

YingXiao GouTong ShiWu

营销沟通实务

(第2版)



王瑶 刘瑶 主编



中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

YingXiao GouTong ShiWu

营销沟通实务

(第2版)

王瑶 刘瑶 主编

电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

营销沟通实务 / 王瑶，刘瑶主编. —2 版. —北京：电子工业出版社，2015.8
ISBN 978-7-121-26736-9

I. ①营… II. ①王… ②刘… III. ①市场营销学—高等学校—教材 IV. ①F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 166703 号

策划编辑：晋 晶

责任编辑：袁桂春

印 刷：三河市鑫金马印装有限公司

装 订：三河市鑫金马印装有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：787×1092 1/16 印张：14.75 字数：341 千字

版 次：2011 年 5 月第 1 版

2015 年 8 月第 2 版

印 次：2015 年 8 月第 1 次印刷

定 价：35.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：(010) 88258888。

第 2 版前言

根据出版社的要求和教材更新换代的需要,结合技能性实用型人才培养目标的需要,我们对本书第 1 版进行了修订。

为更好地贯彻当前高职教育教学指导思想,我们从培养实际操作能力出发,将学习内容与工作任务对接,将实际工作岗位中的工作任务与营销(管理)人员的知识掌握和技能提高相结合,重新编写了这部更加强调可操作性的“理实”一体化教材。

我们从形式和内容上进行了以下修订:

(1)教材设计中突出了项目教学、行动导向的思路和理念,将原来的章节体例修订为情境和子情境。

(2)为了突出项目化教学,在每个情境下对原有的内容做了修改。例如,将原来的学习目标改为知识目标和技能目标。

(3)为了突出行动导向,每个情境前增加了“沟通能力自测”,并要求在学习前进行不足的分析,在学习后进行原因分析和改进措施思考。

(4)在正文中除保留原来的“小案例”外,还增加了“课堂互动”,以便牢固掌握基础知识。

(5)结合精品资源库建设的需要,在每个情境结束后增加了“知识小结”、“技能训练及素质拓展”、“延伸阅读”等。

修订后的教材定位更加准确,重点更加突出。本书可作为高职高专院校营销管理类、经济类各专业的专业课及公共基础课教材,也可作为企业营销管理人员的培训教材。

参与本次教材修订的人员及分工如下:王瑶撰写前言并负责学习情境一的修订,刘瑶设计了本次修订的思路并负责学习情境四的修订,黄睿负责学习情境二的修订,马彩云负责学习情境三的修订,董程负责学习情境五的修订,周锐负责学习情境六的修订。全书由王瑶和刘瑶担任主编并负责统编定稿。

本书在编写过程中,参阅、引用了大量的书籍及网络资料,在此表示感谢!

