

行动成功
· 实效第一 ·

世纪传播

人生无处不**推销**
人生无处不**沟通**

销售系统训练专家**唐朝**/著



三寸之舌 赢天下



五项管理
实效工具书

做人做事必备的技能
SILVER TONGUE WINS EVERYTHING



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



人生无处不**推销**
人生无处不**沟通**

销售系统训练专家**唐朝**/著

三寸之舌 赢天下

五项管理
实效工具书

做人做事必备的技能

SILVER TONGUE WINS EVERYTHING



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

沟通不仅仅是一种销售技巧，也是成为“世界上最伟大的推销员”所必须具备的一种能力，更是人生成功的一项必不可少的技能。人生无处不推销，人生无处不沟通。各行各业，其实都是一种广义上的推销。一个人不善于沟通，不懂得推销，就会先输一招。不管你处于何种行业、也不管你身在何种职位，你都要懂得推销你的思想、推销你的观念、推销你的点子，推销你为人处世的能力，让别人接纳和认可你。

本书是唐朝老师数十年的经验之谈，它不仅仅是教会大家沟通的技巧，更多的是让大家掌握一种主动沟通、推销自己的思维，它将帮助你获得更好的业绩以及更美好的人生。本书不仅仅适用于销售人员，也适用于所有的职场人士。

图书在版编目（CIP）数据

三寸之舌赢天下 / 唐朝著. —北京：机械工业出版社，
2009. 6

ISBN 978 - 7 - 111 - 27399 - 8

I. 三… II. 唐… III. 人间交往—语言艺术—通俗读物
IV. C912.149

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2009）第 091616 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

策划编辑：徐井

责任编辑：隋兰兰 田雪

版式设计：张文贵

责任印制：洪汉军

三河市国英印务有限公司印刷

2009 年 6 月第 1 版·第 1 次印刷

170mm×242mm·10.75 印张·1 插页·139 千字

标准书号：ISBN 978 - 7 - 111 - 27399 - 8

定价：36.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换
销售服务热线：（010）68326294

购书热线：（010）88379639 88379641 88379643

编辑热线：（010）88379001

封面无防伪标均为盗版

“三寸之舌”赢得天下

美国新任总统奥巴马的获胜演讲——《美国的变革》，许多人都听过，作为美国历史上的第一位黑人总统，奥巴马是美国政界的一匹“黑马”。他的胜选，与他的“三寸之舌”关系重大。

美国哥伦比亚广播公司的一位资深记者评价说：“他富有激情的演讲激励了全美国人民，给外国人留下了深刻的印象。”就连他的反对者们，也都不得不承认：“他是一个非常有‘魅力’的人。”“魅力”来自于哪儿？

来自于沟通和表达。如果奥巴马不主动表达自己，不具备这种与公众沟通的能力，他还能成功贩卖自己的政治理想并走上人生的巅峰吗？沟通能力，是每个人都必须具备的一种处世能力。只有提高自己的沟通能力，你才能在人生之路上走得更好、更远。

大家都知道，奥巴马在最初并不被人看好。他既不是白人，也没有希拉里那么丰富的从政经验，更没有显赫的家世。为什么他有如此强大的号召力？他的选民为什么投票给他？

美国媒体报道说，用“狂热”来形容选民对奥巴马的支持并不为过，上千人在寒夜里排着几百米的长队去听他的竞选演讲。美国哥伦比亚大学国际关系学院教授、曾任《纽约时报》记者的伯克利说：“奥巴马的演讲让我想起了马丁·路德·金，他所讲的‘变化’和‘希望’非常打动我。”

在全球面临严重经济危机的时刻，奥巴马的“希望”——他演讲时一次次充满信心的“Yes, I can”，具有超强的震撼力，感染了无数选民。

伯克利回忆说：“这是我生平听到的政治演说中最能感染我的。

唯一可以与之媲美的就是当年里根竞选总统时的演说，我当时就觉得奥巴马会成就些什么。”

