



高等院校“十三五”规划教材



配套精美 PPT课件、教案、习题库及试卷

商务沟通理论与实务

主 编 易露霞 林 霞



南京大学出版社



高等院校“十三五”规划教材

商务沟通理论与实务

主 编 易露霞 林 霞
副主编 尤或聪 谢育玲 潘银坪
参 编 曾银燕

微信扫码查看资源



南京大学出版社

内容简介

本书从商务从业人员的实际工作岗位需要出发,以工作过程为线索,展开商务贸易工作涉及内容,突出实践性,强调应用技能培养,将理论知识融入具体商务贸易活动中,使学习者掌握完成一项商务贸易工作所需要的职业技能。本书内容囊括了商务沟通基础知识、实务和技巧,通过精心组织内容,运用问题导入、相关案例、小知识、沟通活动、技能实训等多种方式,增加理论知识学习的趣味性与可读性,从而全面提升实际工作技能。

本书可以作为高等院校公共基础及经济管理类相关课程的专业教材,也适用于企业管理人员、商务人士及其他对沟通方法和技能感兴趣的人士阅读和参考。

图书在版编目(CIP)数据

商务沟通理论与实务 / 易露霞,林霞主编. — 南京:
南京大学出版社, 2019.3
ISBN 978-7-305-21707-4

I. ①商… II. ①易… ②林… III. ①商业管理—公共
关系学—高等学校—教材 IV. ①F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2019)第 041291 号

出版发行 南京大学出版社
社 址 南京市汉口路 22 号 邮编 210093
出 版 人 金鑫荣
书 名 商务沟通理论与实务
主 编 易露霞 林 霞
责任编辑 戚 敏 武 坦 编辑热线 025-83592315

照 排 南京理工大学资产经营有限公司
印 刷 盐城市华光印刷厂
开 本 787×1092 1/16 印张 22 字数 636 千
版 次 2019 年 3 月第 1 版 2019 年 3 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-305-21707-4

定 价 55.00 元
网 址: <http://www.njupco.com>
官方微博: <http://weibo.com/njupco>
微信服务号: njyuexue
销售咨询热线: (025)83594756

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购
图书销售部门联系调换

前言

现代社会经济生活中沟通无处不在,沟通技能成了现代人必备的技能。随着经济全球化的发展,企业对从事商务贸易工作人员的需求日益增多,涉外贸易活动的增加对商务人士的职业能力提出了更高的要求。商务人士要适应新形势,深入掌握商务沟通能力,提升自己的沟通技能,增强社会适应能力。

商务沟通技巧,一是商务人士必须掌握的种种沟通技巧,以便商业人士成功应对职场中变化无常的沟通困境;二是有效拓展人际关系,商务人士必须用心经营顾客关系,建立良好的人际关系网络,针对不同类型的顾客,采取有效措施来改善人际关系。良好的沟通技巧、健康的人际关系、丰富实用的案例、体贴活泼的语言,都能帮助商务人士驾轻就熟地掌握沟通的秘诀,有助于在竞争激烈的职场中立于不败之地。

商务沟通理论与实务是一门理实一体化的课程,是市场营销、电子商务、国际贸易、工商管理、人力资源等财经管理类专业类的必修课程。

本书在对任务导向教学模式研究的基础上,构建本科院校商务沟通理论与实务课程教学内容,实现学生学习形式的改革,使学生在仿真模拟环境下体验职业岗位,实现学生到职业人的角色转换,培养和提高学生的职业能力和专业技能。解决高等院校教材多以讲授谈判理论知识为主,从而造成该课程与学生就业岗位实际能力需要联系不紧密的现状。

本书共设十二章内容,包含基础理论部分、实务部分、技能部分。在内容的选择上,通过分析企业对商务人员的素质需求,确定作为一名优秀的商务人员必须具备的基本技能,包括良好的口头表达能力、组织管理能力、抗压能力、敬业精神、团队精神等;精通商务贸易活动的基本工作过程及合同的制作,后续的客户管理与解决贸易争端的方法等专业知识。注重理论教学与实践教学相呼应,突出教材的科学性、理论性、实用性、创新性。

本书全面贯彻教育部十六号文件精神,本着“基础理论够用,注重实践能力培养”的原则构建知识体系,旨在打造应用型本科院校实践实用性教材。

(1) 围绕商务贸易活动过程,构建教学体系。

教学体系符合实际工作过程需要,首先介绍商务沟通基础知识,包括商务沟通概述、商务沟通类型与过程、商务沟通战略;其次是实务部分,从模拟学生初入职场、进行面试、职业形象塑造,到开展贸易工作、通过与潜在客户联系寻找客户、客户来访接待客户、形成合作意见并进行洽谈、合同商定与履行、客户关系维护的整个过程;最后介绍商务沟通中的礼仪,跨文化沟通及沟通中的心理学相关沟通技巧。

