

能言善辩的人，一席恳谈，可使庸人立志，浪子回头；能说会道的人，一场辩论，可免刀兵之祸，转危为安；口吐莲花的人，可使群情激奋，民心大振。演讲与口才的艺术让你说好想说的话，说好难说的话，提高说话技巧，改变一生命运。

演讲与口才 知识大全集

问道 达夫◎编著



一言之辩，重于九鼎之宝；三寸之舌，强于百万之师
数十篇应用于不同场景、不同主题的优秀范文，完整的演讲训练体系
70个语言理论知识点，200个沟通技巧法则，200个交流应用实例。

演讲与口才知识 大全集

问道 达夫 编著

第三卷

中國華僑出版社

下部 口才

理论篇

第一章 口才的重要性

社交场合，善言者胜

语言作为信息传播的工具，对于我们社交之重要，正如骏马对于骑士的重要。

有了正确的目标，端正的态度，要想取得社交的成功，还要讲究一些方法，良好的方法是达到目标的保证。当然，社交的方法是多种多样的，其中很重要的一点，是取决于一个人的口才。

所谓口才，就是口语表达的才能，即善于用口语准确、贴切、生动地表达自己思想感情的一种能力。随着社会交往逐渐频繁，人们越来越重视“舌头”的功夫了。有的人讲话闪烁着真知灼见，给人以深邃、精辟、睿智、风趣之感，他们理所当然成了社交场上的佼佼者。

凡是善于谈话，并能够利用其美妙的言辞引起他人的注意，使他人倾倒、使他人乐于亲近的人，在社交中，将会受益无穷。

善于谈话的人，不但能使不相识的人见了他产生良好的印象，并且能多识与多交朋友。他能广结人缘，到处受人欢迎；他可以得到最上流的交际，即便他自己的地位也许很低下。

平日的聊天是没有明确目的的即兴式交谈，因此有人认为，聊天不存





在交际方面的东西。但是，聪明的人往往会利用聊天的机会，认识朋友，拉近关系，增进友谊，获得许多新的信息，扩大接触面。

聊天还可以调节心理、愉悦情怀，使你郁闷不堪的心情在聊天中烟消云散；你也可以在聊天中去安慰别人，鼓励朋友，解决矛盾，加深了解。

因此，聊天也是一种交际，其深刻的交际内涵在聪明人眼里是宝藏，在不识货的人眼里是稻草。对于如何利用聊天聊出名堂来，从而达到交际的目的，善于言谈的人有他们自己独到的方式方法。

聊天从本质上说是没有什么目的的，可以海阔天空地瞎扯。但从微观来说，闲聊未必就“闲”，口才好的人能从“闲”聊中聊出感情来，使之达到一定的目的。在这个过程中，他们可以掌握闲聊的方式和话题，把它变作具有目的的语言交流。

会说话的人总是有目的地选择话题。尽管聊天的范围不受限制，但是庸俗低级、格调低下、无意义与价值的话题他们一般都不谈，搬弄是非、贬抑他人的话题更是回避，对方的忌讳和缺点从不提及。

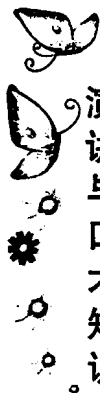
他们从不选择挑战性的话题。因为他们知道挑战性的话题容易引起争论，弄得大家都不欢而散。他们也不会自以为是，以教训的口吻与人说话，不随便炫耀，导致别人的反感。与别人在一起聊天，他们绝不会独占鳌头，而总是使大家都有发言机会。

可见，并不一定是在正式场合才算社交，像聊天这种轻松随意的交流也算作是社交，一个善于言谈的人总是能在这看似平平的聊天中获得很多的人际关系。

社交成功的人往往离不开他的一张社交好嘴，而要说到社交口才，风趣的谈吐不得不提。幽默的语言能帮助我们与他人进行沟通和交往，还能帮助我们处理人际关系问题，顺利渡过困难的处境。

