定会变得非常出众。

随着对优质客户服务标准意识的逐渐提高，你会发现，日常生活中原来有这么多微小的细节能够让你发生改变；你还会发现，如果自己能够处理得更好一些，你是可以抓住更多机会的。

我们的目标是创造一次重大的变革，让“MAGIC”成为新的标准。当你发现交流对象和你一样致力于给对方留下深刻印象时，我们的目标就实现了。

希望你能拥有一个愉快的旅程。我们会在旅途的终点见面。
真的，它很简单。

黛安娜·贝伦鲍姆 (Diane Berenbaum)

汤姆·拉金 (Tom Larkin)

2007 年 1 月于康涅狄格州西港

引言

MAGIC 五分钟，值得回忆的时刻

玛丽和格斯是在俄克拉荷马州塔尔萨市一家旅馆的休息室里碰到的。当时玛丽正要参加一位亲人的葬礼。格斯才到那家旅馆工作不久，但之前已有过丰富的工作经验。他在美国航空公司工作了30多年，负责检查旅客的行李。

那天早晨，在玛丽等候其他亲人下楼期间，她目睹了格斯的一言一行——他绅士般的问候、恰当的肢体语言等，所有这一切都让人有一种宾至如归的感觉。

紧接着，玛丽抬头发现，格斯宽阔的手掌也朝她伸了过来，像之前她多次看到的那样，带着同样的温暖。尽管休息室不时地有来往的人群，但那一刻玛丽感觉到周围变得很安静。格斯踱步过来，他与玛丽开始谈论人生和家庭以及他对自己工作的热爱。很快，玛丽的丈夫到了。他们准备起身离开，格斯走过来询问是否需要他帮忙搬运行李。

格斯不时地过来提供帮助。他那舒缓温和的语气总会让人感到一阵暖意。玛丽必须承认，那天她本来因为亲人的去世而感到情绪低落；但当她上车的时候，伤感和忧虑却全都一扫而空了。

格斯把玛丽的行李装上了汽车，然后转过头来对她说：“现在我要送你上车了。很荣幸，能够与你度过这样一个愉快的早晨，谢谢你！”

在玛丽启动马达的时候，他鞠了个躬。遇见他，让玛丽感到非常舒服。但愿他能够意识到，他那天早晨带给玛丽多大的安慰。但愿如此！

这是不是为客户提供服务的理想境界呢？这是不是你所期望遇到的日常人际关系处理模式呢？可是，不尽如人意的客户服务问题却似乎变得越来越糟糕。

有时候，作为消费者的我们的确能够享受到某些企业提供的客户体验。这些经历会使我们对整个购物过程，乃至我们自身与企业之间的关系都感到非常惬意，我们不得不说：“这种体验真是太神奇了！”LL比恩（LL Bean）、美国世纪投资（American Century Investments）、塔思通（Nord-

strom)，这样几家为数不多的企业——有些你可能听说过它们的大名、有些你可能闻所未闻——它们一直都在致力于为客户提供世界一流的服务。

尽管我们开篇的故事描述的只不过是一个女人一生当中不到五分钟的时光，但这五分钟仍然是值得回忆的。它们是真正的 MAGIC（在本书中，我们会把任何能使客户印象深刻的交流称之为 MAGIC，它也正是我们的客户服务培训项目的名称）。

不幸的是，在大量的客户服务交流中，这五分钟弄不好就会变成 Tragic（痛苦）的五分钟。为了说明这一点，我们可以分享一下我的另外一位同事的经历。

Tragic 五分钟，值得记忆的时刻

马克最近打了一个很痛苦的电话。他发现自己收不到某些电子邮件。

马克与计算机技术支持部门工作人员德奥之间的对话似乎陷入了“鸡生蛋还是蛋生鸡”这样的逻辑困境。首先德奥检查了马克的计算机，然后告诉他，一切正常，什么问题都没有。马克告诉德奥，就所了解到的情况而言，至少有两封邮件没有收到，而且马克很担心是不是还有更多的邮件没有收到。马克给自己发的邮件中，十封只能收到九封。德奥给马克发了两封邮件，马克都收到了，于是德奥得出结论说，一切正常，而马克却不相信。

为了解决问题，德奥让马克把所有没收到的邮件都发给他。德奥没有开玩笑！他想知道它们何时发出、大小是多少。马克试图向他解释说：“我不可能提供我没有收到的邮件的任何信息，也不可能转发它们。”可德奥就是不明白。

德奥一点问题都没有解决掉。后来，马克发现自己在房间里的其他计算机上打开过邮件，那台计算机每 15 分钟左右会自动下载电子邮件。这些邮件被视为发送成功，所以它们就不会在马克的个人计算机的收件箱里显示出来了。

这通电话可让马克烦透了！

每个人都能想象出我这第二位同事所面临的困境。郁闷的你说说不定很想尖叫（有时候甚至真的会叫出来）！经历了这痛苦的五分钟之后，我的同事感到非常愤怒和沮丧——可能以后都不会再打电话给技术支持部门了。相反，我们的第一个故事则讲述了一次温暖、愉快的回忆，那种感觉不仅能常驻于人们的心头，而且还会被反复传颂。这样的一些经历虽然时

