



高职高专工学结合课程改革规划教材

交通职业教育教学指导委员会
汽车运用与维修专业指导委员会 组织编写



韦 峰 罗 双 ◎主编
吴玉基 ◎主审

客户沟通技巧与投诉处理

汽车运用技术专业用



人民交通出版社
China Communications Press

高职高专工学结合课程改革规划教材

Kehu Goutong Jiqiao yu Tousu Chuli

客户沟通技巧与投诉处理

(汽车运用技术专业用)

交通职业教育教学指导委员会
汽车运用与维修专业指导委员会 组织编写

韦 峰 罗 双 主 编
吴玉基 主 审

人民交通出版社



内 容 提 要

本书是高职高专工学结合课程改革规划教材,是在各高等职业院校积极践行和创新先进职业教育思想和理念,深入推进“校企合作、工学结合”人才培养模式的大背景下,由交通职业教育教学指导委员会汽车运用与维修专业指导委员会根据新的教学标准和课程标准组织编写而成。

本教材以维修服务工作实际为基础,重点培养学生与客户的沟通技巧及投诉的一般性处理方法。内容涵盖了对沟通的认知、语言沟通技巧的运用、非语言沟通技巧的运用、倾听训练、客户投诉心理分析、客户投诉处理技巧的运用、书面沟通技巧、团队与沟通,共8个学习单元。

本书主要供高职高专院校汽车运用技术、汽车检测与维修技术、汽车技术服务与营销专业教学使用。

图书在版编目(CIP)数据

客户沟通技巧与投诉处理 / 韦峰, 罗双主编. — 北京: 人民交通出版社, 2012.5

ISBN 978-7-114-09745-4

I. ①客… II. ①韦… ②罗… III. ①汽车—车辆修理—商业服务—高等职业教育—教材 IV. ①U472

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 071968 号

高职高专工学结合课程改革规划教材

书 名: 客户沟通技巧与投诉处理

著 者: 韦 峰 罗 双

责任编辑: 张 强

出版发行: 人民交通出版社

地 址: (100011) 北京市朝阳区安定门外外馆斜街3号

网 址: <http://www.ccpress.com.cn>

销售电话: (010) 59757969, 59757973

总 经 销: 人民交通出版社发行部

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京交通印务实业公司

开 本: 787×1092 1/16

印 张: 10.25

字 数: 231千

版 次: 2012年5月 第1版

印 次: 2012年5月 第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-114-09745-4

印 数: 0001-3000册

定 价: 24.00元

(有印刷、装订质量问题的图书由本社负责调换)





交通职业教育教学指导委员会 汽车运用与维修专业指导委员会

主任委员：魏庆曜

副主任委员：张尔利 汤定国 马伯夷

委员：王凯明 王晋文 刘 锐 刘振楼

刘越琪 许立新 吴宗保 张京伟

李富仓 杨维和 陈文华 陈贞健

周建平 周柄权 金朝勇 唐 好

屠卫星 崔选盟 黄晓敏 彭运钧

舒 展 韩 梅 解福泉 詹红红

裴志浩 魏俊强 魏荣庆

秘 书：秦兴顺

编审委员会

公共平台组

组 长：魏庆曜
副 组 长：崔选盟 周林福
成 员：王福忠 林 松 李永芳 叶 钢 刘建伟 郭 玲
马林才 黄志杰 边 伟 屠卫星 孙 伟
特邀主审：郭远辉 杨启勇 崔振民 韩建保 李 朋 陈德阳

机电维修专门化组

组 长：汤定国
副 组 长：陈文华 杨 洸
成 员：吕 坚 彭小红 陈 清 杨宏进 刘振楼 王保新
秦兴顺 刘 成 宋保林 张杰飞
特邀主审：卞良勇 黄俊平 蹇小平 张西振 疏祥林 李 全
黄晓敏 周建平

维修服务顾问专门化组

组 长：杨维和
副 组 长：刘 焰 杨宏进
成 员：韦 峰 罗 双 周 勇 钱锦武 陈文钧 刘资媛
金加龙 王彦峰 杨柳青
特邀主审：吴玉基 刘 锐 张 俊 邹小明 熊建国

