

 **Etiquette**

Business

美国职业经理人必读丛书

塑造完美形象 ——商务礼仪

美国职业经理人必读丛书



[美] 安·玛丽·萨芭丝 著

边毅 译

湖南科学技术出版社

Etiquette

美国职业经理人必读丛书

塑造完美形象 ——商务礼仪

美国职业经理人必读丛书

[美] 安·玛丽·萨芭丝 著

边毅 译

湖南科学技术出版社

Business Etiquette; 101 Ways to Conduct Business with Charm & Savvy ©
1998 by Ann Marie Sabath. Original English language edition published by
Career Press, 3 Tice Rd., Franklin Lakes, NJ 07417 USA

Simplified Chinese Edition Copyright:

2001 Hunan Science & Technology Press

All Rights Reserved. Authorized translation from the English language edition published by Career Press.

湖南科学技术出版社获得本书中文简体版中国大陆地区独家出版发行权

著作权登记号: 18-2001-48

版权所有 侵权必究

美国职业经理人必读丛书

塑造完美形象

——商务礼仪

著者: 安·玛丽·萨芭丝

译者: 边毅

责任编辑: 戴涛

出版发行: 湖南科学技术出版社

社址: 长沙市湘雅路280号

<http://www.hnstp.com>

邮购联系: 本社直销科 0731-4375808

印刷: 湖南省新华印刷厂

(印装质量问题请直接与本刊联系)

厂址: 芙蓉北路564号

邮编: 410008

经销: 湖南省新华书店

出版日期: 2001年10月第1版第1次

开本: 787mm × 1092mm 1/32

印张: 6.375

字数: 82000

书号: ISBN 7-5357-3385-9/F·359

定价: 12.00元

(版权所有·翻印必究)

前 言

面对现实吧——生意场上究竟怎样才算举止得体，这可是个人们不敢轻易谈论的话题。工作中不知下一步该如何走往往很令人懊丧。一旦心里没底，我们就无法正常思维，当然也就难以在商务活动中成功地与他人交往了。

跟我们大多数人一样，你肯定对自己在工作场所该如何表现也有许多的疑问，而这些疑问你好像一下子又很难解答：

- “上班不需要穿规定的服装时，我究竟该穿什么样的衣服？”
- “开会时有人态度咄咄逼人，我该如何应对？”
- “给我未来的最重要的客户发电子邮件有些什么绝招？”



· “我要是在国外做生意，我对雇主什么该说，什么不该说？”

这类问题有时搞得人彻夜难眠。我了解这点，因为我天天跟有此类问题的人打交道，他们夜里常为自己在工作中的困惑而辗转反侧，他们也跟你一样，渴望学会怎样潇洒而精明地经商。我的公司叫“逸致股份有限公司 (At Ease, Inc.)”。我通过现场讨论会、录像、印刷品以及一条电话热线，专门为人们提供经商礼仪的服务和培训。我还曾为成千上万的人做过礼仪培训，并与很多公司合作过。这些公司有：富达投资公司、宝洁公司、卡浦双子座美国公司、联合品牌公司、哈飞公司、休太网络股份有限公司、第五大街百货公司、史密斯克林比凯姆公司、BP 美国、沛齐公司、美国 MCI 电信、马里奥特公司以及莱曼兄弟公司等。除此之外，我还给无数的小企业做过礼仪问题的讲座，因为这些问题不仅使大公司的老板们感到头疼，同时也让小企业的老板感到难受。

我是怎样干起这一行的呢？大学毕业后，我一边工作，一边进行一些尝试，我开始观察人们在工作中是如何取得进展的。我发现，那些在竞争中得以捷足先登的人往往懂得怎样给人留下最佳印象和怎样取悦他人。所以大约10年前，我开始用笔把这些现象记录下来，并且最终办起了一



家新公司。我的目的是：帮助公司淘汰不合格的职员，从而为公司增加收入。

猜猜结果怎样？还真行！

本书是写给什么人看的

《塑造完美形象——商务礼仪》这本书是为你写的。无论你是刚刚得到一份办公室工作的新职员，直接在与那些使用你公司产品和服务的人们打交道的业务员，某个体经营户的打工仔，还是专门负责公司的对外联络工作，或是正效力于一家跨国公司，甚至是经营着自己的企业的老板，你都可能跟我的客户一样，碰到过这样一个问题：生意场上我怎样才能保证不说错话或做错事？

事实上，研讨会上就经常有人问我，是不是可以用一句既简单、又适用于任何生意场合的话来回答上述问题。我告诉他：“你或许会感到吃惊，还真有这样一句话的回答呢！”

基本法则

为了帮助你在各种各样的生意场合表现得既潇洒又精明，本书提供了大量实用的建议。但是，在你采纳这些有针对性的建议之前，你也许想多了解一点基本法则，因



为我相信这条法则在任何生意场合对你都永远有用。重复一遍,永远有用!下面我就来回答客户们常问的那个问题,答案只有一句话:

