

世纪高教·工商管理经典教材译丛

Mc
Graw
Hill
Education



Peter W. Cardon

【美】彼得·W.卡登 【中】张昊民 著 马君 张恒阳 编译

商务沟通

培养互联世界中的领导者 (第2版·改编版)

Business Communication

Developing Leaders
for a Networked World, 2E

中国智慧
助力网络时代领导力

格致出版社



上海人民出版社

世纪高教·工商管理经典教材译丛



Peter W. Cardon

【美】彼得·W.卡登 【中】张昊民 著 马君 张恒阳 编译

商务沟通

培养互联世界中的领导者

Business Communication

Developing Leaders for a Networked World, 2E

(第2版·改编版)

图书在版编目(CIP)数据

商务沟通:培养互联世界中的领导者:第2版:改编版/(美)彼得·W.卡登,张昊民著;马君,张恒阳编译. —上海:格致出版社;上海人民出版社, 2018.8

(工商管理经典教材译丛)

ISBN 978-7-5432-2821-4

I. ①商… II. ①彼… ②张… ③马… ④张… 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(2017)第 318851 号

责任编辑 郑竹青

装帧设计 人马艺术设计·储平

工商管理经典教材译丛

商务沟通

——培养互联世界中的领导者(第2版·改编版)

[美]彼得·W.卡登 张昊民 著

马 君 张恒阳 编译

出 版 格致出版社

上海人民出版社

(200001 上海福建中路 193 号)

发 行 上海人民出版社发行中心

印 刷 浙江临安曙光印务有限公司

开 本 787×1092 1/16

印 张 36.5

插 页 1

字 数 922,000

版 次 2018 年 8 月第 1 版

印 次 2018 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5432-2821-4/C·185

定 价 98.00 元

这本书献给我生命中的这些人：父亲、乔、史蒂夫、戴维以及约翰。你们分别以商务人士、教师、教练、治疗师和志愿者等不同的角色为社区贡献自己的力量。你们为我树立了爱岗敬业、奉献他人、回馈社会的榜样。谢谢你们！

——彼得·卡登

要的领导者属性。

我认为,作为一本商务沟通教科书,将信誉问题作为第1章,真是令人耳目一新同时也是非常必要的。因为在当今的商业世界中,诚信是至关重要的!

——乔治·盖坦(Jorge Gaytan)博士,北卡罗来纳农工大学

作者很巧妙地将传统的商务沟通内容以一种现代的方法传授给学生,让学生全神贯注,乐在其中。

——朗达·G.亨德森(Ronda G.Henderson)博士,中田纳西州立大学

基于传统的前瞻视野

这本书遵循了近几十年里建立的商务沟通核心原则。但是这本书却超越了传统的文本,因为它包含了随着通信技术的增强而带来的最新的沟通实践,同时它还扩大了对日益重要的商务沟通主题的覆盖面,比如:人际沟通(第2—4章);社交媒体与技术(第7—8章);危机沟通与公关(第17章);口头交流(贯穿全书)。

这是一个很大的优势,因为人际沟通的技巧是几乎每一个工作岗位上都必备的技能,而且是学生所学的商务沟通工具的重要组成部分。基于这一主题的第17章,是这本书一个积极的卖点。

——安妮·芬斯通(Anne Finestone),圣莫尼卡社区学院

技术小贴士

每一章都包含了一页技术贴士,关于如何将最新技术应用到沟通当中。这些贴士鼓励学生尝试新的技术,其中很多技术就算是现在一些技术娴熟的学生都极少使用。这些小贴士为课堂上的互动提供了基础。

重视技术是必不可少的,这篇文章相当广泛地涵盖了所有最新领域。

——泰瑞·冈萨雷斯-克雷斯曼(Terri Gonzales-Kreisman),德尔加多社区学院

商务聚焦

基于商业案例的学习研究方法,可以让学生更好地了解沟通是如何建立专业人士之间的桥梁的。它可以帮助学生来想象他们将如何通过沟通来达成工作目标,并且构建丰富和有效的工作关系。每章以一则短小的商业案例开篇,并且不同于市场上任何其他书籍的是,作者将案例贯穿整个章节并编写进模板文件中,让读者被每个商务信息背后的故事所吸引。它提出了这个学科领域一些具有代表性的商务问题,包括来自金融、运营、营销、人力资源和商务信息系统