保险与公估专门化组

组 长：张尔利
副 组 长：阳小良 彭朝晖
成 员：李远军 陈建宏 侯晓民 肖文光 曹云刚 廖 明
荆叶平 彭晓艳
特邀主审：文爱民 任成尧 李富仓 刘 璘 冷元良

为落实《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020年)》精神,深化职业教育教学改革,积极推进课程改革和教材建设,满足职业教育发展的新需求,交通职业教育教学指导委员会汽车运用与维修专业指导委员会按照工学结合一体化课程的开发程序和方法编制完成了《汽车运用技术专业教学标准与课程标准》,在此基础上组织全国交通职业技术学院汽车运用技术专业的骨干教师及相关企业的专业技术人员编写了本套规划教材,供高职高专院校汽车运用技术、汽车检测与维修专业教学使用。

本套教材在启动之初,交通职业教育教学指导委员会汽车运用与维修专业指导委员会又邀请了国内著名职业教育专家赵志群教授为主编人员进行了关于课程开发方法的系统培训。教材初稿完成后,根据课程的特点,分别邀请了企业专家、本科院校的教授和高职院校的教师进行了审阅,之后又专门召开了两次审稿会,对稿件进行了集中审订后才定稿,实现了对稿件的全过程监控和严格把关。

本套教材在编写过程中,主要编写人员认真总结了全国交通职业院校多年来的教学成果,结合了企业职业岗位的客观需求,借鉴了发达国家先进的职业教育理念,本套教材形成了以下特色:

1. 强调“校企合作、工学结合”。汽车运用技术专业建设,从市场调研、职业分析,到教学标准、课程标准开发,再到教材编写的全过程,都是职业院校的教师与相关企业的专业人员一起合作完成的,真正实现了学校和企业的紧密结合。本专业核心课程采用学习领域的课程模式,基于职业典型工作任务进行课程内容选择和组织,体现了工学结合的本质特征——“学习的内容是工作,通过工作实现学习”,突出学生的综合职业能力培养。

2. 强调“课程体系创新,编写模式创新”。按照整体化的职业资格分析方法,通过召开来自企业一线的实践专家研讨会分析得出职业典型工作任务,在专业教师 and 行业专家、教育专家共同努力下进行教学分析和设计,形成了汽车运用技术专业新的课程体系。本套教材的编写,打破了传统教材的章节体例,以具有代表性的工作任务为一个相对完整的学习过程,围绕工作任务聚焦知识和技能,体现行动导向的教学观,提升学生学习的主动性和成就感。

前言



《客户沟通技巧与投诉处理》是本套教材中的一本知识与技能并重型学科教材,具有以下特点:

1. 突出“强化应用、重点培养技能为教学重点”的原则。
2. 体现职业教育的特色,结合实际,引用大量企业案例。
3. 章节遵循学科循序渐进的原则安排,前理论后运用,通过大量实例帮助学生由浅入深地学习。
4. 引入拓展知识,可进行分层教学。

参加本书编写工作的有:云南交通职业技术学院韦峰(编写学习单元1、2)、云南交通职业技术学院贾梦妮(编写学习单元3、5)、湖南交通职业技术学院罗双(编写学习单元4、7、8)、湖南交通职业技术学院曾立红(编写学习单元6),全书由云南交通职业技术学院韦峰、湖南交通职业技术学院罗双担任主编,云南交通职业技术学院贾梦妮担任副主编,北京交通运输职业学院吴玉基担任主审。

限于编者经历和水平,教材内容难以覆盖全国各地的实际情况,希望各教学单位在积极选用和推广本系列教材的同时,注重总结经验,及时提出修改意见和建议,以便再版修订时补充完善。

交通职业教育教学指导委员会
汽车运用与维修专业指导委员会

2011年10月

学习单元 1 对沟通的认知	1
1. 概述	1
2. 沟通过程与沟通模式	4
3. 沟通的种类	7
4. 沟通障碍及有效沟通的原则	8
思考与练习	11
拓展学习	12
学习单元 2 语言沟通技巧的运用	14
1. 概述	14
2. 语言沟通的能力基础	17
3. 语言沟通技巧	19
4. 正确提问的九种技巧	21
5. 电话沟通的常用方法	24
思考与练习	25
拓展学习	25
学习单元 3 非语言沟通技巧的运用	29
1. 概述	29
2. 非语言沟通	30
3. 动作语言	30
4. 面部表情	32
5. 语言声调	33
6. 空间礼仪	34
7. 服饰与仪态	37
思考与练习	44
拓展学习	45
学习单元 4 倾听训练	47
1. 倾听的基本认知	47
2. 倾听的作用	50

