

应用型人才培养规划教材 · 公共基础课系列

沟通交流与口才

胡 伟 胡 军 张琳杰◎编著

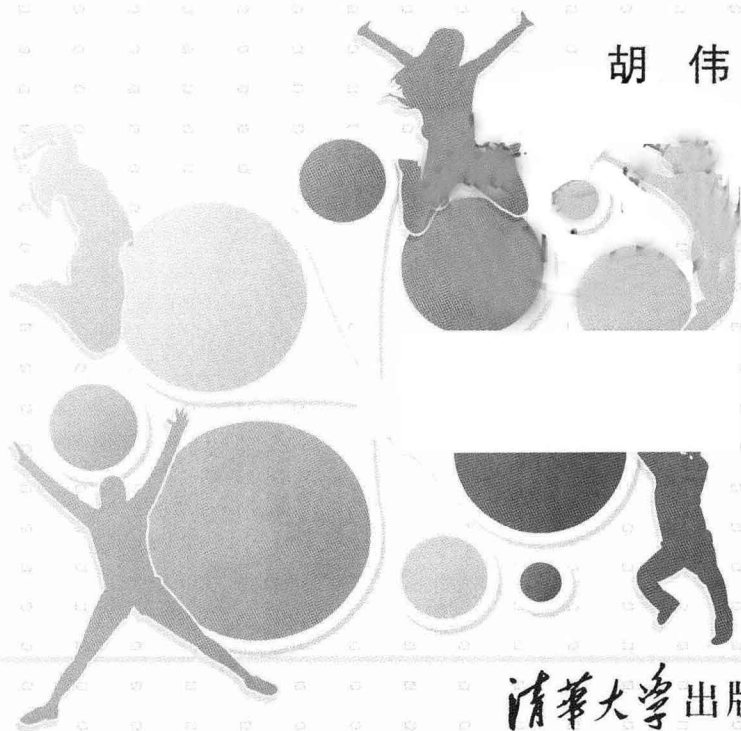


清华大学出版社

应用型人才培养规划教材 · 公共基础课系列

沟通交流与口才

胡伟 胡军 张琳杰◎编著



清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书共分 4 篇 12 章,以沟通交流与口才的基本知识为基础,遵循由易到难、循序渐进和注重实用的原则,对提高沟通交流能力的各个方面进行了系统的阐述。本书的编写以理论为指导,以训练为主线,突出科学性、实用性和示范性,是一本科学实用、案例丰富、注重训练的实用性教材。设计训练时力求系统、科学,有层次、有力度,同时注重讲练的对应性和可操作性。

本书适合作为应用型本科院校、高职高专院校、成人高校的沟通与口才相关课程的教材,同时也可供想要提高沟通与口才能力的人士阅读参考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

沟通交流与口才/胡伟,胡军,张琳杰编著. —北京:清华大学出版社,2013.2
应用型人才培养规划教材·公共基础课系列

ISBN 978-7-302-29103-9

I. ①沟… II. ①胡… ②胡… ③张… III. ①心理交往-口才学-高等学校-教材 IV. ①C912.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 130854 号

责任编辑:陈仕云

封面设计:刘超

版式设计:文森时代

责任校对:张兴旺

责任印制:王静怡

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62788951-223

印 装 者:北京密云胶印厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×230mm 印 张:22.75 插 页:1 字 数:471 千字

版 次:2013 年 2 月第 1 版 印 次:2013 年 2 月第 1 次印刷

印 数:1~5000

定 价:39.00 元

产品编号:041754-01

前 言

沟通交流与口才是当代大学生处世立业的基石。良好的人际沟通、管理沟通、商务沟通方式是每个人应必备的技能。

本书从当前大学生的实际需要出发,遵循由浅入深、循序渐进的原则,以提高学生整体素质为基础,以增强学生实践能力为本位,兼顾知识教育、素质教育和能力教育。本书的编写以理论为指导,以训练为主线,突出科学性、实用性和示范性,力图为教师提供一本科学实用的教材,为学生提供一种有效的训练依据。我们在设计训练时力求系统、科学,有层次、有力度,注重讲练的对应性和可操作性。本书内容的安排别具匠心,开篇以贴切的案例导入,正文辅以小故事、案例、小启示、小训练等,结尾则是思考与训练,形式多样、内容活泼,不仅走近了沟通,增加了兴趣,而且培养了能力,提高了学习效果。