(2) 理论知识简明扼要,深入浅出。

对涉及的理论知识进行扼要阐述,以够用为原则,突出重点,融入大量的案例,设计各种沟通活动、小知识等,使理论知识深入浅出,便于学生理解和掌握。

(3) 注重课程教学实践性。

知识讲解过程中设计沟通活动,使理论知识融入实践教学,每章章末设有实践技能训练,实践项目设计贴近商务贸易工作实务,同时注重知识性和趣味性,以增加学生参与的积极性,从而提高学生理论知识的运用能力。

(4) 与时俱进,紧贴时代发展需求。

教学内容根据时代发展特征,融入职业人士抗压能力训练、涉外贸易合同、客户关系管理、跨文化沟通等内容。

本教材为广州工商学院“十三五”教材建设经费资助项目,由易露霞和林霞担任主编,尤彧聪、谢育玲、潘银坪担任副主编,曾银燕参编。本书的编写人员及任务分工为:第一、十章由易露霞编写,第二、四、七章由林霞编写,第三、九、十二章由谢育玲编写,第五、十一章由潘银坪编写,第八章由尤彧聪编写,第六章由曾银燕编写,全书由易露霞、林霞统稿。

本书在编写过程中参考、引用了大量文献著作和网络资源,在此特向所有作者表示衷心的感谢。

由于时间仓促,书中难免有疏漏之处,敬请读者批评指正,帮助我们不断改进。

编 者

2019年1月

第一部分 商务沟通基础知识

第一章 商务沟通概述	1
知识目标	1
技能目标	1
本章知识结构	1
1.1 商务沟通的内涵、重要性及作用	1
1.2 商务沟通的原则与实现沟通目标的技巧	8
1.3 商务公司内部有效沟通	12
1.4 商务公司外部有效沟通	20
本章小结	22
思考与技能训练	22
第二章 商务沟通的类型与过程	24
知识目标	24
技能目标	24
本章知识结构	24
2.1 商务沟通的分类	25
2.2 商务沟通过程	36
2.3 沟通障碍	39
2.4 有效沟通	41
本章小结	45
思考与技能训练	46
第三章 商务沟通战略	50
任务目标	50
技能目标	50
本章知识结构	50

3.1 商务沟通战略的内涵	51
3.2 结果—关系战略	55
3.3 价值创造与增长战略	64
本章小结	68
思考与技能训练	68

第二部分 商务沟通实务

第四章 沟通前的准备	71
知识目标	71
技能目标	71
本章知识结构	71
4.1 求职沟通	72
4.2 商务人员必备素质要求	86
4.3 商务人员抗压能力	89
4.4 沟通前的信息准备	95
本章小结	100
思考与技能训练	100
第五章 商务联系	104
知识目标	104
技能目标	104
本章知识结构	104
5.1 当面沟通	105
5.2 电邮沟通	123
5.3 电话沟通	130
5.4 书面沟通	135
本章小结	140
思考与技能训练	140
第六章 商务接待	144
知识目标	144
技能目标	144
本章知识结构	144
6.1 日程安排	145
6.2 陪同参观	152
6.3 商务宴请	158



6.4 馈赠礼仪	169
本章小结	174
思考与技能训练	174

第七章 商务谈判	179
知识目标	179
技能目标	179
本章知识结构	179
7.1 开局阶段	180
7.2 洽谈磋商	188
7.3 僵局化解	203
7.4 促成交易	209
本章小结	215
思考与技能训练	215

第八章 签约与履约	218
知识目标	218
技能目标	218
本章知识结构	218
8.1 签 约	219
8.2 履 约	225
8.3 商务对外贸易合同	231
8.4 索 赔	246
本章小结	252
思考与技能训练	252

第九章 客户关系维护	254
知识目标	254
技能目标	254
本章知识结构	254
9.1 客户满意度测评	255
9.2 客户忠诚培育	267
9.3 客户投诉处理	276
本章小结	281
思考与技能训练	281

第三部分 商务沟通技巧

第十章 商务礼仪	284
知识目标.....	284
技能目标.....	284
本章知识结构.....	284
10.1 仪容、仪表礼仪	285
10.2 商务会面礼仪	295
10.3 商务洽谈礼仪	301
10.4 签约礼仪	302
本章小结.....	304
思考与技能训练.....	305
第十一章 跨文化沟通	308
知识目标.....	308
技能目标.....	308
本章知识结构.....	308
11.1 文化对沟通理解的影响	309
11.2 跨文化沟通的障碍	313
11.3 跨文化沟通的基本原则和技巧	315
11.4 不同文化的沟通风格	317
本章小结.....	325
思考与技能训练.....	325
第十二章 商务沟通心理学	328
知识目标.....	328
技能目标.....	328
本章知识结构.....	328
12.1 商务沟通心理过程	329
12.2 商务沟通心理效应	334
本章小结.....	340
思考与技能训练.....	341
参考文献	343