幽默能够帮助我们在社会交往中与人建立一种和谐关系。当我们希望成为能克服障碍、具有乐观态度、赢得别人喜爱和信任的人时，它就能帮助我们达到目标。

在社交场合，当你看穿他人的想法时，不妨神色自若，然后轻松地使用幽默力量。例如，西方著名喜剧女演员卡洛柏妮，有一次坐在某餐厅里用午餐，这时有一位老妇走向她的餐桌，举起手来摸摸卡洛的脸庞。这位老妇的手指滑过她的五官，带着歉意说：“我看不出有多好。”“省省你的祝福吧！”卡洛说，“我看起来也没有多好看。”卡洛这一妙语，打破了双方的



尴尬局面。

如果我们想要在社交生活中给人一个良好的印象，就得运用幽默力量。不论做客或是待客，我们都要尽力以此待人。当我们进入室内，就要把幽默力量反映出来。一个面带怒容或神情抑郁的人，不会比一个面露微笑、看来健康快乐的人更受欢迎。纽约一家著名的时装公司董事长史度兹曾经说过：“客人所能发出的最美妙的声音，就是笑声。”

无论在何时何地，幽默都会帮你打开人与人沟通的大门，假如你要去赴朋友新居乔迁的宴会，主人也许会有点紧张，这时正是你运用幽默力量向他开玩笑，松弛他的心情的大好机会。例如可向主人说：“王小姐邀请我来的时候，告诉我说：‘你只用手肘按门铃就得了。’”我问她，为什么非用手肘去按不可，她说：“你总不至于空手来吧，会吗？”

由于社交原因、政治兴趣、业余爱好，等等，我们的生活中存在着许多社会团体。而这些团体则是社会上的人所聚集的小社会。在这些社会团体中，不论你只是其中的普通一员，或者担任委员、干事、总干事、主席，等等，你都运用幽默力量在其中，而获益匪浅。

总之，从友好的态度发出的幽默，就相当于好的仪态举止，能使我们的社交活动游刃有余，不断成功。

说话风趣，还可以使许多尴尬、难堪的交际场面变得轻松和缓，使人立即消失拘谨或不安，使气氛得到活跃，使谈话者之间关系融洽，沟通人们的思想感情。比如，前美国总统里根就任总统后，第一次访问加拿大期间，他向群众发表演说，正在这时，许多举行反美示威的人群不时地打断这位总统的话语。陪同他的加拿大总理皮埃尔·特鲁多显得很尴尬，里根却面带笑容地对他说：“这种事情在美国时有发生。我想这些人一定是特意从美国来到贵国的。他们使人有一种宾至如归的感觉。”里根幽默、风趣的言谈，使紧皱眉的特鲁多顿时眉开眼笑了。

幽默是人的思想、学识、智慧和灵感在语言运用上的结晶，是瞬间闪现的光彩夺目的火花。幽默初看起来似乎是一种表面的滑稽，形式的逗笑，而实际上它是以严肃的态度，来对待对象、现象和整个世界。它能使听者对你的说话感兴趣。

幽默只是说话艺术中的一个部分。社交中处处都有口才发挥的空间，好口才能使社交得心应手，使你充分展现自己的魅力，从而获得更多的人脉资源。

求职面试，三分人才，七分口才

美国成功学大师戴尔·卡耐基曾说：“当今社会，一个人求职的成功，仅仅有15%取决于技术知识，而其余的85%则取决于口才艺术。”由此可见好口才的重要性。拥有好口才，已经成为现代人谋职成功的必备条件之一。

1860年冬季的一天，整个伦敦被笼罩在纷飞的大雪之中，街头行人稀少。然而，却有一名衣冠不整、神情忧郁的青年徘徊在一家豪宅门口。那是当时英国巨富克尔顿爵士的宅院，据说那座宅院是当时伦敦最华丽的豪宅之一。青年要求晋见克尔顿爵士，说让爵士给他一份工作，已经在那里同门房软磨硬泡了两天，可势利的门房就是不替他通报。在门房的讥嘲恐吓中，青年却丝毫没有离去的意思，而是一边跺着脚祛除寒冷，一边继续等待机会。