分析家们指出：奥巴马的演讲句式简单，句子短，用词清晰，语气很坚定，给处于经济危机中的美国人带来了坚定的信心。同时，他在演讲时尽量照顾到各阶层的利益，也是他能获胜的重要原因。

我们的伟大领袖毛主席说，自己有两样武器——“枪杆子”和“笔杆子”。如果说奥巴马的“三寸之舌”是口头沟通，那么毛主席的“笔杆子”就是一种书面沟通了。毛主席一生都紧握“笔杆子”，笔在他的手中，变成挥向敌人的锋利无比的“武器”，也变成团结群众、提高自己号召力的纽带。他一生中写过无数让战友和敌人都无比称赞的诗文，他的“枪杆子里出政权”“所有反动派都是纸老虎”“全世界无产者们团结起来”……这些言论鼓舞了无数在黑暗中挣扎的人们，使他们坚定了必胜的信心。他用笔与全中国人民、与全世界沟通，用笔传播、“推销”自己的政治理想，吸引了一批又一批的追随者，于是，才有了他自己的成功和中国的成功。

沟通不仅仅是一种销售技巧，也是成为“世界上最伟大的推销员”所必须具备的一种能力，更是人生成功的一项必不可少的技能。我常常跟我的学员们说：“人生无处不推销，人生无处不沟通。”各行各业，其实都是一种广义上的推销。政治家推销的是他的思想，他需要的是和公众沟通；企业家推销的是他的梦想、愿景和使命，他需要和自己的员工及合作伙伴沟通。一个人不善于沟通，不懂得推销，就会先输一招。不管你处于何种行业，也不管你身在何种职位，你都要懂得推销你的思想、推销你的观念、推销你的点子、推销你为人处世的能力，让别人接纳和认可你。你的推销能力、沟通能力越高，你的生活品质就越好。

从上面的论述中，我们可以总结出沟通的五个方面：

(1) 技巧：包括语言沟通、文字沟通及其他形式的沟通。如何才能最好地表达自己，获得他人的认可，这是我们销售人员必须掌握的。

(2) 态度：沟通是你获得天下的武器，你应该以积极的心态去主动沟通。

(3) 心灵的格局：没有宽广博大的胸怀，就锤炼不出气势来。一个没有美好心灵格局的人，说不出有高格调的话，也不会有真诚的笑容。作为一名销售人员，必须以美好的心灵为客户服务，以博大的胸怀与公司共同成长。

(4) 沟通的广度：成功就是获得他人的认可。要想收获大成功，要想得到幸福、快乐的人生，就必须与各类人群沟通。也许，我们不需要像奥巴马、毛主席那样与全世界沟通，但至少需要与客户、上司、同事、下属、家人以及与自我沟通。

(5) 沟通的终极目的：最成功的沟通是获取人心。从现在起，不要仅仅把自己定义为一个“卖产品”的人，你要做的是主动沟通、推销自己、获取人心。做到了这一点，你就可以无往不胜。

这五点也是我将在本书中与大家分享的重点。我在十年的销售和教学生涯中，接触到各种形形色色的人，也遇到过很多因为不善于沟通而遭遇失败的例子。在本书中，我想将自己的心得与体会和大家分享，不仅仅是教会大家沟通的技巧，更多的是让大家掌握一种主动沟通、推销自己的思维，它将帮助你获得更好的业绩以及更美好的人生。在这里，我要特别感谢卢霞女士、田晶女士的辛勤付出以及出版社同仁们的大力协助，使我多年的销售和教学经验可以汇集成书；希望本书能够帮助到更多的职场人士。