本书在编写过程中,主要突出以下特点。

(1) 操作性。本书采用精讲多练,强调“先仿后练”,具有参与性、交互性、可操作性,使学生能在短时间内,接受最有效的训练,掌握基本理论与技巧,提高能力与素质。

(2) 时代性。书中的取例尽量搜集最新的材料,给人以强烈的时代感。

(3) 实用性。本书中所选的故事、案例等阅读材料内容新颖、贴近现实生活,可以满足工作、学习、生活的需要。

本书适合普通高等院校、应用型本科院校、高职高专院校、成人高校的教师和学生以及其他人士使用,是一本提升自身整体素质与能力的参考书。

本书由胡伟、胡军、张琳杰编著。具体编写分工为:胡伟编写第四、五、六、七、八、十、十一章,胡军编写第九、十二章,张琳杰编写第一、二、三章。

本书在写作过程中还参考了近年来正式出版的大量相关专著,选取了众多书籍、报刊、网络上的例文,在此谨对原著者致谢,并对所有帮助、支持该书出版的朋友表示衷心的感谢!本书得到了清华大学出版社编辑的大力协助和指导,在此一并表示感谢!

由于编者水平有限,时间仓促,缺点纰漏在所难免,诚盼专家、同仁和读者指正。

编著者

2012年10月

目 录

CONTENTS

第一篇 人际沟通

第一章 沟通与人际关系 / 2

- 第一节 认识沟通 / 2
 - 一、沟通的定义与沟通网络 / 2
 - 二、沟通的种类 / 7
- 第二节 沟通的障碍与原则 / 17
 - 一、沟通的障碍 / 17
 - 二、沟通的原则 / 21
- 第三节 沟通对人际关系的影响 / 22
 - 一、人际关系的特性 / 23
 - 二、人际关系与人际沟通的关系 / 26

第二章 人际沟通与交流技巧 / 32

- 第一节 口语沟通的技巧 / 32
 - 一、听的技巧 / 33
 - 二、说的技巧 / 35
 - 三、交谈的技巧 / 42
- 第二节 书面沟通和非语言沟通 / 46
 - 一、书面沟通的原则与方式 / 46

二、非语言沟通的技巧 / 50

第三章 培养人际沟通能力 / 57

- 第一节 提高沟通能力的一般步骤 / 57
 - 一、开列沟通情境和沟通对象清单 / 57
 - 二、评价自己的沟通状况 / 58
 - 三、评价自己的沟通方式 / 58
 - 四、制订并执行沟通计划 / 59
 - 五、对计划进行监督 / 59
- 第二节 人际沟通九大技巧 / 59
 - 一、记住别人的名字 / 59
 - 二、时常微笑 / 59
 - 三、学会聆听 / 60
 - 四、真诚地赞美别人 / 61
 - 五、多谈对方感兴趣的事情 / 61
 - 六、学会使用万能语 / 63
 - 七、热心帮助别人 / 63
 - 八、体谅别人的感受 / 63
 - 九、尊重别人的意见 / 64
- 第三节 沟通能力训练 / 66