第三天的早晨，克尔顿爵士出现了，他要去赴一个约会。青年突然出现在他的面前，诚挚地请求和他谈一谈。克尔顿爵士打量了一下这位陌生的怪客，心里感到有点惊奇，这显然是个饱受穷困折磨的青年，或许是出于好奇，也或许是出于怜悯，沉默片刻，克尔顿爵士微微地点了点头。

克尔顿爵士原本准备最多和青年谈两句话，谁知一讲就是几十句，接着一分钟过去了，一刻钟过去了，他还没有打断青年的谈话。终于在半小时之后，克尔顿爵士宣布取消赴约之行，而用隆重的待客之礼将青年请进自己的豪宅里。在克尔顿爵士的书房里，两人又亲密地交谈了一个下午。等到傍晚时分，克尔顿爵士打电话叫来了替自己执掌生意的几位高级经理，一起为青年举行了一次小型宴会，并当即为他安排了一个重要职务。

自然，那位青年后来也不负克尔顿爵士所望，在进入克氏企业的几年后，他接替克尔顿爵士的重任，坐上了董事长的位子，并且在以后的20多年里，将克氏企业发展成为举世闻名的大财团之一。

那位青年就是英国纺织业的巨头霍格。

一名穷途潦倒的青年，在半天之内，竟然获得如此令人羡慕的发展机遇，他成功的秘诀是什么呢？



不正是他那流利动人的好口才吗？

有两位司机给领导开车，由于单位裁员，必须让一个人离开。于是，两人竞争上岗。第一个司机大概讲了十来分钟，说：“我将来要还能开车，一定把车收拾得干净利索，遵守交通规则，要保证领导的安全，一定要做到省油……”第二个司机没用三分钟就结束了。他说：“我过去遵守了三条原则，现在我还遵守着三条原则，如果今后用我，我还将遵守三条原则：第一，听得，说不得；第二，吃得，喝不得；第三，开得，使不得。我过去这样做，现在这样做，今后还这样做。”

在领导心目中，这个司机说得非常好。为什么呢？“听得，说不得”是指，领导坐在车上研究一些工作，往往在没讲之前都是保密的，司机只能听不能说，说了就是泄密。“吃得，喝不得”意思是，司机要经常陪领导到这儿开会，到那儿参观，最后总得吃饭，但是千万不能喝酒，这叫保护领导的生命安全。而“开得，使不得”就是，只要领导不用的时候，我也绝不为了己利私自开车，公私分明。这样的司机谁会不用呢？这不是会说话的效力吗？相反，不会说话很容易在竞争岗位时被淘汰掉。

在当今社会整体文化水平升高的环境下，才华横溢的人层出不穷，要想为自己谋求一份理想的职业已不是一件容易的事，到处都充满着激烈的竞争和挑战。要想在面试中脱颖而出，需要多种才能和“资本”，而良好的口才，是所有这些才能和资本中最有效的一种。

我国著名高校中山大学就业指导中心曾经就举办过一场“全球 500 强企业——精英学子见面会”热身公开辅导讲座。讲座主要针对从广东及泛珠三角地区万份简历中挑选出来的参加这次见面会的 500 名精英学子，以及部分应届毕业生。来自广州卡耐基素质培训学校两位资深顾问及讲师就“面试口才、形象礼仪”对求职的重要性为大学生作了形象生动的解说。

吴云川说，当众说话时，得体的形象与礼仪是一种自信的表现。说话看似小菜一碟，人人都会，但当众演讲时落落大方、言简意赅，却并非每个人都能办到。在面对各家单位的招聘人员时，有的大学生反应敏捷、措辞准确、侃侃而谈、娴熟地进行自我推销；而有的大学生则对答迟钝、怯于开口。在每一个应聘者都同样优秀的情况下——同样的学历、同样的专业，企业能对比的恐怕只有学子们的形象外表、自信程度以及对应聘企业与主考官的尊重程度了。

中山大学职业发展协会有关人士说明了他们的调查结果，越来越多的

在校大学生也开始有意识地注重通过各种途径努力提高自己的说话水平。广州所有高校几乎都成立了口才协会。他们通过正规的社团组织为每一个有意提高说话能力的学生提供学习和锻炼的平台，并请有丰富演讲经验的教授和校外的当众讲话培训机构为会员上课。这种协会和口才培训班也得到了广大学生的欢迎。

