

超级沟通

课思课程中心 编著

沟通有道

畅通无限



中国劳动社会保障出版社

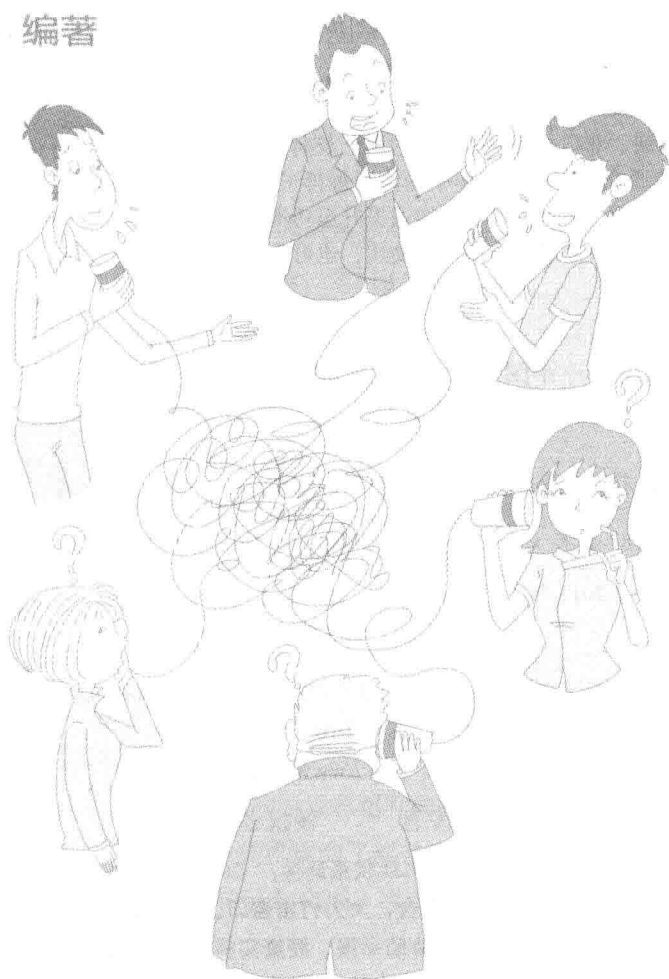
课思
Course

职业能力提升系列

提升员工职业能力 增强企业竞争实力

超级沟通

课思课程中心 编著



中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

超级沟通 / 课思课程中心编著. —北京: 中国劳动社会保障出版社, 2014
(职业能力提升系列)

ISBN 978-7-5167-1522-2

I. ①超… II. ①课… III. ①心理交往—通俗读物 IV. ①C912.1-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第297630号

内 容 提 要

本书打破了传统图书的写作风格和阅读模式,采用漫画+要点+图解的形式,内容深入浅出,既可直接拿来使用,又引人轻松阅读。

本书从口头沟通、非口头沟通、单向沟通、双向沟通、上行沟通、下行沟通、平行沟通、客户沟通、团队沟通九个方面对工作中的沟通进行了详细描述,同时给出一系列在工作中可以实际运用的沟通技巧,帮助读者从会沟通提升至巧沟通的境界。

本系列图书适合所有职场人士阅读和使用,也可作为公司培训、激励员工的指导用书。

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街1号 邮政编码:100029)

*

保定市中华美凯印刷有限公司印刷装订 新华书店经销

787毫米×1092毫米 16开本 11.75印张 177千字

2015年1月第1版 2015年1月第1次印刷

定价:29.00元

读者服务部电话:(010)64929211/64921644/84643933

发行部电话:(010)64961894

出版社网址:<http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

如有印装差错,请与本社联系调换:(010)80497374

我社将与版权执法机关配合,大力打击盗印、销售和使用盗版图书活动,敬请广大读者协助举报,经查实将给予举报者奖励。

举报电话:(010)64954652

前言

员工的职业能力对于企业的发展、腾飞具有至关重要的影响。一个企业，若是不具备一支职业能力过硬的员工队伍，就很难在激烈的市场竞争中占有一席之地。

因此，提升员工职业能力、构建员工职业能力提升体系已然成为企业拥有持续竞争优势、长期稳定发展的一项必备措施。

“职业能力提升系列”针对职场中广泛应用并受到普遍重视的七种员工职业能力，进行全方位地图解展示，教方法、讲步骤、传技巧、给工具、拓思路、举案例，让读者可以拿来即用，一点就通，一学就会。

本系列打破了传统图书的写作风格和阅读模式，采用漫画 + 要点 + 图解的形式，内容深入浅出，既可直接拿来使用，又引人轻松阅读。

另外，本系列书中的七册图书能分能合，既可以有针对性地进行指导，又可以形成一个体系，进行全方位地系统指导；既适合个人根据实际需求单册购买，也适合企业作为培训教材成套购买。

