

循循善问

50

招

想和领导、部下、工作伙伴成为好朋友的人请读此书
想和恋人成为好朋友的人请读此书
想和自己成为好朋友的人请读此书
〔日〕中谷彰宏 著



科学出版社
www.sciencep.com

B848.4/313

:4

2008

科龙图解 职场实战手册

循循善问 50 招

〔日〕 中谷彰宏 著
刘冠宏 译

科学出版社

北 京

科龙图解 职场实战手册

吸引顾客 50 招

〔日〕 中谷彰宏 著
刘冠宏 译

科学出版社

北京

图字：01-2007-1758

内 容 简 介

虽然市场上介绍如何沟通的书不少,但本书的角度较为独特,它以如何提问作为切入点,帮助人们提高与人相处和沟通的能力。《循循善问 50 招》列举了许多职场中常见的例子,介绍提问的各种方法,比如面试时如何提问才可以让对方说出的真心话,获得需要的信息。读完此书,能够帮助你保持提问的热情,打动对方的心灵,提高相互沟通和人际交往的能力,和周围的人愉快相处。

图书在版编目(CIP)数据

循循善问 50 招+吸引顾客 50 招/(日)中谷彰宏著;刘冠宏译.
—北京:科学出版社,2008
(科龙图解 职场实战手册)
ISBN 978-7-03-021008-1

I. 循… II. ①中…②刘… III. 人际关系学-通俗读物
IV. C912.1-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 013478 号

责任编辑:王 炜 赵丽艳/责任制作:魏 谨
责任印制:赵德静/封面设计:朱佳音

北京东方科龙图文有限公司 制作
<http://www.okbook.com.cn>

科 学 出 版 社 出版

北京东黄城根北街 16 号
邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

源海印刷有限责任公司 印刷
科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2008 年 4 月第 一 版 开本:A5(890×1240)
2008 年 4 月第一次印刷 印张:4 3/4
印数:1—5 000 字数:76 000

定 价:24.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈新欣〉)

图字：01-2007-1758

内 容 简 介

用小事来感动顾客。《吸引顾客 50 招》记载了服务业成功运营的专业技巧。用药店和美容院等作为例子来介绍在服务业常用的一些具体的小功夫和小技巧,还具体说明了买卖行为的不同、已经拿到手里的商品为何还会被顾客放回架上的原因,以及怎样顺利地顾客的递交试用品的的方法。

图书在版编目(CIP)数据

循循善问 50 招+吸引顾客 50 招/(日)中谷彰宏著;刘冠宏译.
—北京:科学出版社,2008
(科龙图解 职场实战手册)
ISBN 978-7-03-021008-1

I. 循… II. ①中…②刘… III. 人际关系学-通俗读物
IV. C912.1-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 013478 号

责任编辑:王 炜 赵丽艳 / 责任制作:魏 谨
责任印制:赵德静 / 封面设计:来佳音

北京东方科龙图文有限公司 制作
<http://www.okbook.com.cn>

科 学 出 版 社 出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

源海印刷有限责任公司 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2008 年 4 月第 一 版 开本:A5(890×1240)

2008 年 4 月第一次印刷 印张:4 3/4

印数:1—5 000 字数:76 000

定 价:24.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈新欣〉)

本书献给

想和领导、部下、工作伙伴

成为好朋友的人

想和恋人成为好朋友的人

想和自己成为好朋友的人

自问自答乃证成长——中谷彰宏

自問自答
成長する人か
中谷彰光



前言

善言必善问，善问胜善言

善于交流的人往往善问。自顾自地说自己想说的话，不是善问。不明白对方所云，就需要提问请教。本来嘛，大家就不可能都是一个思维模式。

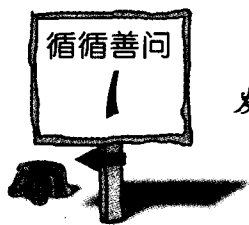
交流的第一基础就是发问，是如何发问，不是如何回答。发问是自己想学习或者想感受对方心情的表示。

有本书专门讨论“讲话技巧”，其实，如何倾听才更重要。如果只是哼哼哈哈地搭话，算不上倾听。善听者必善问。在电视里，节目主持人如果问得巧妙，节目必定气氛热烈。

那么让我们学习如何才能善问吧。

在学校里，我们学的是回答，没有学发问。什么是最佳答案，老师期待的答案是什么，考试应该怎么答，在学校的训练下大家都是回答的高手。大家哪里见过先给出答案，再请你出题的？