从广州卡耐基学校的学员比例来看，报名参加当众演讲、形象礼仪、心理素质类课程的大学生比例一直在上升，比学校开设初期提高了60%，这说明随着就业形势的日益严峻，越来越多的大学生意识到了口才的重要性。

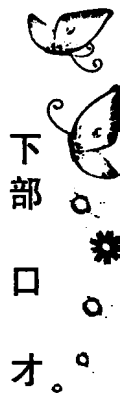
不得不承认，好口才是一种立足社会的能力，一种成就卓越人生的资本。拥有好口才，就能够使你迅速说服他人，赢得考官的重视，获得一个理想的职位，使你的事业开门见喜，一帆风顺。

推销业绩倍增全凭一张嘴

在当今信息化的社会里，一个商品再好，假如不广为宣传，就会在浩瀚的商海里销声匿迹；而在当今泛滥成灾的广告汪洋里，一个做了宣传的商品如果不被销售人员销售给客户进行切实的使用，不久也会被人们遗弃在记忆的角落里，再也不会捡起来重新审视。由此可见，一个商品能够为人们所接受和使用，销售人员起着至关重要的作用。而在日趋激烈的销售战场上，一个销售员如果没有巧舌如簧的口才，是很难拨动客户购买的心弦，从而在残酷的商战中立于不败之地的。交易的成功往往是口才的产物。

美国女作家巴巴拉写过一本书——《一个真正的女人》，主角埃玛出身贫寒而历尽艰辛，最终发迹成为经济舞台上的女强人。埃玛除了有绝对的自信之外，还有一副惊人的口才，这使她不断取得成功。文中写到一个圣诞节的前夕，埃玛正在自己开的小铺子里，这时，一个富人家的管家太太杰克逊进店采购来了。

埃玛迅速地看了一眼采购单，“好，很清楚，杰克逊太太。可是，也许您应该……”埃玛停下来，若有所思地看了一眼女管家，说，“我想是否应该增加一些肉制品。您知道的，孩子们很爱吃，今年假期又特别长。说实话，已经有不少人来订购。到周末是否还有剩余真难说。”





“噢！这我真没想到！那好吧，请把我要的数量增加一些。”这时，她的目光落在进口食品上，“天哪，瞧这么多好东西！”女管家仔细看着土耳其蜜饯盒子和埃玛做的精致的标签：进口专卖，数量有限。

埃玛低着头，假装在看那张单子，对杰克逊太太的惊叫似乎没有听见。实际上她一直在注意这位主顾，暗暗琢磨着她的购货心理。那张标签是她昨晚故意加上去的，而且知道这样更能引起主顾的注意、好奇。

杰克逊太太好像被进口甜食迷住了，终于开口道：“这些食品我都不认识，样子挺喜人的。可对我家主人来说，也许太奇特了。”

“您这么认为吗，杰克逊太太？所以我认为，凡是上层人家都对这类精致食品挺喜欢。”埃玛巧妙地话题一转，“说起来，我还真后悔货订得太少了。这点东西一抢而空。昨天塔楼区的一个厨娘，一下子就让我给她每样留两份。”她抛出诱饵后，故意又加了一句：“当然了，价格是贵了一些。”

杰克逊太太回睥瞪了埃玛一眼，说：“我家女主人从不担心价格贵，给我每样留3份。”

埃玛微微一笑。最近，她学会了利用阔人家厨娘和女管家之间互相攀比的心理，刺激她们的消费，增加了销售。“好极了，杰克逊太太。我立刻给您留出来。您知道，我对您历来乐意尽力效劳的，杰克逊太太。”

女管家有点飘飘然了。“真高兴您对我另眼相待，哈特太太。现在，您再看我的单子是否全了？”

埃玛装作认真思考过的样子：“如果我是您的话，我就再加两听猪肉罐头，3听苹果汁。有备无患。”

杰克逊太太看着埃玛，好像她帮了她多大忙似的。“谢谢，哈特太太。您替我想得真周到，自从您在中心街开店后，我省事多了。好了，我该走了。祝您圣诞节好，宝贝儿。”

