



Eloquence classic

卓有成效的沟通法则 · 打动人心的口才智慧

现代社会，交际公关口才的好坏决定一个人的能力大小乃至事业成功与否。一个人要想在社会生活中开拓自己的空间，赢得他人的认同，就必须善于沟通。

即学即用的

交际公关话语

沟通艺术

沟通看似简单，人人皆知，但其中的技巧和韵味是需要仔细揣摩与体会的。沟通是科学，沟通是艺术，其重要性正日益凸显。

向东强◎编著

口才必修课



沟通必胜术

Jiaoji Gongguan Huayu
Goutong Yishu



海潮出版社
Hai Chao Press

卓有成效的沟通法则



打动人心的口才智慧

Eloquence classic

即学即用的 交际公关话语 沟通艺术

沟通看似简单，人人皆知，但其中的技巧和韵味是需要仔细揣摩与体会的。沟通是科学，沟通是艺术，其重要性正日益凸显。

口才必修课



沟通必胜术

向东强◎编著



海潮出版社
Hai Chao Press

图书在版编目 (CIP) 数据

即学即用的交际公关话语沟通艺术 / 向东强编著

-- 北京: 海潮出版社, 2014.1

ISBN 978-7-5157-0583-5

I. ① 即… II. ① 向… III. ① 公共关系学—语言艺术—通俗读物 IV. ① C912.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 292508 号

书 名: 即学即用的交际公关话语沟通艺术

编 著: 向东强

责任编辑: 罗 庆

封面设计: 点滴空间

出版发行: 海潮出版社

社 址: 北京市西三环中路 19 号

邮政编码: 100841

电 话: (010) 66969738 (发行) 66969736 (编辑) 66969746 (邮购)

经 销: 全国新华书店

印刷装订: 北京建泰印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 17

字 数: 170 千字

版 次: 2014 年 1 月第 1 版

印 次: 2014 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5157-0583-5

定 价: 29.00 元

(如有印刷、装订错误, 请寄本社发行部调换)



传播沟通既是公关的构成要素，又是公关活动的功能。公关主体及其行为对公众的影响，就是依靠沟通传播这个中介来实现的。畅通信息沟通渠道本身就是公关精神的体现，因而畅通信息渠道是公关口才最基本也是最重要的作用。特别是在信息沟通出现障碍的时候，公关口才这种作用就显得越为明显。

善表达者，对友好的双方来说，能沟通彼此的联系，增强彼此的友谊，消除彼此的隔阂，化解彼此的矛盾；对敌对的双方来说，可以表明自己的立场，维护自己的权益，震慑对手的野心，麻痹对手的意志，诱导对手的言行。因此说，准确的语言表达是公关活动的融合剂。

本书从商业的角度出发，成功地将公关关系与口才学结合在一起，系统阐述了如何提高公关口才。从分析成功公关要素入手，针对不同的公关对象，分别介绍了在日常生活和职场工作中的公关口才技巧。

通过大量的案例和分析，让读者来领会学习公关口才的魅力，深入浅出，操作性强。不仅适合作教材，也可供各类人员阅读参考。学会用公关语言与人沟通，将是现代人必备的一种素养。

一个人要想在社会生活中开拓自己的空间，赢得他人的认同，就要学习与人沟通。希望本书成为您的行动指南，真正有效地协助您成为敢说敢做的表达与沟通专家。



第一章 公共关系的基本要点

公共关系的内涵	002
公共关系的职能作用	004
公共关系活动方式与特征	009
公共关系与语言的关系	012

第二章 公关语言概述

公关语言基本特点	016
公关语言用语原则	021
公关语言艺术的主要方法	031
公关语言的基本要求	035

第三章 公关语言的特色

生动的谈话	038
语气的力量	041
受欢迎的语调	043
丰富的词汇	046
富有节奏的谈吐	047
微笑为始	048
聆听也是一种表达	050

第四章 公关语言的技巧

热情最有感染力	054
真诚的语言触动人心	055

幽默语言充满魅力	057
巧妙的问话方式	060
打破沉默的技巧	064
说错话的处理技巧	066
演说忘词处理技巧	068
突发事件处理技巧	071
无准备上台讲话处理技巧	075