唐 朝

前言

第一章 沟通，从心开始

一 沟通：获取成功的捷径 / 2

1. 我们为什么要沟通 / 2
2. 一切的障碍都是沟通的障碍 / 3
3. 良好的沟通离不开“内环境” / 6
4. 成功的沟通是要获取人心 / 9

二 自我修炼：如何打造“内环境” / 11

1. 销售人员必须具备的五个特质 / 11
2. 成功的沟通就是自信的转移 / 13
3. 四个修炼技巧：听、看、说、想 / 15

第二章 与上司沟通——顶级员工的顶级思维模式

一 与上司沟通的四个原则 / 20

1. 积极主动：人生是一种表现 / 20
2. 适度赞美：人人喜欢“高帽子” / 22
3. 选择时机：热脸不贴冷屁股 / 24
4. 维护权威：面子给你，里子给我 / 26

二 请示与汇报工作时的沟通技巧 / 28

1. 边听边记：避免信息过滤 / 28
2. 理解透彻：用沟通代替“想当然” / 28
3. 成果导向：追求功劳，而不是苦劳 / 29

4. 巧妙请教：让上司觉得自己很重要 / 30

三 获得上司的赏识 / 31

1. 忠诚第一：人无信则不立 / 31
2. 主动补台：上司也有下不来台的时候 / 34
3. 信任上司：开诚布公方能沟通 / 35
4. 建立友谊：先做朋友，再做生意 / 36
5. 给予支持：该站出来时，不要往后躲 / 38

四 说服上司有方法 / 40

1. 了解上司：知己知彼，求同存异 / 40
2. 实力说话：培养数据化思维 / 41
3. 简明扼要：抓住重点，一语中的 / 41
4. 注意方式：不要直接顶撞上司 / 42
5. 充分准备：不打无准备之仗 / 44
6. 换位思考：学学“钓鱼哲学” / 44

第三章 与下属沟通——以影响力创造团队业绩奇迹

一 与下属沟通的四种模式 / 48

1. 工作指令要准确传达 / 48
2. 布置任务要及时确认 / 50
3. 调动积极性要充分授权 / 50
4. 倍感亲切要礼貌用语 / 52

二 激励下属的九大方法 / 53

1. 赞美激励要具体 / 53
2. 成就激励最有效 / 55
3. 荣誉激励效果好 / 56

4. 情感激励要用心 / 57
5. 目标激励要导航 / 59
6. 榜样激励要“能学” / 60
7. 参与激励要贴心 / 61
8. 竞争激励要努力 / 61
9. 物质激励要实在 / 63

三 批评的艺术 / 64

1. 五个原则：批评一定讲原则 / 64
2. 五个步骤：批评一定讲效果 / 66
3. 四大忌讳：批评一定不伤人 / 70

第四章 与平级沟通——共赢未来的有效战略

一 与平级沟通的五个原则 / 74

1. 和谐友好：赠人玫瑰手留余香 / 74
2. 互不越位：好心也会办坏事 / 75
3. 开诚布公：坦诚的人值得信赖 / 77
4. 宽容大度：退让三尺又何妨 / 78
5. 求同存异：小成功靠朋友，大成功靠对手 / 80