要让与你打交道的人觉得他(她)自己是世界上最最重要的人。

这一点恰恰就是解决商务礼仪问题的万能钥匙。当然,你还得牢记很多其他的技巧才行。但我相信,万变不离其宗,你始终要让其他人觉得自己很重要、引人注目并受到尊敬。这是人之常情:要是谁让我们感到自己是百万富翁,我们就爱花时间与他们呆在一起,甚至常常不顾一切地去帮助他们。

这条法则简单明了,不但容易记,而且令人备感惊奇的是,它的确能让每一个人信心十足地去处理工作中复杂的礼仪和礼节问题。

潇洒而精明地经商就是指对他人进行感情投资,仅此而已。不管你是到机场迎接一位公司要员,还是向一位刚愎自用的下级解释一份你不太熟悉的办公计划,这条原则都都用得上。

潇洒而精明地经商就是指应该努力多向他人学习,而不故步自封。也就是指多肯定和重视对方,学会更好地与人交往;甚至还指你应该与跟你打交道的人交心,并应



切实让他(她)觉得这种交心是值得的。

对他人产生兴趣并关心他人是“举止得体”的关键。根据我的经验,只要能专心致志,在工作中与人打交道时,你就绝不会像很多人那样紧张得不知“现在该干什么”。

本书所提供的 101 种具体方法切实可行,并证明了上述基本法则是正确的。一旦你明白自己所做的事是正确的,而且又懂得如何去做,你就会感到信心倍增,更具活力,并能为迎接工作中的挑战做好更充分的准备。

礼仪方面的紧张不安不过如此!

一条简单而实用的原则

猛地一看,商务礼仪和礼节显得挺吓人,这与“行为举止得体”的复杂性有一定的关系。很多关于礼仪的书籍,商务方面的也好,其他方面的也好,都写得跟厚厚的词典和法律条文一样,密密麻麻,常常把读者弄得晕头转向,直问自己“这么多我怎么才记得住”。

这本《塑造完美形象——商务礼仪》不属于那一类书,它没有连篇累牍、复杂难记的理论和体系,使你无所适从;相反,它将为你提供具体的建议,帮助你解决实际问题。

本书旨在帮助你,使你在经商时表现得比以往更加



自信、更加在行、更加得体和更有成效。我写这本书有个原则，那就是“小事的确关系重大”。事情虽小，但却能让他人感到与众不同。因此，本书将为你提供大量的“小招法”，你可以在工作中运用，它们会逐步帮助你：

- 在商务活动中表现得更加自信和镇定自若，让对方感到无拘无束。
- 碰到犹豫不决的场合，使对方觉得你要是在场就好了。
- 通过谈判争取更多的“双赢”结果。

一句话，本书将帮助你掌握那门不被人们所重视的艺术，即：让人自我感觉良好！

本书的编排

本书根据具体的商务活动范围分为若干章节，每一章都为你提供了实用的解决方法，它们对你的成功至关重要。

第1章教你如何初次与人打交道。要是你也曾在初次与人见面时不知道如何打招呼或介绍，或忘记了对方的姓名，或不知道何时递上自己的名片，你就有必要看看这一章里的建议。

第2章为你提供的全是上班时如何穿着的建议。“商



务休闲”具体指的是什么？如果你公司对上班时的着装没有具体的规定怎么办？对穿着显然不够职业化的下级你又将如何处理？

如果你想让自己的商务沟通显得尽善尽美，发送的传真给人留下好印象，发出的电子邮件能因为理由正当而引起他人的重视，你可以在第3章中得到大量有益的建议。

电话礼仪方面的失误在商务礼仪中最易被人们忽略，它也构成对公司赢利最大的威胁。第4章将教你如何使用这个普普通通的商务沟通工具，让你大大受益。

第5章既可让你了解什么是办公礼仪12戒（条），还可为你提供更多极好的建议，让你与同一办公室的人和睦相处。

第6章将教你如何安排各类会议，排除一切常见的障碍——同时又不得罪下级、同事和上司。

在与某个首席执行官或某个生性就难对付的“老板”打交道时，如果你也曾感到惶恐不安，你就该读一下第7章，你将因此掌握与身居高位的人打交道的秘诀。

外出经商时，你的镇定和自信可能比平时更加重要。第8章将教你怎样在晚会、欢迎会、餐厅以及任何你“势力范围”之外的地方表现得既潇洒又精明。



同事出现个人危机时你该怎么办？当着客户的面需要按时服药怎么办？同时获得几个工作机会时又该怎么办？你在处理此类难题时如果稍有不慎，就会给自己带来灾难。掌握了第9章为你提供的最佳方法，你就可以自如地应付这些较少见但意义却很重大的礼仪和行为问题了。

最后一章——第10章是我的报纸专栏读者向我提出的一些商务礼仪方面的问题，这些问题既普通又有趣，我都一一提出了自己的解决办法。你可以把我的读者在现实生活中碰到的难题跟你自己做个比较。

除了提供101招商务礼仪招法之外，本书还特地增加了一个有用的附录，对国际商务礼仪问题做了概述。如果你正计划去澳大利亚、日本、英国或其他本书所谈到的国家经商，你可以先准备一下，了解了解在国外经商时与人交往应注意的地方。