第一部分 商务沟通基础知识

第一章

商务沟通概述



知识目标

- 1. 掌握商务沟通的基本含义。
- 2. 从实际数据、成功范例、过程分析各个方面认识商务沟通的重要性。
- 3. 全面掌握进行有效商务沟通的技巧。

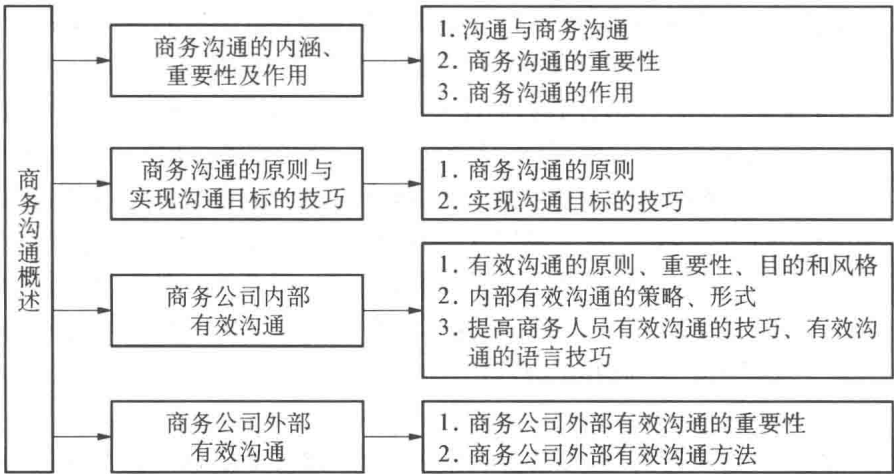


技能目标

- 1. 适应商务沟通手段和方式的不断变化,具备与客户有效沟通的技能。
- 2. 掌握有效聆听技能。



本章知识结构



1.1 商务沟通的内涵、重要性及作用

沟通活动 1-1

每位学生在纸上写下 3~5 句描述自己的句子:“我是……”不要署名。然后将纸叠好,放在中央。再由组

织者任意抽取一张纸,并读出纸上的句子,让大家猜这张纸是谁所写。

目的:通过该活动,接近师生彼此距离,让学生了解和体会沟通的意义。

1.1.1 沟通与商务沟通

1. 沟通的定义

随着市场经济的发展,沟通活动日益频繁。日常生活中,我们每时每刻都在与人沟通,与自己的家人,与自己的朋友,与陌生人;在一个企业里,与自己的下属、同事、上司等进行内部沟通,对外与客户、政府部门等进行外部沟通,可见沟通无处不在。

沟通在经济活动中的作用越来越重要。沟通的成功与否对个人的发展、对企业的生存和发展、对社会经济的发展都起着重要作用。对于个人发展来说,一个沟通能力强的人,能够与他人实现准确、及时的沟通,顺利地建立起良好的人际关系,可以使自己在事业上左右逢源、如虎添翼,最终取得成功。石油大王洛克菲勒说过:“假如人际沟通能力也是同糖或咖啡一样的商品的话,我愿意付出比太阳底下任何东西都珍贵的价格购买这种能力。”对于企业来说,与同事沟通,可以实现信息的共享,可以从他人身上吸取不同的经验和教训;上级关心员工,善于倾听员工的意见和建议,能充分发挥员工工作积极性,提高员工的工作效率和成绩;企业内部部门和部门之间的良好沟通,可以迅速地传递各种信息,增进配合,提高默契,有效地提高工作效率。“经营之神”松下幸之助说过:“企业的活动过去是沟通,现在是沟通,未来还是沟通。”对于社会经济发展来说,人与人之间沟通不畅,容易带来误解,造成社会矛盾,企业组织缺乏有效沟通,会降低工作效率,制约经济活动的开展,最终影响整个社会的经济发展。