本书囿于编者的学识与经验,书中难免有错误与疏漏,恳请读者不吝赐教。

编 者

电子工业出版社世纪波公司相关好书

标准书号	书 名	定价 (元)	作 (译) 者
零距离上岗·高职高专连锁经营管理专业系列规划教材			
978-7-121-25089-7	连锁企业总部实训	28	王忆南
978-7-121-22102-6	连锁企业配送管理 (第2版)	34	周蕾
978-7-121-21158-4	连锁企业采购管理 (第2版)	32	马丽涛
978-7-121-17951-8	连锁经营管理原理	28	郭伟
978-7-121-17746-0	连锁企业促销策划 (第2版)	28	李建
978-7-121-17488-9	连锁企业人力资源管理	33	赵根良
978-7-121-17384-4	店长实务	28	高洁
978-7-121-07815-6	连锁企业门店营运与管理	32	张明明
978-7-121-07643-5	连锁店铺开发与设计	27	李卫华
978-7-121-07816-3	连锁经营管理原理	26	陈新玲
978-7-121-07563-6	特许经营实务	29	文志宏
零距离上岗·高职高专国际经济与贸易专业系列规划教材			
978-7-121-22241-2	报检实务 (第2版)	35	金焕
978-7-121-17417-9	国际市场营销理论与实训 (第2版)	28	张卫东
978-7-121-15626-7	WTO 基础知识 (第2版)	28	王玲
978-7-121-13828-7	国际商法 (第2版)	32	孙金刚
978-7-121-12698-7	外贸函电 (第2版)	26	李卫
978-7-121-14615-2	国际货运代理实务 (第2版)	32	申纲领
978-7-121-15680-9	报关实务 (第2版)	30	仇荣国
978-7-121-14035-8	国际贸易实务 (第2版)	29	李卫
零距离上岗·高职高专旅游管理专业系列规划教材			
978-7-121-22294-8	旅游经济学	35	黄凯
978-7-121-21488-2	旅游人力资源管理	33	陈彦章
978-7-121-19557-0	旅游心理学 (第2版)	32	苏立
978-7-121-20253-7	中国主要旅游客源国和目的地概况	29	伍百军
978-7-121-08471-3	旅游管理信息系统	28	孙义
零距离上岗·高职高专财会专业系列规划教材			
978-7-121-25467-3	财经应用写作 (第2版)	36	刘家枢
978-7-121-17104-8	经济学原理 (第2版)	35	崔东红
978-7-121-17348-6	行业会计比较 (第2版)	33	马昊光
978-7-121-16833-8	投资与理财 (第2版)	29	魏涛
978-7-121-14767-8	基础会计 (第2版)	33	陈岩
978-7-121-13766-2	基础会计模拟实训教程 (第2版)	25	王满亭
978-7-121-05894-3	成本会计模拟实训教程	19	金玲
978-7-121-11025-2	财务会计	29	薛启芳

标准书号	书 名	定价 (元)	作(译)者
978-7-121-05825-7	财经英语	18	刁力人
978-7-121-04107-5	经济应用数学	28	耿玉霞

零距离上岗·高职高专人力资源管理专业系列规划教材

978-7-121-26322-4	人力资源管理基础(第3版)	39	李莉
978-7-121-23190-2	人力资源管理概论	35	严伟
978-7-121-21356-4	人力资源管理实用文案(第2版)	32	孙悦
978-7-121-10253-0	招聘与配置(第2版)	29	张维军
978-7-121-09908-3	绩效考评(第2版)	26	何强 张侗
978-7-121-09750-8	人力资源规划(第2版)	24	刘明鑫
978-7-121-09731-7	人力资源培训与开发(第2版)	29	唐静
978-7-121-09580-1	劳动关系管理(第2版)	25	陈丽
978-7-121-09557-3	员工薪酬福利管理(第2版)	29	吴晓姝
978-7-121-09525-2	人员素质与能力测评(第2版)	29	张钊

零距离上岗·高职高专金融管理与实务专业系列规划教材

978-7-121-25440-6	理财规划与设计(第2版)	39	孙晓宇
978-7-121-19868-7	外汇交易实务(第2版)	32	杨向荣
978-7-121-17916-7	金融信托与租赁实务(第2版)	28	丁贵英
978-7-121-17519-0	证券投资基金实务	26	张存萍
978-7-121-18089-7	金融英语(第2版)	28	冯晓霞
978-7-121-17767-5	商业银行经营管理(第2版)	25	朱静
978-7-121-17522-0	证券经纪人岗位实训(第2版)	30	张存萍
978-7-121-17738-5	税务筹划(第2版)	33	姜春毓
978-7-121-17520-6	证券投资分析(第2版)	32	郑宏韬
978-7-121-17584-8	投资银行业务(第2版)	30	栾华
978-7-121-16903-8	金融企业会计(第2版)	32	黄群

零距离上岗·高职高专市场营销专业系列规划教材

978-7-121-25605-9	消费心理学(第3版)	35	申纲领
978-7-121-25603-5	商品学(第3版)	36	汪永太
978-7-121-18571-7	市场调查与预测(第2版)	32	秦宗槐
978-7-121-15055-5	市场调查	32	孙洪霞
978-7-121-14586-5	网络营销	28	李冰
978-7-121-13934-5	公共关系理论与实务(第2版)	32	刘厚钧
978-7-121-13558-3	商品学理论与实务	28	顾峰
978-7-121-11327-7	市场营销(第2版)	29	孙金霞
978-7-121-12382-5	企业经营与管理(第2版)	29	汪永太
978-7-121-11429-8	广告理论与实务(第2版)	28	段广建
978-7-121-11231-7	谈判与推销	28	申纲领
978-7-121-11132-7	营销礼仪(第2版)	24	杜明汉
978-7-121-10309-4	营销策划:理论与技艺(第2版)	29	张卫东
978-7-121-05330-6	现代服务业市场营销	26	汪永太