目录



3. 倾听的类型	52
4. 倾听的障碍	53
5. 不良的倾听习惯	58
6. 改善倾听的技巧	59
思考与练习	71
拓展学习	72
学习单元5 客户投诉心理分析	74
1. 什么是投诉	74
2. 客户抱怨及投诉的产生原因	74
3. 客户从抱怨到投诉的发展过程	75
4. 客户投诉时的心理特征	75
5. 常见的四种性格类型	77
6. 四种性格的沟通技巧	82
思考与练习	86
拓展学习	89
学习单元6 客户投诉处理技巧的运用	97
1. 处理客户投诉的意义、方式和要诀	97
2. 客户投诉管理	99
3. 处理客户投诉的方法及技巧	100
4. 避免八种错误处理客户抱怨的方式	102
5. 客户投诉处理程序	103
6. 处理客户投诉的类型和对策	105
7. 典型投诉案例分析	107
思考与练习	108
拓展学习	108
学习单元7 书面沟通技巧	111
1. 书面沟通概述	111
2. 写作的一般过程和写作的影响因素	112
3. 企业常用文书	115
4. 书面沟通的多样化——电子沟通	123

目录



思考与练习	126
拓展学习	127
学习单元 8 团队与沟通	133
1. 团队沟通的定义和特点	133
2. 团队的发展阶段	137
3. 团队合作在应对汽车维修服务客户投诉中的意义	138
4. 团队的决策方式	139
5. 共识决策方式的应用	142
6. 打造汽车售后服务团队	144
思考与练习	149
拓展学习	149
参考文献	153

学习单元1 对沟通的认知



学习目标

1. 明确沟通的内涵;
2. 描述沟通的基本过程与模式;
3. 叙述沟通的类型及特点;
4. 描述有效沟通的原则;
5. 描述沟通中的障碍。



学习时间

4 学时。

1. 概述

每天,我们都在和周围的人交往,相互之间通过沟通达成了彼此间的信赖,使得人与人的友情、亲情、爱情得到了巩固和升华,因此,沟通在我们的生活和工作中非常重要。而在汽车维修服务中,我们每天都要面对用户的疑问、求助、抱怨、甚至投诉。作为提供维修服务的一员,不但要将车辆的故障排除,同时也要处理好和客户的关系,正所谓维修于车,服务于人。那么,如何在优质、高效地维修车辆的同时也提供贴心的服务,使用户的问题、抱怨得到有效解决呢?有效的沟通就是前提!

对于沟通,相信每个人都不会陌生,也许你会认为:“沟通不是太难的事,我们不是每天都在进行沟通吗?”“我告诉他了,所以我已和他沟通了。”“我告诉他们了,但是他们没有搞清楚我的意思。”“只有当我想要沟通的时候,才会有沟通。”

以上事实可能是很多人对沟通的认识。然而,沟通的含义却不能用以上事实来说明。其实沟通并不是一个永远有效的过程,只有有效的沟通,才能对人与人之间的交流与互动产生积极的影响。在现实生活中,由于无效的沟通而导致的抱怨与投诉屡见不鲜。例如,客户才购买了半个月的新车出现了行李舱部位异响的问题,客户到了维修站,见到服务代表:



“你好！我的车有异响，帮我看一下是什么问题。”

“哪里异响！”

“就在行李舱部位。”

“那一定是你自己放的行李在响。”

“可是我没有放任何东西啊。”

“不可能！没有东西怎么会响！”

“噢！你这是什么态度啊？”

“我这里很忙！你上别处看看去吧！”

要保证沟通的有效性，首先要对沟通具有清晰的认识，这样才会体察出自身在沟通能力方面存在的缺陷，避免和减少无效的沟通，增进人与人之间的情感交流，推进客户问题的解决。这就需要我们首先了解沟通的含义、作用和意义。