1) 沟通的含义

要做好商务沟通,首先就应该了解什么是沟通,以及它的特征。沟通是一个经常使用的词。对于什么是沟通,可以说是众说纷纭。《现代汉语词典》对沟通的定义是使双方能通连。《大英百科全书》中,沟通是指“思想及信息的传递”。在英文中,“沟通”(Communication)这个词来自于拉丁语,其本意是共有、共同的,后来也译作交流、交际、交往、通信、交通、传达等意思。美国学者布农认为沟通是“互相交换信息的行为”。英国学者丹尼斯·奎尔则指出沟通是“将观念或思想由一个人传递给另一个人的过程,或者是一个人自身内的传递,其目的是使接受沟通的人获得思想上的了解”。从上述定义中我们可以看出,关于沟通的定义的共同点在于沟通具有三个要素:首先,沟通离不开信息,信息包括思想、观念等。其次,沟通的对象既可以是个体自身,也可以是人与人之间。再次,沟通的最终目的是信息的传递,实现信息的互通,使沟通双方在思想上获得了解,达成共识或者协议。

2) 沟通的三要素

(1) 沟通信息。沟通中的信息,即要沟通的内容,不仅仅是信息内容本身,更重要的是思想和情感。那么,信息、思想和情感哪一个更容易沟通呢?是信息。例如,今天几点钟起床?现在是几点了?几点钟开会?往前走多少米?这样的信息是非常容易沟通的。而思想和情感是不太容易沟通的。在我们工作的过程中,很多障碍使思想和情感无法得到很好的沟通。事实上我们在沟通过程中,传递更多的是彼此之间的思想,而信息的内容并不是主要的内容。

(2) 沟通对象。沟通的对象,即沟通中的人。参与沟通的人可以是沟通者本人,即自己与自己沟通,我们把它叫作自我沟通。一个好的沟通者首先要了解自己,能够与自我进行对话,认识自我也是与他人进行良好沟通的基本要求。与他人沟通,我们又把它叫作人际沟通。在

我们每个人的生活中,一个重要的技能就是维持和改善人际关系。良好的沟通技巧能让自己与对方产生很好的共情,让自己得到自己想要的信息,增进双方的了解,让双方在心情舒畅中达成共识。

(3) 沟通目的。沟通的目的指的是为什么而进行沟通。沟通与闲聊的区别就在于沟通要有一个明确的目的,这是沟通最重要的前提。在和别人沟通的时候,目的是否达到是沟通是否结束的标志。目的达到了还要形成一定的协议。在实际的沟通过程中,我们常见到大家一起沟通过了,但是最后没有形成一个明确的协议,也就表示没有实现沟通的目的。由于对沟通的内容理解不同,又没有达成协议,最终造成了工作效率的低下,有时候还给沟通双方增添了许多矛盾。

案例 1-1

吃鱼的故事

有一位丈夫和妻子相濡以沫几十年,丈夫最喜欢鱼肚子上的肉,他觉得鱼肚上的鱼肉最鲜美,为了将鱼肉让给妻子,每每做出鱼来,他都抢着把鱼头和鱼尾吃掉,妻子看丈夫这么喜欢吃鱼头鱼尾,每每做出鱼来,就把鱼头鱼尾特意让给丈夫。而其实妻子不喜欢吃鱼肉,丈夫也不喜欢吃鱼头、鱼尾。

几十年过去了,夫妻俩都老了,这天丈夫对妻子说:“我好喜欢吃鱼肚子上的鱼肉!”妻子十分惊奇:“其实我不喜欢吃鱼肉,我好想吃鱼头鱼尾,却吃了一辈子鱼肉!”夫妻俩都哭了。

3) 沟通的特征

(1) 沟通行为的主动性。人的命运是自己选择、自己决定的,你就是你要成为的那个人。人与人之间的智商没有什么差别。建立沟通行为的主动性第一要点:随时随地。

(2) 对象的多样性。君子性非异也,善假于物也。最优秀的人都是善于利用别人的时间、别人的金钱、大家一起去干事业的人。在 21 世纪,我们的财富,我们的成就,我们的事业,都取决于我们跟多少人发生关系,和什么人发生关系,以及发生关系的程度。

(3) 过程的互动性。沟通的效果取决于别人对你的回应,你沟通的品质、沟通的态度取决于你对对方的回应。

(4) 目的的双重性。帮助别人得到他想要的,你就会得到你所想要的。沟通是跟人沟通,做人就是满足别人的需求,那么你就有发现需求、创造需求、满足需求的能力。

2. 商务沟通的内涵

1) 商务沟通的定义

商务,狭义上来说指的是商品的市场交易活动。广义来讲,商务即是指商业上的事务,与经济工作有关的一切事务,如商务公司内部常规工作,也包括推销、洽谈、接待、谈判等专业性强的工作。商务沟通就是企业或个人在商务经营过程中出现的一种信息的传递行为。商务沟通的目的就在于通过与他人沟通交流来影响他人的观点、感受和价值观。广义上的商务沟通不仅仅局限于信息的传播和交换,其核心在于“通”,即理解、说服并采取行动。从这个广义角度讲,商务沟通是指不同个体或组织在商务活动中围绕各种信息所进行的传播、交换、理解和说服工作。有时也把商务沟通称为管理沟通、企业组织沟通。