的实例。除此之外,作者提到的这些案例所反映的问题在这个领域内是比较知名的,包括一些历时长达5—10年的疑难症结,以及一些有过大量资金投入的项目。

我喜欢作者在每一章节中使用开放的案例来说明关键点,并把读者带回到“问题”或者关注的焦点上的这一手法。

——莉萨·M.奥洛克林(Lisa M.O'Laughlin),三角洲学院

沟通知识问答

每一章都包含了一个研究与本章主题相关联的特定沟通类型的著名商务专家的采访。这些配置文件以一问一答的形式,提供商务专家关于章节内容的最新个人观点。这些访谈可以作为课堂讨论和书面作业的有效载体。

全程参与

这种基于案例的教科书以一种引人注目、基于研究、主动有趣并且具有实践性的方式讲述了一个个有效沟通的故事。书中商务交流的术语在章节之间多次出现,以通俗易懂的方式相互穿插,这种平滑的转换毫无突兀之感。这本书为不同水平的学生(包括基础薄弱的、中等水平的、优秀的)提供了挑战自我的机会以及让自己变得更卓越的空间。每一章都有有效沟通的详细列表和具体范例,同时还为学生考虑到了不同的商务背景情况。

为什么这很重要?

每一章的开头部分都会以令人信服的理由告诉读者,此部分内容对事业上的成功至关重要。前几段是为了吸引学生的兴趣和注意力。

本章小结

本章小结用图形和列表的方式,视觉化地呈现给大家,让学生快速注意到重点章节内容,并且在学生将规则方法应用于口头和书面沟通时,为学生提供了帮助与参考。

随堂练习

每一章都包含了15—25个随堂练习,包括了讨论练习、测评练习和应用练习,来帮助学生在商务交流中培养专业知识。

这样的课堂练习、测评练习、自我评估练习和应用练习为学生的学习过程提供了一个竞争优势,因为他们用多样的方法进行批判性思考。

——迈克尔·肖(Michael Shaw)硕士,蒙大拿州立大学

用图形化的方式对本章做一个总结,我相信它比单个小段落更能有效地让读者获得主要观点。

——苏珊·E.霍尔(Susan E.Hall)博士,西佐治亚大学

精选内容

本教材的内容是围绕传统商务交流的主题,如日常信息、说服性信息、负面信息、报告和演示等进行组织开展的。除了基础知识,它增加了教师们希望并且需要在他们的课程中出现的独特的、现代化的主题。这些独特的内容包括了以下几个方面:

关于信誉的开篇章节

许多老师都意识到诚信是高效和有效沟通的关键因素。这本教科书从一场关于信誉的讨论开始,并将这一话题贯穿整本书。

无可媲美的是——这是我第一次看到一本商科教科书以关于信誉的章节开篇,做得非常棒。

——本尼·J.威尔逊三世(Bennie J. Wilson III),得克萨斯大学圣安东尼奥分校

重点关注了人际沟通

这本书中有三章内容是关于人际沟通的(第2、3、4章),实现了许多商务沟通授课老师想要扩大人际沟通内容覆盖范围和为学生配备职场中有价值的沟通技巧的愿望。这本书还用了一个完整的章节(第4章),而不仅仅是一章中不到10页的内容,来讲跨文化交流。许多商务沟通的教学老师和学生都被商界中这个日益重要的话题所吸引。

这是一个区别传统教材的关键因素:本书真正专注于人际沟通以及人际关系如何在商务世界里扮演重要角色,这是它的明确优势所在。

——梅利莎·汉考克(Melissa Hancock),得克萨斯理工大学

扩大技术覆盖范围

关于未来的通信技术,本书采用了一种更有远见、更可靠的视角。虽然几乎所有的教科书都考虑到社交媒体的使用,但是它们只关注了涉及营销和客户关系的社交媒体活动中很小的一个方面。相比之下,这本书拥有更广泛的关于使用社交媒体的观点,包括了团队沟通以及与外部合作伙伴的沟通。它帮助学生做好充分的准备来适应包含网络通信在内的不断变化的职场沟通,它还满足了学生们提高在线专业形象,并以此建立个人信誉度的需要。