目 录

CONTENTS

第二篇 管理沟通

第四章 管理中的沟通 / 80

第一节 领导和管理者语言特点 / 80

- 一、精炼准确 / 81
- 二、智性文明 / 81
- 三、机智幽默 / 81
- 四、情理并重 / 82
- 五、生动形象 / 82

第二节 管理沟通艺术 / 82

- 一、谈心 / 83
- 二、褒奖得当 / 84
- 三、善于批评 / 85

第三节 上下级沟通 / 87

- 一、充满自信, 不卑不亢 / 88
- 二、适可而止, 见好就收 / 88
- 三、实事求是, 从容自如 / 89
- 四、避实就虚, 围魏救赵 / 89

第五章 团队合作与沟通 / 97

第一节 合作与沟通 / 97

一、正确看待竞争与合作 / 97

二、合作的类型 / 100

三、合作的基础 / 103

四、提高合作能力八步法 / 104

第二节 团队合作、团队精神与沟通 / 107

一、团队的定义 / 108

二、高效出色团队的特点 / 109

三、团队合作能力的培养 / 110

四、团队凝聚力的培养 / 111

五、团队精神的培养 / 111

第三节 团队管理及团队沟通 / 119

一、制定良好的规章制度 / 121

二、建立明确的目标 / 121

三、营造积极进取、团结向上的工作氛围 / 124

四、有效地进行沟通 / 125

五、做好团队领导 / 126

六、激励团队成员 / 128

CONTENTS

目 录

第三篇 商务沟通

第六章 电话沟通 / 140

第一节 与客户电话沟通 / 141

- 一、电话沟通 / 141
- 二、客户电话沟通技巧 / 142

第二节 打电话前的准备工作 / 147

- 一、准备工作 / 147
- 二、开场白中的关键因素 / 148

第七章 谈判沟通 / 152

第一节 谈判概述 / 153

- 一、谈判的含义 / 153
- 二、谈判的特点 / 154
- 三、谈判的种类 / 156

第二节 谈判策略与沟通 / 157

- 一、劣势条件下的谈判策略 / 158
- 二、优势条件下的谈判策略 / 160
- 三、均势条件下的谈判策略 / 162

第三节 谈判沟通技巧 / 167

- 一、重复意见法 / 167
- 二、赞美对方法 / 168
- 三、故意示弱法 / 169
- 四、巧妙激将法 / 170
- 五、曲径通幽法 / 170
- 六、正话反说法 / 171
- 七、刚柔并济法 / 172
- 八、侧面暗示法 / 172
- 九、列举数字法 / 173
- 十、巧打比喻法 / 174

第八章 推销沟通 / 177

第一节 推销概述 / 178

- 一、推销的含义 / 178
- 二、推销的形式 / 180
- 三、推销的基本原则 / 181

第二节 推销沟通技巧 / 185

- 一、接近顾客的沟通技巧 / 185
- 二、面谈时的沟通技巧 / 189
- 三、消释异议的沟通技巧 / 193
- 四、商品成交的沟通技巧 / 197
- 五、收回货款的沟通技巧 / 201

目 录

CONTENTS

第四篇 口才

第九章 演讲口才 / 206

第一节 演讲概述 / 207

- 一、演讲的含义 / 207
- 二、演讲的特点 / 207
- 三、演讲的分类 / 209
- 四、演讲前的准备 / 211

第二节 演讲的设计 / 215

- 一、演讲稿的结构技巧 / 215
- 二、范文示例 / 228
- 三、即兴演讲的技巧 / 231

第三节 演讲的艺术 / 238

- 一、有声语言表达技巧 / 239
- 二、无声语言表达技巧 / 242
- 三、气息控制训练 / 251
- 四、共鸣控制训练 / 253
- 五、声音弹性 / 255
- 六、吐字归音训练 / 255
- 七、特殊声音的模拟训练 / 256