标准书号	书 名	定价 (元)	作(译)者
高职高专经济管理任务驱动模式精品规划教材			
978-7-121-15278-8	网络营销: 策划与管理	35	张卫东
978-7-121-14490-5	营销策划: 知识与技法	39	张卫东
978-7-121-11181-5	现代商务礼仪	29	张卫东
978-7-121-10813-6	国际市场营销	29	张卫东
零距离上岗·高职高专电子商务专业系列规划教材			
978-7-121-23545-0	电子商务物流(第2版)	38	刘磊 梁娟娟
978-7-121-21788-3	电子商务安全与支付(第2版)	35	崔爱国
978-7-121-21820-0	电子商务概论(第2版)	36	喻跃梅
978-7-121-20674-0	网络营销(第2版)	35	肖伟民
978-7-121-19581-5	电子商务英语	29	谭颖
978-7-121-18814-5	电子商务综合实训	32	宋艳萍
978-7-121-14864-4	电子商务网站建设	22	崔平
978-7-121-13880-5	网上开店与创业	29	崔红
978-7-121-09920-5	电子商务法律法规	28	王丽萍
零距离上岗·高职高专工程造价专业系列规划教材			
978-7-121-24810-8	工程定额原理(第2版)	34	李锦华
978-7-121-22245-0	工程经济学(第2版)	38	郭伟
978-7-121-10511-1	工程造价英语	21	陈静
978-7-121-09891-8	工程项目管理概论	30	郭汉丁
零距离上岗·高职高专房地产经营与估价专业系列规划教材			
978-7-121-17707-1	房地产估价实践教程	26	宋良杰
978-7-121-13139-4	房地产市场营销	29	韩国波
978-7-121-11570-7	房地产销售模拟实训教程	20	王炎
978-7-121-07827-9	房地产法律与制度	26	唐茂华
零距离上岗·高职高专社区管理与服务专业系列规划教材			
978-7-121-24327-1	社区管理实务(第2版)	36	袁继红
978-7-121-20368-8	社区服务(第2版)	36	高桂贤
978-7-121-17487-2	社会调查方法(第2版)	33	赵勤
零距离上岗·高职高专财经基础课系列规划教材			
978-7-121-24370-7	财经应用文写作(第2版)	34	王晓红
978-7-121-21926-9	统计学原理与实务(第2版)	36	曹印革
978-7-121-22068-5	国际贸易实务(第2版)	36	仇荣国
978-7-121-21110-2	经济法(第2版)	39	张建斌

以上图书各大新华书店均有售, 或按如下地址咨询:

北京世纪波文化发展有限公司(北京市万寿路南口金家村288号华信大厦)

邮编: 100036 电话: 010-88254199 E-mail: sjb@phei.com.cn

目 录

学习情境一 认识沟通	1	子情境 3.4 仪式礼仪	103
案例导入	3	子情境 3.5 餐饮礼仪	106
学习档案	4	知识小结	114
子情境 1.1 沟通的含义与类型	5	分组讨论	115
子情境 1.2 沟通的过程与要素	11	技能训练及素质拓展	115
子情境 1.3 沟通障碍	18	延伸阅读	116
知识小结	24	学习情境四 销售沟通	121
分组讨论	24	案例导入	125
技能训练及素质拓展	25	学习档案	126
延伸阅读	27	子情境 4.1 售前沟通	126
学习情境二 人际沟通	31	子情境 4.2 售中沟通	134
案例导入	33	子情境 4.3 售后沟通	148
学习档案	34	知识小结	154
子情境 2.1 认知人际沟通	35	分组讨论	155
子情境 2.2 自我沟通	44	技能训练及素质拓展	156
子情境 2.3 有效倾听	51	延伸阅读	158
子情境 2.4 非语言沟通	61	学习情境五 商务谈判	162
知识小结	66	案例导入	165
分组讨论	66	学习档案	166
技能训练及素质拓展	66	子情境 5.1 商务谈判的前期准备	166
延伸阅读	68	子情境 5.2 商务谈判策略的运用	176
学习情境三 商务礼仪	70	子情境 5.3 沟通技巧在商务谈判	
案例导入	72	中的运用	186
学习档案	73	知识小结	196
子情境 3.1 商务接待礼仪	73	分组讨论	197
子情境 3.2 商务通信礼仪	82	技能训练及素质拓展	197
子情境 3.3 电话礼仪	87	延伸阅读	198

