

二十一世纪青年走向成功的“现场口才”

商务经商

➤ SHANG WU JING SHANG KOU CAI
口才就是合作的桥梁，是获取最大利润的工具。商务口才，谈判成功者的法宝；经商口才，打开财富的金钥匙。

郝士钊◎主编

口才

我一生最好的经商锻炼是口才，这是我今天用10亿元也买不来的。——李嘉诚

当代世界出版社



SHANG WU JING SHANG

二十一世纪青年走向成功的“现场口才”

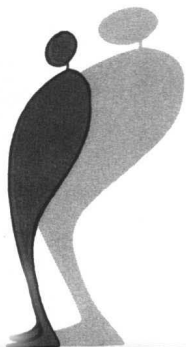
商务经商

➤ SHANG WU JING SHANG KOU CAI
口才 是合作的桥梁，是获取最大利润的工具。商务口才，谈判成功者的法宝；经商口才，打开财富的金钥匙。

赫士钊◎主编

口才

我一生最好的经商锻炼是口才，这是我今天用10亿元也买
不来的。——李嘉诚



SHANG SHANG JING SHANG

图书在版编目(CIP)数据

商务经商口才/郝士钊主编.-北京:当代世界出版社,2006.7
ISBN 7-5090-0098-X

I.商… II.郝… III.商务-口才学 IV.F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 056916 号

书 名: 商务经商口才
出版发行: 当代世界出版社
地 址: 北京市复兴路 4 号(100860)
网 址: <http://www.worldpress.com.cn>
编务电话: (010)83908400
发行电话: (010)83908410(传真)
(010)83908408
(010)83908409
(010)83908423(邮购)
经 销: 新华书店
印 刷: 北京市洛平印刷厂印刷
开 本: 787 毫米×1092 毫米 1/16
印 张: 15
字 数: 250 千字
版 次: 2006 年 7 月第 1 版
印 次: 2006 年 7 月第 1 版
印 数: 1-6000 册
书 号: ISBN 7-5090-0098-X/F·004
定 价: 23.00 元

如发现印装质量问题,请与承印厂联系调换。

版权所有,翻印必究;未经许可,不得转载!

一个希腊穷小伙子，看到一则招聘启事后，跑到雅典的一家银行去求职当保安。

“会写字吗？”人事部主管问道。

“我只会写自己的名字，但我会说话……”应聘者回答。

人事部主管不禁笑了，说：“你能说服我留下你吗？给我滚开！”穷小子没有得到这份工作。不久，他远渡重洋去了美国。

多年后，一位成功的希腊巨商在他位于华尔街的豪华的办公室里举行记者招待会。一位记者听了他丰富而感人的经历后说：“先生，您应该写回忆录。”

“不行啊，”巨商说，“我不会写字。”

记者大吃一惊，“天啊，要是您会写字的话，您一定比现在还要发达！”

希腊商人摇了摇头说：“要是我会写字的话，就会一直给人家看大门了。”

记者们都愣住了，感到莫名其妙。他自己却意味深长地笑了，小声自语道：“我比那银行人事部主

管更清楚自己的能力。知道自己在经商的道路上可以练就一副好口才，去说服博士、专家为我工作；去要求竞争对手让利于我，我可以在谈判桌上左右局势，我可以在商场上呼风唤雨……”

这个故事是说，知识当然重要，但有知识不等于有口才。现实中不少商界成功人士，他们的学历并不高，但他们却精于做生意，是谈判高手和说服对方的能人。例如，在台湾被称为“经营之神”的王永庆先生，只有小学文化。但他勤奋好学，练就了一副好口才，无论是谈生意，还是做员工的思想工作，语不重，字字掷地有声；话不多，句句打动人心。

当今社会越来越开放，人与人之间的交流越来越广泛。尤其在商场上打拼的人，每天接触很多人，要说很多话，往往是“成于说，也败于说”。人与人在交往中建立商务合作关系，拓展信息渠道，获得商机；也在交往中传递自己的信息，如果信息被错误地理解，反馈的信息将不利于自己，或者话说得不中听，伤害了感情，更是不欢而散。传递与接受信息，都离不开语言，而口头表达能力的高低，直接决定商务与经商的结果。

本书从实用性出发，旁征博引商务、经商口才的精彩案例，让读者全面而直观的感受、学习别人的经验，明白口才是怎么一回事，了解其要点，其功效，其运用，其技巧。本书放在您的枕边、案头或者皮包里，将成为您的好伙伴、好老师，它在您走向会场或谈判桌之前为您出招，在您与客户交流中给您暗示，从而提高您的迎战勇气和实战能力。

李嘉诚先生说：“如果你对其他入没有给予足够的关注，那你算不上是个商务沟通的好手；如果你不能表达出自己的意见和想法，不为他人所知晓，那你也算不上一个懂得经商的高手。你想要在商务上挑大梁，施展自己的才能，你就要发挥你的口才；你想要把你的生意做好，财路广而不绝，你就要练就说话的本事。”