第五章 公关语言禁忌

避免质问式的说话态度	080
不取笑别人	083
避免说话的语病	085
少说忌讳的话	088
忌爆粗口	090
说话不伤及面子	092
不说让人讨厌的话	094
避免说口头禅	096
忌开玩笑过度	098

第六章 公关口才的训练与提高

影响公关口才的因素	102
克服心理障碍	104
好口才才是练出来的	107
公关口才训练原则	108
掌握锻炼口才的方法	110
激起别人的谈话兴趣	115
说话简明扼要	118
别总以自我为中心	120
谈话时别突然插话	122
避免谈话内容枯燥	124

勿触怒别人	126
讨论不是争辩	128
善于攀谈	130
说话要看听众	134

第七章 公关推销话语沟通的艺术

抓住客户心理	138
激起对方好奇心	141
注意推销方式	145
以真诚的微笑打动客户	147
要尊重客户	150
没有热情就没有销售	154
赢得客户信任	157
有些话不能说	160
赢得客户的好感	162
赞美不能引起客户反感	166
客户的话比你的话更重要	169
适时保持沉默	172

第八章 公关谈判话语沟通的艺术

制造宽松和谐的谈判端	176
以寒暄消除紧张	178
使对方感到亲切愉悦	179
把谈判对手看做同事	181
给对方心理上的安慰	184
使自己更具灵活性	187
寻找对方的破绽	189
察言观色，多闻善问	191
正确使用和对待威胁	194
拒绝对方要婉转	196

虚张声势开高价	198
进行适度的感情投资	200
利用谈判截止期限	203
运用迂回推进策略	205
第九章 公关应酬话语沟通的艺术	
掌握正确的拜访技巧	208
会面时的语言技巧	210
会谈中的语言技巧	214
现场应变能力技巧	218
化解言语失误的技巧	221
巧妙寒暄拉近彼此关系	223
学会说点应酬话	227
正确地运用称呼	232
客套话是必不可少的	234
话要说得自然亲切	236
话要说得符合身份	241
话要说得符合氛围	246
融入环境，赢得认同	248
耐心倾听是基本的礼貌	251
学会打圆场	255
制造欢乐的氛围	258

第一章

公共关系的基本要点

公共关系学经过几十年的发展，已经成为一门相对独立的学科。和其他学科一样，构成这个学科的基础也是一些基本概念。因此，要学习公共关系，就要从了解这些概念开始。





公共关系的内涵

有社会就要联系沟通，就会有公关活动，公关活动贯穿于一切社会生活之中。现代社会中，各种社会组织都处在极其复杂的关系网络之中。经济越发达，社会越进步，人们的各种交往也就越频繁，组织的生存环境便越复杂，公共关系的作用也就显得尤为重要。

公共关系是社会组织同构成其生存环境、影响其生存与发展的那部分公众的一种社会关系，是一个组织为了达到一种特定目标，在组织内外部员工之间、组织之间建立起一种良好关系的科学。根据爱德华·伯尼斯（Edward Bernays）定义，公共关系是一项管理功能，制定政策及程序来获得公众的谅解和接纳。它是一种有意识的管理活动。

公共关系这个概念，是 20 世纪初在美国首先出现的，当时最早使用这个概念的，是美国的一个新闻记者——艾维·李。1904 年，艾维·李使用 public relations 这个词来描述公共关系的概念，后来人们把它简称为 PR（公关），这就是公共关系的缩写。礼仪专家金正昆认为，公共关系这个概念，还是翻译成公众关系比较好。其实在港澳地区人们就是把它叫做公众关系。1807 年美《韦氏新九版大学辞典》Public Relations 简称“PR”。