“您简直可以把戈壁滩的沙子也卖掉，埃玛，我从没见过谁这么会推销的。好家伙，你把她的订货增加了一倍。”一位顾客即席发表评论说。

“3倍。”埃玛说，并狡黠地笑了笑。

在这儿，埃玛如此自然而然地向顾客推销了比原来预定多得多的货物，使人不能不称道口才在推销过程中举足轻重的作用。

说服的艺术就是通过说情况讲道理，获得对方理解信服的艺术。说服的艺术是一种十分重要的语言艺术，在销售过程中起着非常重要的作用。

虽然仅凭出色的口才和语言天赋还不足以使一名销售人员在销售领域脱颖而出，成为销售界精英式的人物，但是不可否认的是，如果没有这项能力，销售人员想要获取销售的成功，无疑是很困难的一件事。能言善辩是一个合格的销售人员应当具备的优良素质之一。几乎每一个成功的销售人员都有卓越的语言表达能力，他们在介绍产品时用词简洁准确、讲述明了适度、方式入情人理、话语亲切优美，能感染对方，激起客户的购买欲，以达到销售的目的。

有一家公司新生产了一种空调，让两个推销员去推销。一个推销员一天卖了两台，另一个推销员一天卖了30多台。差别在哪里呢？在于是否会说话。

通常，会说话的推销员能比其他人多卖更多的东西！

卖了两台的推销员见到准顾客时会说：“先生您买空调吗？我们这新造的空调可好了，您买吧！”人家说：“我不买。”他便扭身就走。他这样说话一天能卖出几台呢？

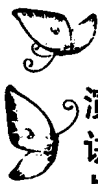
卖了30多台的推销员是这样说的：“先生，您忙不忙？您要是不忙的话，我向您介绍一下我们最新生产的空调。这个空调的整个功能，与过去所有的空调都不一样，它不仅能够杀菌，而且还能过滤空气，能自动定时关闭，能自动调温。这个空调在整个现有的空调当中，质量是最好的，功能也最齐全，而且价钱还比所有的空调都便宜。别人承诺可以保修2年、保修3年，我们则能保修5年。先生您可以试一试，先使用它几天都可以。”听了这样的话，只要确实有需要，又有谁会不买呢？

对于推销员和搞营销的人来说，是否会说话，往往直接决定了其交易的成败。

有的推销员以为自己每到一处，客户就敞开大门，准备好笔墨与他签合同，于是一切万事大吉，就等着坐收利润了；然而，事实却是，推销工作往往是从遭到客户第一次拒绝才开始的。如果一听对方对商品不感兴趣自己扭头便走，那么交易永远不会成功。一位推销大王说：“交易的成功，往往是口才的产物。”这就是说，在对方拒绝之后，就要运用你的口才了。能说服对方，改变对方原来的意图，才是推销员真正的本事。可以说，推销的实质就是说服。鉴于说服的宗旨是要改变对方的意图，所以，高明的推销者可以斗胆说一句：“世界上没有推销不出去的商品。”

原一平说：“我之所以被人称为推销之神，可以归功于我的谈话技巧。





我觉得谈话技巧非常重要。”他认为在约见客户的过程中，设法打开沉闷的局面，创造一个融洽和谐的气氛是十分重要的。只有在这样的气氛下生意才可能成交。而要达到这一点要求，推销员必须注意谈话的技巧，发挥自己幽默、亲切的特点。

原一平曾以“切腹”来逗准客户笑，拉近两人的关系。

有一天，原一平拜访一位准客户。

“你好，我是明治保险公司的原一平。”

对方端详着名片，过了一会儿，才慢条斯理地抬头说：

“几天前曾来过某保险公司的业务员，他还没讲完，我就打发他走了。我是不会投保的，为了不浪费你的时间，我看你还是找其他人吧。”

“真谢谢你的关心，你听完后，如果不满意的话，我当场切腹。无论如何，请你拨点时间给我吧！”原一平一脸正气地说。对方听了忍不住哈哈大笑起来，说：

“你真的要切腹吗？”

“不错，就这样一刀刺下去……”

他边回答，边用手比划着。

“你等着瞧，我非要你切腹不可。”