《超级沟通》是“职业能力提升系列”中的一本。

沟通是工作过程中一项必不可少的技能，是保证工作顺利进行的一个不可或缺的要素。因此，每位员工都应做到会沟通、勤沟通、巧沟通。

本书从口头沟通、非口头沟通、单向沟通、双向沟通、上行沟通、下行沟通、平行沟通、客户沟通、团队沟通九个方面对工作中的沟通进行了详细描述，同时给出一系列在工作中可以实际运用的沟通技巧，帮助读者从会沟通提升至巧沟通的境界。

在本书的创作过程中，王淑燕、刘伟、程富建、姜娣、蔚星星、毕春月、程淑丽、姚小风、薛显东、张天骄对本书的设计思路和体系给出了具体修改意见，王胜会、徐滕、韩建国、金成哲、黄成日、金虎男审阅了部分内容，贾月、孙立宏、罗章秀、刘井学、任玉珍、魏俊芳负责插图的设计和排版，在此一并表示感谢。

编者

2015年1月

第1章 口头沟通 / 1

- 1.1 积极引导 / 3
- 1.2 适时停顿 / 6
- 1.3 关键重复 / 9
- 1.4 巧妙试探 / 12
- 1.5 精彩演讲 / 15
- 1.6 要点提示 / 18

第2章 非口头沟通 / 21

- 2.1 商务信函 / 23
- 2.2 书面谈判 / 26
- 2.3 书面报告 / 29
- 2.4 即时通讯 / 32
- 2.5 电子邮件 / 35
- 2.6 其他方式 / 38

第3章 单向沟通 / 41

- 3.1 态度友善 / 43
- 3.2 快速陈述 / 46
- 3.3 表达准确 / 49
- 3.4 传递情感 / 52
- 3.5 积极倾听 / 55
- 3.6 主动接受 / 58

第4章 双向沟通 / 61

- 4.1 互相尊重 / 63
- 4.2 积极反馈 / 66
- 4.3 协商讨论 / 69
- 4.4 换位思考 / 72
- 4.5 处理异议 / 75
- 4.6 彼此认同 / 78

第5章 上行沟通 / 81

- 5.1 主动沟通 / 83
- 5.2 尊重权威 / 86
- 5.3 适时汇报 / 89
- 5.4 巧妙进谏 / 92
- 5.5 谨慎回答 / 95
- 5.6 承认错误 / 98

第6章 下行沟通 / 101

- 6.1 恩威并用 / 103
- 6.2 明确表意 / 106
- 6.3 及时确认 / 109
- 6.4 巧妙批评 / 112
- 6.5 安抚情绪 / 115
- 6.6 避免冲突 / 118

第7章 平行沟通 / 121

- 7.1 平等对待 / 123
- 7.2 容忍差异 / 126
- 7.3 适度赞美 / 129
- 7.4 寻求协作 / 133
- 7.5 主动让利 / 136
- 7.6 消除误解 / 139

第8章 客户沟通 / 143

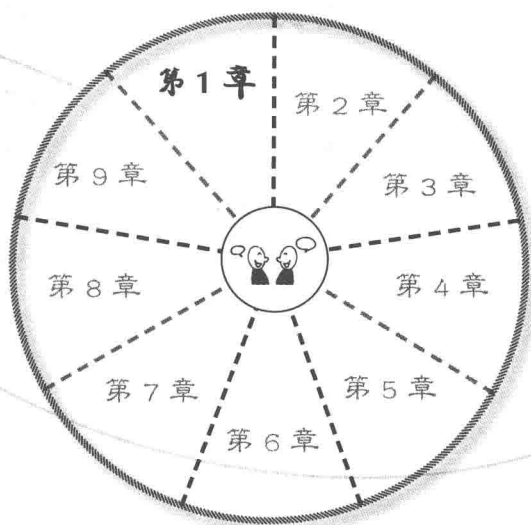
- 8.1 激发需求 / 145
- 8.2 提出建议 / 148
- 8.3 巧妙提问 / 151
- 8.4 借助资料 / 154
- 8.5 消除疑虑 / 157
- 8.6 适度威胁 / 160