第十章 辩论口才 / 261

第一节 辩论概述 / 261

一、辩论的含义与作用 / 262

二、辩论的原则 / 262

三、辩论的种类 / 263

四、辩论的语言类型 / 265

五、赛场辩论 / 267

六、辩词赏析 / 270

第二节 辩论的准备 / 272

一、辩论审题与立论 / 272

二、辩论材料的准备 / 277

三、辩论谋略的制定 / 281

四、辩词讲稿的撰写 / 284

第三节 辩论技巧 / 289

一、立论精当 / 289

二、临场不乱 / 289

三、巧于言辞 / 290

四、善用逻辑 / 294

第十一章 主持口才 / 301

第一节 主持人概述 / 301

一、主持人 / 301

二、主持人应具备的素质与能力 / 302

三、主持的类型 / 306

第二节 主持语言技巧 / 308

一、开场技巧 / 308

二、串联技巧 / 312

三、情趣引导、掌控场面技巧 / 314

CONTENTS

目 录

四、摆脱困境技巧 / 317

五、即兴访谈技巧 / 321

六、结束技巧 / 324

第十二章 求职口才 / 328

第一节 求职准备 / 328

一、了解职场 / 329

二、剖析自我 / 332

三、做好准备 / 332

四、求职中的自我介绍 / 334

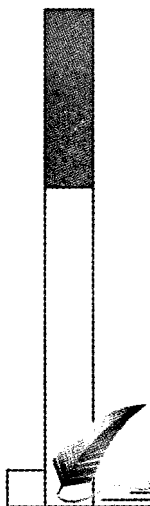
第二节 求职语言技巧 / 339

一、求职口才的特点 / 339

二、求职面试的语言
策略 / 342

三、求职语言表达技巧 / 344

参考文献 / 355



第一篇

人际沟通

- ✦ 第一章 沟通与人际关系
- ✦ 第二章 人际沟通与交流技巧
- ✦ 第三章 培养人际沟通能力

第一章 沟通与人际关系

【学习目标】

- 掌握沟通的概念和特点；
- 了解沟通的主要形式和种类；
- 熟悉沟通的障碍与原则；
- 了解沟通对人际关系的影响。

【案例导入】

成功始于沟通

1958年的一天，在美国克利富兰市的一家餐馆里，一个中国人正和两个美国商人共进午餐。席间，三人亲切交谈。

“伙计”那位中国人问道，“在美国，什么行当最能大行其道？”

“wigs!”其中一个美国商人答道。

“假发？”这位中国人的眼睛一亮，脱口而出。

“Yes, wigs!”那个美国人又一次肯定。说着，放下手中的刀叉，从随身所带的包中取出一顶长的黑色假发，表示说，他还有意购买13种不同颜色的假发。像这样餐桌上的交谈，在当时来说，只不过是商场上的普通谈话，按理说并不见得有什么特殊意义，但是，言者无意，听者有心。餐桌上的一句话，触动了那个中国人聪敏的大脑。他很快就判断出“假发”两个字，令他可以大做一篇招财进宝的文章。这顿午餐，就成了这位反应敏捷、善于抓住机会的中国人成功的起点。

这位中国人就是后来在香港被人称为“假发业之父”的刘文汉。

资料来源：<http://book.manmanbuy.com/disbook.aspx?id=162674>

第一节 认识沟通

一、沟通的定义与沟通网络

(一) 沟通的概念和特点

1. 沟通的含义

沟通，即人际沟通（interpersonal communication）的简称，是指社会中人们运用语言符

号系统或非语言符号系统传递信息、交流思想、表达情感的行为和过程。它是人际交往的起点，是建立人际关系的基础。

该定义强调三个方面：首先，沟通的内涵在于社会信息的传递；其次，沟通的实质是人与人之间的意识交流与情感沟通；最后，沟通的载体是语言符号系统。

2. 沟通的特点

沟通作为一种特殊的信息交互方式，是个人与周围人之间的心理沟通，是人与人之间的情感、情绪、态度、兴趣、思想、人格特点的相互交流、相互感应的过程。通过沟通，个人可以表达自身的个性心理特征信息，同时，也能收集到他人心理的、个性的信息，然后进行信息整理、分析、编码、输出的过程。

沟通成立需要具备六点要素：第一，至少存在两方以上的沟通主体；第二，沟通主体之间要有共同的沟通动机；第三，沟通主体都是沟通过程积极的参与者；第四，沟通过程会使沟通主体之间产生相互影响；第五，沟通主体之间要具备一定的沟通能力；第六，在沟通过程中，有可能产生完全特殊的沟通障碍。