这本书用了整整两章来描述沟通和技巧。其中一章重点分析了根据不同的沟通对象选择不同的沟通渠道的策略。它为学生提供了越来越重要的避免数字过载的能力,同时还提供了使用电子邮件、短信、电话沟通和视频会议的小贴士。另外整整一章都在描述社交媒体。虽然学生们可能大都是“数码族”,但是他们中的大多数并不熟悉如何用社交媒体进行商务沟通。本章帮助学生使用博客、维基、论坛和其他社交工具来达成工作目标。它同时还帮助学生们创建策略来提升他们的职业声誉。此外,每一章中都包含大约一页技术小贴士,来详细解释某一个特定的技术(例如,网络电话、视频会议等)。

由于一本教材永远难以跟上通信技术日新月异的步伐,所以本书重点讨论了沟通技术的原理,来延长一版教科书的周期。因此,与其他商务沟通的教材相比,这本教材对沟通技术的覆盖面更广,更具战略性,更专注于商务沟通(而非营销)。

本文的分析以及应用的技术是非常现代的。

——丹尼尔·麦克罗伯茨(Daniel McRoberts),中北技术学院

关于危机沟通与公关的最后一章

在充斥着社交媒体并且处处要求公开透明的时代,商务专业人士越来越希望了解公共关系的原则,甚至从早期的职业生涯开始,就有这样的诉求。这些技能可谓是职业生涯的增高剂。这一章(其他一些商务沟通书中也存在)就满足了人们的此部分需求。

紧跟时代潮流

本书是《商务沟通:培养互联世界中的领导者》的第2版(改编版),通过提供结果导向的沟通技术、基于案例和前瞻性的文本内容帮助商科学生提升专业信誉,从而更好地适应未来的职场生活。

在一个日益网络化的世界中,学生比以往任何时候都需要更好的人际交往能力;比以往任何时候都需要更好的团队合作技巧;他们需要更好的写作技巧,特别是适应新技术的写作能力;同时,他们还需要更强的演讲技能。本书从以下几个方面来提升商科学生的这些能力:

习惯其他人的沟通方式。第一版讲述了有关情商的内容,这一版增加了新的内容,来帮助学生适应他人沟通的风格和偏好,具体部分如下所示:

- 动机价值观和相关的沟通方式[基于力量部署清单(SDI);学生可以采取的有价值的评估方式];
- 内向型和外向型的沟通偏好;
- 非语言沟通的一般形式与相关意义。

在团队中进行成功有效的沟通。第一版讲述了有关团队沟通的内容,这一版在原来的基础上,提供了更多的内容,具体如下:

- 团队章程和团队评估;
- 虚拟团队协作;
- 团队写作与联合创作。

根据不同的沟通对象,使用不同的沟通方式。这一版本讨论了不同的沟通工具(传统的和现代的),并且讲述了如何运用它们来达成商务沟通的目标。在这个版本中,用了不少的篇幅来描述通信工具,具体如下:

- 博客;
- 短信沟通;
- 电话沟通;
- 视频会议。

撰写有效的商务信息。这一版本继续重点关注了商务沟通中的日常商务信息,有说服力的消息和坏消息等。此版本还扩大了以下几种信息类型的覆盖范围:

- 企业网站和社交媒体平台上的公关信息;
- 用以提升品牌和组织利益的博客专栏;
- 专业技能领域提升个人品牌的私人博客。

强化演示技巧。本版提供了一个关于演示的新案例,重点介绍如何与观众产生联系,并影响他们。

致谢

谢谢所有的评论者以及其他为本书出版提供宝贵建议的商务沟通老师。根据这些评论者的建议,我已经做了许多的改变,并不断更新,以满足当今商科学生的需求。每一位评论者都站在商务沟通最佳实践的前沿。因此,我要再次感谢他们为帮助改善这本教科书所提出的建议和投入的时间。此外,我还要特别感谢 Jennifer Loney 和 Lynda Haas 自始至终的支持。

我要诚挚地感谢许多贡献他们精彩想法的企业领导人、专家、商务沟通的学者与老师,以及我的同事和朋友。我要特别感谢重复审查本书第一个版本的评论者和其他的同事们,感谢他们的努力付出。每一轮的评审,评委们都提供了优秀的、有影响力的反馈来改进和完善本书内容。感谢每一位为本书的发展做出贡献的商务沟通领域的专家!

