

Speak the Language of Success

把握机会 集思广益 三思而行 有始有终

如何成为 沟通高手

沟通与
样，也须要
有效率的沟
以清楚的陈
成功。那些



出什么有自信的人，知道他们的本钱在哪，并且可以用信心来发掘那些资产。用语言来赢取胜利，是世界上最有价值及最畅销的技巧。如果你能用言语可以很有自信的与各阶层人士沟通，只要能把握机会，凭着沟通能力和信心，一定能达到目标，赢取胜利。

其他工作一
诀窍。具备
通能力，可
述理念获得
对自己能付

中国书籍出版社

格罗利亚·霍夫曼和鲍林·葛拉美 1983 年版权

中文版取得沃巴尔交流公司(VCI)授权

Copyright 1983 by GLORIA HOFFMAN & PAULINE GRAVIER

Chinese Language edition arranged with VERBAL COMMUNICATIONS
INC. (VCI).

图书在版编目(CIP)数据

如何成为沟通高手/()格罗利亚·霍夫曼和鲍林·葛拉美著;施一中译.

-北京:中国书籍出版社,1997.12

(经营管理系列丛书)

ISBN 7-5068-0689-4

I. 如… II. ①格… ②施… III. 人间关系-言语交往-
通俗读物 IV. C912.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 19762 号

(京权)图字:01-97-1885 号

责任编辑 龚 关

封面设计 兆 德

*

中国书籍出版社出版发行

(北京市西城区西绒线胡同甲 7 号 邮政编码:100031)

北京市王史山胶印印刷厂印刷 全国新华书店经销

*

850 毫米×1168 毫米 32 开本 10 印张 200 千字

1997 年 12 月第 1 版 1997 年 12 月第 1 次印刷

*

印数:1-15000 册 定价:16.80 元

目 录

出版导言	(1)
前 言	(3)
第一章	把握机会 (7)
第二章	用心去听 (21)
第三章	记住对方的名字 (31)
第四章	增广见闻 (37)
第五章	集思广益 (45)
第六章	不要受激烈言辞误导 (57)
第七章	化解对立 (73)
第八章	弦外之音 (85)
第九章	口是心非 (99)
第十章	适可而止 (117)
第十一章	沉默是金 (125)
第十二章	察言观色 (135)
第十三章	找出热线按钮 (153)
第十四章	三思而言 (161)
第十五章	掌握重点 (177)

第十六章	关怀他人	(187)
第十七章	耐心的聆听	(199)
第十八章	有始有终	(209)
第十九章	第一印象	(215)
第二十章	谈话的艺术	(225)
第二十一章	双向沟通	(237)
第二十二章	自我的形象	(273)
第二十三章	申请成功	(279)
第二十四章	赞美的力量	(291)
结 论	(307)

出版导言

经济学家认为：“宇宙的资源有限，而人类的欲望无穷，如何将有限的资源予以充分利用，以满足人类无穷的欲望，则属于经济学的范畴了。”其实，按更广义的解释，人类本身也算是充分利用的资源，如果这样的话，那么前句的“经济学”也可以改称为“管理学”了，无怪乎“管理学”被称为当今世界的“显学”，上自达官贵人，下至贩夫走卒，都欲一窥其奥妙。

由于时代的不断演变，人、事、物的关系日益复杂，当然其间的冲突与摩擦亦随之而起，为了有效掌握有限的资源，则非仰赖管理不可，否则，有朝一日人类一定会步上脱序混乱及分崩离析之途。

另一方面，中国人普遍存有“宁为鸡首，不为牛后”的心理，使管理的人与被管理的人之间一直缺乏良性的互动关系及正确的行为准则，这也造成社会大众对管理学的需求日益殷切，当然，也使得每个人皆欲进入管理的殿堂。

可惜的是我们却把它视为是学院内传道授业的学科，凡夫俗子及离校多年的人均无缘见一面，使得它原本通俗的本质被冠上一层曲高和寡的神秘面纱。

出版一系列的“经营管理丛书”，正是要协助你走进管理的世界，使管理一词不再教条化与空洞化，而是十分生活化与通俗化地和我们大家紧系在一起。

管理学的探讨并不是公司主管才有的专利，主管固然可利用它以使企业走上轨道，而一般人也可利用它来达到“修身”“齐家”的目的，至于政治家们更可借它来达到“治国”“平天下”的理想境界，这不是侈言高论，也不是夸夸而谈，只要你用“心”去阅读，则必能完成自己对生命的期待，并进而创造出家庭、企业及社会更崭新的一面。

在现今经营管理书籍汗牛充栋之时，本书竭力挑选出足堪代表的著作引介，希望在信息爆炸的今日世界，中国人经营管理的观念能不落人后，对于社会再教育一尽绵薄之力。

前 言

生活中任何事情的成功，必然有些秘诀，这是指我们在工作上所运用的技巧，不管我们的职业或专长是什么，也不管我们的例行公事或个人研究工作是什么。我们偶尔会在工作中，发现更快的方式来消除疲劳、更好的方法来改良产品、更有效率的方式来提高销售能力……等。