本书编者把这段话献给在商海弄潮的所有人。

目 录

CONTENTS

第一章 以一张能说会道的嘴进入市场

小国寡民的封闭型社会，“口讷木言”是一个人优良的品质。但在开放的市场经济时代，商务活动频繁，市场竞争激烈，公司人、生产商、经纪人、公关人员、业务代理人等，靠口才获得信息，捕捉商机，与人交往、谈判。

- ◎把握与客户交谈的语言技巧 (2)
- ◎掌握说话用语的“火候” (4)
- ◎商场上哪些话说不得 (6)
- ◎如何让彼此间越说越投机 (8)
- ◎不要掉进商场语言陷阱 (11)
- ◎如何在迎来送往中恰当致辞 (13)
- ◎运用逆向思维说服对方 (15)

第二章 谈判靠口才，成功靠雄辩

辞不达意是说有些人内心所想与口头表达有出入。而富

于口才的人，能充分表达自己的想法，巧舌如簧，语意或藏或露；口吐莲花，话锋或直或曲。话柄牢牢在手，把握着谈判的主动权。

◎成功谈判“二十计”	(20)
◎选择恰当的提问方式	(34)
◎掌握谈判的答复技巧	(37)
◎谈判的三个阶段、三种对策	(39)
◎向客户表达不同的意见	(42)
◎运用有步骤的妥协策略	(44)
◎运用拖延战术	(46)

第三章 商务沟通的技巧

沟通必须是双向的，任何沟通参与者都不例外，既是传送者也是接收者。沟通应以诚信为基础。言为心声，是真正的心的沟通，合作才会牢靠长久。

◎怎样的沟通才是合适有效的	(52)
◎掌握商务沟通的主动权	(56)
◎怎样沟通最易赢得合作	(58)
◎以客户要求建立个性化沟通渠道	(62)
◎发生矛盾冲突如何沟通	(66)
◎听清对方在说什么	(67)
◎不要把话说死	(70)

第四章 销售产品时如何运用攻心术

“酒香不怕巷子深”是农耕社会的观念，而“把梳子推销给和尚”的寓言揭示的是商品时代的理念。没有开发不了的市场，只有不善于打开的嘴巴。攻心术能把顾客的心说动，不出名的产品照样走俏吃香。

- ◎先把交易网络巧妙搭建起来 (76)
- ◎一定要给对方说话的机会 (79)
- ◎把话说到“点子”上 (81)
- ◎对不同身份的人说不同的话 (83)
- ◎什么时候可以直截了当地说 (86)
- ◎恰到好处地取悦对方 (89)
- ◎怎样做到“内紧外松”坦然应对 (91)
- ◎避免攻心语成为空话 (93)
- ◎帮对方说话以赢得好感 (97)

第五章 如何把难以合作的生意说成

不懂对方心理的人，即使是把生意吹得天花乱坠，也不会让人相信你的话是真实的；不掌握说话时机的人，就是“打开天窗说亮话”，对方也会如坠云雾中，不知道你说的是什么意思。生意难做、难在不知道如何去说生意，学会了说的技巧，生意也就不难做了。

◎交谈中变被动为主动	(102)
◎使不可谈成为可谈	(104)
◎红脸白脸对着唱	(107)
◎把握住最佳的开口时机	(110)
◎不让到手的生意跑掉	(111)
◎不要说让人厌烦的话	(113)
◎不要流露出急于做成生意的意图	(115)
◎处理好异议,生意就做成了	(118)

第六章 如何从谈话中获得有价值的信息

在语言碰撞中,往往对方不在意的一句话,却可能让你产生灵感,感到蕴藏着巨大商机;有意识地去引导谈话的主题,巧埋伏笔,对方可能不经意地传达出重要的信息。最妙的提问是打破对方的心理防线,但也不可被对方的信息混淆了自己的视听。

◎商业信息蕴含在谈话艺术中	(126)
◎成为信息的操纵者	(129)
◎在提问中寻找信息	(131)
◎在应答中获得信息	(134)
◎领会暗含的信息	(137)
◎掌握两种探测技巧	(139)

第七章 如何化解双方的冲突

买卖双方若保持不争执状态，反而显得不正常。武林中“不打不相识”，商场上“不吵不成交”。生意不在仁义在。争，不伤害人格；吵，不侵犯尊严。

- ◎给傲气者“消消气” (142)
- ◎把问题和利益区分开来 (144)
- ◎谈主观不行就谈客观 (146)
- ◎弄清反对意见产生的原因 (148)
- ◎当场摘掉对方心中的疙瘩 (150)
- ◎不要过早下结论 (153)
- ◎得理要让人 (155)

