

敲开心门

——营销沟通技巧篇

张葵葵 周海萍 李俊◎编著

中国电力出版社



「心灵的光明」电网员工心理健康读本

「心灵的光明」电网员工心理健康读本

敲开心门

——营销沟通技巧篇

张葵葵 周海萍 李俊 编著

中国电力出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

敲开心门：营销沟通技巧篇 / 张葵葵，周海萍，李俊编著. —北京：中国电力出版社，2015.8

(“心灵的光明”电网员工心理健康读本)

ISBN 978-7-5123-6964-1

I. ①敲… II. ①张…②周…③李… III. ①市场心理学—通俗读物 IV. ①F713.55-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第308651号

中国电力出版社出版、发行

(北京市东城区北京站西街19号 100005 <http://www.cepp.sgcc.com.cn>)

北京盛通印刷股份有限公司印刷

各地新华书店经售

*

2015年8月第一版 2015年8月北京第一次印刷

787毫米×1092毫米 32开本 3.5印张 59千字

定价：13.00元

敬告读者

本书封底贴有防伪标签，刮开涂层可查询真伪

本书如有印装质量问题，我社发行部负责退换

版权所有 翻印必究

丛书编委会

总 策 划：刘克兴

主 编：张 静

副 主 编：郭怀生 王雪梅

委 员：李勤道 任林举 陈红军 罗钟灵 史宝钢

何新洲 陈 军 唐娅静 马 伟 杨舍近

姚秀辉 李丹丹 李大鹏

编写人员：（按姓氏笔画排序）

于 磊 王 英 王存华 王熠姝 孔 洁

叶丽萍 刘琼珍 刘新茹 闫翠萍 李 俊

杨华伟 肖 安 肖逾白 张 琦 张葵葵

陈淑萍 杭天依 周海萍 袁丽华 姬中勋

魏建云

随着经济全球化和信息技术的迅猛发展，企业和员工都在承受着前所未有的生存与发展压力。近年来，华为“自杀门”、富士康“13连跳”等系列事件，凸显出我国企业员工心理健康问题形势的严峻性，已成为社会关注的热点。

电网企业是重要的国家能源配置平台，是国家综合能源运输体系的重要组成部分，也是做强做优国家能源产业的关键。电网企业的运营效率关系着百姓切身利益、社会和谐稳定、经济健康发展，受到全社会的高度关注。近年来，随着我国经济社会的迅速发展和电网企业的不断壮大，电网企业员工不可避免地受到来自方方面面的压力——企业转型、工作业绩、职位晋升、薪金待遇、人际关系、恋爱婚姻、家庭生活等等。面对重重压力，员工的心理健康状况不容乐观，同时也给企业安全生产、和谐稳定带来巨大隐患。

国家电网公司多年来一直坚持“以人为本、忠诚企业、奉献

社会”的企业理念，关注员工心理健康，提高员工心理资本，让员工充满激情、快乐地工作，已成为当务之急，刻不容缓。

《“心灵的光明”电网员工心理健康读本》正是在这样的背景下，在国家电网公司工会、思想政治工作部的大力支持和积极关注下应运而生，旨在结合电网企业员工工作性质，从心理健康、安全心理、企业精神、职业道德、管理艺术、沟通技巧、压力管理、入职适应、婚恋家庭、亲子教育、女性心理、安享晚年等12个方面入手，全面培养员工的心理健康意识、职业道德、职业心态、职业素养，提高员工工作的积极性、主动性，激发员工内在的工作动力，树立负责、宽容、积极、进取、协作、敬业、诚信、追求卓越的人格品质，并藉此向全体员工传递健康向上的工作和生活态度，为塑造阳光心灵、放飞幸福梦想开启一扇明亮的窗。

本套丛书采用口袋书的形式，便于携带，方便广大员工在工

作之余、旅途之中、闲暇之时阅读；同时采用图文结合的形式，漫画生动、活泼，使员工在轻松地阅读中了解很多与自身息息相关的心理学知识。

关注心理健康，成就卓越人生。让我们打开书本，从关爱自己的心理开始，做一个心理健康的优秀员工吧！

编者

2015年8月

曾经有一个办事风风火火、认真负责的营业班长对我说：

“现在人与人之间的沟通真的不容易，客户有成见——总以为我们会店大欺客，不相信我们，动不动就拿投诉说事；领导高要求——总有各种检查与任务，逼迫我们，弄不好就被绩效考核；同事下属不配合——总是强调自我利益，办个事求爷爷告奶奶，时不时地让人心寒。”