1.1 沟通的含义

沟通一词源于拉丁文 *communis*，意义为共同化，英文表示为 *communication*，在《美国传统双解词典》中的解释为：“交流、交换思想、消息或信息，如经由说话、信号、书写或行为”；《现代汉语词典（第5版）》关于沟通的解释为：“使两方能通连”；传播学者西蒙多·克莱文杰说：“从学术或科学的角度对沟通下定义遇到困扰，这是因为一个事实，即动词的‘沟通’（To communicate）作为普通词汇沿用已久，因此很难将其作为科学用语使用。”本书综合古今中外学者的论述后，将沟通定义如下：



图 1-1 沟通达成协议的过程

沟通（communication）是信息、思想与情感凭借一定符号载体，在个人或群体中的发送者与接受者间进行传递，并获取理解、达成协议的过程。图 1-1 为沟通达成协议的过程。

这一过程具有非常明确的特征。首先，沟通的传递要素包括了中性的信息、理性的思想与感性的情感；其次是沟通具有相互性，一定是两个以上个体或群体之间的传递过程才能称之为完整的沟通；最后就是主体发出的沟通要素信息、思想与情感不仅要被传递到客体，还要被客体充分理解并达成协议，这个也是与日常所讲沟通的最大区别。总之，在汽车维修服务中，沟通是双方之间准确地传递反馈信息，使得服务顾问真实全面理解客户的需求，同时让客户准确理解其所能得到的服务，并达成维修方案共识，增进客户对维修站信赖的过程。

1.2 沟通的作用与意义

1.2.1 沟通的作用

为什么要沟通？对于维修企业来说，维修服务中的沟通是一种自然而然的、必需的、无所不在的活动。无论是接车服务中的维修项目确认，还是维修过程中的新增项目确认以及维修完工后的交车服务中都自然而然地与客户有沟通。

通过沟通,企业可以将维修信息传达给客户,并获得客户的潜在服务需求;通过及时有效的维修服务,企业可以解决客户的问题。在客户需求和问题得到满足和解决的同时,客户对维修站的信赖程度也就自然得到提升,客户对服务代表的感情也得到了深化,这既使得企业形象得到了优化,又使得品牌价值得到了提高。总之,通过沟通可以交流信息和获得感情与思想。在人们工作、娱乐、居家、买卖时,或者希望和一些人的关系更加稳固和持久时,都要通过交流、合作、达成协议来达到目的。

在沟通过程中,人们分享、披露、接收信息。根据沟通信息的内容,可分为事实、情感、价值取向、意见观点。根据沟通的目的,可以分为交流、劝说、教授、谈判、命令等。

综上所述,沟通的主要作用有两个:

1) 传递和获得信息

信息的采集、传送、整理、交换,无一不是沟通的过程。通过沟通,交换有意义、有价值的各种信息,生活中的大小事务才得以开展。

掌握低成本的沟通技巧、了解如何有效地传递信息,能提高人的办事效率,而积极地获得信息更会提高人的竞争优势。好的沟通者可以一直保持注意力,随时抓住内容重点,找出所需要的重要信息。他们能更透彻地了解信息的内容,拥有最佳的工作效率,并节省时间与精力,获得更高的生产力,这对于汽车维修服务的投诉处理工作尤为重要。

2) 改善人际关系

社会是由人们互相沟通所维持的关系网,人们相互交流是因为需要同周围的社会环境相联系。

沟通与人际关系两者相互促进、相互影响。有效的沟通可以赢得和谐的人际关系,而和谐的人际关系又使沟通更加顺畅。相反,人际关系不良会使沟通难以开展,而不恰当的沟通又会使人的人际关系变得更坏。

1.2.2 沟通的意义

沟通是人类组织的基本特征和活动之一。没有沟通,就不可能形成组织和人类社会。家庭、企业、国家,都是十分典型的人类组织形态。沟通是维系组织存在,保持和加强组织纽带作用,创造和维护组织文化,提高组织工作效率、效益,支持、促进组织不断进步发展的主要途径。在维修服务中,沟通是维系客户关系,促进服务销售的必要手段。

有效的沟通能让我们高效率地把一件事情办好,让我们享受更美好的生活。善于沟通的人懂得如何维持和改善相互之间的关系,更好地展示自我需要、发现他人需要,最终赢得更好的人际关系和成功的事业。

综上所述,对于汽车维修服务,沟通的意义可以总结为以下几点:

- (1) 满足人们彼此交流的需要;
- (2) 使人们达成维修服务共识并进行更多的合作;
- (3) 降低服务工作的代理成本,提高办事效率;
- (4) 能获得有价值的需求信息,并使销售服务工作有条不紊地推进;
- (5) 使人能进行清晰的思考,有效把握所做的事。