“来啊，我也害怕切腹，看来我非要用心介绍不可啦。”

讲到这里，原一平故意让表情突然由“正经”变为“鬼脸”，于是，准客户也忍不住和他一起大笑起来。

无论如何，总要想办法逗准客户笑，这样，也可提升自己的工作热情。当两个人同时开怀大笑时，陌生感消失了，成交的机会就会来临。

“你好，我是明治保险公司的原一平。”

“噢，明治保险公司，你们公司的业务员昨天才来过，我最讨厌保险，所以他昨天被我拒绝了。”

“是吗？不过，我总比昨天那位同事英俊潇洒吧？”

“什么，昨天那个业务员比你好看多了。”

“哈哈……”

善于创造拜访的气氛，是优秀的推销员必备的。只有在一个和平欢愉的气氛中，准客户才会好好地听你说保险。而这种气氛完全就靠推销员高

超的谈话技术。

不过，在现实中有不少人对此存在一个认识上的误区，在他们看来，好的语言表达能力就是讲话如长江之水，滔滔不绝，事实上并非如此。判断一名销售人员是否具有好的语言表达能力，要从他所谈论的话语是否具有说服力上来分析。销售的主要目的是说服，说服力的强弱是衡量销售员销售能力强弱的标准之一。有的销售员滔滔不绝，不但不能说服客户，还有可能引起客户的反感。而有的销售员看似木讷、呆板甚至说话结巴，却能一语中的，使客户买得开心。因此，真正的说服是需要技巧和艺术的。

作为一名销售人员，想要客户心甘情愿地从腰包里掏钱购买你的产品，必须掌握说服的技巧和艺术。用出色的口才将自己产品的独特卖点以及其他足以让客户欣赏的优越性展现给客户，让客户对你及你所销售的产品心服口服，这就需要专业销售人员不仅对自己产品的优越性、客户的心态等了如指掌，更要有外交家一般的好口才。

为了拥有外交家般的好口才，很多优秀的销售人员都会有这样几个方面的建议：

1. 广闻博识

他们认为只有懂得多了，脑子里才有内容，才不至于理屈词穷。一个优秀的销售人员不但要对自己的产品了如指掌，在向客户介绍产品时口若悬河，还要了解除此之外的各方面的知识，这样才能在谈判陷入僵局时有其他话题，以缓和紧张局面。因此他们平时对某些话题很注意：

(1) 时事问题。比如哪儿发生战争了，双方打得怎么样了，又打到哪儿了，哪儿有什么绑架案了，绑架的是哪国人，动机又是什么，或者哪儿有地震了，伤亡了多少，等等。

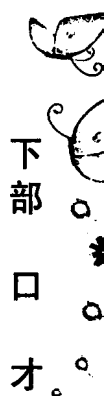
(2) 经济问题。诸如物价是上涨了还是下跌了，在未来一段时间里有什么趋势；哪家公司的房地产趋势看好，信誉也比较高了；股票走向及经济形势，等等。

(3) 娱乐问题。诸如哪家的娱乐场所刚开业，前景是否看好，哪家俱乐部吸纳一些什么成员以及一些有关钓鱼、桥牌、盆景等活动。

(4) 家庭问题。孩子的升学、就业、婚姻等问题。

2. 自觉训练

只做到广闻博识还是达不到拥有一个好口才的目的，常见到有些学富五车的人虽然懂得不少，却整个一个茶壶里煮饺子——肚里有货倒不出。



一个杰出的销售人员还要经常有意识地多说话，说好听的话，说让人开心的话，说让人心悦诚服的话。只有经常自觉训练了，才会在面对客户时，临场发挥得好。

3. 以理服人

懂得多了，会说了，便要做到以理服人，而不是强词夺理。否则，人家虽然说不过你，也只会口服心不服，达不到营销的目的。要做到以理服人，首先要求你自己要明理，要在说服别人前做好充分的准备，搜集与此话题有关的各种材料。

