

如何建立人际关系

人际关系致胜的十大秘诀 怎样平息愤怒 如何造成一见如故之感 如何处理不平事件

如何让对方支持你的想法



目 录

一、如何与人愉快相处而获得助力？	(1)
别出心裁的礼物	(2)
在敌人阵营中找同志	(3)
打好下一次的的基础	(6)
人生应与多少人往来？	(11)
建立超越交易的交情	(16)
使能力发挥的各型交际法	(21)
酒肉之交以酒肉场所为限	(26)
如何有四十个替身	(30)
棘手问题克服法	(34)
人价与物价不同何在？	(38)
如何在忙碌中找余暇？	(42)
诚意给予则收获自来	(46)
突破商场交际的禁忌	(50)
你能持之以恒吗？	(55)
二、如何建立人际关系？	(60)
具备转浪费为利益的观念	(60)
充分运用好奇心	(63)

保持自然平等的态度	(65)
经常交换情报	(67)
活用灵感	(70)
欢迎不速之客	(72)
改变童稚心态	(74)
确实掌握机运	(76)
三、如何解决人际困扰问题?	(79)
任何事都离不开“人”	(79)
如何实现结婚誓言	(80)
“接纳”是剑的两刃	(81)
如何使你的丈夫成功	(81)
无可救药的孩子也能改变	(82)
及时发现他人的长处	(83)
微笑是无声的语言	(83)
从心底发出的微笑	(84)
大家微笑吧!	(85)
微笑的魔术	(85)
使人同意的办法	(86)
找出愉快的话题	(87)
给自己写信	(87)
要人缘不要讽刺	(88)
好的听众就有才气	(89)
如何拥有“潜在的雷达”	(90)
从对方的谈话了解对方	(91)
影响对方的人性	(92)
感动对方的潜在意识	(92)

如何让对方付出全力	(93)
让对方认为那是他的事	(94)
参与管理的运用	(95)
扩大智囊团	(96)
如何让对方支持你的想法	(97)
应用“共同经营”的效力	(98)
称赞创造奇迹	(99)
不吝传达亲切的语言	(100)
正确使用“谢谢”的原则	(101)
错误修正法	(102)
成功批判的六个要点	(103)
四、最受欢迎的人际关系	(108)
欲问你的“心中”有没有我？且问我的“心中” 有没有你？	(108)
既帮助了别人就不要再教训他	(109)
谈温馨的待客气氛	(111)
相见道“好”，委事道“请”，偏劳道“谢”， 失礼道“歉”	(112)
做生意应以情味语对情味语 一句话主 义不能获顾客青睐	(113)
每一次太阳上升的时候 世界又是一番更新	(115)
五、你是个受欢迎的人吗？	(116)
工作的认识和态度	(116)
如何和上司相处	(118)
如何与同事共处	(122)
如何才能出类拔萃	(125)

如何自我充实	(127)
闲暇时光如何安排	(130)
及时在职进修	(132)
爱情与婚姻	(133)
六、如何应付复杂的人际关系?	(135)
要有“机运可遇不可求”的泰然心理	(135)
运用“以退为进”“后来居上”的战术	(137)
第二号人物具有举足轻重的地位	(139)
运用“欲擒故纵”的心理	(140)
不断培养洞察力与先见之明的能力	(142)
迂回行进的作战法	(144)
不要被眼前的利益所迷惑	(145)
不要太急于登上龙门	(147)
七、怎样使自己左右逢源?	(149)
欣赏别人的优点	(149)
要讨人喜欢,必先喜欢别人	(150)
爱人如己人缘佳	(151)
相交多年的老友	(152)
让对方得到满足感	(153)
人际关系的第一步	(154)
用寒暄表示你的关心	(155)
你就是对方的镜子	(156)
让对方发觉他自己的优点	(157)
加强交谈的能力	(158)
说话六要领	(160)
不要强迫别人接受你的想法	(316)

交际三原则	(165)
受人欢迎的秘诀	(168)
八、如何维持良好的人际关系?	(170)
情投意合是前世缘	(170)
水乳交融靠和睦	(171)
意见交流在沟通	(172)
语言与神同在	(173)
利害对立吵架俱伤	(174)
与同事的人际关系	(175)
与员工的人际关系	(177)
与上司的人际关系	(178)
外围的人际关系	(179)
发布喜悦,可加倍喜悦	(181)
改善人际关系的八条纪要	(182)
人际关系中的八项禁忌	(183)
人际关系致胜的十大秘诀	(200)
交际的艺术	(208)
促进机构良好人群关系之若干基本方案	(213)
附: 人际外交智慧金言	(218)
九、如何扩大交际范围?	(252)
随处结缘	(252)
加强同好的交往	(254)
积极参加社团活动	(256)
经常参加服务性的活动	(258)
社团之间互相交流	(260)
如何组成智囊团	(262)