如图 1-1 所示，完美的沟通是实现发送者的思想和接受者的思想完全一致的途径，但是思想本身是不能传递的，它必须借助于符号这个中介。这样只有沟通双方对同一信息做同样理解时，两者思想一致的情况才可能出现。

需要特别注意的是，在整个沟通的过程中，目标在于“接受”，而非“接收”；而要做到“接受”，就一定要“理解领悟”。在沟通过程中，需要关注两个方面要点。

首先是信息的“编码过程”和“解码过程”。如何更好地使信息接收方接受别人的信息，需要有一个良好的编码，反之，要更好地接受他人的信息，同样需要很好的领悟能力。其次是信息传输的通畅。在沟通的过程中，为了保障信息的时效性和在传输过程中不被扭曲，信息传输通道的通畅也是至关重要的。

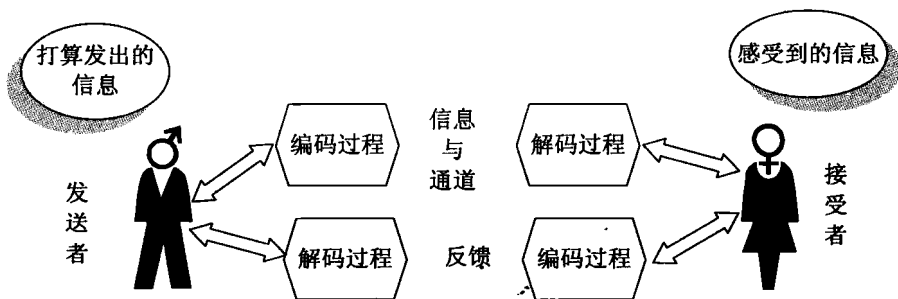


图 1-1 沟通的过程

因此，沟通的重点在于“如何说”，而非“说什么”，如图 1-2 所示。

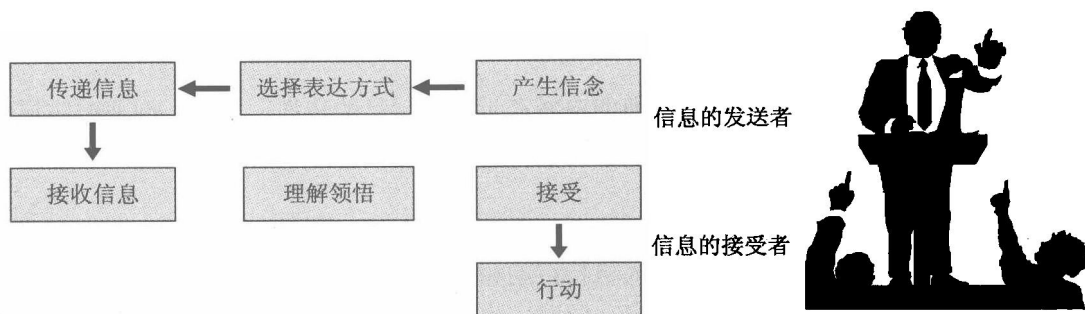


图 1-2 沟通的重点

【小故事】

沟通发现致富商机——直发药剂的由来

黑人小伙乔治·强生在一个小理发店为人擦鞋，他经常听一些黑人朋友在理发店时无意中这样说：“我真希望我的头发能变直。”理发师们都没有留意这句话，而乔治·强生却记在了心里。于是，每逢再遇到来擦鞋的客人，喜欢与人沟通的他除了一些礼貌性的闲聊外，总是不忘再问一句：“您是做什么工作的？”

终于有一天，乔治在问一位擦鞋的男士时，那位男士告诉他自己是一位化学家。

“化学家是做什么的？”乔治又问。

“调配一些东西。”面对这个门外汉，化学家只好这样通俗地解释。

“那么您觉得您能调配一种东西让我的头发变直吗？”乔治问道。

那位化学家说：“可以试试。”