同时我也要感谢麦格劳-希尔出版社的全体编辑和营销团队,是他们的辛勤付出让这本书的出版变成可能:Kelly Pekelder、Anke Weekes、John Weimeister、Michael Gedatus、Christine Vaughan、Srdj Savanovic、Joni Thompson,以及所有出色的麦格劳-希尔出版社的代表们。他们将本书的内容与设计打造得如此精彩,与这些极有天赋并且技术娴熟的专业人士合作很愉快。当我和麦格劳-希尔签约的时候,我很自豪能与这样一家备受尊敬的出版社合作。和他们一起合作5年后,我内心越发敬重,因为我可以看到他们对出版学习材料的专注、用心,对很多学生的人生产生了实际的影响。

我想感谢我的家人。我的妻子 Natalie 是一位美丽优雅的女士。她和我经历着一段精彩的旅程,她珍爱这本书,并把它作为我们旅程的一部分。我的女儿在很多方面激励鼓舞我。Camilla 用她那发现美的双眼,用她对惊奇事物的感知,以及用她对创造的乐趣给了我很多灵感。Audrey 通过她对幸福的恣意表达、对快乐的感知,以及对人们的博爱给了我很多启示。我也非常幸运能拥有世上最好的父母。他们理解并支持我。我爱他们,也希望能成为像他们一样的人。

最后,我还要感谢几个帮助我,并影响我选对事业方向、获得成功的人。首先,我要感谢我的论文导师 James Calvert Scott 对我的指导与帮助。他为商务沟通的研究与教学奉献了几十年的时光,并且为了我的进步成长无私地投入成千上万个小时。没有他的帮助,我是不可能成为商务沟通协会的一员的。其次,我要感谢南卡罗来纳州大学服务零售及体育管理学院的前院长 Pat Moody,以及南加利福尼亚大学管理沟通中心的前主任 Lucy Lee。这两位女士

是我为之工作过的最能激励人并且最细致入微的领导。她们对我的事业有着持续长远的影响。

彼得·W.卡登

副教授

南加州大学马歇尔商学院

Twitter: @petercardon

Facebook: facebook.com/cardonbcomm

Web: cardonbcom.com

LinkedIn: www.linkedin.com/in/petercardon

给同学们的一封信

亲爱的同学们：

你们也许会好奇为什么要学一门关于商务沟通技巧的课。不管怎么说，你们的一生都处于沟通中。而且你们已经学习了很多商务的基础技能，如会计、财务、运营、营销等。所以，为什么还要学沟通呢？沟通的技巧到底有多重要呢？

根据史上最成功、最知名的投资者沃伦·巴菲特所说，有效的沟通技巧可以使你的终生收入增加 50 万美元，可以使你的赚钱能力提升 50%。这是如何做到的呢？商界有许多多普通的沟通者，很少有非常突出的。正是那些极少数突出的沟通者拥有更多的专业的机会（职业机会）。

沃伦·巴菲特是伯克希尔·哈撒韦(Berkshire Hathaway)公司目前的首席执行官及主要股东，这家上市集团公司旗下拥有很多附属公司，比如 Geico(美国第四大汽车保险公司)、Fruit of the Loom(全球著名的内衣品牌)、The Pampered Chef(厨房用具品牌)、See's Candies(美国西部历史最悠久最著名的糖果和巧克力食品公司)，以及冰雪皇后(Dairy Queen, 全球连锁冰淇淋巨头)。他管理的企业在全球范围内有超过 23 万名员工，有 88 位 CEO 直接向他汇报。

巴菲特卓越的成功可以追溯到 he 年轻时对商业的热情。6 岁的时候，他就开始存钱。还是个小男孩的时候，他就送报纸，在棒球场卖爆米花和花生，并且开始了二手高尔夫球业务和弹球机业务。他定期阅读金融刊物，比如《巴伦周刊》(Barron's)。12 岁的时候，他就上交了人生第一笔个人所得税 7 美元，并且很机智地扣除了与报纸投递相关的开销——他花在自己自行车和手表上的 35 美元。11 岁的时候，他用 120 美元购买了第一支股票。

