



7  
Successful  
Communication

沟通力丛书

# SUCCESSFUL BUSINESS COMMUNICATION



## 职场沟通力

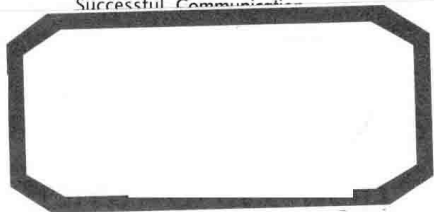
[英] 马丁·曼瑟 (Martin Manser) 著  
张思思 译



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

Successful Communication



# 职场沟通力

[英] 马丁·曼瑟 (Martin Manser) 著  
张思思 译



## 图书在版编目 (CIP) 数据

职场沟通力 / [英] 马丁·曼瑟 (Martin Manser)

著: 张思思译. —杭州: 浙江大学出版社, 2017. 9

书名原文: Teach Yourself In A Week

ISBN 978-7-308-16946-2

I. ①职… II. ①马… ②张… III. ①人际关系学

IV. ①C912.11

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第112257号

SUCCESSFUL BUSINESS COMMUNICATION IN A WEEK

First published in UK 2013 by Hodder Education

Copyright © 2013 Martin H. Manser

The moral rights of the author have been asserted.

Simplified Chinese edition copyright © 2017 by Zhejiang University Press

All rights reserved.



“企鹅”及其相关标识是企鹅图书有限公司已经注册或尚未注册的商标。未经许可, 不得擅用。

封底凡无企鹅防伪标识者均属未经授权之非法版本。

浙江省版权局著作权合同登记图字: 11-2016-293

## 职场沟通力

[英] 马丁·曼瑟 (Martin Manser) 著 张思思 译

责任编辑 卢川

特约编辑 王怡翊 赵轩

责任校对 杨利军 於国娟

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路148号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排版 杭州林智广告有限公司

印刷 杭州钱江彩色印务有限公司

开本 787mm×1092mm 1/32

印张 5.375

字数 68千

版印次 2017年9月第1版 2017年9月第1次印刷

书号 ISBN 978-7-308-16946-2

定价 28.00元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行中心联系方式: 0571-88925591; <http://zjdxcs.tmall.com>

感谢琳达·艾利 (Linda Eley)，  
她对我的手稿进行了仔细的誊写。

*Martin Manser*

## 前言 | Introduction

在我们如今生活的时代，商业沟通的方式不断改变。几年前，我们的沟通方式仅有面对面、打电话、写信等。现在方式增多了，有电子邮件、网站、博客、脸书等。然而，另一个事实就是随着沟通方式的增加，我们的沟通效率却降低了。

你遇到过以下情形吗？

- 工作关系中同事间信任度很低；
- 信息量爆满，让人只见森林不见树木；
- 有些同事满口专业术语，令人困惑；

- 会议流程不清楚；
- 幻灯片演示内容有太多要点，但核心信息模糊。

而且，以上内容可以一直列下去。对工作各层级之间的无效沟通，我们都感同身受。那我们可以做些什么？这本书就是为工作中的我们提供一些积极的指导，使大家能更有效地沟通。你可能无法改变你所在企业或机构的运转方式，但是你可以改变自己工作的方法。

所以，接下来我们将探讨以下内容：

星期日：了解你的目标。你沟通的对象是谁？你的信息点是什么？你期待对方做何反应？

星期一：认真聆听。当同事们讲述自己面临的挑战时，你要认真聆听。你在聆听时，就展现了你对他们的重视。

星期二：写作内容清晰明了。充分思考你想表达什么。把想法组织起来，写封邮件或者报告的草稿，然后再编辑一下。

星期三：更好地组织会议。成功的会议秘诀在于前

期筹备，尤其是举行会议的原因、参会人的确认以及你会议的话题。

星期四：做成功的演讲。充分准备，对你的观众和关键信息进行了解。如果有必要的话，准备一些有用的视觉辅助材料。

星期五：建立更好的工作关系。良好的工作关系是把组织凝聚起来的关键。你如何培养更好的工作关系呢？

星期六：有效参与网络沟通。利用多种社交媒体，搭建并维护网站和社交网络。

一周中的每一天都涉及不同的话题。每部分开头先简要介绍当天的内容；然后讲解重要的内容，包括原理、贴士、案例学习等；每天的内容结尾有总结、多项选择题，以此巩固学习的重点。

本书中我强调的原理是我几十年工作的硕果呈现：包括三十多年的商业经历，尤其是在写作领域的经验，还包括我十多年的商务沟通课程的经验。之前我所主导的活动上，参与者都有良好的反馈。他们说，“你给了我更多自信”“这次活动令人耳目一新”。因此，我希