如何造成“一见如故”之感	(265)
交友之道因人而异	(267)
十、企业的人缘——公共关系	(271)
公共关系的建立	(272)
对内的公共关系	(273)
对外的公共关系	(274)
销售部门如何做好公共关系	(275)
十一、如何管理组织内部的冲突?	(281)
冲突的定义及重要性	(282)
冲突的种类	(283)
冲突的特性	(284)
冲突的本质	(285)
团体间冲突的来源	(287)
团体间冲突的模型	(289)
冲突管理的实施	(290)
冲突管理值得注意	(293)
十二、有效的人群管理新方式	(295)
团体动力的内涵	(296)
自我动力的内涵	(299)
管理心法——团体动力与自我动力的统整	(300)
怎样做一个现代好主管	(301)
十三、如何处理不平事件?	(303)
以厂为家	(303)
不平的起因	(303)
不平事件由谁负责	(305)
怎样平息愤怒	(306)

开门政策	(307)
自由倾吐怨屈	(308)
诚恳而有兴趣地倾听抱怨	(310)
争辩不能解决问题	(311)
真相的了解	(312)
了解事实	(313)
尊重部属的观点	(315)
留给抱怨者一些面子	(316)
判断要慎重	(317)
决断应选择适当的时间	(318)
注意后果如何	(320)
要敢承认错误	(321)
时效的重要	(322)
托辞逃避	(323)
在什么情况下说“不”	(325)
如何处理虚幻的不满	(326)
要用合理方法来解决疑问	(327)
不可乱用权限	(328)
不满情绪再度发生	(329)
因不满事件而有所获得	(330)
小的不满要迅速处理	(331)
抱怨能上达主管人员	(333)
人际关系的建立	(334)
十四、使人际沟通达到最佳境界的管理秘诀	(336)
促进工作型沟通	(336)
促进人际关系型沟通	(339)

管理者建立良好沟通关系的判断和行动方针 …	(341)
十五、如何做好企业内的人群关系? ……	(360)
如何处理“专门人才”和“万事通”? ……	(360)
多能化乃受集团主义的影响而成 ……	(361)
事过境迁即可忘记的公司管理规则 ……	(362)
管理规则中最重要部份 ……	(364)
如何处理部属的迟到、旷职以及工厂风 气问题? ……	(365)
矛盾的立场 ……	(367)
一举手一投足都和管理有关 ……	(367)
劳资关系的解决方法 ……	(368)
如何管理女性职员 ……	(370)
即使一个人能力减低, 然而综合力仍 然能够提高 ……	(371)
为什么会觉得中老年人能力低? ……	(372)
“中老年人的能力衰退”可以克服 ……	(372)
当中老年人年轻时, 就要让他们有接 受教育的机会 ……	(373)
配合能力的变化, 工作也要随之变化 ……	(374)
性格不同, 无从改变吗? ……	(375)
莫忘部属的行动, 往往是针对上司而来 ……	(377)
公司里禁止独断专行 ……	(377)
不可等闲的“人群关系” ……	(379)
古代就已有人群关系的运用 ……	(379)
人群关系建立的条件 ……	(380)
人群关系的三项内涵 ……	(381)

正式与非正式组织的存在	(383)
对领导问题的认识	(384)
正确的沟通方法	(384)
协调可以产生和谐	(385)
“人群关系”和“人际关系”的差别	(386)
任何人都可以当领导者	(387)
领导的方法因人而异	(390)
满足需要才能产生效果	(391)
激励必须把握住“时效”	(392)
奖惩必须适当运用	(393)
薪资问题的采用标准	(393)
请神容易，送神难	(394)
开除员工的准备和方法	(395)
十六、如何增进员工的人际关系？	(397)
穷境导致发明的学习模型	(398)
学习者变化的模型	(399)
布莱佛的学习理论	(400)
交流分析(TA)理论	(401)
附：员工训练的“催化作用”	(402)

一、如何与人愉快相处而获得助力？

无论是经营者，管理职位者，或是生意人，人类的“幸福”，最后终究是取决于“人际关系”之良善与否。出人头地而赚取万贯家财的成功者的实例，到处可见，所有这些功成名就之人，绝对地都获得他人的“助力”。能藉从人际关系中获得的“助力”，在人生或事业上建立绝大的效果者，才有办法自创功业。