然而，尽管他有对新兴商业的独特见解，但是他自己承认在社交方面比较欠缺，缺少人际沟通的技巧。他不明白一些非正式谈话的重要性，并且经常得罪他周围的人。当他由于自己糟糕的面试而被哈佛商学院拒收的时候，他的生命开始出现了转折。他知道自己商业知识与经验远远超越了同龄人，但是，他的人际沟通技巧与他在商业中的超群表现严重不匹配。

正如他的女儿后来所说的：“从前，一个略微笨拙的青年叫沃伦·巴菲特，在他 20 岁的时候，站在一群人面前对他们讲话，都能把他吓得半死。后来他发现了戴尔·卡耐基(Dale Carnegie)关于公开演讲的课程，正是这门课程改变了他的一生。他不仅仅增长了在众人面前讲话的勇气和技巧，还学会了结识朋友、激励他人。沃伦把接受卡耐基的教育视为生命的转折点，并且认为这是他有史以来获得的最重要的文凭。”

总之，糟糕的沟通技巧阻碍了巴菲特的早期事业。但是，他把自己的弱点转变成了自己的强项，并且把卓越的沟通技能运用到 he 富有远见的天才投资中。现在，他被广泛赞誉为世上最优秀的商业领导者与管理者之一。

商界的人士关于沟通技巧的需求问题都发表了哪些看法呢?

在一项大型调研中(调查了63个国家的2092家公司的2825位招聘人员),从调查列表上18个具体的商业技能选项中,研究者发现,对于商科学生来说,商务沟通技能是最重要的技能。令人吃惊的是,“学术上的成功”排名第11,“多年经验”排名第13,“以前工作经历中的职位”排名第14。

沿着这些主线,在最近的一项《华尔街日报》调查中,商学院的招聘人员从重要性的角度,为商科毕业生列举了20项技能。“沟通与人际关系技能”排名第一,89%的招聘人员认为这个技能非常重要;像“工作实习经验”“核心课程的内容”这些排名就要低很多。《华尔街日报》的作者得出了以下结论:

这些天,招聘人员的理想目标是那些表现出有希望成为善于表达的领导者

的学生,但这样的[学生]被证明是非常罕见的。在所有招聘人员记录的抱怨中……“沟通技巧”排在列表的第一位……招聘人员表示,他们相信任何一个从商学院毕业的学生都拥有扎实的知识,比如会计、营销、战略和其他商务方面的基本知识。但是,区别在于,最受欢迎的学校和毕业生是那些拥有沟通和领导力等“软技能”的,而这些又恰好是课本中难以教授的。

为什么与工作经验、学术成就以及商务知识相比,沟通技巧显得越来越重要呢?

我可以提供一些解释:(拥有)卓越的沟通技能相对较少,因此更加有价值;从企业的角度来看,沟通技巧比一些操作技能和商业诀窍更难传授;而且对于一些好的商业想法,只有当它们被有效地沟通和表达后才能发挥作用。

雇主们期望商务学生拥有与他们课程相关的功能性、技术性技能。同时,雇主们也知道,如果商务专业的学生缺少这些功能性、技术性的技能和知识,是可以通过培训和日复一日的商业实践来弥补的。相比之下,培训员工来提升他们的沟通技巧将更是一个挑战。

理解沟通技巧的价值不一定能转化为有效沟通,很少有专业人士采取战略和具体措施,来提高他们的沟通表现。从某种程度上,这是因为提升沟通技巧向他们提出了独特的挑战。具体是哪些挑战呢?具有讽刺意味的是,可能你人生的交际经历本身就是一项挑战。最根本的挑战在于你有一些根深蒂固的习惯。一些是有用的,而其他的却不是。无论在哪一种情况下,你的交际习惯都是自然且本能的。吸收更多有效的沟通策略可能就会显得不自然,所以你可能需要更持久和自觉的努力来替代你之前不那么有效的习惯。参加一个商务沟通课程,可为你的这一转变创造条件。