从哪开始

你该怎样阅读本书呢？有两种方法：一种方法从第一招读起，直到最后一招为止。这样你就得以仔细地阅读，深刻地理解我对书中各种问题的处理方法。另一种方法是当你碰到问题时再查阅本书，从目录中找到与你实际



碰到的情况相对应的章节。这两种方法你采用哪种都行，也可两种同时采用。只要能找到你所需要的资料，就不存在“错误”的方法。本书既便于使用，又容易阅读。

不管你通过何种方式，只要采纳了本书中的观点，我就要向你表示祝贺，因为你选择了通过进一步学习如何潇洒而精明地经商来对你的职业生涯进行投资。现在，你完全能够更加自信和果断地处理你的工作和业务关系。从此，你将逐渐享受到一种轻松和良好的环境给你带来的诸多好处，你的工作效率、收益和工作质量都将得到提高。一旦把本书里的建议付诸于行动，你就将：

- 在被我称之为“个人接触”的竞争中大大受益。
- 更能让你的约会、电话、信函和电子邮件得到他人的肯定。
- 以一种干练在行的姿态出现在生意场上。
- 让其他人乐意与你做生意——因为他们会觉得跟你做生意既容易又愉快！

找我谈！

你想进一步了解定向礼仪培训的情况吗？你是否还有什么本书尚未回答的礼仪问题？如果是，你可以给我发电子邮件，地址是：atease@eos.net。或给我写信，由 At



塑造完美形象——商务礼仪

Ease, Inc., 119 East Court Street, Cincinnati, Ohio 45202

转交。你还可以拨打我们的免费电话：1-800-873-9909。我保证将立即予以答复。

安·玛丽·萨芭丝

致 谢

我谨向以下人员表示感谢：

一位有见识的人——我的出版商：龙·弗赖。

我的父母——马丽和卡米丽·萨芭丝，他们的言传身教使我懂得了职业道德和殷勤好客的重要。

我的姨妈——内尔，是她教会了我“你做什么固然重要，但你如何做更重要”。我的孩子——斯科特和安伯，他们一直是我的“实验品”，装扮成“MAMANNERS”的一代。

我最亲爱的托马斯·拜伦，我一直是通过他向人灌输我的“得体”观。

我的同事——苏孜，她对细节的注重为所有的公司经商作出了表率。

艾霖·伍哲，帮助我排版和编辑。

我的文字代理——布兰登·托洛波夫，使本书



的出版成为现实。

我们所有的用户公司，它们曾经请求我们反复向它们的员工说明潇洒精明经商的重要性。

我主办的《辛辛那提市中区者报》的读者，他们曾向我询问如何解决他们经商中碰到的礼仪困难。

拨打我们商务礼仪热线电话的人们，他们允许我们帮助他们克服“瞬间的犹豫”。

我们合格的毕业生，正是他们按照本书中的“黄金教条”开展商务活动，逐渐成为我们公司的领导人。

关于作者

安·玛丽·萨芭丝是逸致股份有限公司（At Ease Inc.）的创始人。这是一家总部设在辛辛那提州，专门从事商务礼仪项目的公司。在过去8年中，萨芭丝女士曾担任《华盛顿时报》（The Washington Times）、《戴顿日报》（The Dayton Daily）、《辛辛那提咨询者报》（The Cincinnati Enquirer）、《达拉斯时代先驱者》（The Dallas Times）以及《销售与市场管理》杂志（Sales And Marketing Management Magazine）的商务礼仪专栏作者。目前，萨芭丝女士仍然在《沟通简报》（Communication Briefings）和《辛辛那提市中区者报》（The Cincinnati Downtowner）上开设商务礼仪专栏。她写的《商务礼仪概要》（Business Etiquette in Brief）于1993年春在美国各书店发行。1995年春，



她的商务礼仪招法在财经新闻电视网(CNBC)的《今日管理》(Management Today)栏目中播出。她还在美国《今日》(Today)和三角洲航空公司的《天空杂志》(Sky Magazine)上刊登特辑,介绍她所举办的国内和国际礼仪培训项目。她曾作为行为和礼仪专家,两次出现在 O-PRAH 节目里!

迄今为止,萨芭丝女士和她的工作人员已经为 2 万多人就如何利用礼仪获得竞争优势做过培训。她曾与这样一些机构合作过:富达投资公司(Fidelity Investments)、宝洁公司(Procter & Gamble)、卡浦双自座美国公司(Cap Gemini America)、联合品牌公司(United Brands)、哈飞公司(the Huffy Corporation)、休太网络股份有限公司(Showtime Network, Inc.)、第五大街百货公司(Saks Fifth Avenue)、史密斯克林比凯姆公司(SmithKline Beecham)、BP 美国(BP America)、沛齐公司(Paychex)、美国 MCI 电讯(MCI Telecommunications)、马里奥特公司(the Marriott Corporation)以及莱曼兄弟公司(Salomon Brothers)等。