学习情境六 营销公关 201

案例导入.....203

学习档案.....204

子情境 6.1 营销公关的基本内容
与原则.....205

子情境 6.2 营销公关的程序.....207

子情境 6.3 公关危机与事件营销...218

知识小结.....222

分组讨论.....223

技能训练及素质拓展.....223

延伸阅读.....225

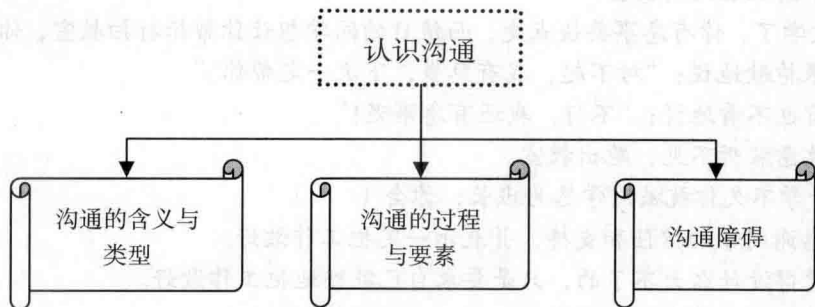
参考文献.....227

学习情境一

认识沟通



情境导航



知识技能目标

知识目标

- 了解沟通的基本内涵;
- 理解沟通的过程和影响因素;
- 掌握沟通的基本原则和类型。

技能目标

- 能够正确分析沟通障碍产生的环节和原因;
- 能够采取恰当的方式克服沟通中的障碍;
- 能够对照检查自身存在的沟通缺陷并积极改善和提升沟通能力。



沟通能力自测

以下这些问题看似小事,却有可能决定别人对你的看法和态度。想测试一下你的沟通能力吗?那就开始吧!

1. 你跟新同学打成一片一般需要多少天? ()
 - A. 一天
 - B. 一个星期
 - C. 十天甚至更久
2. 当你发言时有些人起哄或者干扰,你会 ()
 - A. 礼貌地要求他们不要这样做。
 - B. 置之不理。
 - C. 气愤地走下台。
3. 上课时家里有人来找你,恰好你坐在后排,你会 ()
 - A. 悄悄地暗示老师,得到允许后从后门出去。
 - B. 假装不知道,但心里很焦急,老走神。
 - C. 偷偷从后门溜出去。
4. 放学了,你有急事要快点走,而值日的同学想让你帮忙打扫教室,你会 ()
 - A. 很抱歉地说:“对不起,我有急事,下次一定帮你。”
 - B. 看也不看地说:“不行,我还有急事呢!”
 - C. 故意装听不见,跑出教室。
5. 开学不久你就被同学选为班长,你会 ()
 - A. 感谢同学的信任和支持,并表示一定把工作做好。
 - B. 觉得没什么大不了的,只是要求自己默默地把工作做好。
 - C. 觉得别人选自己是别有用心,一个劲地推托。
6. 有同学跟你说:“我告诉你件事,你可不要跟别人说……”这时你会想: ()
 - A. “哦!谢谢你对我的信任。我不是知道这件事的第二个人吧?”
 - B. “你都能告诉我了,我为什么不能告诉别人呢?”
 - C. “那你就别说好了。”
7. 老师安排你和另一位同学一起完成一项任务,而这位同学恰恰和你不怎么友好,你会 ()
 - A. 大方地跟他(她)握手:“今后我们可是同一条船上的人哦!”
 - B. 勉强接受,但工作中绝不配合。
 - C. 坚决向老师抗议,宁可不做。
8. 你和别人为一个问题争论,眼看就要闹僵了,这时你会 ()
 - A. 立即说:“好了好了,我们大家都要静一静,也许是你错了,当然,也有可能是我的错。”
 - B. 坚持下去,不赢不休。
 - C. 愤然退场,不欢而散。