2) 商务沟通的形式

良好的沟通能力体现在具备良好的听、说、读、写、看的能力。

(1) 听。听是沟通技巧的首要环节,如果你听不到、听不懂,那就说不好、讲不对。俗话说,上帝赐给人两只耳朵一张嘴,就是让人多听少说。有一个小故事是这么说的,曾经有个小

国向中国进贡了三个一模一样的金人，金碧辉煌，把皇帝高兴坏了。可是这个小国不厚道，同时出了一道题目：这三个金人哪个最有价值？皇帝想了许多的办法，请来珠宝匠检查，称重量，看做工，都是一模一样的。怎么办？最后，有一位退位的老大臣拿着三根稻草，插入三个金人的耳朵里。第一个金人，稻草从一边耳朵进去，从另一边耳朵出来了。第二个金人，稻草从耳朵进去后从嘴巴里直接掉出来了。而第三个金人，稻草进去后掉进了肚子里，什么响动也没有。老臣说：第三个金人最有价值！最有价值的人，不一定是最能说的人。善于倾听，才是成功沟通的最基本的要求。在与人沟通的时候，要有50%用来听，25%用来问和引导，25%用来回答问题。这才真正叫听。

保罗说：“沟通首先是商务沟通的艺术。”伏尔泰说：“耳朵是通向心灵的道路。”米内说：“会商务沟通的人到处都受欢迎。”松下幸之助把自己的全部经营秘诀归结为一句话：“首先细心倾听他人的意见。”艾科卡说得更为动情：“作为一名管理者，使我最满足的莫过于看到某个企业内被公认为一般或平庸的人，因为管理者倾听了他遇到的问题而使他发挥了应有的作用。”他说得很直接：“我只盼望能找到一所能够教导人们怎样听别人说话的学院……假如你要能发动人们为你工作，你就一定要好好听别人讲话。”美国著名的“玛丽·凯化妆品公司”创始人玛丽·凯说得更为风趣：“一位优秀的管理人员应当多听少讲。也许这就是上天为何赐予我们两只耳朵、一张嘴巴的缘故吧。”由此可见商务沟通中倾听的重要性。做好商务沟通工作首先应该是做好“商务倾听”。

商务倾听是指在对方讲话的过程中，听者通过视觉和听觉的同时作用，接收和理解对方思想、信息及情感的过程。依据这种见解，在商务倾听过程中，我们不仅要听到对方所说的话语，还要重视不同的重音、声调、音量、停顿等因素。例如，商务沟通过程中，说话人适当的停顿，会给讲话人一种谨慎、仔细的印象；过多的停顿会给人一种急躁不安、缺乏自信或不可靠的感觉。例如，商务沟通过程中说话的音量不同也会让人区分说话者愤怒、吃惊、轻视或怀疑等不同的态度。依据这种理解，视觉接收到的信息也属于倾听的内容。我们诉说的话往往由于不同的说话方式而具有不同的意义。

商务倾听与物理性质的听是两个互相联系而又有区别的概念。听是人体听觉器官对声音的接收和捕捉，听是人对声音的生理反应，是人的本能，带有被动的特征。只要听觉器官是完善的，就能听，也不得不听。商务倾听必须以物理性质的听为基础，但是，商务倾听是一种特殊形态的听。第一，它是人主动参与的听，人必须对声音有所反应，或者详细地说，在这过程中人必须思考、接收、理解，并做出必要的反馈。第二，它必须是有视觉器官参与的听。没有视觉的参与，闭上眼睛的听，只有耳朵的听，不能称为倾听。在倾听的过程中，必须理解别人在语言之外的手势、面部表情，特别是眼神和感情表达方式。

案例 1-2

A公司总经理 Smith 对随时把本公司经济上的问题告诉雇员们的重要性非常了解。她每月向所有雇员发出一封定名为“来自总经理部”的信。她在出现重要情况时还随时召集各部门负责人会议，让他们确实感受到他们是管理部的成员，并参与了重大决策的制定。现在，她看到，由于市场价格不断跌落，公司正进入一个困难时期。她适时召开了各部门负责人会议。在会上她做了全面的讲话。“首先，我们需要积极思想的人、通力合作的人。我们需要使生产最优化，在考虑降低成本时，不能对任何一个方面有所疏忽。为了实现降低成本的应急计划，我在公司外聘请了一个高级的生产经理。我们要做的第二件事是最大限度地提高产品的质