过了一段时间，化学家又一次来擦鞋时，带来了一小瓶液体的制剂。乔治将制剂抹在头发上后，头发果然变直了。

后来乔治与这位化学家联手，将这项产品装瓶后卖给他的一些朋友和理发店、商店，并将这种制剂命名为“华发”，意即如中国人的直发。后来，他们又成立了一个专售“华发”的公司，日进斗金地开始了自己的生意。到现在为止，强生公司已经是国际著名公司，强生品牌也是国际著名品牌，可是又有多少人知道，它的诞生始于沟通。

资料来源：<http://apps.hi.baidu.com/share/detail/57808137>

（二）沟通网络

沟通的形式呈现多种样式，归纳起来主要有以下几种。

1. 链式沟通

链式是指信息单线传递、顺序传递的链条状的沟通网络形式，其中居于两端的人只能与内侧的一个成员联系，居中的人则可分别与两人沟通信息。在一个组织系统中，它相当

于一个纵向沟通网络逐渐传递,信息可自上而下或自下而上进行传递。在这个网络中,信息经层层传递,筛选,容易失真,各个信息传递者所接收的信息差异很大,平均满意程度有较大差距。但是在管理中,如果某一组织系统过于庞大,需要实行分权授权管理,那么,链式沟通网络是一种行之有效的方法。

2. 环式沟通

此形态可以看成是链式形态的一个封闭式控制结构,表示层次之间依次联络和沟通。其中,每个人都可同时与两侧的人沟通信息。在这个网络中,组织的集中化程度和领导人的预测都较低;组织中成员具有比较一致的满意度,组织士气高昂。如果在组织中需要创造出一种高昂的士气来实现组织目标,环式沟通是一种行之有效的措施。

3. Y 式沟通

这是一个纵向沟通网络,其中只有一个成员位于沟通内的中心,成为沟通的媒介。现实中有些秘书或助理经常处于信息沟通的中心,而成为职位不高但具有相当权力的人。这种网络集中化程度高,解决问题速度快,组织中领导人员预测程度较高。除中心人员外,组织成员的平均满意度较低。此网络适用于主管人员的工作任务十分繁重,需要有人选择信息,提供决策依据,节省时间,而又要对组织实行有效的控制。但此网络易导致信息曲解或失真,影响组织中成员的士气,阻碍组织提高工作效率。

4. 轮式沟通

属于控制型沟通网络,其中只有一个成员是各种信息的汇集点与传递中心。在组织中,大体相当于一个主管领导直接管理几个部门的权威控制系统。此网络集中化程度高,解决问题的速度快。主管人的预测程度很高,而沟通的渠道很少,组织成员的满意程度低,士气低落。轮式网络是加强组织控制、争时间、抢速度的一个有效方法。如果组织接受紧急攻关任务,要求进行严密控制,则可采取这种网络。

5. 全通道式网络

这是一个开放式的网络系统,其中每个成员之间都有一定的联系,彼此了解。此网络中组织的集中化程度及主管人的预测程度均很低。由于沟通渠道很多,组织成员的平均满意程度高且差异小,所以士气高昂,合作气氛浓厚。这对于解决复杂问题,增强组织合作精神,提高士气均有很大作用。但是,由于这种网络沟通渠道太多,易造成混乱,且又费时,影响工作效率。