自从公共关系诞生以来，人们追求一个准确定义的努力就没有停止过。由于每个人的认识角度不同，对公共关系内涵的理解也各异，于是就形成了许许多多的公共关系定义。对公共关系的科学定义虽然众说纷纭，而他们所表述的核心内容是比较一致的。归纳起来这些核心内容是：

公共关系活动是主体在公众中塑造自身形象的活动，公共关系活动必须是

塑造形象和面对公众两者的密切结合，缺一不可。一个组织和个人的活动是多方面的，那些既不面对公众又不是直接为了塑造自身形象的活动，如科学工作者在实验室做实验等，都不是公共关系活动。那些面对公众但不是为了塑造自身形象的活动，如教师在课堂上讲课，学者作学术报告，在报刊上发表学术论文，也不是公共关系活动。再如那些虽为了塑造自身形象但不面对公众的活动，也不是公共关系活动。比如，一个热恋中的青年，他必然会极力地在恋人的亲属面前，塑造自身的良好形象，以博取恋人的好感，但由于这种活动是针对特定的个别的对象，不是面向公众，因此也不能算是公共关系活动。

只要是塑造形象和面对公众两者相结合，无论是组织或个人均可成为公共关系活动的主体。在国外，一些政治家竞选议员、总统，一些演员要成为明星，他们都要刻意塑造自身的形象，以博取公众的好感，这些都是公共关系活动。在我国，随着改革的深化，人才的交流日益频繁，一些拥有一定技术和知识的人士，在人才市场中，向用人单位自我推荐，他们也注意塑造自身形象，努力向用人单位证明。这些都可以列为公共关系活动。

公共关系的目的是要使本组织在公众中树立起良好的形象，使本组织取得公众的信任、理解、支持和合作，从而提高工作效率可增进经济效益。因此，公共关系活动应该是互利的，绝不能损害别人。

可见，组织形象问题是公共关系理论的核心问题，组织形象概念是整个公共关系理论概念群中的核心概念。因此，我们给公共关系概念的科学定义表述是：“公共关系是一个社会组织为了塑造组织形象，通过传播、沟通手段来影响公众的科学。”公共关系学就是研究一个组织机构如何通过有效的公共关系活动，去改善自己的公共关系状态，塑造良好形象，以达到顺利发展目的的科学。

★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★

交际公关话语沟通之道

公共关系学是一门新兴的、综合性的应用科学，“公关”名词虽新，但公关问题却自古有之。只不过表现形态及重要程度在不同历史

时期有所不同而已。公关问题已成为组织与个人求生存、求发展所必须解决好的首要问题——处理不好自己的公共关系，在社会中将难有立身之地！

实践证明，公共关系作为信息沟通、关系协调的柔性管理手段，已经成为一种时代的要求和社会发展的必然趋势。随着经济的快速发展，必然要求我们更多的人掌握有关公共关系的知识。因此，了解和掌握公共关系的科学含义，对有效地开展公共关系活动十分重要。



公共关系的职能作用

公共关系的基本职能指公共关系对个人、社会组织、及整个社会所担负的基本职责和所发挥的功能；是指通过科学的、有计划的、有步骤的公共关系活动，建树良好的组织形象，协调组织的内外关系。

1. 公共关系对社会组织的作用

公共关系是社会组织倡导和发展起来的，对组织的作用主要表现在：

收集信息，检测环境。社会组织要运行得当，就必须确地了解自己、了解自己运行的现实环境，尤其是现实环境中的公众。而通过公关获取大量信息，是了解自己与环境及其关系的最有效手段。组织的环境信息主要包括：政府的法信息及决策信息、公众需求信息、公众对产品形象评价的信息、公众对组织形象评价的信息及其他社会信息，这些信息起到了组织“环境监测器”的作用。

输出信息，扬名立善。现代社会中尽管社会组织的目标各不相同，但在目标的实现过程中有一点是相同的，就是要公众了解自己。公众越了解自己，目标就越容易实现。而公众了解自己的最好途径就是输出信息，提高组织的知名