量。质量就是一切,每部机器都必须由本部门的监督员按计划进行定期检验,只有经过监督员盖章批准后,机器才能开始运转,投入生产。在质量问题上,再小的事情也不能忽视。在我的清单上列的值得认真考虑的第三个问题是增强我们推销员的力量。顾客是我们这个企业的生命线,尽管他们有时不对,我们还是要态度和气地、灵活地对待他们。我们的推销员必须学会做生意,使得每一次推销都有成效。公司对推销的报酬办法是非常公正的。最后,我要谈谈相互配合的问题。这对我们来说,比其他任何问题都更加重要。要做到这一点,非齐心不可。领导就是配合,配合就是为同一目标共同努力。你们是管理部门的代表,是领导人,我们的目标你们是知道的。现在让我们一起努力工作,并快速地把我们的这项复杂的事情搞好吧!要记住,我们是一个愉快的“大家庭”。她发表完意见以后,用严厉的目光向在座的人们扫视了一下,似乎是在看是否有人敢讲什么。没有一个人说话,因为他们都知道,发表任何意见都会被她看成持有不同的意见。Smith结束了她的讲话。参加会议的人都站了起来,静立在各自的椅子旁边。Smith收起文件,离开会议室朝她的办公室走去。

与口若悬河的 Smith 相反的表现是著名商务沟通专家 Stone 的一次亲身经历。在一次宴会上,Stone 坐在了一个植物学家的身旁,很专注地听植物学家向他谈论各种各样的有关植物的故事。Stone 几乎没有说话,可是分手的时候那位植物学家却称赞 Stone 是一个最有意思的谈话家。

上述案例中口若悬河的 Smith 和沉默寡言的 Stone 截然相反的故事告诉了我们什么,给予我们什么启示?

(2) 说。说话时,语言表达要准确。沟通中,说是表达,向他人传递信息的一种主要形式,但并不是我们能开口说话就能很好地表达。我们平常与人面对面的谈话是说,打电话是说,发短信、微信也是说,包括我们用文字、绘画、视频与人沟通时也是“说”。怎么样才能学会更好地表达,传送我们的信息,让接收信息的人完整、正确无误地接收我们的信息,并做出我们所期望的反应,这就需要我们掌握怎么说的沟通技巧。有一个故事说的是一个财主过生日,请了自己的朋友来参加,到了吉时,一些朋友还没有来,他一着急就说:“该来的没有来。”已经来了的朋友听了,觉得他说的是自己不该来,于是就走了一些。财主又说:“不该走的又走了。”这时其他没有走的人,也陆续地走了。最后剩下一个跟财主关系比较亲近的朋友,看了这种情况,就对他说:“你这么说话容易得罪人,把人都赶跑了。”主人大叫冤枉,急忙解释说:“我并不是叫他们走啊!”这位朋友听了非常生气,说:“你不是叫他们走,那就是叫我走了。”说完,头也不回地离开了。我们常说“说者无心,听者有意”,说话有说话的技巧,假如说话时没有顾虑到对方的立场,就很容易在无意中伤害到别人,而产生一些不必要的误会。

沟通活动 1-2

为下列句子加上不同的标点,表达不同的意思。

- (1) 无米面也可无鸡鸭也可无鱼肉也可无银钱也可
- (2) 过路人等不得在此小便
- (3) 某家有黄花少女人材十分丑陋全无一双好脚
- (4) 今年好,倒霉少,不得打官司

沟通活动 1-3

几乎所有的人都喝过可乐,而且大家都知道可乐喝了有害身体健康。可乐的酸性很强,据说把小动物的骨头(如鸡骨头),扔到可乐溶液里面去,两天时间重量减轻一半,一个星期的时间会完全溶解掉,倒出来连渣子都没有。而且里面含有大量的磷,磷会带走体内的很多钙剂,所以女性和小孩子,不应该喝可乐,因为她们特别容易缺钙。

请用口头语言展示说服你身边的同学不再饮用可乐。

(3) 读。读即阅读,我们常说要读万卷书,行万里路。通过阅读我们才能增长自己的知识。阅读是现代文明社会人们不可或缺的智能活动,是人们从事学习的最重要的途径和手段之一。商务人员在开展商务贸易活动时,要能读懂像合同之类的文书,同时为了应对不断变化的经济法律、法规、政策等,商务人员需要具备较好的阅读能力。

(4) 写。德鲁克说:“一个基本的技能,就是以书面或口头的形式组织和表达思想,你的成功依赖于你通过口头或书面文字对别人的影响程度,这种将自己的思想表达清楚的能力可能是一个人应拥有的最重要的技能。”作为一名商务人员,我们必须具备较好的写作能力,要能够起草一些协议、合同等相关的经济应用文,同时还要学会运用书面表达的技巧与领导、同事、谈判对象进行沟通。