不管工作是什么，你可以将所有成功的秘诀全部综合起来，它所运用的技巧总结就是两个字——经验。无论你做什么事，只要够久、够长，迟早会知道如何做得又快又好。我们一切都是从做中学，但有一项例外。颇令人惊讶的是，这个例外竟是我们每个人平常的工作，我们在其中已积累的经验远比其他方面所得的多，那就是——“沟通”。

我们每时、每日都在沟通。从早晨睁开双

眼开始，话匣子就打开了。但从这堆话中，就有一些成功的秘诀显露出来！而这些通常隐藏在别人的话语之中。

什么是沟通呢？这对某些人来说，可能极容易回答，但对其他的人来说，它仍犹如仙境一般难以到达。他们发现了什么细微的声调是我们听不见的？为什么有些人的话总让他们如愿以偿，当我们还对着工人支支唔唔，说了等于没说，甚至我们已知道他在七分钟前收工了，他会考虑让我们支付他加班的费用吗？

为什么那些电视上的主持人或来宾，从不会失去说话的条理，在一阵呼叫声后，也不会将对话的重点遗忘。他们也不必说“抱歉”，总可以很机智地从困窘中回复过来？而我们为什么总是满嘴的笑料，受人嘲弄呢？

沟通与其他工作一样，也需要工作的诀窍，但和其他职业不同的是，我们常会发现自己因忙着东说西说，而无法仔细考虑说话的内容，直到讲不出东西为止。具备有效率的沟通能力，不管从哪个角度来说，好处是举手可得的。你可以因言语而胜利，也可以因此维持颠峰，你可

以说出成功的言语,并将你的意念陈述清楚,别人能做到,你为什么不能?

用言语来赢取胜利,是这世界上最有价值及最畅销的技巧,有技巧的沟通方式是本世纪通往成功的唯一要诀。

这世界正等待着能够运用成功的语言的人,那些对自己能付出什么有自信的人,知道他们的本钱在哪,并且可以用信心来发掘那些资产。

翻开报纸,看看广告,你就会发现:“机会到处都是。”你生存的世界重视说话专家,并让他们寻得任何它提供的机会。

你手上的这本书,就是要告诉你如何说出成功的言语,这不是讲义,也非教科书,这是一些实际的、活用的指导,可以逐字地去实行。我们不做理论或夸大的联想,只对什么该做,什么不该做以及为什么要做呈现一完整的叙述,我们将给你方法,并告诉你真正想知道的“如何做”。

如果你做任何事都和我们一样,不断在思考,那就对了。或许我在这方面做得不错,但假

如我不找机会加以运用的话，我还能成功吗？我的意思是，我花了一辈子的时间，去等待一个好的时机获取好的职位……但我仍然在这里，因为我并没有任何行动，所以，你必须掌握机会，不要妄想只呆坐在办公室里，就能赚取高额的奖金。

这种话够公平吧！所以我们要从头介绍成功的语言。换句话说，我们要从第一章开始陈述。在“胜利之语”的词汇中，首要的前三个就是——“机会、信心、天份”，这也是本书开始的重点。

为了使你的语言投资能在企业界里获得反馈，你必须与机会面对面，一旦遇上机会，就会有令人惊讶的结果。

第一章

把握机会

致胜的基础

“你在这儿等很久了吗？”一位先生边加入候车人群，边这样随口问道。

“大概等了有一会儿了！”旁边一位老兄回答道。

“车什么时候会来？”刚到的这位先生又问。

“我也不知道。”

这位刚到的先生似乎有点心烦意乱，就提高了声音，身体前倾，向着那一大群人问道：“难道没有人知道，车什么时候会来？”

有位女士听了这些人的对话，就开门见山地说：“我们谁也不知道车什么时候会来，我们都没有时刻表，只是在这儿等着，等到来为止。”

站在路边等车，总希望正是车来的时刻，就像等待适当的时机开始节食一样，适当的时机仿佛永远不会到来。若是等待机会上门，似乎永远也等不到。

打个比方来说，我们许多人都曾经打扮得漂漂亮亮

亮,坐在气派的大厅沙发上,等待着“机会”来追求我们,带我们出去。结果花了我们许多时间,而我们原来并不想花费这么多时间的。

不要期待机会来找你。有位仁兄开玩笑地说:“机会就像幸运夫人一样——喜欢挑逗人,而且经常是善变的。跟我约好会面,到时候又不来,这种情形已经发生很多次了。”