4. 以情感人

对客户说话时，在自己的动作表情中要竭力避免焦躁、着急的不良形象，要显得谦逊、谨慎，宜用谦和协商的语气，要充满情感，让客户感到你不仅仅是向他卖产品，更是为了让他的生活更丰富、更幸福，你可以向客户问些有关他生活的方方面面，问他对产品还有什么意见，有什么想要改进的要求。这不仅仅是为了增进与客户之间情感的互动交流，更可以让你明白客户的内心需求，从而在下一次拜访客户时，可以更好地拿捏分寸，更好地去掌控洽谈的局面，从而做到销售的成功。一个成功的销售人员还会以对自己产品的骄傲与自豪的情感来感染客户对产品产生喜爱之情，进而产生购买欲。

5. 注意维护对方利益

在介绍产品的适用性时，要从维护消费者的利益出发，比如产品价格、质量、特色、良好的售后服务等各方面，来向客户说明这种产品是同类产品中最适合他使用、最能维护他作为消费者的权益的产品。在这个时候，尤其是客户已经在很注意地听你讲述的时候，千万不要只略述一二，而要很详细地按照主次先后将适合于客户的优点耐心细致地向客户一一说明。为了让客户对你的产品产生深刻印象，不妨拿同类产品和自己的作个对比，以将自己产品的优良性能凸显出来。即便自己的产品在某些方面不如其他产品的地方，也不要避而不谈，甚至可以主动向客户说明，然后将各方面特征综合起来加以比较，让客户明白你的产品虽然在某些方面具有一定劣势，但总的来说还是最适合他使用的。

从销售人员对口才的重视态度就可以知道口才的好坏决定着推销业绩的高低，口才就是推销行业的敲门砖、垫脚石。



好口才把你送上没有天花板的职场舞台

美国人类行为科学研究者汤姆士指出：“说话的能力是成名的捷径。它能使人显赫，令人鹤立鸡群。能言善辩的人，往往使人尊敬，受人爱戴，得人拥护。它使一个人的才学充分拓展，熠熠生辉，事半功倍，业绩卓著。”他甚至断言：“发生在成功人物身上的奇迹，一半是由口才创造的。”美国资产阶级革命时期著名政治家、外交家富兰克林也说过：“说话和事业的进步有很大的关系。”无数事实证明，说话水平是事业成功的重要因素之一，口语表达的好坏直接关系到事业的成败。

我们在办公室这个有限的空间中，做得最多的事情就是与人交流，要是能掌握一些谈话技巧，就可以使自己在芸芸众生中脱颖而出，可以得到老板的赏识，同时和同事的相处也会变得融洽。

腰杆子一向颇直的刘罗锅就不仅能力强、有原则，更重要的是沟通起来很机灵，让乾隆皇帝不宠爱他都不行。

有一回宰相刘墉陪乾隆皇帝聊天，乾隆很感慨地说：“唉！时光过得真快，就快成了老人家喽！”

刘墉看看皇帝一脸的感伤，于是说：“皇上您还年轻哩！”

“我今年45岁，属马的，不年轻啦！”乾隆摇摇头，接着看了一眼刘墉问：“你今年多大岁数啦？”

刘墉毕恭毕敬地回答：“回皇上，我今年45岁，是属驴的。”

乾隆听了觉得很奇怪，于是就问：“我45岁属马，你45岁怎么会属驴呢？”

“回皇上，皇上属了马，为臣怎敢也属马呢？只好属驴喽！”刘墉似笑非笑地回答。

“好个伶牙俐齿的刘罗锅！”皇上抚掌大笑，一脸的阴霾尽失。

很多人都有这种经验，在一个公司待上一段时间，就会发现公司里升迁很快的往往不是那些只懂得埋头苦干而一言不发的人，相反，那种技术能力稍差但是说话能力很强的人通常会受到老板的特别优待，有的甚至连升三级。

虽然工作能力是职场上不容忽视的工具，但适当的说话技巧却能让人更有可能在职场里出类拔萃。正因为意识到这一点，越来越多的人开始重点关注谈话技巧的功用，他们有时还总结一些办公室常用句型，不但能帮你化危机为转机，更可以让你成为上司眼中的得力助手。