二 赢得同事的配合 / 82

1. 培养工作上的默契感 / 82
2. 主动去帮助他，不要求立即回报 / 83
3. 欣赏你的同事：打造高效无敌的销售团队 / 85

三 积极面对竞争 / 86

1. 端正态度：对手是来帮助我们成长的 / 86

2. 讲究方法，竞争不忘合作 / 88

3. 化解矛盾，携手共进 / 89

第五章 与客户沟通——持久高效销售的“心”方向

一 探知需求 / 92

1. 30 秒法则：机会只敲一次门 / 92

2. 开场技巧：用“谈恋爱”的方式开场 / 94

3. 问出需要：销售永远是问出来的 / 96

4. 注意倾听：主随客便 / 99

5. 制造需求：把梳子卖给和尚 / 102

6. 客户评估：十二个关键字 / 103

二 取得信任 / 105

1. 取得客户信任的八道题 / 105

2. 不同的客户有不同的取信方法 / 107

3. 客户见证：用好三方案例 / 109

4. 产品展示：百闻不如一见 / 111

三 促成交易 / 114

1. 处理疑虑：成交的机会在抗拒之中 / 114

2. 敢于成交：三大信号十大方法 / 116

3. 赢得忠诚：成交只是走了 50% 的路 / 121

第六章 与家人沟通——成为家庭事业两不误的高手

一 角色定位 / 126

1. 爱人：后花园的玫瑰，要把它培育好 / 126

2. 父母：爱是最好的沟通 / 130

3. 子女：言传不如身教 / 132

二 做家庭人际关系“建筑师” / 136

1. 不逞强：不要以“改造者”自居 / 136

2. 珍爱呵护：让家成为温馨的港湾 / 137

第七章 与自己沟通——塑造“明星”员工的完美法则

一 自我期许 / 142

1. 我希望成为什么样的人 / 142

2. 向谁学习 / 145

二 自我形象 / 148

1. 我的形象能值多少 / 148

2. 塑造完美自我 / 149

三 自我肯定 / 150

1. 对自己多作正向评价 / 150

2. 以有效的行动改变自己的命运 / 152

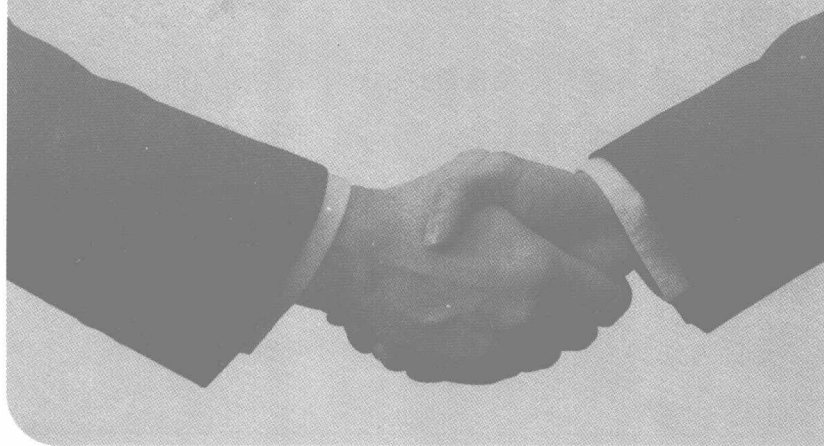
四 自我挑战 / 153

1. 我能做得更好 / 153

2. 激发潜能，超越自我 / 154

第一章

沟通，从心开始



人与人之间的沟通，有抱怨、争吵、仇恨、隔膜，也有感应、融洽、默契……为什么会有那么大的差别呢？这是心与心之间的距离造成的。沟通作为直通人心的艺术，是打开心灵的方式。

对于从事销售的人士来说，更是如此。销售就是心灵的修炼加上技巧不断积累的总和。销售的捷径就是跟自己的心沟通，让爱的阳光由自己的内心向外撒播，照亮客户，照亮成功销售的星光大道！

一、沟通：获取成功的捷径

卡耐基说：“与人相处的学问，在所有的学问中应该是排在前面的，沟通能够带来其他知识所不能带来的力量，它是成就一个人的顺风船。”处世沟通艺术是成功者必备的素质。能不能与别人很好地沟通，决定了一个人的生存质量。

1. 我们为什么要沟通

有这么一个观点：一个人的收入是与他关系最好的6个人的平均值。是这样吗？有人验证了一下，发现准确度还挺高的。所以说，你跟什么人在一起，很重要。有一句俗话说：“常在河边走，哪有不湿鞋。”这都说明人际关系对人的影响力。几年前，美国的一项调查研究显示：即使在工程技术工作方面，一个人所获得的高额薪水中，也只有不到15%是因为他的技术和知识，而其他的85%则是因为他的人际交往，是因为他的沟通能力和个人