“机会”似乎善于运用双重策略,以灵敏和卖弄风情来吸引人,这倒跟“幸运”的作风相似。但是,“机会”并不一定会照着公平的原则来比赛。

“成功”就比较直爽,有运动家的风度。你对某项运动学得相当有心得了,“成功”就会对你说:“好,你过来,我们来玩双打。”“成功”是相当实在的。

“机会”则不然,它不断地逗弄你,却往往出现在出乎你意料的地方,扮演着浪漫的角色。

我要告诉你,等待机会上门,就好像等待车一样,没什么情调可言。只有在浪漫小说中,才有“机会”的传奇。也许,你会看到“机会”去敲城堡的门,但是,可别期望“机会”从办公室里冒出来。这并不是说,办公室中找不到任何机会;也不是说,机会不可能自己跑到你家门前。我们只不过比较实在,所以才会这样告诉你,机会不会由乐队陪伴着,游行到你家门口,宣布这正是你一生中的难得的大好机会。

汤姆·勃塔的故事。勃塔是国际勃塔鞋业公司的老板。每当有人访问勃塔时,勃塔总会说一个故事,勃塔的父亲也常一再讲述这个故事:有两个贩卖鞋子的推销员,由公司派到贫穷地区去开拓市场,结果一到那地方,其中一个推销员就打电报回来:“我必须立刻回来!这儿没有人穿鞋子!”但另一个推销员也打电报回来:“发展潜力无穷!这里的人都还没有买鞋子!”

勃塔常常对人说起这个故事,因为这个故事反映了勃塔公司的经营理念。勃塔制鞋厂遍布全球各地,勃塔也不时到世界各地开会或视察。飞机一降落,当地的新闻记者就等着要采访勃塔,想知道勃塔是怎样成功的。有一次,新闻记者追踪勃塔,赶到斯里兰卡一个偏远落后的地区。勃塔投资了一百万美元,新设了一家制鞋厂,记者问勃塔:“这样做是不是明智?”勃塔就再次述说了那两个推销员的故事。勃塔认为,机会通常是人从环境中创造出来的,不是环境提供机会给你的。勃塔继续解释道:这地方好像是经济荒漠,但是勃塔公司却慧眼独具,看到了双重的机会。勃塔公司希望为廉价鞋开辟新的市场,同时也为穷人提供工作机会。

我们归纳出了寻找机会的四个规则。

一、强调观念。要攫取机会,然后借着机会成功,秘诀在于积极的观念。开始学习把握良机做生意时,最好是先确立观念。

许多人都评论过观念的影响，萧伯纳就这样说过：“一般人觉得自己成就不佳，总是抱怨受到环境影响。成功的人都能站起来，寻求自己希望的环境。如果找不到如意的环境，就自己创造环境。”

坐等机会上门，真可说是一种谬论。萧伯纳主张：“成功的人都能站起来，寻求、创造自己希望的环境。”有人自然会问：“不错，但是要怎样创造环境呢？”正确的答案是什么？这真的只是观念问题吗？只是因为有人在某些环境中看到了机会，而其他的人却没有看到？其实这些说法都不正确，观念就好像照明灯一样，能帮我们找到机会；但却不是掌握运用机会的一切方法。所以，我们要寻找、运用机会，就要先考虑观念。

二、碰碰运气。在说明之前，我想告诉你一些从默默无闻奋力向上而获得成就的人，然后再问你几个关于这些人的问题。

你愿不愿意拿这个人的未来打赌，这个人已经 53 岁了，不断地和债务与噩运奋斗，最后却总是失败。在战争中受过伤，以致左手残废。从事过好几次公职，都不怎么成功，而且还有入狱的前科。但受到个人动机的激励，仍然愿意努力追寻未来，于是立志写作，发誓一定要写本旷世巨著。

也有这么一个面无表情的人，说话的声音单调呆板，却想应征电视演员，你会不会雇用这样的人呢？这

个人很明白自己的缺点,但仍下定决心要当个电视演员。

还有这样一位先生,他是裁缝师的学徒,年轻的时候,一直想当裁缝。因为没有接受正式教育,所以直到19岁结婚时,都还目不识丁,最后还是妻子教他读写。而这个人却想在有生之年做些大事,你愿意支持他竞选公职吗?

另外还有一个人,他选择音乐做为事业,可是却看不懂乐谱,只会用两个手指敲打钢琴,满脑子想着音乐,你相信这样的人会成功吗?

你会不会因为以下这两位女士的潜力,而买下她们公司的股票?这两位是专职家庭主妇,多年来除了管理家务以外,没有做过其他事。大学毕业到现在,已经相当久了。这两个家庭主妇,约定要从事一项冒险的事业,如此一来,就必须和生意界最成功、最富进取心的人直接竞争。碰到这种情形,就算是做丈夫的也爱莫能助。

你猜得出来这些人是谁吗?

一度是监狱中的囚犯,后来写了一本书,350年来,这本书一直令全世界的读者目眩神迷,这个人就是写梦幻骑士的塞万提斯。

那位说话声音单调呆板的先生,表面上看起来很不适合从事那样的职业,却制作、演出了“苏利文剧场”,这