从与顾客之间的交往，到公司内部、熟人、朋友等等的往来，彼此接触、应对，才能发觉“自我实现”的重要。尤其是身为领导阶层的人，更必须在上司、同僚之间，具备自己一套优秀、拿手的应接之道。若非自己努力奋斗，不可能受到上司的提携，更不能获得部下的爱戴、支持。经常地自我钻研，向突破现状挑战，才能发掘更深一层的人际关系。想维持更好的人际关系，要动脑筋、动手、动身体、运用精神，常为对方设身处地的设想，方有“充实感”可言，身、心两方才能充满着“干劲”。

本文的目的有三。第一，使您自己跟任何人都能愉快地相处。第二，使您能抓住对方的心理。第三，使上述两项成为可能的自我钻研法和思考法。

别出心裁的礼物

某出版社的编辑，一心想取得某名作家的作品，每天前往求稿。但该作家却毫无替出版社写稿的意思。那位编辑左思右想之后，终决定赠送一件礼物给该作家。

数月之后，该作家的作品，终于如期地送达出版社。

“您既然已送了我这么多稿纸，我不写也不行嘛！”

原来该编辑所赠的礼物，是特别订制、上头印有该作家名衔的稿纸。目前这种印有自己姓名的稿纸、信笺、便条，到处可见，已经不稀奇了。但在十数年前，物质生活并不充裕的时代，这样别出必裁的稿纸，对作家而言，这是再受用不过的珍贵礼物。换言之，这样的礼物，拥有足以令受者深受感动的价值存在。

但是目前这种物足民丰的时代里，如非再三考虑后的赠品，接受者也不见得会多高兴。尤其是经常接受赠礼的医生、商户，更是如此，香皂、礼盒不也早已司空见惯了吗？送礼不可因非送不可，或反正送个东西意思意思就行了等观念。到百货公司随手抱个东西就猛送。东西送到对方手中，假如对方认为：“这种东西也没有什么稀罕嘛”，那么即使送再多的礼品，也同样徒劳无功，劳民伤财又于事无补。

届临重要年节时，亲自到百货公司去，边思考各个往来客户的嗜好、个性，边挑选最合适的礼物相赠——这样的人，我不敢说没有，但究竟还是极少数。大部分的人，大都是每年依样画葫芦，同样的东西送达同样的客户手中，几乎

一成不变。

也许有人会辩称：“那么多客户，哪来那么多功夫去逐个考虑、挑选呢？”其实无妨勒令有关部门的人员负责就行了。也许如此一来，您会意外地发现公司内隐藏着另外一个可造之才。

在敌人阵营中找同志

意志坚强者不惧艰危

日本曾有过这么一个故事，某著名的政治家甫任大臣之初，即前往拜访某前辈级的政治家，却遭到冷淡的回绝。辞退而去的大臣，在数十分钟之内，再度登门造访，同样又在众人面前着实的吃了一记闭门羹，但他仍然不死心，一再地登门拜访求教。把这情形看在眼里的人，开始不客气地批评那位前辈级的政治家：“人家这样低声下气地来求见，他却使性子拒人于千里之外，真是毫无风度。”这样地批评，大概也是基于对于新大臣的同情感而来的吧！“真是有个有耐心又肯虚心求教的人啊！”如此一来，周围的人开始对于新大臣产生同情和好感，也同时对前辈政治家产生“真是心胸狭窄的家伙”的反感。

说不定这是新大臣设计好的圈套，也许是基于“无论如何，总得先向老前辈请教”的尊重心理，付诸于行动，意志坚强不畏艰危地前进吧！

这位大臣，在可称之为敌方阵营的前辈政治家势力范围

内，替自己制造许多对自己抱有好感的同志后，终于在日后取代该前辈而掌天下大权于一身。

从敌对团体内找出站在己方者

也许从商人口中，很可能听说过类似的故事：某医生因某公司的外务员“不管怎么拒绝他，他还是毫不灰心地一来再来，直等到我有空见到他的时候为止，最后只好认输向他采购了！”

这位外务员，虽然不受欢迎，被敬鬼神而远之，想尽办法逃避他，但他仍坚持到底，毫不气馁地让对方了解他的诚意。医院的护士小姐们，大概也觉得“好感人哦”！而站在他这一边，最后连医生也受到感动了吧！这是人之常情。我也常提醒本公司的外务及推销员们，要有这种锲而不舍的敬业精神。也有的人，实际上只是鸡毛蒜皮的小事，也特地把诊疗室内忙得不可开交的大夫，叫来接听电话，这种推销员是最低级的人才。