上述种种沟通形态与网络,都有其优缺点。实践中,要进行有效的沟通,就需发挥其优点,避免其缺点,提高沟通的效果。如图 1-3 所示为沟通网络的五种形式。

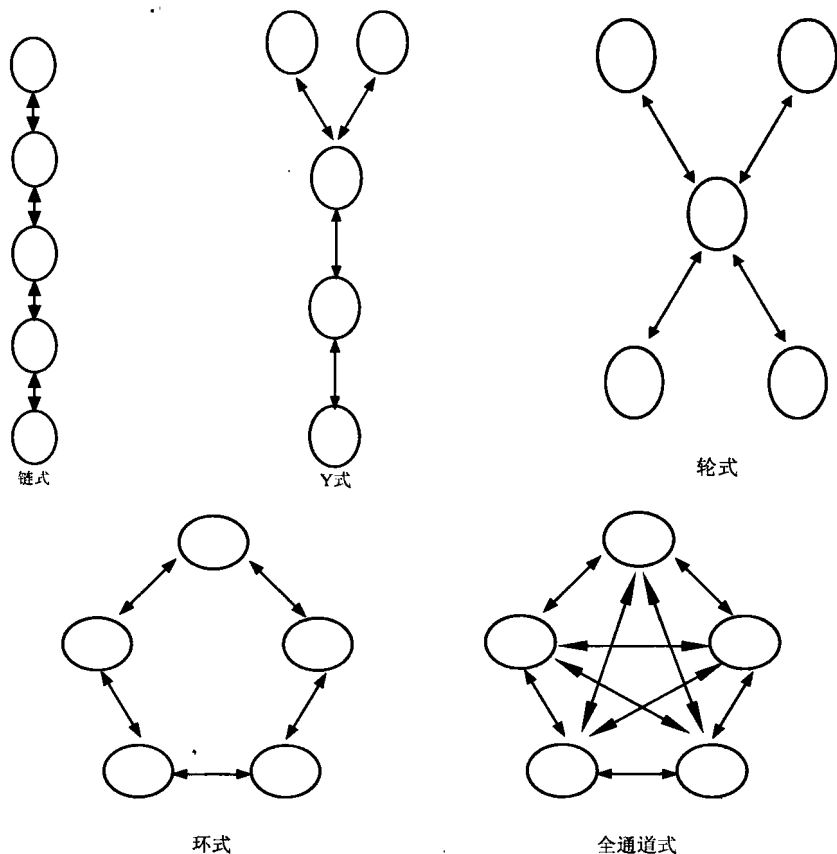


图 1-3 沟通网络

【小链接 1-1】

沟通的误区

A. 沟通不是太困难的事，我们每个人每天不都在做沟通么？——从表面上看，沟通的确是一件很简单的事，每人每天都在做，它像我们呼吸空气一样自然。但一件事情的自然存在，并不表示我们已经将它做得很好了。由于“沟通”是如此平凡，以至于我们很容易忽略它的复杂性，也不肯承认自己缺乏这项重要的基本能力了。如果我们有意成为一名成功的沟通者，那么我们就应该首先认识到：虽然沟通看起来很容易，但是有形沟通却是一项非常困难和复杂的行动。

B. 每个人都知道沟通是什么——我们经常使用这个字眼，却不知道它是最常被误解的字眼之一。虽然经常使用它，却对它的意义没有一个共同的认识。最近的一项研究发现，一般人所认为的“沟通”定义，竟有 2 600 种之多。你认为沟通是什么呢？当你的顾客以皱

眉头来回敬那一句“早安”，算不算是一种沟通呢？是！“沟通”的实际意义远远超过简单资料的传递。它与人们的感情、态度、士气、动机、气氛、身体状况、环境等都有关系。我们必须牢记：“说”、“写”、“听”、“读”以及“非语言”等技巧，这些都属于沟通的范畴。

C. 我告诉他了，所以，我也和他沟通了——当你听到有人说“我告诉他们，但他们没有搞清我的意思”，这个人深信他要表达的意思都在字句里面，他以为，只要能够找到适当的字句来表达意思，就可以沟通了，其实，“字句”本身并不具“意思”，“意思”必须经过人的解释。

D. 只有当我要想沟通的时候，才会有沟通——并不是当我们需要发生的时候，沟通才会发生，我们时时刻刻都在沟通，也无法阻止沟通的进行。我们在与别人交往时在沟通，即使我们自处的时候，我们仍然进行着与自己的沟通：在清醒的时候，我们称自我沟通为思考或做白日梦；在睡眠时，我们称之为做梦。