发问的能力在于如何提出问题。这对于交流而言十分重要。



发问传递兴趣

本书献给

想成为一流店员的人

想培养一流店员的人

想在恋爱中关心别人的人

积少成多——中谷彰宏

小猿の
積み車
前走
中谷彰実



前言

成功因小事，自己勇承担

我在各种各样的公司研修班上，专门讲了“如何让对方精神振奋”的问题。我的讲座主要是面对那些真正把这些问题当成自己的问题的人。

人们在算卦的时候，想要解决自己现在的问题，所以，听得非常认真。可是一到研修的时候，就有人迷糊。即使有意识想提高销售额、想参加培训，最终也没有效果。

所以，把研修作为自己的人生大事来学习非常重要。

许多年轻人已经发现了自己的问题，也意识到这样下去不行，但是这种意识很快就化为乌有了。

我希望有人接受我的建议而精神焕发，取得成功。

我们谈的不是“今天的销售额实现了吗”、“这个月的指标完成了吗”这种层次的问题。

我们需要你有抓住人生重要机遇的态度。



为别人就是为自己

吸引顾客

50招

目 录

◎ 发问以知人，被问也知人	1
◎ 张嘴问简历，就知没兴趣	2
◎ 发问有技巧，提炼最重要	3
◎ 发问先不问，求答无形间	4
◎ 问题问得蠢，真话真难得	5
◎ 要茶不问名，问名须茶到	6
◎ 人在是非间，问在中间点	7
◎ 别问人理想，说教讨人嫌	9
◎ 问理想没有，问牢骚一筐	10
◎ 发问问心情，理解生共鸣	11
◎ 对方不说话，不去询问他	12
◎ 发问须巧妙，讯问非交流	13
◎ 一对一谈话，不要做记录	14
◎ 说时不记人，问时换别人	15

- ◎ 若提泛泛论，不如问个人 16
- ◎ 交流靠气氛，善问善交流 17
- ◎ 想让人家说，自己得先说 18
- ◎ 遇到好问题，发现新自己 19
- ◎ 答案不预想，没有好问题 20
- ◎ 信任则好问，不信是讯问 21
- ◎ 不问糟不糟，要问好不好 23
- ◎ 问心情一样，问逸闻不同 24
- ◎ 遇到苦恼人，且问无关事 25
- ◎ 行动中采访，不觉吐真情 26
- ◎ 不要归纳力，而要想象力 27
- ◎ 记忆如梦境，叩问始鲜明 28
- ◎ 思考如垂钓，问题是鱼饵 29
- ◎ 发问有节奏，沉默也是问 30
- ◎ 复述对方话，就是深入问 31

- ◎ 好货来自问，好书来自问 32
- ◎ 侦探非主角，问者在推理 33
- ◎ 问题是清风，吹皱人心境 35
- ◎ 无问题意识，无问题产生 36
- ◎ 真正好问题，答案无穷大 37
- ◎ 人人都有爱，动问动真情 38
- ◎ 思考即问答，自己问自己 39
- ◎ 优秀运动员，都是反思人 40
- ◎ 发问不求答，只求反思力 41
- ◎ 具体的问题，才是好问题 42
- ◎ 不做实际事，不发具体问 43
- ◎ 提问时间长，听众才满意 44
- ◎ 没有好准备，没有好问题 45
- ◎ 理解力越低，问问题越高 46
- ◎ 项目有说明，问题助成功 47

循循善问

- ◎ 发问是高手，回答也高手 48
- ◎ 越是难闻事，越要直接问 49
- ◎ 选个好问题，交个好朋友 50
- ◎ 怀疑回答者，不配提问题 51
- ◎ 不问为什么，否则成讯问 52
- ◎ 善问须善意，关心出话题 54
- ◎ 命令受抵触，问题更有效 55
- ◎ 追问后来事，不问咋回事 56
- ◎ 要想组团队，重视老实人 57
- ◎ 问答过五遍，本性自然现 59
- ◎ 大人无问题，不问则老化 60

目 录

◎ 感动因小事，成功积平凡	1
◎ 解难言之隐，受难言人爱	2
◎ 顾客愿意问，店员才成功	3
◎ 卖方有竞争，顾客最受益	4
◎ 强加非人愿，乞求难成功	5
◎ 迎客莫促销，促销顾客逃	6
◎ 约作见面地，始知受欢迎	7
◎ 连锁店有名，分店也有名	8
◎ 顾客能再来，因为服务好	9
◎ 女人比三家，预赛再决赛	10
◎ 买前打别针，不买也无妨	11
◎ 顾客问摆放，着力去改良	12
◎ 关注未买者，才能真成功	13
◎ 一旦商品落，就要多琢磨	14

50招

吸引顾客

- ◎ 顾客愿意买，不愿被迫买 15
- ◎ 记人不记名，记他买什么 16
- ◎ 需开发票者，最先要记住 17
- ◎ 名牌与名店，不如名店员 18
- ◎ 做药店店员，比医生成功 19
- ◎ 闲谈非无用，服务即闲谈 20
- ◎ 广告如新闻，不换闻不新 21
- ◎ 印刷品广告，不如手写版 22
- ◎ 商品新信息，顾客更知道 23
- ◎ 最先入手物，顾客最愿买 24
- ◎ 拿起又放下，顾客有理由 25
- ◎ 架上没有货，心中要有数 26
- ◎ 架上缺货时，顾客做“粉丝” 27
- ◎ 今天不花钱，明天就是客 28
- ◎ 送了试用品，完事未大吉 29