当然我们也用不着永远死缠活赖，不过，却需要花点脑筋，让对方发现我们的诚意。如果发觉对方真的没什么时间可交谈，无妨对里头的职员说：“今天老板真的太忙了，改天等他有空时，再来好好地长谈！”别忘了致赠随手的小礼物给她们，这种机智性的问候很重要。这样的真诚对待的心意，有时候能转变成抱着好感的建议：“老板，那个人常来，很诚意而且又很关心我们呢！”

从对方的职员中，拉拢肯为我们说话的朋友，便可轻易获得有关对方的各种有利情报。如此一来，即使不刻意订定

战略，也必能使对方轻易地就范。

超越生意往来的交情

某天，一位执业医师来电，由于有些问题无法解决，要求我能够与他见面，提供一点意见。

原来是关于税务方面等经营上的疑问，请求我的释疑和建议。本公司虽按月寄送各个客户，有关“眼科医生与经营管理”方面的最新资料，但偶尔也会有类似这样的医生，请求我的意见和忠告，或甚至特地到寒舍找我洽谈。

如此一来，我与主顾间的关系，已远超越生意往来的纯商业关系了，而我走访这类的主顾时，他们也以对待亲朋好友的真诚态度相接。但是，我还是不能稍忘公司的存在，也不能片刻忘却做生意的基本目标。只是为了贯彻忠实地服务顾客的义务，我已从买卖往来的身分，变成对方家族亲朋般的角色，在他们遭遇困难时，接受对方的洽询，协助对方解决难题。

无论产品多优良，或想拓展更巨额的成交数，假如对方相应不理，产品推销给谁啊。因此，在销售产品之前，如能当一个真正能为业者解决难题，并在各方面提供意见的协助者，紧抓住对方的心理，在对方顺畅推展业务时，我们的商品必可被对方大量采购。若非如此，毫不足奇的经商方式，天下皆同，又有谁会特地以我们为买卖对象呢？

买卖不成人情在

若一家公司将继续发展下去，非达连续的胜利成功不

可。我认为经商绝不能有“浮沉”的现象。现在也非能够“浮沉”的时代。不但要令对方赚钱，同时更要全力以赴地也令我们本身获得更多的利润。我认为业务内容，不应被限制，只要逐日扩展其幅度范围即可。

以一买进，而只以1.5的固定价钱卖出，总有一天会蚀老本。推销货品，要到货品完全送出，货款也如数收到，方可称之为“买卖”已经成功。在这期间，衍生各种人际关系、解决问题的智慧等等，偶而生意也会有谈不拢的状况。但买卖不成人情在，有时候不成功的买卖，却以远超所纯想象的能力，促使企业更加地鼎盛发展。

现在，买卖不成人情在，是我经商的最大目标之一。同时我也日以继夜地努力，以期在“经商”这个最大的敌人之中，制造出最有力的支持者。

打好下一次的基礎

商場的巨敵是固定觀念

从前，我也曾经提着皮箱，挨家挨户地推销货品。就如同其他的推销员一般。但是当时我已发觉，“这样的推销工作，即使比他人加倍努力，也无法获得比他人加倍的薪水。”因为“推销只是光为销售商品而已，是得以预见结果的生意罢了。”个人的才能，应该向演变的途径上发展，方能有出人头地的一天。

市面上有不少介绍推销术卓越的“成功的推销员”之类

的书籍。但这只是“模仿”成功而已，绝无法推销超过某种水平以上的商品。从成功实例获得的方程式，尽可依样画葫芦地套用，但这种“公式化”的技巧，绝不可能应用于大宗的商场交易方面。

商场最忌感情用事

这是我警惕自己的座右铭。人一旦身居拥有操纵大权的高位时，就会有好恶之心。在受支使的时间内，无论喜欢与否，还是“无权”表现出好恶之感。可是身居高位时，更需要谨慎地表达好恶的态度。也许我们最讨厌的主顾，会在意外的场合，提供意外强力的支持和协助。

经常思考下一个买卖

我们无法保证任何企业都是永远不坠的。尤其在目前这种不景气的时代中，宣布倒闭潜逃的工商业者，不是每天都可见诸报端吗？从前电动玩具旋风横扫全球，现在又如何呢？所谓闻名遐迩的百年老店，也会有关门大吉的一天，曾经风靡一时的某大酒店，不也因经营不善而拱手让人吗？时代在无声无息中，改变人在社会的面貌。俟发觉自己的企业已无法生存，而想另找生意发展的时候，早已回天乏术了。丧失信用又怎能挽救呢！在业绩蒸蒸日上的时候，就应该经常用脑思考，考虑愈周到，业务的推展愈顺利，脑筋也愈灵光。

头脑就如同机械一样，久弃不用必会生锈腐朽。惟有保