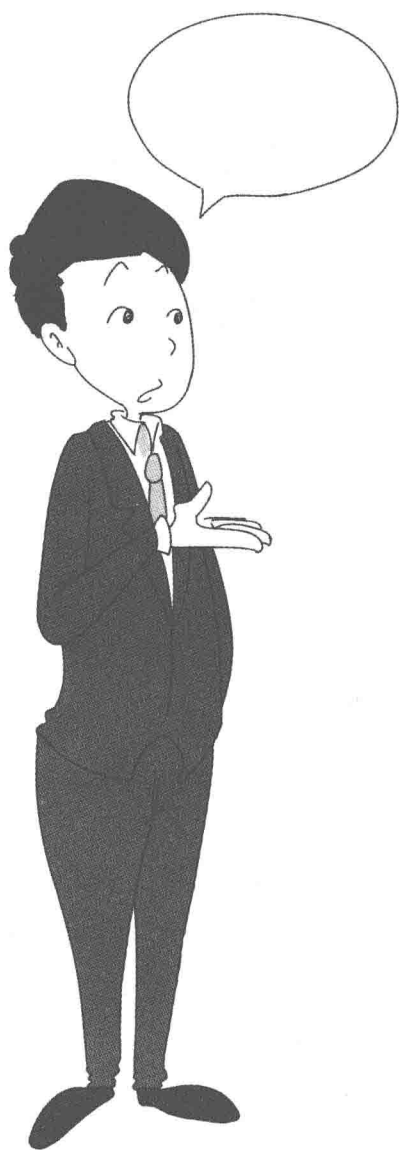
第9章 团队沟通 / 163

- 9.1 疏通渠道 / 165
- 9.2 保持信任 / 168
- 9.3 求同存异 / 171
- 9.4 适度反对 / 174
- 9.5 适当妥协 / 177
- 9.6 取得共识 / 180

第 1 章

口头沟通





积极引导
适时停顿
关键重复
巧妙试探
精彩演讲
要点提示



1.1 积极引导

刘总，看您满面红光，
是不是有什么喜事？

哈哈，喜事谈不上，
最近……

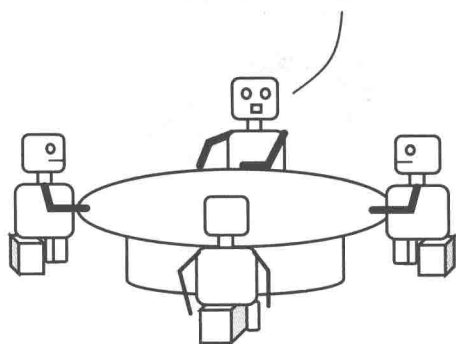


在沟通中，控制谈话非常重要。否则，很容易被人牵着鼻子走。所以，沟通中应有意识地控制谈话进程，赢得谈话的主导权，从而让谈话朝着有利于达成沟通目的的方向发展。



提问，是引导谈话的一个重要手段。比如在销售、会议等场合中经常会用到的引导性提问。

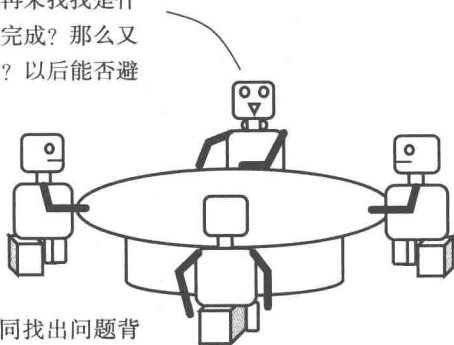
“这个任务为什么没有按时完成？是什么地方出了问题？谁的责任？哪些人没有做到位？”



指责式的提问会让员工觉得管理者的目的是要揪出责任人严惩，而不是解决问题。

为了避免承担严重的后果，他们就更加不愿主动和管理者沟通。

“这个项目没有按时完成，让我们看看发生了什么？现在的状况是什么？哪些任务完成了，还有哪些没有完成？再来找找是什么原因导致这些任务没有及时完成？那么又是什么导致了这些原因的发生？以后能否避免类似的情形发生？”



通过引导式的提问，管理者与员工会共同找出问题背后的真正原因，这比一味地指责式提问更有效。

当管理者需要指出员工的错误时，引导式的提问不仅可以避免使员工感到难堪，而且要比指责式的提问更能使员工深入地思考问题，主动发现自己的不足和欠缺之处，做出判断和结论。

1.2 适时停顿



——说话不要像机关枪一样不停地扫射，
要给对方适当思考的时间。

停顿是口头语言表达过程中暂时的中断，是对语言节奏的一种特殊处理。无论是从“说”的角度还是“听”的角度来看，人们对停顿都有生理和心理上的双重需求。

口头沟通中人们对停顿的需求

	说话者	听话者
生理需求	一口气只能说上一段话，太长则会导致气息不稳，并会产生喘不上气的感觉。	长时间连续的声音刺激会导致生理上的不适。
心理需求	长时间持续不断的讲话一方面会带来心理上的不适，另一方面也不利于思想感情的充分表达。	长时间连续的声音刺激会产生心理抑制。没有停顿的有声语言也会妨碍对内容的理解。