同样,沟通在商界有着独一无二的地位。年轻的专业人士必须要精通商务用语,从而在沟通中可以展现出专业自信的口吻,或者不断调整自己的沟通内容和方式,来适应他们的听众(可能是一个老板、一个同伴、一个客户,或是一个求职者)。他们必须学会正式而又不失友好的态度,特别是从领导或管理的角度来进行沟通时。

许多商务专业的学生拥有的第三大挑战是,在学校里,他们已经从论文的语境和报告写作中学会了一些写作技巧。然而,大多数文章的写作焦点都是聚集在社会问题或者个人兴趣角度。而相比之下,商务写作关注的是企业的需求,以及顾客、客户和同事间的逻辑。它关注的是完成这项工作。同时,有不少的学术论文从抽象的角度讨论事物,但是商业写作一般都是专注于具体的行为和任务,它更具有行为导向性。

这封信的关键信息是什么？

关键信息就是，现在的公司正渐渐地把沟通等其他软技能作为雇用和提拔员工的决定性因素，甚至将其作为高级的商业技能标准。对沟通技能的学习与锻炼将会毫无疑问地帮助你实现你的职业理想。

彼得·W.卡登

副教授

南加州大学马歇尔商学院

目 录

第一篇 认识商务沟通

003	1 建立商务沟通的信誉基础
003	为什么这很重要？
004	后信任时代的信任状况
005	能力在建立信誉中的作用
006	关怀在建立信誉中的作用
007	品格在建立信誉中的作用
012	高度信任、沟通便捷可以推动工作成果
013	如何提高沟通技巧
014	沟通知识问答
015	本章小结

第二篇 人际沟通的原则

023	2 人际沟通与情商
023	为什么这很重要？
025	理解人际沟通的过程
028	情绪绑架
029	自我意识
032	自我管理
033	同理心
045	关系管理
049	技术小贴士
050	保持礼貌
053	沟通知识问答
054	本章小结
061	3 团队沟通和高难度谈话
061	为什么这很重要？
062	高效的团队沟通原则

068	会议管理
074	技术小贴士
075	在虚拟团队工作
077	小组写作
078	管理高难度谈话
083	沟通知识问答
085	本章小结

091	4 跨文化沟通
091	为什么这很重要?
093	培养文化智力
098	理解文化维度
108	技术小贴士
108	建立和维护跨文化的工作关系
111	学习其他文化的礼仪
113	沟通知识问答
113	本章小结



第三篇 商务信息的原则

121	5 创建有效的商务信息
121	为什么这很重要?
123	创建商务信息的过程
124	有效商务信息的 AIM 规划过程
132	技术小贴士
135	设定信息的语调
141	沟通知识问答
142	本章小结
150	6 通过风格和设计提高商务信息的易读性
150	为什么这很重要?
151	用完整性来提高易读性
155	用简洁性来提高易读性
159	用自然风格来提高易读性
162	用导航设计来提高商业信息的易读性
166	技术小贴士
167	审阅信息
169	沟通知识问答
170	本章小结
177	7 商务沟通中的邮件及其他传统工具
177	为什么这很重要?

178	战略性地选择沟通渠道
182	创建有效的电子邮件
192	工作场所中的短信沟通
195	技术小贴士
195	通过电话交流建立人际关系
199	参加和领导小组语音及语音电话
200	沟通知识问答
201	本章小结
206	8 商务沟通中的社交媒体
206	为什么这很重要?
207	社交时代中的职场交流
210	在组织中使用社交媒体进行交流
219	为外部受众撰写博客
224	社交媒体在工作场所中的使用指南
225	网络声誉的维护
227	技术小贴士
230	合乎伦理地使用社交媒体
231	沟通知识问答
232	本章小结



第四篇 商务信息的类型

243	9 日常商务信息
243	为什么这很重要?
245	日常信息的形成
247	提出请求
249	设定期望
250	提供方向指导
252	回复咨询
253	创建通知
255	提出索赔
256	表达感谢
258	致歉
259	技术小贴士
260	表达慰问
260	沟通知识问答
261	本章小结
268	10 说服性信息
268	为什么这很重要?