传递坏消息时的句型：“我们似乎碰到一些状况……”你刚刚才得知，一件非常重要的工作出了问题，此时，你应该以不带情绪起伏的声调，从容不迫地说出本句型。千万别慌慌张张，也别使用“问题”或“麻烦”等字眼，要让上司觉得事情并非无法解决。

上司传唤时的句型：“我马上处理。”冷静、迅速地作出这样的回答，会令上司认为你是有效率、听话的好部属。

表现出团队精神时的句型：“莎拉的主意真不错！”莎拉想出了一个连上司都赞赏的绝妙点子，趁着上司听到的时刻说出本句型。做一个不忌妒同事的部属，会让上司觉得你本性善良、富有团队精神，因而另眼看待。

说服同事帮忙时的句型：“这个工作没有你不行啦！”有件棘手的工作，你无法独立完成，适时使用本句型，让对这方面工作最拿手的同事助你一臂之力。

闪避你不知道的事时的句型：“让我再认真地想一想，3点以前给你答复好吗？”当上司问了你某个与业务有关的问题，而你不知该如何回答时，千万不可说“不知道”，可利用本句型暂时解危，不过事后可得做足功课，按时交出你的答复。

遇性骚扰时的句型：“这句话好像不适合在办公室讲喔！”如果男同事的黄腔令你无法忍受，这句话保证让他们闭嘴。男人有时的确爱开黄腔，但你很难判断他们到底是无心还是有意，这句话可以令无心的人明白，适可而止。

职场中有这样一种说法，“人在职场必备五个‘C’”。所谓的五个“C”是指Communication（沟通）、Confidence（信心）、Competence（能力）、Creation（创造）、Cooperation（合作），而毫无疑问的是Communication（沟通）名列其首。在工作中掌握交流与交谈的技巧是至关重要的。我们不仅仅要确定对方是否了解我们的意图，更重要的是让彼此在同一个观点、同一件事情上，可以取得共识。这其中的沟通，仰赖的就是个人沟通的技巧。因此，如何有效沟通、表达自己的理想与见解是一个很大的学问，是决定我们在职场中是否能够成功的重点。

有的人很会向上司提意见，不仅不会使上司讨厌他，而且提好建议更让上司喜欢他。

在德国某电子公司的一次会议上，公司经理拿出一个他设计的商标征求大家意见。

经理说：“这个商标的主题是旭日，这个旭日很像日本的国旗，日本人民见了一定乐于购买我们的产品。”

营业部主任和广告部主任都极力恭维经理的构想，但年轻的销售部主任说：“我不同意这个商标。”经理听了感到很吃惊，全室的人都瞪大眼睛盯住他。

销售部主任没有同经理争论那个带红圈圈的设计是否雅观，而是说：“我恐怕它太好了。”

经理感到纳闷，脸上却带着笑说：“你的话叫我难以理解，解释来听听。”

“这个设计与日本国旗很相似，日本人喜欢。然而，我们另一个重要市场是中国的人民，他们也会想到这是日本国旗，就不会引起好感，应当不会买我们的产品，这不同本公司要扩展对华贸易营业计划相抵触吗？这显然是顾此失彼了。”

“天啊！你的话高明极了！”经理叫了起来。

面对权威人士提出自己的想法，这位年轻主任不仅有充分的理由，而且还注意了技巧。年轻主任先用一句“我恐怕它太好了”先抚平了经理的不快，使他不失体面。后来他以充分的理由，提出反对经理的意见，经理也就不会感到下不了台了。同时他的真知灼见也引起了经理对他的注意。

聪明人在处理同领导的关系时，能够投其所好，拣领导爱听的话说，又能让领导心里舒服，这就是拍马屁艺术。

《北梦琐事》中说王光远是个急功近利的人，巴结上司，出入达官显贵之家。

如果某某是他巴结奉承的对象，即使这个人的诗写得一般，他也会这么说：“实在了不起！这样的好诗哪怕是李白、杜甫也写不出来。”

对方喝醉酒，无论怎样责骂他，他不仅不会生气，而且还赔笑脸。有一次，上司喝酒喝醉了，拿着鞭子说：“想要打你，怎么样？”

王光远却说：“只要是阁下的鞭子，自当乐意接受。”说着他转过身子，