度和美誉度。组织要想发展壮大，首要的一方面是要保证产品或劳务的质量，另一方面也要搞好宣传工作，即计公众认可组织的产品或劳务。外部公共关系是塑造组织形象的重要环节，名牌战略及名牌效应、名流关系及名流效应就是最好的验证。

协调关系，增进合作。公共关系是“内求团结、外求发展”的一门艺术。其重要职能就是通过协调使一个组织中的所有部门的活动步化与和谐化，使组织与环境相适应。协调就是“协”和“调”的统一。协，是协商，即遇事不能自己一方说了算。要双方坐下来协商讨论，寻得利益的一致；调，是调和，即坚持互利互惠的原则，求得双方利益的统一。

咨询建议，参与决策。社会组织的运行是在决策的指导下进行的，决策的可行与否及可行度的大小，均取决于决策者的选择，而选择的根据则在于对信息量的掌握程度。公关部是公众向组织反馈信息的中间环节，收集到的信息都是来自社会各方面的与组织有关的真实信息，将信息有选择、有分析地传递给组织的决策者，为决策者的选择提供服务。

危机管理，处理突发事件。组织所处的环境可分为已知和未知两部分，而未知部分又必然会带来组织运营、发展中的某种不确定性。当这种不确定性在短时间内变为现实时，就会发生种种管理人员未曾预料到的事件，即所谓“突发事件”。由于这类事件具有突然性、变化快、影响大、处理难度大、余波长等特点，因此，组织的管理者时刻都要有危机管理意识。公共关系在危机管理中的作用体现在：事先预报，避免发生；提前准备，减少损失；紧急关头，稳定人心；做好善后，挽回损失。

2. 公共关系对社会的作用

公共关系对社会组织起作用的同时，也促使了社会环境的优化，促进了社会的和谐。主要表现在：

促使社会互动环境的优化。社会互动是指社会上人与人、群体与群体之间的交往和相互作用。公共关系涉及群体与群体、群体与个人以及社会人际间的互动，它通过沟通社会信息、协调社会行为、净化社会风气来实现对社会互动

环境的优化。

促使社会心理环境的优化。有心理学家预言，21世纪对人类威胁最大的不是洪水、战争，而是心理疾病。公共关系提倡人们通过交往摆脱孤独和隔阂、恐惧和忧虑，从而促使社会心理环境优化。

促使社会经济环境优化。公关倡导公平竞争，使营利性组织争取最好的经济效益，从而带动整个社会经济繁荣。

促使社会政治环境优化。通过建立民主政治，树立“民本位”思想，增强社会管理人员的公仆意识和人民群众的土人翁意识，满足人民群众参与社会公共事务决策和管理的愿望。

3. 公共关系对个人的作用

(1) 公关是我们迈入成功的基石

一个人或许很有才能，对事物很有见解，只要给他个施展的机会，他定能干出一番大事业，但这个机会会从空中掉下来吗？当然不会，无论是在公司或者学校，领导或老师首先给予机会的总是那些人际关系好的，跟老师或领导关系好的人。这时，公共关系就成了重要的一关了。在人际交往中给领导老师和其他人留下好的印象，无疑就是一块好的敲门砖。现今社会，随着教育的普及，有能力的人大有人在，但真正成功的去还是寥寥可数，事实上，公关就是这堵墙。没有一个好的的人际关系寸步难行，就更不用说什么成功了。现实中我们那也能看见一些优秀的人，学历能力等各方面都很优秀，但是始终没有个好的发展，问题出现的关键就是公关没有学好，对人际关系掌握不好，没有人给他一个施展才华的机会，所以空有一肚子才华却无处可施，于是一事无成，一辈子默默无闻。

(2) 利用公共关系学将自己推销出去

好的开始是成功的一半。所以，第一印象或者说开始是将自己推销出去是至关重要的因素。即使你的长相并不出众，但一定时刻让自己衣着得体干净。其次就是见面问候和礼仪了。无论和谁交谈首先要从无关紧要的事谈起，一步一步进入主题。这样并不会显得唐突，会让他人慢慢接受自己，让人觉得了解