E. 沟通的能力是天生的，而不是教出来的——“沟通”是一种经过学习的行为，“有效沟通”的能力，并不是上帝赐予少数几个子民的特别礼物，也不是得自祖上遗传的东西，它是一种努力学习后的成就，我们每一个人都有沟通方面的天赋潜力。当然，无法否认，遗传、环境、性格、过去经历、正规教育以及许多其他因素对我们沟通能力的发展会有影响。

二、沟通的种类

（一）语言沟通

1. 语言的功能

语言是人类社会中客观存在的现象。语言不仅是信息传播最有效、便捷的媒介，也是与他人共享文化经验及个人经验的工具。作为社会中约定俗成的符号系统，语言的基本功能有两个：一个是思维的功能，如马克思所说“语言是思想的直接现实”；第二个功能是它的沟通功能，它是不同个体之间沟通交流的桥梁，是不同的个体心理活动彼此发生影响最有效的工具。



【案例 1-1】

船为什么会翻

从前，有几个人一起搭船渡河，船行至河中，忽遇暴风雨，将倾将覆。在这危急时刻，有一名青年主动站出来指挥船上的人，他以不容反驳的口气命令一位十五六岁的少年骑在船的横木上，又指挥两名木匠划桨。

因为水势过于险恶，为了保住船，必须把船上多余的东西扔掉，青年不容分说把少年的老玉米扔入河中，同时也把两名木匠的几袋子山货扔了。但留下自己带来的一个沉重的箱子。两名木匠很生气，于是趁青年没防备的时候合伙将青年那个箱子扔进水里。箱子一

离船，船马上像纸一样飘起来，失去控制，撞到了石头上，所有人都被甩到了激流中。

两名木匠没想到的是，被他俩扔进水中的箱子是用来稳住船的，没有了稳住船的箱子，船就会翻的。

资料来源：<http://www.docin.com/p-140348757.html>

2. 如何进行常见的语言沟通

(1) 一般性谈话。一般性谈话是我们日常生活中遇到最多的沟通情境。这种沟通的关键点在于如何选择话题。应对这种沟通情境主要有以下几个方面的建议：① 就近寻找话题；② 接近特点寻找话题，如家乡、学校、姓氏等；③ 社会热点、时事新闻；④ 家庭、年龄、性别。

同时，我们还应该通过读书、实践来增长见识，平时有意加强沟通实践来提高自我谈话能力。

(2) 求助于人。求助于人也是我们日常生活中经常遇到的沟通情境之一，为了达到更好的沟通效果，实现得到他人帮助的初衷，还要注意以下几点：① 选择好求助对象（对方要有办事能力，不影响他人，不违法，对方愿意帮助）；② 注意方式、方法；③ 注意积累求助对象的情感储蓄；④ 学会感谢。

(3) 如何表达分歧。日常生活中，由于每个个体对事物的认识水平、出发点、角度不同，都会产生各种分歧。分歧是不可避免，我们对待分歧的总体原则是大事化小，小事化了。具体把握如下：及时解决；坦诚沟通；换位思考；不要争吵；有理不在声高；学会幽默。

(4) 如何推销自己。我们日常生活中会不时的向外界推销自己，在求职、面对客户、向领导汇报等情境都需要我们有更好的推销方式。针对在校的大学生，更主要用到的是求职这种推销自己的方式，下面主要从推销方式、撰写个人简历和如何应对面试几个方面加以阐释。

① 推销方式。求职时推销自己的方式多种多样，归纳起来主要有自荐、求职信、广告、他人推荐、组织推荐等几种方式。莘莘学子应用最多的是撰写求职信、自荐材料等书面形式的求职方式。

② 求职信如何写。撰写求职信是有一定技巧的，一封求职信里要具备以下几点要素。

- 表达从何处了解到贵公司要何人才（即你想得到什么职位）；
- 我是谁；
- 我能做什么；
- 表达愿望（“希望”贵公司能给我一次面试的机会）；
- 联系方式（邮箱、电话、邮编、通信地址等）。

语言书写上要注意以下几点。

- 不烦琐；