第八章 给人以美好形象的商务礼仪

“语言无味，面目可憎”，这样的人不会有人缘。没有人缘，怎么去赢得合作？怎么会有长久的生意可做？“修心可以补相”。心眼宽，境界高，不势利，不欺骗，对人热情礼貌，真实坦诚。礼仪到位了，市场也就拓展开了。

- ◎把握商务接待礼仪的尺度 (160)
- ◎如何在洽谈中表现良好的风度 (163)
- ◎彰显优雅的谈话姿态 (167)
- ◎掌握说话的“礼数”和“度数” (170)

◎有礼有节的问答	(172)
◎注重发挥信誉的作用	(176)
◎热情要得体,恰如其分	(178)

第九章 如何快捷地使交谈变成交易

交易靠交谈,但交易也往往毁于交谈。话说了十万八千句,没有解决实质性的问题,等于是白说。善于交谈者,时间和精力都是财富;不善于交谈者,时间和精力变得一钱不值。能快捷地达成交易,节省的不仅仅是口舌,更重要的降低了交易成本。

◎怎样的讨价还价不使交易泡汤	(182)
◎与精明的外商谈生意	(184)
◎使交易真正互利双赢	(187)
◎运用投其所好的成交法	(189)
◎运用激将法达成交易	(193)
◎妙语解开成交的疑虑	(196)
◎现场成交莫忘“第三者”	(199)
◎临近成交时守好嘴关	(201)

第十章 运用口才,激励团队中每个人的作用

众口难调,把所有人的心说到一起是不容易的。但有口才的人能够做到。一个团队,一个群体,不一定要众口一词,但必须众志成城。

◎说出大家预想不到的	(206)
◎把握回绝与批评的分寸	(207)
◎有效激励下属的12条策略	(211)
◎把“指正”寓于“请教”中	(215)
◎巧妙运用对比,实现心理操纵	(217)
◎亮出竞争对手	(219)
◎暗示目标可实现	(221)
◎悄悄把目标引向一致	(222)
◎让强硬的口气软下来	(224)

第一章

以一张能说会道的嘴 进入市场

小国寡民的封闭型社会，“口纳木言”是一个人优良的品质。但在开放的市场经济时代，商务活动频繁，市场竞争激烈。公司人、生产商、经纪人、公关人员、业务代理人等，靠口才从中获得信息，捕捉商机，与人交往、谈判。

◎把握与客户交谈的语言技巧

同样一句话在不同的人嘴里出来，味道不一样。善于说的人犹如良箫引来金凤凰；不善于说的，一开口就让财神爷不感兴趣。

商务经商活动，某种意义上说是一种买卖游戏规则下的口才较量，一个人口才好，是难得的竞争条件。

你可以用一种方法来检验自己的经商口才如何。每天结束的时候问一问自己：“今天我卖出了什么点子没有？”如果答案是否定的，那么再问自己：“我试图卖出点东西吗？”如果你的答案再一次是否定的，那你就遇到大问题了。简单的说，如果每天你都不尝试着推销你自己、推销你的口才和你的主意，你根本不可能得到提升。

美国新泽西州一对老夫妇准备卖掉他们的房子。他们委托一位房地产经纪商承销。这家房地产经纪商推销时说：“出售住宅一套，有六个房间，壁炉、车库、浴室一应俱全，交通十分方便。”

可是却没有人愿意买这套房子，房地产商对老夫妇说，他没有办法了。老夫妇又委托了另一个房地产经纪商，这个经纪商向人推销时这样说：“住在这所房子里，会感到非常幸福。只是由于两个卧室不够用，户主才决定搬家。如果您喜欢在春天呼吸湿润新鲜的空气，如果您喜欢夏天庭院里绿树成荫，如果您喜欢在秋天一边欣赏音乐一边透过宽敞的落地窗极目远方，如果您喜欢冬天的傍晚全家人守着温暖的壁炉喝咖啡时的气氛，那么请您购买这所房子。他们也只想把房子卖给这样的人。”很快就有人愿意买下这套房子。这就是有口才与没口才的区别。

成功的商务沟通和谈判都是双方出色运用语言艺术的结果，那么怎样运用语言艺术呢？



第一，针对性强。

在商务谈判中，语言的针对性要强，做到有的放矢。模糊、啰嗦的语言，会使对方疑惑、反感，降低己方的威信，这样的语言成为谈判的障碍。

针对不同的商品、谈判内容、谈判场合、谈判对手，针对性地使用语言。另外，还要充分考虑谈判对手的性格、情绪、习惯、文化以及需求状况的差异。

第二，方式婉转。

与客户谈判时，应当尽量使用委婉语言，这样易于被对方接受。

对于方案，要设法让对方相信这种方案是你与他共同观点基础上产生的。你要赞同对方的观点，这样对方就有被尊重的感觉。他如果反对这个方案，就是反对他自己，因而容易达成一致，谈判获得成功。