计分方法:

选A计3分,选B计2分,选C计1分。

解析:

8~12分 表明你的沟通能力较低。由于你对沟通能力的重视不够,而且也没有足够的自信心,导致你在成长的道路上,一些机遇常常与你擦肩而过。你应该以轻松、热情的面貌与同学进行交流,把自己看作集体中的一员。同时,对别的学生也不可存在任何偏见。经常与人交流,取长补短,改变自己拘谨、封闭的状态。记住:沟通能力是成功的保证和进步的阶梯。

13~19分 表明你的沟通能力较强,在大多数集体活动中表现出色,只是有时尚缺乏自信心。你还需加强学习与锻炼。

20~24分 表明你的沟通能力很好。无论你是学生干部还是普通学生,你都表现得非常好,在各种社交场合都表现得大方、得体。你待人真诚友善,不狂妄虚伪。在原则问题上,你既能善于坚持并推销自己的主张,同时还能争取和团结各种力量。你自信心强,同学们都信任你,你可以使你领导的班级充满团结、和谐的气氛。

自我分析:请对照测试结果,对自己进行深刻的反思与剖析,总结出你在与别人的沟通过程中经常存在哪些问题,并把这些问题列在表中,然后与好友交流,在本情境学习完成后认真剖析原因并列出解决措施。

我在与人沟通中存在的问题	原因剖析	解决措施
1.	1.	1.

CASE

案例导入

案例 1-1 困惑的女秘书

在一个夏日的早晨,一家IT公司年轻的经理张先生烦躁地坐在汽车里,看着堵在一起的长长的车流。几年前政府为解决市民居住问题开发了这个庞大的居住小区,但由于没有配套规划,小区成了“卧城”。市民工作、购物和办事都要到小区之外,而小区的出入通道又非常少,每天早晚都会经历长达数小时的拥堵。

更让张先生心烦的是,随着网络泡沫的破灭,原本蒸蒸日上的公司业务也每况愈下,往日的网络宠儿正逐渐成为市场的弃儿。与新婚妻子的关系也是他头疼的一个问题。一直在IT行业摸爬滚打的张先生已经习惯了一切以工作为中心,不太重视生活的细节,而学习艺术出身的妻子则十分讲究生活质量和生活细节。今天早晨张先生刚与妻子因为一点儿生

活小事发生了争吵,令他恼火的是直到现在他也不明白发生争吵的原因是什么。到达公司时,张先生已经迟到了很久,这令一向严格要求自己和员工的他感到非常沮丧。

当他推开办公室的门时,遇到了满面笑容的秘书李小姐。李小姐是公司的老员工之一,为公司的正常运转始终努力地工作着。在IT行业一片萧条、不断裁员的时期,李小姐时刻担忧着企业、老板和员工及自己的前途,尤其注意待人接物的细节。

当张先生进入办公室时,李小姐一如既往地对他问候早安。令她没想到的是,张先生居然对她的问候完全没有理睬,这是从来没有过的事情!整整一天,李小姐都在惴惴不安地猜测自己做错了什么事情,公司里面是否会爆发什么风暴,自己又将怎样向家人解释可能发生的一切等。

(资料来源:王文潭.商务沟通.北京:首都经济贸易大学出版社,2005)

辩证性思考

1. 李小姐的担心是否有必要?
2. 产生这种情况的主要原因是什么?