品质得到认可。

沟通为什么如此重要？沟通的目的何在？

我们说，沟通有四个目的：第一个目的叫做说明事物，第二个目的叫做表达感情，第三个目的叫做建立关系，第四个目的叫做达到目标。从这四个目的中，我们也可以看出，所有的目标，最终都需要通过沟通来达成。

知道了沟通的四个目的，那么在你未来要找谁沟通之前，就先问问自己，我要达到什么目的？例如，跟上司沟通，你就要问自己，我今天要说明什么事物，我说明白了吗，他了解了吗？如果要对意中人表达感情，那么不管怎样，你要把“我爱你”这句话说出来，是不是？不搞清楚这一点，就漫无目的说了一通，最后两个人扁担开花，各回各家，白搭。同样地，如果你是第一次拜访客户，那么你的目的是建立感情还是把东西卖出去？这一点要搞清楚。如果只是建立感情，那么就要为下次沟通创造机会。很多销售失败的主要原因就是丧失了下次沟通的机会。

知道了沟通的四个目的，你就要随时问问自己：“我要达到什么目的？我达到了吗？为什么没达到？”经常反省自己，你的沟通能力才会越来越好。

2. 一切的障碍都是沟通的障碍

生活中的许多误会，工作中的低效，以及销售的失败，其实都源于沟通不当。销售的核心能力在于沟通能力，可以说，没有沟通，就没有销售。沟通如此重要，可是，为什么在我们身边，仍然有许多人不会有效沟通？

第一种情况是站在自己的立场去揣摩对方，将自己的判断视为理所当然。让我们来看两个故事：

故事一：小羊请小狗吃饭，他准备了一桌鲜嫩的青草，结果，小狗勉强吃了两口，就再也吃不下去了。过了几天，小狗请小羊吃饭，小狗想：“我不能像小羊那样小气，我一定要用最丰盛的宴席来招待它。”于是小狗准备了一桌上好的排骨，小羊一口也吃不下去。

SILVER TONGUE WINS EVERYTHING

故事二：狮子和老虎之间爆发了一场激烈的冲突，到最后，两败俱伤。它们快要死时，狮子对老虎说：“如果不是你非要抢我的地盘，我们也不会这样死去。”老虎吃惊地说：“我从未想过要抢你的地盘啊，我一直以为是要你抢我的地盘呢。”

这两个例子就是“想当然”所造成的恶果。我们周围有许多人，遇到客户的拒绝时想当然，他一定是嫌我的价格贵了；上司交代的任务不懂，也是“想当然”地按照自己的推测去做；交代任务给下属时只凭自己的判断，也不管下属是否理解得了……这种用“想当然”代替沟通的态度，如果不纠正贻害无穷。

另外一种情况是“沟而未通”。即使天天在一起生活的夫妻，也经常发出“你一点儿都不了解我”的抱怨，对不对？可见，有效沟通不仅仅是工作上的考验，也是人生的考验。

为什么会出现“沟而未通”的情况？我们说，沟通存在一种漏斗原理。什么叫漏斗原理？简单地说，一件事情，我知道的是 100%，我说时想的只有 90%，我所说出口的只有 70%。那么，到听话者那儿呢？他所听到的一下子就过滤了，过滤到他所想听的是 60%，但实际听到的只有 50%，而他理解的只有 40%，接受的只有 30%，记住的只有 10%~20% 了。

所以你看，沟通的障碍就来了。为什么上级布置一项任务时，下面执行得那么差，就源于这个漏斗原理。下属跟上级汇报时也会出现这种现象，沟通环节越多，到最后信息的准确性越差。

因为漏斗原理的存在，所以我们才更需要去认真学习沟通，尽可能地减少“沟而未通”的情况。我想说一句话：“一个人误会别人，和被人误会的频率，标志着一个人的综合素质。”我常常讲，人的生活品质来源于自己的沟通品质。生活品质不好，来源于我们的沟通品质不够高，导致我们的人际关系不够好。