间很短，但能给人留下深刻的印象，它们可能会影响你好几个小时、好几天，甚至好几个月的心情。

有效的使客户印象深刻的交流

上述经历在我们每个人的日常生活中都会发生。认识到这两种不同的交流以及它们的影响，有着非常重要的意义。它们是两种长期存在的交流过程的缩影。

这两种可能性的影响远不止存在于客户服务交流的领域，它们甚至会影响到你的个人日常生活。你的交流能力如何，是决定你与他人关系好坏的最重要的因素——而且也是你能从自己的职业生涯与个人生活中获得多少满意度的决定性因素。简而言之，你的交流能力将影响到别人对你的看法。从这个角度上来看，有效的交流是给他人留下积极印象的关键——进而才能使你的事业、你的企业乃至你的人际关系朝着最光明的方向迈进。

对于我们大多数人来说，真正良好的交流能力并不是与生俱来的。事实上，如何有效地同他人进行交流在今天可能要比以往更加困难。因为我们需要与电子邮件、语音留言等各种技术打交道，尽管这些技术都号称能够改善交流，但它们却常常会把已经非常混乱的局面搅得更加难以收拾。

但有效交流仍然是每个人都可以实现的目标。要实现这一目标，首先需要明白，交流不只是一些能够被人们认知和实践的技巧的组合；实际上，你必须具备某种思维——一种能够反映你对周围所有人的尊重以及表达这种尊重之情的思维。这种思维不仅能帮助你提高交流的技巧，而且更能使你的工作以外的生活变得更加快乐和充实。

本书希望帮助你在同客户进行交流的过程中以及在其他商业情景中实现更快乐、更有成效的沟通。MAGIC 为你提供了相应的行为标准，从而使你能够激励员工、善待客户、提高业务绩效。不过，MAGIC 所蕴涵的原则和能量是面向所有人的，不仅适用于给股东作报告的企业高管，而且也适用于两个比邻而居的老百姓。

如何使用本书

如何使用本书，这完全取决于你自己。当然，我们希望你能通读全书，而且我们建议你按顺序读下去。从整体上认识本书是理解 MAGIC 理念并进而将它运用到日常生活中去的关键。不过，如果你在工作或个人生

活中正面临某个具体的交流问题，你可以对本书当中与你的个人兴趣最直接相关的部分给予格外的关注。

在每一章中，你会看到：

- MAGIC 与 Tragic 情景；
- MAGIC 实践；
- MAGIC 格言。

MAGIC 与 Tragic 情景

MAGIC 与 Tragic 情景来源于我们的客户、同事和朋友们的真实生活，描绘出了我们可能碰到的各种交流问题。我们将对每一个案例进行剖析，然后教你如何轻松有效地应对这些问题。它们可能会令你释然一笑或者开怀大笑，或许它们会触发你自己心底某些快乐的或不快乐的经历。

MAGIC 实践

要想让本书真正成为一种学习工具，帮助你成为一名有效的交流者，你需要认真实践我们所探讨的技巧。MAGIC 实践部分会提供一些具体的行动步骤，帮助你更好地掌握 MAGIC 理念并将你的新技巧运用到自己的日常交际活动（包括个人交际与职业交际）中去。

MAGIC 格言

在每一章的最后，我们都设计了称之为 MAGIC 格言的部分，它是对这一章所涉及的主要技巧的简要总结。它们可以有效地帮助你记忆 MAGIC 理念，同时也有助于这些理念的实践。

最后，我们希望这本书不只是教会你一两种新的技能，而且还能带给你一种全新的思维方式。你可以把这本书当作一种学习工具、帮助你改善日常经营活动和人际关系的指南。你需要实践其中的行动步骤，回味其中的格言，设身处地地思考每个故事中的人物的处境。经过这样一番磨炼，你将会大大提高自己的交流能力，在各种关系中创造精彩的 MAGIC 瞬间。