望读者们能按照书中所讲去体会、去做，那这本书将会是令人焕然一新的课程，为你带来自信，让你成为职场中更有效的沟通者。



# 目录 | Contents

## 星期日

了解你的目标 ..... 1

## 星期一

认真倾听 ..... 25

## 星期二

写作内容清晰 ..... 47

## 星期三

更好地组织会议 ..... 73

## 星期四

做成功的演讲 ..... 93

## 星期五

建立良好的工作关系 ..... 119

## 星期六

有效参与网络沟通 ..... 143

逆境生存法则 ..... 158

小测试答案 ..... 163

# Sunday

星期日



► 了解你的目标

---

**Know  
your  
aims**

---

今天，我们将要探讨：

- 沟通的基本目标：比起毫无目的的漫步，如果我们知道行走的方向，就更可能到达目的地。

- 不同的学习方法：本书的主题之一就是确保大家的沟通不是关注自己，而是关注沟通的对象。如果按照这样的方法，就需要确保我们的表达方式是最适合对方的。

- 你可以采取的多种沟通方法：本书的另外一个主题就是对于职场沟通来说，不仅仅是起草一封邮件然后发送出去那么简单。本章以及后面的内容都会探讨不同的沟通方式。包括星期一和星期五要谈及的“建立更好的工作关系”，星期二要涉猎的“撰写有效的报告和电子邮件”，星期三要谈论的“举办更好的会议”，星期四要探讨的“有力的演示”，星期六要谈论的“搭建网站”。

- 沟通的障碍以及我们如何克服这些障碍。

## 沟通的基础

通常，我做研讨会都是用快速记忆 AIR 法则开始的：

- 听众 (Audience)
- 目的 (Intention)
- 回应 (Response)

### 小贴士

商务沟通不仅仅是起草一封邮件然后点击“发送”那么简单。

### 听众

“听众”指的是你想要沟通的对象。这儿的聚焦点不是你，而是你沟通的对象。这意味着：你问自己的问题不应该过多地关注“我应该说(写)什么”，而是关注“我的听众要听什么”。为了很好地回答

这个问题，你要仔细考量谁是你的听众、他们对你的沟通可能做出什么反馈。

譬如，如果你写一份文件，文件的读者应该会影影响你撰写的方法。你是写给老板看，还是写给对你所在单位提出投诉的人？在这两种情况下，你的表达方法是不同的。

如果是给你的上级发邮件，你仅仅提供他（她）所需的信息就行了：

你好，罗伯特：

《项目管理概述》在 2012 年的销售提升了 10%。  
我们已售出 3000 本，而且上个月又加印了 1000 本。

哈里

因为你的老板要快速获得信息，因此无须赘述。但如果你是在回复一起投诉，你的口吻就要不一样：

亲爱的布朗女士：

最近您对我们餐厅提供的服务不太满意，谢谢您不辞辛劳地写信与我们沟通。您认为我们的服务令人不满，我感到十分抱歉。

我核实了您提供的细节。10月3日，您光顾了格兰彻斯特餐厅，那个接待您的员工是一个临时工，他不熟悉我们公司对所有员工服务质量都有极高要求的政策。

现在我们已经采取了必要的措施，确保此类情况不会再发生。

再次感谢您的来信，请相信我们始终立志为顾客提供高标准的服务。

您诚挚的约翰·达科沃斯

看出来区别了吗？给老板的这封信简短明了，回复投诉的这封信内容有所延展。最根本的是：后者的语气要柔和得多。

所以，你要知道你的对象是谁。当我在准备谈

话时，我总是会假想听众当中有一两个我熟悉的人。我会推测他们如何接收我的讲话内容，他们现阶段的理解能力，以及谈话结束后我希望他们达到的状态。

## 目的

我说的“目的”指的是信息，就是你想要传递的关键内容。在上述例子中，向你老板陈述的关键内容十分简洁；对投诉的回复是要缓解对方的怒气，说你已经调查了此事。

对于如何确定沟通的目的（核心信息），你可能会发现有点儿难度。

可能你自己都不知道沟通的目的。如果真是这样，那你就要认真思考。例如我的个人网站最近瘫痪了，我也没有其他的网站。所以这让我开始想：我的网站建立的目的是什么？我是单纯想让人们了解我、我的服务，然后通过我买书或者进行咨询吗？仔细思考，直到你可以确定精确的核心信息。在星期二那天的内容，我们将对思考、心智导图以及思维导图等重要问题进行深入探讨。



你的信息清晰明白了吗？如果你觉得它不够清晰，那么对于其他人来说它就更不清晰了。在我的一个课程上，我发现一份文件的核心信息是由 67 个字组成的一个句子，而这句话居然在文件结尾处的一个括号里面。

即便你明白自己的核心信息，你可能还是需要  
对背景信息进行一些解释。

### 小贴士

如果你对自己的核心信息都不够清楚，那么对其他人来说它就更难明了了。

### 引入变化

丹顿制造公司雇用了约翰，请他为公司带来改变。公司里有一种文化：“我们一直是这么做的，我们为何需要改变？”公司传统的视野意味着它可能会被更小更新的公司迅速超越。在一个非工作日，约翰把总监和资深员工召集起来。他的第一个任务