沟通活动 1-4

(1) 请写一封信给十年后的自己。

(2) 模拟演练:你是一家物业公司的经理,现在,你所管理的小区与你所属的物业公司合同期将满,小区居民对你的物业公司的工作极为不满,想借这次合同期满之际,引入新的物业公司,如果成功,你将面临失业,为了争取到居民的谅解,请你利用良好的沟通来解决居民投诉的问题。投诉问题如下:小区卫生状况差;住户随意圈地违建;住宅出现漏水;物业收费账目不清等。

(5) 看。看,指的是沟通过程中,要学会察言观色。我们在沟通过程中会涉及大量的行为或肢体语言,如两个人正在谈话,如果一方用手摸摸后脖颈,或是抬手看表,动作虽然细小,但却会让另一方感到他已经不想谈下去了,便会起身要走。一位美国教授请中国留学生到他家里聚餐,他发现中国留学生关水龙头、拧瓶盖时用力过大;上下车时,关车门力气很重,由此他推断出当时中国的民用工业不好。这些都是我们能通过看来获得的信息。

3) 商务沟通的目标

目的与目标是有区别的,所谓的目的是指想要达到的结果,可以理解为期望和梦想,而目标更具体地指在特定的时间内所追求的最终成果。在商务贸易活动中,目标要围绕目的而进行。一项商务贸易沟通目标的实现往往体现在协议的签订与合同的履约上。

1.1.2 商务沟通的重要性

1. 商务沟通在人的商务工作中占有很重要的位置

根据统计数据,人们在商务工作中和生活中,平均有 40%~50% 的时间用于商务沟通。事实上,在日常生活中,商务沟通是我们自幼学会的与别人沟通能力的一个组成部分。它能让我们与周围的人保持接触。失去商务沟通能力也就意味着失去与他人共同工作、生活、休闲的可能。在日常工作中,领导者要具备良好的商务沟通能力,一位擅长商务沟通的领导者将通过商务沟通,从同事、下属那里及时获得信息并对其进行思考和评估,以此作为决策的重要参考。有效而准确地获取商务沟通信息,将直接影响管理者的决策水平和管理成效,并由此影响公司的经营业绩。

在当今信息时代,商务沟通更加显示出其重要性。由于科学技术飞速发展,社会化大生产更具有整体性、复杂性、多变性、竞争性。管理者孤身奋战的能力日显弱小。面对纷繁复杂的竞争市场,个人难以做出正确的判断,制定出有效的决策方案。法国作家安德烈·莫洛亚说:

“领导人应善于集思广益,应当懂得运用别人的头脑。”希腊谚语说:“多听少讲有利于统治国家。”唐代贤臣在劝谏唐太宗时一针见血地指出:“兼听则明,偏听则暗。”古今中外,对于商务沟通都是一致肯定,处在信息爆炸的时代,商务沟通更是不可或缺的法宝。

2. 商务沟通是解决商务问题的捷径

许多的案例和经验证明,商务沟通有助于解决商务问题。例如,松下幸之助先生创业之初,公司只有3个人,因为注意征询意见,随时改进产品,确立发展目标,才使松下电器达到今日的规模。玛丽·凯·阿什创业之初,公司只有9个人,也是由于其善于商务沟通,按顾客的需要制作产品,所以企业的效益一直在同行中处于领先地位。

可见,商务沟通是解决商务问题的捷径,这体现在三个方面:

第一,积极的商务沟通可使管理者做出正确决策。尤其对于缺乏经验的管理者,商务沟通可以减少错误。

第二,人们仔细地互听对方的讲话是解决异议和问题的最好办法。这并不意味着他们必须相互同意对方的观点,他们只需表明他们理解对方的观点。

第三,仔细倾听也能为对方解决问题。很多人在生活中都会遇到不需要回答的问题,他们需要的只是一个认真的倾听者,就能帮助其完成艰难的选择,解决难题。

1.1.3 商务沟通的作用

案例 1-3

中国某进出口公司就机械设备进口要与英国的一家公司进行一场贸易谈判,中方主谈人李先生一进入英方负责人的办公室就微笑着说:“在这个城市有你的姓氏的人真不多,下飞机后我查阅资料发现这个城市乃至整个英国都不多,而且彼此之间存在较近的血缘关系,你们家在历史上一定是贵族。”英方负责人听后眼睛一亮,非常热情地向李先生介绍自己姓氏的历史起源和特殊含义,一场外贸谈判愉快地展开了。