第三，灵活应变。

谈判过程中往往会遇到一些意想不到的尴尬事情，要求谈判者具有灵活的语言应变能力，并有应急手段，巧妙地摆脱困境。当遇到对手逼你立即作出选择时，你若是说“让我想一想”，会被认为缺乏主见，从而在心理上处于劣势。此时你可以看看表，然后有礼貌地告诉对方：“真对不起，我必须与一个约定的朋友通电话，请稍等5分钟。”于是，你便很得体地赢得了5分钟的时间。

第四，利用无声语言。

商务谈判中，谈判者通过姿势、手势、眼神、表情等非发音器官来表达的无声语言，往往能发挥重要的作用。在有些特殊环境里，恰到好处的沉默可以取得意想不到的效果。

语言技巧来源于实践中的训练，但是一般说来，具有渊博知识的人才可能有较强的语言表达能力。

在商务活动的不少场合中，同样表达一个意思，往往可以有雅俗不同的多种结果。同样讲一句话，有的显得笨拙生硬，粗俗呆滞；有的显得生动活泼，风趣亲切，令听者拍案叫绝。这往往跟谈判者的知



识涵养有很大关系。

知识面过于狭窄，对所议论的问题缺乏见地，是想开口又无话可说的原因。不少人有这样的感觉，说起自己特别熟悉的问题，很容易打开话匣子。所以，只有用丰富的知识——专业知识、科学知识、历史知识、社会知识、生活知识，包括风土人情、社会习俗等，把自己的头脑充实起来，你在商务活动中才能才智横溢，左右逢源，流畅无阻。

一个人的口才是知识的结晶，这个晶体的大小，取决于你知识量的多少、知识面的宽窄、知识层的深浅、掌握知识的程度和驾驭知识的能力，等等。

谈判中，同一个问题，一个观点，知识丰富的人讲起来有根有据，论述得很充分，比知识欠缺的人说得透彻深刻。这是因为，他掌握了与此问题有关的大量知识，旁征博引，阐述就深刻、自然，谈判也就容易获得成功。

一个从商者，掌握了心理学知识，就可以较准确地分析听者的心理状态，说出得体的话。一个人知识丰富，他就懂得社会因素、心理因素在商务活中所起到的作用，于是在与客户、合作伙伴等交往时，能有意识地把握谈话的技巧。

◎掌握说话用语的“火候”

什么叫胡说？胡说就是逮到什么说什么，而不顾及用语的火候。本来应该用慢火炖，却用大火煮；本应大火煮却用文火煨，结果生意说泡汤了。咬破了自己的舌头，还以为找到一块便宜肉吃。

经商活动，日常事务繁杂，很多时候需要靠口才去应付。例如引进外资、货币信贷、采购推销、招标投标、租赁承包以及商品买卖、经济纠纷等等，口才好坏最后的效果完全不一样。美国有个商务谈判



学会会长尼伦伯格曾说：“只要人们为取得一致而磋商协议，他们就在进行谈判，谈判就需要靠嘴去征服对方。”

在风云变幻的商场上，能发挥卓尔不群的口才，需要丰富的语言，语言是思维的外壳。准确、恰当、流畅、灵活的语言表达依赖于灵敏、快捷、活跃而缜密的思维。说话的方式不同，对方接受的信息、做出的结论也会有很大差异。精明的谈判者往往在措词上十分谨慎，唇枪舌剑之间，控制用语的火候，容不得半点闪失。

例如，当对方阐述某一观点你没能准确理解时，你可以说：“对不起，我没能理解你的意思，你是说……”

你也可以说：“你讲的是什？我不明白。”

前者婉转、客气地将责任归于己方。后者却暗示责任在对方。这两种表达方式的差别很微妙，对方的反应也因此而不一样。所以，在谈判中，用什么火候是十分重要的。

我国某出口公司的一位经理在同某国商人洽谈大米出口交易时，这样说：“诸位先生，我方指定首先由我向各位介绍一下我方对这笔大米交易的看法。我们对这笔出口买卖很感兴趣，我们真诚地希望贵方能以现汇支付。不瞒贵方说，我们已收到了其他几位买主的递盘。因此，现在的问题只是时间，我们希望贵方能认真考虑我方的要求，尽快决定这笔买卖的取舍。当然，我们双方已是老朋友了，彼此有着很愉快的合作经历，希望这次洽谈会进一步加深彼此的友谊，这就是我方的基本想法。”

这段话，措词得当，简明扼要地表明了主要观点、态度，以及达成协议的诚意，可谓火候恰到好处。

在阐述问题时，要论点突出，论据充分，逻辑层次清楚，简明扼要。在解释问题时，可以详细、具体一些，避免使用鲜为人知的行话、术语，尽量通俗易懂，深入浅出。