“就说上回在缴费高峰期，一位中年男性客户因为1元钱的滞纳金反复纠缠，不肯交费。我们营业厅的小姑娘因为不想让后面的客户等待，主动提出帮客户交这1元钱，反被客户投诉，说我们营业员瞧不起他，侮辱怠慢客户，非要公司处理营业员……看着小姑娘委屈的眼泪，真想帮她赶紧提升沟通技巧。”

“是啊，她想提高办事效率，减少客户等待时间，没有错。不过，她有没有关心这位中年男性客户的心理需求，真心实意为

客户着想，尽量满足客户的合理要求呢？”

有这样一则故事：一把坚实的大锁挂在大门上，一根铁棍费了九牛二虎之力，还是无法将它撬开。钥匙来了，它瘦小的身子钻进锁孔，只轻轻一转，大锁就“啪”地一声打开了。铁棍奇怪地问：“为什么我费了那么大力气也打不开，而你却轻而易举地就把它打开了呢？”钥匙笑着说：“因为我最了解它的心。”

其实每个人的心，都像上了锁的大门，任你再粗的铁棒也撬不开。唯有理解 and 爱，才能把自己变成一把细腻的钥匙，进入别人的心中，打开别人的心结。《孙子兵法》说：“攻心为上，攻城为下。”让我们一起换位思考，以心换心，学习如何敲开客户的心门。

《敲开心门》一书告诉我们，成功的形象吸引成功。如果你无法让沟通对象注意你、接受你，那么沟通交流活动就难以展开。多多展现“积极的真理瞬间”吧，用微笑、用充满温暖的声音

音，去打开客户的心扉。

《敲开心门》一书告诉我们，要想“百战不殆”，必须“知己知彼”。学会用FBI的眼睛区分客户，学会用身体语言表明态度，学会用倾听体会客户心，还要注意不要一开始就假设你知道客户的想法。

《敲开心门》一书告诉我们，一个人如果能够学会提问，学会赞美，学会换位思考，根据不同的对象选择不同的沟通内容与方式，让对方把他当作“自己人”，他就掌握了沟通的魔方。

《敲开心门》一书告诉我们，优质服务无止境，事事用心是关键。超越客户需求，降低客户期望值，做好情绪管理、增加理性思考，以虔诚敬畏之心善待每一个人，做好每一件事。

.....

两个月后，那位营业班长给我打电话说：“世界完全变了，看来，改变世界的办法就是改变你自己！”

客户服务调度中心的小王是计算机管理系统维护员，刚参加工作不久。

一天上午，小王上班迟到却正好撞上了主任前来检查工作。

主任：“小王，你怎么迟到了？”

小王：“堵车啊。”

主任：“堵车？别人怎么不迟到，就你迟到。”

小王：“主任，你以为我骗你还是咋的？别人怎么不迟到我不知道，反正我就是因为堵车迟到！”

主任：“你迟到还有理了，这什么态度！绩效考核！”说完气呼呼地离去。

小王看着领导离去的背影，悻悻地说：“堵车堵了1个多小时，没吃早餐就来上班，还被领导批评，真是倒霉！”

.....

如果小王懂得沟通的艺术，双方的对话可能是这样：

主任：“小王，你怎么迟到了？”

小王：“堵车啊。”

主任：“堵车？别人怎么不迟到，就你迟到。”

小王：“主任批评的对！别人都不迟到，就我因为堵车迟到，说明我考虑问题不周到。下次我一定提前出发。”

主任：“嗯，积极改正，态度不错！下次注意了！”

.....