2. 沟通过程与沟通模式

2.1 沟通过程的八要素

沟通过程就是发送者将信息通过一定的渠道传递给接收者的过程。沟通过程离不开沟通主体(发送者)、沟通客体(接收者)、信息(包含中性信息、理性的思想与感性的情感)、信息沟通渠道等基本沟通要素。一个完整的沟通过程包括了主体(发送者)、编码、渠道(媒介)、解码、客体(接收者)、反馈、噪声与背景。任何简单或复杂的沟通都遵循这个沟通过程的八要素。

(1) 主体(发送者):即信息源与沟通发起者,这是沟通的起点。

(2) 编码:即组织信息,把信息、思想与情感等内容用相应的语言、文字、图形或其他非语言形式表达出来,就构成了编码过程。

(3) 渠道:即媒介、信息的传递载体,除了面对面的语言交流外,还可借助电话、传真、电子邮件、手机短信等媒介传递信息。

(4) 解码:即译码,接收者对所获取的信息(包括了中性信息、思想与情感)的理解过程。

(5) 客体(接收者):即信息接收者、信息到达的客体、信息受众。

(6) 反馈:接收者获得信息后会有一系列的反应,即对信息的理解和态度,接收者向发送者传送回去的那部分反应即反馈。

(7) 噪声:上述六个环节在进行过程中,不可避免地会遇到各种各样的干扰,统称噪声,它存在于沟通过程的各个环节,并有可能造成信息损耗或失真。常见的噪声来源于以下八个方面:发送者的目的不明确、表达不清、渠道选择不当,接收者的选择性知觉、心理定势,发送者与接收者的思想差异、文化差异、忽视反馈。

(8) 背景:即沟通过程所处的背景环境,同样的一次沟通在不同的时空背景下导致的沟通效果是不一样的,正是因为沟通双方的人际关系是动态变化的,从而使得彼此之间的沟通效果也是动态变化的。

2.2 沟通的模式

沟通的过程(八要素模式)如图1-2所示。发送者把意图编码成信息,通过媒介物——渠道传送至接收者;接收者对接收到的信息加以解码,并对发送者作出相应的反应,称为反馈;在沟通过程中不可避免地会存在各种噪声干扰,导致沟通效果不佳,同时由于每次沟通都处于一定的背景环境当中,不同的时空背景下,沟通效果也会大不一样。

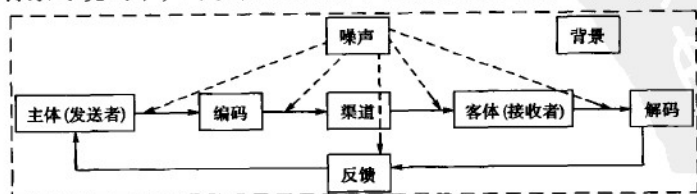


图1-2 沟通的过程(八要素模式)

根据沟通的要素分析,要实现有效沟通,应该从沟通的八要素入手,系统全面地考虑沟通的策略。

下面简述沟通过程中各要素对沟通过程的影响。

1) 发送者、接收者

沟通的主体是人,任何形式的信息交流都需要有两个或两个以上的人参加。由于人与人之间的信息交流是一种双向的互动过程,所以,发送者与接收者只是相对而言,这两种身份可能发生转换。在信息交流过程中,发送者的功能是产生、提供用于交流的信息,是沟通的初始者,处于主动地位;接收者则被告知事实、观点或被迫改变自己的立场、行为等,处于被动地位。发送者和接收者的这种地位对比特点对于信息交流有着重要影响。

2) 编码与解码

编码就是发送者将信息转化成可传输符号的过程。这些符号或信号可以是文字、数字、图画、声音或身体语言。评价发送者的编码能力有三个标准:第一是认知,即“对不对”的问题;第二是逻辑,即“通不通”的问题;第三是修辞,即“美不美”的问题。

解码就是接收者将获得的信号翻译成某种含义。如果解码错误,信息将会被误解或曲解。沟通的目的就是希望接收者对发送者所发出的信息作出真实的反应及采取正确的行动,如果达不到这个目的,就说明沟通不灵,产生了沟通障碍。