案例 1-2 迎宾馆内的温度

日本前首相田中角荣在20世纪70年代为恢复中日邦交来到北京,他怀着等待中日间最高首脑会谈的紧张心情,在迎宾馆中休息。迎宾馆内气温舒适,田中角荣的心情也十分舒畅,与随从的陪同人员谈笑风生。他的秘书仔细看了一下房间的温度计,17.8°。这个舒适的温度使田中角荣的心情舒畅,也为以后谈判的顺利进行创造了良好的条件。

(资料来源:孙绍年.商务谈判理论与实务.北京:清华大学出版社,2007)

辩证性思考

迎宾馆里合适的温度运用了怎样的沟通技巧?



学习档案

2005年3月21日,时任美国国务卿的赖斯到北京大学与北京高校40多位学生进行交流。赖斯在简短的开场白中说:“人们改变世界的方式有很多,但是思想的交流和沟通是其中最重要的一种。通过思想的交流与沟通,人们才能推动这个世界的进步。”

沟通是一门很基本但每个人都必须学会的学问,人与人相处的方方面面都需要沟通,包括在工作中与领导、同事和客户间的沟通,也包括在生活中与家人、友人和所有其他要接触到的人之间的交流沟通。21世纪是一个充满激烈竞争的时代,作为营销管理人员,不仅要有应对问题和挫折的能力,还要学会与客户、同事、合作伙伴和供应商建立良好的人际关系。因此,提升沟通能力,并对人际关系进行良好的运作,就成为事业成功的重要保证。

子情境 1.1 沟通的含义与类型

学习目标

1. 理解沟通的含义。
2. 了解沟通的类型。
3. 明确沟通在工作、生活中的作用。

一、沟通的含义

沟通,原意为通过开沟使两水相通。在英文中,“communication”这个词,在被译为沟通的同时,还被译为交流、交往、通信、传达和传播等。虽然这些词在具体的使用中有细微的差异,但它们在本质上都涉及信息的交流与交换。一般来说,沟通就是发送者凭借一定渠道(也称媒介或通道),将信息传递给既定对象(接收者),并寻求反馈以达到相互理解的过程。关于沟通,可以从以下三个方面来进行理解。

(一) 沟通是有目的性的活动

在每个人的生活中,一个重要的技能就是维持和改善人际关系。通过沟通,可以发现他人的需要并展现自己的需要,而任何人际关系都是围绕需要而进行的。人们在进行不同的沟通活动时会有不同的目标,沟通可以达到将心比心的效果,站在别人的角度去思考问题,把沟通进一步升华,从而达到预先设定的目标。没有目的的沟通会盲目而无效率,达不到沟通的效果和作用。

(二) 沟通是一个双向、互动的反馈和理解过程

双向、互动的反馈和理解过程实际上是沟通的核心部分。沟通是人们在互动过程中,通过一定的途径和方式,将一定的信息从发送者传递给接收者,并获得理解的过程。要使沟通成功,信息不仅需要被传递,还需要被正确理解,这是双方达成协议的基础。



课堂互动

销售部李经理让下属小刘与某大客户详细洽谈一下下一步的合作问题。过了好几天,李经理想起了这件事,但不知道进展情况如何,就找来小刘问:“你与客户洽谈完之后怎么不和我说一下?”请问这一沟通问题出在谁的身上?属于什么问题?

(三) 沟通并不是一种本能,而是一种能力

沟通能力并不是人天生就具备的,而是在工作实践中培养和训练出来的,沟通是人为的。



实例 1

夏日,在南京某饭店大堂内,两位外国客人向大堂副经理值班台走来。大堂倪副经理立起身,面带微笑地以敬语问候,让座后两位客人讲述了他们心中的苦闷:“我们从英国来,在这里负责一项工程,大约 3 个月时间,可是离开了翻译我们就成了睁眼瞎,有什么办法能让我们尽快解除这种陌生感吗?”倪副经理微笑地用英语说道:“感谢两位先

生光临我店,这座历史悠久的城市同样欢迎两位先生的光临,你们的绅士风度也一定会博得市民的赞赏。”熟练的英语所表达的友好情谊,拉近了彼此间的距离,气氛变得活跃起来。之后外宾更加广泛地询问了当地的生活环境、城市景观和风土人情。从长江大桥到六朝古迹,从秦淮风情到地方风味,倪副经理无不一一细说。外宾中一位希马斯先生还兴致勃勃地谈道:“早听说中国的生肖十分有趣,我是1918年8月4日出生的,参加过两次大战,大难不死,一定是命中属相助佑。”