作为口头语言表达的一种技巧，停顿在口头沟通中起着重要作用。正确理解并运用停顿，可以增强语言的表达效果。

1. 利用停顿引导内容展开

在展开重要内容之前，适时的停顿可以给听话者一种“重要性”的暗示，引起对方的重视并引导对方做好心理准备。这有利于引导内容的展开，突出主题。

2. 利用停顿诱导对方思考

适度的停顿不仅给了听话者思考的时间，也给了听话者理解和接受的余地。同时，还会对听话者形成一种无形压力，迫使其不得不安静下来“想一想”，并做出决断。

3. 利用停顿达成沟通同步

在口头沟通中，沟通者的说话速度与听话者的听觉感知、思维速度是不同步的。一旦出现语言障碍，听话者的思维、想象乃至情感就会出现阻滞。而短暂的停顿则会促使听话者实现“听”与“想”的统一，从而达到沟通同步。

4. 利用停顿引发情感共鸣

自然的停顿是说话者自身情感的一种表露，它一方面能更好地引发说话者自己的情感，另一方面也能有效地激起听话者深刻的情绪体验，实现沟通双方的双向情感激发，引起情感共鸣。

5. 利用停顿引发好奇心理

突然的停顿是一种节奏的变化，它很容易引起听话者的注意力。因此，说话者可以通过停顿制造悬念，引起听话者的好奇和注意，使其急于知道下文。

6. 利用停顿暗示对方开口

适时的停顿可以给听话者一个表达自己看法的时间，避免了对方因为需要插话而打断谈话所带来的风险和尴尬。



大师观点

恰如其分的停顿经常产生非凡的效果，这是语言本身难以达到的。

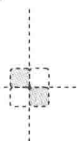
——马克·吐温

离开话语，语调和停顿本身仍然具有影响听众情绪的力量。

——史坦尼斯拉夫斯基

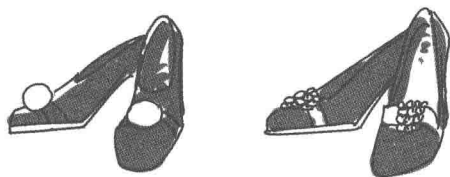
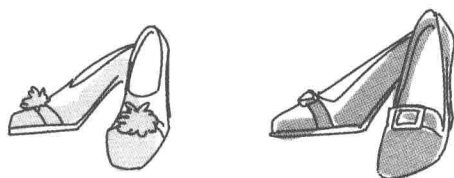
说话中的间隔配置足以撼动人心，善于演说的人都巧于此中奥妙。有时候，稍觉太长的“间隔”反而会给听众留下强烈的印象。

——原一平



1.3 关键重复

老公，你说这双鞋子
我是买呢？买呢？还
是买呢？



在口头沟通中，有时为了使要表达的信息更明确，或者表达方式更生动，或者为了强调某些内容，往往要将一些关键性的词句加以重复。

从心理学角度来讲，重复能够带来刺激，这是重复最直接也是最有效的作用。重复运用得好，就能起到突出主题、强调重点的效果。

什么情况下需要重复

1. 希望突出某些重点内容时

2. 希望引起对方的注意力时

3. 想给对方留下深刻印象时

不断重复能强调某种意思，突出某种情感。○

不断重复可以形成条件反射的效果。○

不断重复能使短暂记忆转变为长期记忆。○

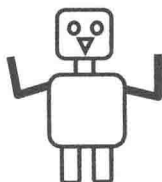
尤其是在进行说服时，更要注意对某些关键点的重复。说话者尽可能地反复强调自己的看法或观点，增加论证，才能给听话者留下深刻的印象。



广告业者证实，信息重复是成功说服的根本所在。广告理论家赫伯特·克罗格曼认为，一个人需要接触某一广告三次，才能确保广告会对他起作用。第一次接触产生兴趣，第二次则使人思考该信息，第三次起到提醒催促或者关闭放弃的作用。



当然，要注意这里所讲的重复一定是对关键内容的重复，而不是毫无逻辑、漫无目的、颠三倒四地重复。



微软公司前首席执行官兼总裁史蒂夫·鲍尔默是天生的销售明星和演说家，一站上演讲台就会有难以抑制的澎湃活力。激动的时候，鲍尔默习惯于把任何东西都强调三遍。

员工们都认为鲍尔默非常善于激励员工和煽动情绪。他们提到，鲍尔默曾一口气把一个单词重复了14次。

鲍尔默语录

“我们要继续保持微软的方式，长期坚持以合作伙伴为中心。长期！长期！长期！”

“我们不回头，要保持前进！前进！前进！坚持！坚持！坚持！”

“伙计们！哦！伙计们！我们受到了很多虐待。但是伙计们，我们有自己的一套，我们只需要继续保持！保持！保持！”