编码和解码的两个过程是沟通成败的关键。最理想的沟通,应该是通过编码和解码两个过程后,接收者形成的信息与发送者的意图完全吻合,也就是说,编码和解码完全“对称”。“对称”的前提条件是双方拥有类似的知识、经验、态度、情绪和感情等。如果双方对信息符号和内容缺乏共同经验,则容易缺乏共同的语言,导致无法达到共鸣,从而使双方在编码和解码过程中不可避免地出现差错和障碍。

3) 信息

本书范围内阐述的信息是广义范畴的信息,它包含了中性信息、理性思想与感性的情感,广义的信息应该从如下两方面进行理解。

(1) 信息内容的沟通价值。信息发送者首先应该对信息内容的必要性有明确的认识和把握。例如,信息的内容是否对接收者重要、信息是事实还是观点,对信息接收者而言,信息是积极的还是消极的、信息量有多大等。如果对接收者而言,沟通的信息缺乏必要的、有意义的内容、信息量太小,则会使沟通小题大做、浪费时间和物资;如果沟通当中所传递的信息量过大,则会使对方无法及时全部接收、无法分清信息主次、无法充分理解等。

(2) 信息符号系统。由于不同的人往往有着不同的信息符号系统,因而接收者的理解可能与发送者的意图存在偏差。在一种认知体系中,符号(symbol)是指代一定意义的意象,可以是图形图像、文字组合,也可以是声音信号、建筑造型,甚至可以是一种思想文化、一个时事人物。所有的沟通信息都是由两种符号组成的:语言符号(verbal symbol)和非语言符号(nonverbal symbol)。

人类所面对的客观事物几乎是无限的,可人类只能用有限的词汇和抽象的概念工具来描述无限的事物。根据语言哲学理论,一个特定的句子去掉上下文后可以有不同含义的解释,每个人都可以根据自己的阅历来对语言进行联想,赋予意义,所以,对每个词的理解,人与人之间可能不尽相同是以产生了误解。



4) 渠道

渠道是信息从发送者到达接收者所借助的媒介物。语言符号可以有口头和书面两种形式,每一种又可以通过多种多样的载体进行传递。口头语言可以通过面谈、演说、会议、电话、录音带、可视对话等多种渠道传递,而书面语言的载体又可以是信件、内部刊物、布告、文件、投影、电子邮件等。非语言符号通过人的眼神、表情、动作和空间距离等来进行人与人之间的信息交流。在申请一份工作时,要学会利用丰富的非语言渠道传递信息:有力的握手、合体的职业装、敬重的语气等。

信息发送者要根据信息的性质选择合适的传递渠道。传达政府报告、员工绩效评估等正式、严肃和权威的事情时,宜用书面形式。在各种通道中,影响最大的仍是面对面的原始沟通方式,因为它可以最直接地发出及感受到彼此对信息的态度和情感。

5) 背景

背景是影响沟通的总体环境,可以是物质的环境,也可以是非物质环境。沟通的背景通常包括如下几个方面:

(1)心理背景。心理背景是指内心的情绪和态度。它包括两方面的内容:一是沟通者的心情和情绪。沟通者处于兴奋、激动状态时,与处于悲伤、焦虑状态时的沟通意愿和行为是截然不同的,后者的思维往往处于抑制和混乱的状态,沟通意愿不强烈,编码和解码的过程也会受到干扰。二是沟通双方的关系。如果沟通双方彼此敌视或关系冷漠,其沟通常常由于存在偏见而出现误差,双方都较难理解对方的意思。

(2)社会背景。社会背景是指沟通双方的社会角色及其相互关系。不同的社会角色,对应于不同的沟通期望和沟通模式。人们相互之间为了达成良好的沟通,在沟通时必须选择切合自己与对方的沟通方法与模式。

(3)文化背景。文化背景是人们生活在一定的社会文化传统中所形成的价值取向、思维模式、心理结构的总和。文化背景影响着沟通的每一个环节。东西方文化背景不同,也会给人与人之间的沟通造成或大或小的干扰和难度。

(4)空间背景。空间背景指沟通发生的场所。特定的空间背景往往造成特定的沟通气氛,在嘈杂的市场听到一则小道消息与接到一个特地告知你的电话,给你的感受也是截然不同的,前者显示出的是随意性,后者体现的是神秘性。环境中的声音、光线、布局等物理氛围会影响沟通效果,而且环境的选择与权力有一定关系,沟通双方对环境的熟悉程度也会影响沟通效果。