事实上，“沟而未通”的情况，在工作和生活中都是非常普遍的。我们小区有个老太太去理发，帮她理发的那个小姑娘，次次都盯着她的白头发，动员她做“亮发”，说做起来很快，会看起来更年轻，也不贵。老太太说不需要，顺其自然好，何况这个年纪了，重要的是保持内心的快乐。小姑娘似乎有些默许她的话，但还是坚持总有一天一定要说服她。

这就是一个“沟而未通”的案例，不管是老太太表达得不好，还是小姑娘理解不了，总之，她们都没有实现自己的沟通目标。在我们周围，这样的例子还有许多。

技术团队在研发产品时，总是不能真正站在用户的角度想问题。试想一下，你做的产品连自己都不满意，客户能满意吗？

总经理一再跟各部门负责人强调要把绩效考核的信息传递给员工。可是等到绩效考核成绩出来后，还有主管不知道相应的奖惩措施，更别说普通的员工了。管理层都不能实现有效沟通，团队效率能高吗？

有些经理或主管总是把话说半句，而遇到一个不善于沟通和询问的下属，另外半句他不是靠“问”而是靠“猜”。这样的工作方式，结果能好吗？

所以说，“沟而未通”，不仅仅是技巧问题，更多的时候是态度问题，是规则问题。我们做销售的，必须端正态度，做好六个方面的沟通。

第一，与上司的沟通。他主宰着你的前途。不去争取上司的赏识，哪来的前途？

第二，与下属的沟通。销售业绩是下面的人为你创造出来的，你不能激励他们，激发销售团队的潜能，你的队伍怎么能打好仗？

第三，与同事的沟通。哪些事情能做？哪些事情不能做？这中间的分寸要自己把握。

第四，与客户的沟通。任何岗位其实都涉及与客户的沟通，在本书中，

我重点围绕销售这个职业来讲。但其中的道理，都是相通的。我们做销售的，都是以结果论英雄，不是吗？客户就是你的衣食父母，要好好对待你的客户。

第五，与家人的沟通。每个人都需要与家人沟通，家庭和睦是人生幸福的一大源泉。我们做销售的，与家人沟通尤为重要。销售是一条孤独的路，我们每天要面对 50 次以上的拒绝，这个时候，如果得不到家人的理解、被家人打击，会怎样？与家人沟通好了，你才会有更多的幸福感，工作也更有助。

第六，与自己沟通。如果你连自己都不喜欢，如何能让别人喜欢和接纳你？所以我们要时刻与自己沟通，时刻自我激励，让自己保持良好的心态。

下文中我要讲的沟通，主要就是从这“六个方面”来讲。

3. 良好的沟通离不开“内环境”

乔·吉拉德被誉为全世界“最伟大的推销员”，然而，在他的职业生涯中，他也曾犯过一个令自己懊悔的错误。

有一次，他向客户推销一辆轿车，在详细地与客户交流了半个多小时以后，他相信自己专业的沟通技巧已经打动了客户，接下来只需要把客户带到办公室签单就可以了。

当他们走向办公室时，这位客户突然谈起了自己的儿子，在谈到儿子未来的理想是“做一名律师”时，他脸上洋溢着幸福的光芒。然而，乔·吉拉德并没有在意，也许此刻，他心里想的仅仅只是那个未签的单。因此，面对客户的家常话，他虽然予以配合，但却明显缺乏热情。在去往办公室的路上，他们还遇到了公司其他的推销员聚在一起谈笑，这又分散了乔·吉拉德的一些注意力。他听着客户的话，眼睛却不自觉地瞟向那群人。

谈着谈着，客户突然生气地说：“我要走了。”于是便离开了。

让我们一起来分析一下：乔·吉拉德为什么会丢掉这个单子？是因为客