在商务沟通过程中,有效沟通能直接激发商务双方的谈话欲,能直接使得说话者感到自己的话有价值,他们会乐意说出更多有用的信息。好的商务沟通者会促使对方更加灵活敏捷,产生更深入的见解。这更深的理解会使双方都受益,这种鼓励也是相互的。在商务贸易活动开展过程中,当别人感觉你在以友好的方式听他讲话时,他们会全部或部分解除戒备心理,并会反过来更有效地听你的讲话,更好地理解你的意思。有效的商务沟通也常常使对方成为认真的商务沟通者。

1. 商务沟通可以改善人际关系

有效的商务沟通通常能改善商务交往过程中人们的关系,这样能给说话者提供说出事实、想法和感情等心里话的机会。商务沟通的时候,你更好地理解他们,而你对他们的讲话感兴趣会使他们感到愉快,这样人际关系会改善。人们大都喜欢发表自己的意见,如果你愿意给他们一个机会,他们立即会觉得你和蔼可亲,值得信赖,这样沟通起来就使你获得友谊和信任。仔细听他人讲话会给你一个线索,了解他们是如何想的,他们认为什么重要,他们为什么说他们现在正在说的话。你并不一定喜欢他们,更不一定会赞成他们,但理解会使双方相处得更好。关键就在于认真倾听是给人留下良好印象的有效方式之一。

2. 商务沟通可发挥获取重要信息的作用

通过商务沟通,我们可了解对方要传达的消息,感受对方的感情,并据此推断对方性格、目

的和诚恳程度。商务沟通可使你能够适时和恰当地提出问题,澄清不明之处,或是启发对方提供更完整的资料。为了解决问题和更有效地做出决策,尽可能多地获取相关信息是十分必要的,有效的商务沟通有助于你得到说话者拥有的全部信息。商务沟通是获取信息的重要方式,报刊文献及资料是了解信息的重要途径,但受时效限制。通过商务沟通,可以得到最新信息,交谈中有很多有价值的信息,有时它们常常是说话人一时的灵感,甚至于他自己都没有意识到,但对听者来说却有启发。这些信息不认真进行商务沟通是抓不住的。所以有人说,一个随时都在认真倾听别人讲话的人,可在闲谈之中成为一个信息的富翁,这可以说是对古语“听君一席话,胜读十年书”的一种新解。

3. 商务沟通可锻炼自身能力和掩盖自身的弱点

通过有效的商务沟通,可减少对方的防卫意识,增加认同感,产生同伴乃至知音的感觉。商务沟通者可以训练以己推人的心态,提高思考力、想象力、客观分析的能力。俗话说,“沉默是金”“言多必失”。沉默可以帮助我们掩盖若干弱点。例如,如果你对别人所谈问题一无所知,或未曾考虑,或考虑不成熟,在沟通过程中沉默就可以掩盖你的无知,掩盖你准备得不充分。

4. 商务沟通可以发挥调动人的积极性的作用

善于商务沟通的人能及时发现他人的长处,并创造条件让其长处得以发挥作用。商务沟通本身也是一种鼓励方式,能提高对方的自信心和自尊心,加深彼此的感情,激发对方的工作热情和负责精神。美国最成功的企业界人士玛丽·凯·阿什是玛丽·凯化妆品公司的创始人,现在她的公司已拥有几十万名职工。但她仍要求管理者记住沟通是最优先的事。而且,每个员工都可以直接向她陈述困难。她也抽出时间来聆听下属的讲述,并做好详细记录。她还非常重视下属的意见和建议,在规定时间内给予答复,由此满足了他们的自尊心和一吐为快的愿望,调动了他们的积极性。

5. 商务沟通可以发挥善言和更有力地说服对方的作用

只有善听才能善言。可以想象,如果在对方发言时你就急于要发表自己观点,根本无心思考对方在说些什么,甚至在对方还没有说完的时候就在心里盘算,如何反驳,交谈是难以合拍的。只有善听才能更好地说服别人,因为你能从他的讲话中发现他的出发点和弱点,是什么让他坚持己见,从而找到说服对方的契机,你与他认真地沟通会让他感到你充分考虑了他的需要和见解,从而增加了他认同的可能性。

1.2 商务沟通的原则与实现沟通目标的技巧

案例 1-4

国内 A 制鞋厂与 B 国 C 公司做成一笔布鞋生意,因 B 国 C 公司预测失误,加上海上运期长,布鞋运到 B 国后错过了销售的黄金季节,大量积压。B 国 C 公司提出退货,按惯例这显然是行不通的,但 A 制鞋厂原则上却同意了。此事一传开,中方有关部门及一些国际上的朋友立即哗然,认为这是自找麻烦。因为那是价值 100 万美元的一笔大生意呀!但国内 A 制鞋厂还是坚持同意。

后来,A 制鞋厂在出口替代的一批货物时,不但保质保量,而且迅速按时发货,使 B 国 C 公司大赚了一