(5)时间背景。时间背景是指沟通发生的时点。在不同的时间背景下,同样的沟通会产生截然不同的沟通效果。试想,一种情景是在某位公司职员刚与妻子吵架之后与其沟通工作绩效问题,另一种情景是在员工获得公司嘉奖之后与其沟通绩效问题,你觉得在哪种情况下沟通效果会比较好呢?当然是第二种。因此,选择合适的时间进行沟通是非常重要的。

6) 噪声

噪声是沟通过程中对信息传递和理解产生干扰的一切,它存在于沟通过程的各个环节。根据噪声的来源,可以将噪声分为内部噪声、外部噪声、语义噪声。

(1)内部噪声来自沟通主体身上,例如,注意力分散、存在某些信念和偏见等,态度、技能、知识和社会文化系统都会造成内部噪声。

(2) 外部噪声是指来源于环境中各种阻碍接受和理解信息的因素。常见的外部噪声是声音的骚扰,例如,和亲密的朋友推心置腹地交流时,周围突然有人大声喊叫。不过外部噪声不单指声音,还可能是光线、冷热等。教室的光线不好,会使学生不能看清黑板上的授课内容;在上课的时候,教室过分闷热,同学们难以集中精力学习。还有一种噪声是信息经过沟通渠道时,出现信息的损失和破坏,如用电话沟通时,电话线路不好;又如用电子邮件进行沟通时,电子邮件设置出现问题,对方无法按时收到自己的电子邮件。

(3) 语义噪声指的是沟通的信息符号系统差异所引发的沟通噪声。人们个体的差异往往会导致人们内在的信息符号代码系统不能完全一致,因此也就在客观上留有产生系统差异噪声的可能性。

7) 反馈

反馈是指接收者把收到并理解了的信息返送给发送者,以便使发送者对接收者是否正确理解信息进行核实。通过反馈,双方才能真正把握沟通的有效性,可以让沟通的参与者知道思想和情感是否按照他们计划的方式分享,这有助于提高沟通的准确性,减少出现误差的概率。为了检验信息沟通的效果,反馈是必不可少和至关重要的。

与信息的传递一样,反馈的发生有时是无意的。如不自觉地流露出的表情等,会给发送者返回许多信息。面对面交谈的参与者可以获得最大的反馈机会,而且交流中包含的人越少,反馈的机会越大。获得反馈的方式可以是提问、观察面部表情以及肢体动作等。

3. 沟通的种类

在沟通过程中,根据沟通符号的种类分别有语言沟通和非语言沟通,语言沟通又包括书面沟通与口头沟通;根据沟通是否是结构性和系统性的,沟通分为正式沟通和非正式沟通;根据沟通在群体或组织中传递的方向分为自上而下沟通、自下而上沟通和平行沟通;根据沟通中的互动性分为单向沟通与双向沟通;从发送者和接收者的角度而言,包括自我沟通、人际沟通与群体沟通。图 1-3 为沟通的结构与内涵框架图。

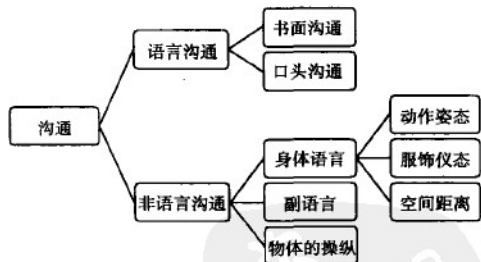


图 1-3 沟通的结构和内涵框架图

3.1 语言沟通与非语言沟通

沟通包括语言沟通和非语言沟通,最有效的沟通是语言沟通和非语言沟通的结合。我们在处理用户的车辆故障投诉时,常常既通过语言和用户交流,了解故障情况及用户需求、安抚用户,同时也通过填写正式的故障处理工作单来确认工作项目,以便向后续工作部门传递信息。另外,还通过端茶递水等非语言的沟通方式表达问题处理的诚意,进一步宽慰用户。工作过程中的语言沟通包括书面沟通和口头沟通,非语言沟通包括声音语气(如音乐)、停顿与肢体动作(如手势、舞蹈、武术、体育运动等)。