目 录

序 / 1

引言 / 1

第一章 MAGIC 的要素

第一节 MAGIC 到底意味着什么 / 003

■ 比尔：超出自己的工作义务范畴 / 003

■ 巧克力酸奶：找到当顾客的感觉 / 006

■ MAGIC 格言 / 007

第二节 MAGIC 能带给你什么 / 008

■ 应付挑战：更换一种态度 / 008

■ 漠视：客户流失 / 009

■ 减少客户流失：提高企业利润 / 011

■ MAGIC 格言 / 012

第二章 MAGIC——你的选择

第一节 释放你的 MAGIC 式思维 / 015

■ 相互影响：MAGIC 就在你身边 / 015

■ 首要原则：相互尊重 / 016

■ 9 万美元的跑车：多亏了 MAGIC / 018

■ MAGIC 格言 / 019

■ 第二节 为 MAGIC 营造环境 / 020

■ 区别：自动调温器与温度计 / 020

■ 清单：可控制要素与不可控制要素 / 021

■ 不同的选择：不同的结果 / 023

■ MAGIC 格言 / 023

第三章 构建 MAGIC

■ 第一节 第一印象 / 027

■ 了解：MAGIC 五步法则 / 027

■ 非语言因素：影响对方的看法 / 028

■ 录音练习：确定表达的信号 / 030

■ 问候语：你所使用的词汇 / 031

■ 改进：让问候语更加职业化 / 034

■ MAGIC 格言 / 036

■ 第二节 理解的重要性 / 037

■ 理解：了解和认同他人的处境和感受 / 037

■ 有效交流：怎样表达理解 / 039

■ 改善交流：理解是双向的 / 041

■ MAGIC 格言 / 042

■ 第三节 帮助客户建立信心 / 043

■ 姓名：游戏的关键 / 043

■ 艺术：如何获取对方的姓名 / 045

■ 提供帮助：表达帮助意愿 / 047

■ 下一步：请对方同意提供更多的信息 / 050

- MAGIC 格言 / 051
- 第四节 MAGIC 式的语句和用法 / 052
 - 定义：什么才是 MAGIC 式的语句 / 052
 - 寻找机会：使用 MAGIC 式的语句 / 055
 - MAGIC 格言 / 056
- 第五节 Tragic 式的语句和用法 / 057
 - 体验：Tyagic 式语句 / 057
 - 轻微的 Tragic 式语句：潜在信息 / 060
 - 其他形式的 Tragic 式语句：可能导致交流双方脱节 / 061
 - 信贷员：尴尬的经历 / 062
 - 润色：如何避免使用 Tragic 式的语句 / 063
 - MAGIC 格言 / 065

第四章 表达 MAGIC 责任

- 第一节 语音留言 / 069
 - 另一种沟通形式：语音留言 / 069
 - 不在现场：但却与在现场无异 / 070
 - 实践：制备专业的留言 / 072
 - MAGIC 格言 / 074
- 第二节 倾听 / 075
 - 技巧：倾听的难为之处 / 075
 - 探讨：倾听的四个层次 / 077
 - 追求：如何实现第三层次的倾听 / 077
 - MAGIC 格言 / 080

■	第三节 掌握要点 / 081	
■	主动权：抓住要点 / 081	
■	电话被转接 / 083	
■	流程：为什么要提问 / 084	
■	请稍候：让客户愿意等待 / 086	
■	MAGIC 格言 / 087	
■	第四节 行动起来 / 088	
■	积极主动：提出可选方案和解决办法 / 088	
■	总结：下一步的具体行动 / 091	
■	MAGIC 格言 / 093	
■	第五节 达成共识 / 094	
■	最后一次询问：是否需要帮助 / 094	
■	称呼客户的姓名：使用 MAGIC 式语句 / 095	
■	道别：让客户先挂断电话 / 096	
■	维系信托：追踪到底 / 096	
■	MAGIC 格言 / 098	
■	第六节 你给对方留下了什么样的印象 / 099	
■	处理来电：你给对方留下了什么样的印象 / 099	
■	杰森：不同凡响的服务 / 102	
■	主动去电：你给对方留下了什么样的印象 / 104	
■	MAGIC 格言 / 108	
■	第七节 处理抱怨和困境 / 109	
■	正视：抱怨的好处 / 109	

■ 克制：热键与自我管理 / 110

■ “内部休止符”：改变你的反应 / 111

■ 流程：把选择落实为行动 / 113

■ 核心目标：修复关系 / 117

■ MAGIC 格言 / 118

第五章 MAGIC 的世界

■ 第一节 优质服务的企业文化 / 121

■ 优质服务的企业文化：“领导人共同体” / 121

■ 规划：营造以优质服务为本位的企业文化 / 123

■ 案例：强化优质服务 / 126

■ MAGIC 格言 / 127

■ 第二节 MAGIC 教练 / 128

■ 谁：可以成为一名 MAGIC 教练 / 128

■ 技能：一位优秀的 MAGIC 教练所需要的 / 129

■ MAGIC 格言 / 139

■ 第三节 面对面交流 / 140

■ 勇敢面对：面对面交流 / 140

■ 要素：构成视觉印象 / 141

■ 第一印象：尽量完美 / 142

■ MAGIC 格言 / 146

■ 第四节 销售过程中的 MAGIC / 147

■ 销售代表：建立长期联系 / 147

■ 改变：留下全新的印象 / 148

- MAGIC 格言 / 154
- 第五节 收账和欠款谈判的方式 / 155
 - Tragic 方式：敌对方式 / 155
 - MAGIC 方式：合作 / 156
 - MAGIC 格言 / 165

第六章 真实生活中的 MAGIC

- 第一节 个人故事与生活经历 / 169
 - 追求卓越 / 169
- 第二节 一些最后的想法 / 178
 - 一份来自陌生人的礼物 / 179

致谢 / 180

第一章
MAGIC 的要素