自己,然后才能觉得自己是个可用之才。当然无论在什么时候,聊天还是承担重任永远都要拥有自信,让他人信服并觉得你是一个可用之才,才会给你机会。

(3) 利用口口相传扩大自己的知名度

无论做什么都要规划好,这就需要自己平时的积累了,当然这是个人能力的事了,而最为关键的是如何在一群人中,也就是一个工作环境里处理好人际关系,让自己不仅有能力还有支持率。在一个团队中不免会有不平等的任务分配,那脏活累活要谁去做,领导也会很为难,这时自己要是能出来主动接受,赢得的要远比这一次的“亏”多得多。这同时也为自己将来的发展做了伏笔。

(4) 利于个人形象的重视和自身素质的提升

现实生活中,人们对一个人的看法,往往由其个人形象、言谈举止、待人接物综合而成。少数人由于轻视了个人形象的重要性,忽略了这些方面的表现,给他人留下负面的印象,阻碍了组织及个人的发展空间。

而公共关系将传递给学习者和从业者关于个人形象至关重要的观念意识,要求个人在公共场合和社交场合尽量地修饰自己的外表、仪容,注意衣着打扮,保持得体的形象和风度。因为组织里的每个员工都是组织的代表,是组织的对外大使,所以,员工的这些视觉形象从侧面也反映出组织的形象,给社会公众留下深刻的印象。

(5) 利于个人交往沟通能力的提升

现代社会中,一个社会组织要生存和发展,离不开与其他组织的交流与合作,一个人如果要事业有成,也必须加强人际交往和沟通。美国著名教育家戴尔·卡耐基说过:一个人事业的成功,85%靠人际关系和处世技巧,只有15%靠专业技术。而公共关系强调沟通传播与双向交流,公关人员要和各类公众打交道,掌握社交的技能和方法是基本的能力,这对于个人事业的发展将起着巨大的作用。

(6) 沟通内外,协调关系

由于作为公关主体的组织和公关对象的公众处于不同地位,它们之间必然会存在利益的种种差异和矛盾。又由于他们在信息的掌握上总是不对称的,因

此，摩擦在所难免。这就要求组织充分运用公共关系，努力减少摩擦，协调内外关系。

摩擦是小的冲突，冲突是大的摩擦。对于社会组织来说，有冲突并不是什么丑事，只有有了冲突而不思化解、不求改进才是不可原谅的。发生了冲突，公共关系便可充分发挥其协调功能，运用各种有效的交际手段和沟通方式，化干戈为玉帛，解冲突于无形。

在公共关系发展过程中，不平衡模式一直占据主要地位，最初是组织完全以己为主，根本不考虑公众利益。后来人们提出公众是上帝，一切为了公众，这种思想仍是一种不平衡观。现代公关理论认为，组织和公众都是公共关系的主体，双方都有自己的利益，两者同样重要。当双方利益出现分歧和矛盾时，组织既不能牺牲公众利益，也不要一味地牺牲自己利益，而应通过平等的对话、协商，使双方能达成共识，双方都应该做出必要的让步和妥协。因此，公关的任务便是在双方利益得到维护的前提下，实现利益平衡下的新的合作。

★★

◎交际公关话语沟通之道◎

公共关系作为一种管理职能，在组织的经营管理中具有明确的职责范围，发挥着特定的功能和作用。而这些职能和作用的发挥，不仅为组织的生存和发展创造了良好的外部环境和内部条件，而且渗透到社会生活的每一方面，对社会产生了积极影响。

公共关系职能和作用的发挥，还能使公共关系从业人员观念不断更新，素质逐渐提高。因此，了解公共关系的职能作用，对进一步了解公共关系，了解公共关系在现代社会中的重要地位，有着十分重要的意义。