说者无心,听者有意,两天后就是8月4日,谈话结束之后,倪副经理立即就在备忘录上做了记录。8月4日那天一早,他就买了鲜花,并代表饭店在提前预备好的生日贺卡上写好英语贺词,请服务员将鲜花和生日贺卡送到希马斯先生的房间。希马斯先生从珍贵的生日贺卡中获得了意外的惊喜,激动不已,连声说道:“谢谢,谢谢贵店的关心,我深深体会到了这贺卡和鲜花中隐含的难以用语言表达的情意。我们在南京逗留期间再也不会感到寂寞了。”



小贴士

“假如你有一个苹果,我也有一个苹果,而我们彼此交换这些苹果,那么,你我仍然是各有一个苹果;如果你有一种思想,我也有一种思想,而我们彼此交换这些思想,那么,我们每个人将各有两种思想。”

——萧伯纳

二、沟通的类型

按照是否采取语言形式,沟通可以分为语言沟通和非语言沟通;按照发生的主客体,可以分为人际沟通、人机沟通和组织沟通;按照一个沟通过程所涉及的人员是否属于一个组织内部,可以分为内部沟通和外部沟通;按照沟通的正式性程度,可以分为正式沟通和非正式沟通;按照沟通双方在组织中所处的层次高低,可以分为纵向信息沟通、横向信息沟通和斜向信息沟通;按照沟通主体的文化背景是否相同,可以分为同文化沟通和跨文化沟通。

(一) 语言沟通和非语言沟通

1. 语言沟通

语言是人类交流和沟通的基本工具,无法想象如果没有语言,人类的生活将会变得怎样。语言包括词汇和语法两个部分。词汇是语言的基本构成要素,每个词汇都代表着某一类特定的事物、动作、情感、特征或关系。从沟通的角度看,语言实际上是人们表达思想的一种代码或编码形式。只有沟通双方赋予词汇相同的含义,沟通才能得以顺畅进行。

由于词汇的有限性,很多词汇都存在多种含义,因此在具体的语句中首先必须搞清楚每个词汇的含义,否则就会出现误解。

词汇不仅存在多义性,而且随着时间的推移也会发生变化。例如,汉语中的“汤”在古代汉语中是开水或热水的意思,而在现代汉语中则一般指食品煮后所得的汁水。

此外,不同国家、不同地区甚至不同的个人对同一词汇的理解也不尽相同。很多国家

都说英语,但词汇的用法和含义则可能有很大的差别,即使在一个国家也是如此。例如,英文中的“cocacola”,译成同音中文“可口可乐”,意为好喝、令人满意,很快被人们接受。百事可乐“come alive with pepsi”(请饮百事可乐,令君生机勃勃)德文译为“从坟墓中复活”。美国某汽车公司品牌“Maladar”在英文中意为“富有活力”,而把这种汽车引入波多黎各却发现其品牌在当地语言中的意思为“刽子手”。再如,对于社会上很流行的“酷”这个词,有人理解为新潮、前卫,是中性偏褒义的词;而有人却理解为“怪异”,是中性偏贬义的词。因此,在沟通时,必须首先搞清楚沟通对象的语言习惯,否则不是词不达意就是误会不断。

语言沟通的形式可以分为两大类,即书面和口头。书面语言沟通的特点是正式、权威和持久,有利于准确地理解,并且在一定程度上排除了传递过程中信息遗失或信息被曲解的可能性,通常运用于组织正式沟通中,如合同、协议、规定、通知和布告等。口头语言沟通主要通过声音符号来传递信息,如谈话、报告、讲课和电话。其特点是反馈快、弹性大、效果好,而书面语言沟通则通过文字和图案等视觉符号传递信息。口头语言沟通的优势在于除了能表达具体的信息内容外,还可通过语音和语调等副语言来表达信息发送者的感情和态度,较书面语言更具有灵活多变性。口头语言表达中副语言的辅助作用使口头语言沟通的信息解码更加复杂,更容易出现歧义和曲解。