如果主任懂得沟通的艺术，双方的对话也可能是这样：

主任：“小王，你怎么迟到了？”

小王：“堵车啊。”

主任：“现在这城市就是堵车严重！从我家到单位平时不堵车就30分钟的车程，但是遇上上下班高峰的时候，有的时候要开1个半小时！所以我平时都是提前半小时出门，错开高峰时间。”

小王：“啊，主任说的对！下次我一定提前出发。”

主任：“嗯，下次注意了！”

一句话说得让人笑，一句话说得让人跳，同样一句话，表达得不同取得的效果就会相差千里。真正的沟通高手，一定是会换位思考的高手。他们善于体察对方的心理，照顾对方的情绪，了解对方的需求。他们会用对方的感知模式与对方交流，在潜移默化中敲开对方的心门、化干戈为玉帛。

供电营销人员的工作绩效离不开与广大客户的沟通，离不开

与政府相关部门的沟通，离不开与大众媒体的沟通，更离不开与上下级和同事的沟通。沟通的质量决定了你的工作质量、生活质量和人生质量。愿我们辛勤奋斗在供电营销一线的朋友们，用“心”沟通，一起铸就人际关系的和谐、事业的成功、人生的幸福！

目录

丛书序
前言
楔子

第一章 一见不能不倾心

第一节 成功的形象吸引成功 02

第二节 积极的真理瞬间 06

第三节 微笑的魅力 14

第四节 打动人心的声音 18

第二章 二话不说要用心

第一节 用FBI的眼睛区分客户 25

第二节 用身体语言表明态度 32

第三节 用倾听体会客户心 36

第四节 不要一开始就假设你知道客户的想法 40



第三章

三思而行巧沟通



第一节 问对问题，找对方向 46

第二节 “自己人”，好办事 52

第三节 “出家”与“还俗” 60

第四节 赞美的力量 66



第四章

四个服务心换心

第一节 超越客户需求，步步攻心 72

第二节 以退为进，以奇攻心 77

第三节 情绪管理，以“和”攻心 82

第四节 以心换心，贵人自助 92



沟通是为了设定的目标，把信息、思想和情感在个人

或群体间传递，并达成共同协议的过程。如果你无法让沟通对象注意你、接受你，那么沟通交流活动就难以展开，更不用说实现有效沟通了。

作为国网天津市电力公司滨海供电分公司的重要服务窗口，客户服务中心营业厅业务班承担着滨海新区的广大居民和工商业用电业务。这支团队坚信“一个回答代表了公司形象，一个瞬间反映了公司面貌”。

为提升整体服务水平、塑造企业良好形象，每天早晨正式上岗前，业务班全体成员都会进行军事化列队，从着装仪表、接待礼仪等方面进行调整 and 准备，保证员工一天都有良好的精神面貌和工作状态。她们以“微笑服务”、“站立服务”、“主动服务”、“真诚服务”，使客户每一次来营业厅办理业务都成为一次愉快之旅。饮水机、手机充电器、擦鞋器、老花镜、办理用电业务的各式表格填写样本……从细微处着手，方便客户的举措不胜枚举。他们以服务热情、耐心、认真和周到的每一个“真理瞬间”，赢得了客户对业务办理工作的肯定和支持。



第一节 成功的形象吸引成功

1960年9月26日，美国的7000万民众第一次通过电视观看了总统竞选的电视辩论节目。这场辩论是在副总统理查德·尼克松和参议员约翰·F·肯尼迪之间展开的。这是美国民众第一次真真切切地看到，而不是只听到或者读到两位总统候选人究竟说了什么。

在竞选之前的民意调查中，尼克松以56%：44%，即12%的差额领先肯尼迪。那些通过广播收听这场辩论的民众也认为尼克松应该在这场激战中获胜。然而，那些收看了电视节目的民众声称肯尼迪才是真正的胜利者。因为民众看到了屏幕上的肯尼迪英俊潇洒、衣着得体、表情放松、精神抖擞；而尼克松，身体消瘦、眼睛深陷、服装肥大，一副冷峻严肃的面容，给人感觉有些烦躁不安，与肯尼迪形成了鲜明的对比。这时，辩论的内容已经不那么重要，民众通过直观的第一印象来选择和判断。他们希望有一个全新的、具有领袖风采的总统。尼克松失败了，他以美国历史上最微弱的总统竞选