实例 2

一辆正在路上行驶的汽车电池没电了,车主拦住了一辆过路车说:“我的汽车有个自动启动系统,你只要用每小时 30~35km 的速度就能启动我的汽车。”乐于助人的司机同意了他的求助。于是,助人为乐的司机以每小时 35km 的速度撞向了他的车,结果造成了 18 000 元的损失。

(资料来源: <http://tieba.baidu.com>)

2. 非语言沟通

非语言沟通,就是指用语言以外的,即非语言符号系统进行的信息交流。这种形式一般表现为身体语言沟通,即人们在生活和工作中约定俗成的具有明确指代意义的动作,如点头、摆手、耸肩和皱眉等。

非语言沟通形式是最古老的沟通形式,早在人类诞生以前就产生了,如各种动物都具有自己的非语言表达形式。与动物相比,人类的身体语言和表情等更加复杂。现在,人类已经创造了非常发达的标志符号体系。很多文字在早期都有明显的符号特征,如交通标志和危险标志等。

与语言沟通形式相比,非语言沟通形式更加直观、迅速,具有个性。

有时非语言沟通在某种程度上更能充分地体现一个人的素质、能力及修养。



实例 3

黄希是一位刚到公司不久的大学生。为了完成营销主管交给他的任务,他费尽心机、绞尽脑汁。一周后,当他满心欢喜地将策划书双手交给公司营销经理时,李经理却顺手

将其放在了办公桌上,又去忙其他工作了。黄希非常生气,一转身走进了人力资源部,提出了辞职要求。

李经理这种盛气凌人、高高在上的行为,会使别人感到讨厌,如果李经理当场对那份策划书略加过目,以平等的态度与黄希进行讨论,那沟通效果就会不同了。



课堂互动

试想你在生活中最常用的沟通类型是什么?在生活中与在学习、工作中最常用的沟通类型有什么不同?

(二) 人际沟通、人机沟通和组织沟通

1. 人际沟通

人际沟通是指主要发生在两个人或两个组织之间的沟通。人际沟通是沟通的基本形式,人际沟通由于主要发生在两个个体之间,传递一次信息就可以形成交流,所以沟通过程比较简单,不容易发生传输错误。另外,在个体沟通中,由于沟通对象单一,也比较容易根据对方的特点采取相应的沟通形式和风格,并对沟通过程加以控制。



实例 4

季羨林虽然年事已高,但从不倚老卖老,显示“尊严”。每有客人前来拜访,不管是国家领导还是文学青年,他都一样看待。客人到来之前,他都早早地在书案前坐好,衣冠整齐,昂首挺胸,下巴微微内收,坐得规规矩矩、端端正正。在他看来,挺胸端坐,也是对客人的一种尊重。在客人离开时,他一定送出门外,告别再见。

在家里会客如此,当别人采访他做节目时,他也是这样。1995年的一天,白岩松为季羨林做“学者访谈录”节目,刚开始,季羨林先是坐着的,在白岩松掏出名片准备递给他的一刹那,他站了起来并弯腰等着,这令在场所有的人感动不已。当记者采访完后,他一定会站在家门口,很有礼貌地目送别人走远。曾经有不少人赞叹道:大师就是大师,简单的姿势,能有几个人时时做到呢?

2. 人机沟通

人机沟通是指发生在人与机器之间的沟通,如计算机的使用者和计算机之间的沟通。人机沟通的效果主要取决于设备、软件及使用者的技巧三个方面。当人们使用这些物品时,物品就与人产生了一种相互的关系,这种相互的关系称为人机关系。“机”,除指机器外,还指工具、设施、家具和交通车辆等。人机关系要实现的目标如下。

- 高效:在设计中,应把人和机作为一个整体来考虑,合理或最优地分配人和机的功能,以促进两者的协调,提高人的工作效率。
- 健康:是指人在操作或使用产品的过程中,产品对人的健康不会造成不良的影响。
- 舒适:是指人在使用产品的过程中,人体能处于自然的状态,操作或使用的姿势在人们自然、正常的肢体活动范围之内,从而使人不至于过早地产生疲劳。