

点点细节丛书



说话细节

这是一本浓缩人生精华的书

{ Shuohua
Xijie }



……庞世烨◎主编……

线装书局

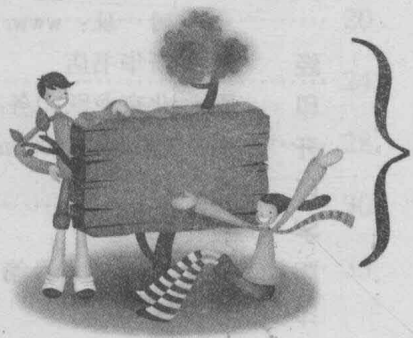
点点细节丛书



说话细节

这是一本浓缩人生精华的书

{ Shuohua
Xijie }



……庞世烨◎主编……

线装书局

图书在版编目 (CIP) 数据

说话细节 / 庞世焜主编. —北京: 线装书局, 2009 4
(点点细节丛书)

ISBN 978 - 7 - 80106 - 940 - 5

I. 说… II 庞… III. 成功心理学 - 通俗读物 IV.
B848 4 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 056294 号

说话细节

主 编: 庞世焜

责任编辑: 杜 语 孙嘉镇

排 版: 李荣荣

出版发行: 线装书局

地 址: 北京市鼓楼西大街 41 号 (100009)

电 话: 010 - 64045283 64041012

网 址: www.xzhbc.com

经 销: 新华书店

印 刷: 北京龙跃印务有限公司

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

印 张: 17

字 数: 287 千字

版 次: 2009 年 4 月第 1 版 2009 年 4 月第 1 次印刷

印 数: 10000 套

定 价: 298.00 元 (全 10 册)

目 录

第一章 倾听:开口说话的第一步

倾听使对方喜欢你,信赖你	2
“听话”增进与人的亲密感	7
说话之前先倾听	9
把握好每一句话说出口的时机	13
及时配合说话者	15
注意把握好场合的分寸	17
要懂得“附和”	20
适时附和对方	24
千万不可随意打断对方	28
“两只耳朵一张嘴”法则	30
做一个“听话”的高手	33

第二章 真诚:拉近彼此的距离

拥有良好的人际亲和力	37
真诚高于人性其他品质	39
激励员工最重要的是信赖	42
越是小人物,越需要平等	44
展现自己	45
为对方着想,对方才会为你着想	47
满招损,谦受益	50
该说的说,不该说的不能说	52
说谎能力再高,也有露馅时	55
“最伟大的推销员”与小布什	57

第三章 巧问:掌握谈话的主动权

问题的种类	60
对对方的话题有浓厚兴趣	64
抱着请教的态度去交流	68
引导对方按照自己想法走	72
配合说话人的节奏感	74
“求教式”提问法	78
将“刺猬”送给对方	79
MAN 法则	81

“扳”倒对方的武器	85
“提问”是销售要领	89
不要说关于自己的事	90

第四章 圆滑:幽默与含蓄是神奇的法宝

幽默是一种境界	95	
健康幽默的作用	96	
幽默的招数	100	
暗示幽默法	104	
开玩笑要因人而异,因场合而异	105	
调侃他人的隐私是不对的	107	目
一定不能揭别人的底	108	录
旁敲侧听好处多	109	
说一半留一半	110	
视时、视人、视事、视场合	112	
营销语言一定要有艺术性	115	

第五章 巧嘴:赞美与批评要讲究技巧

没有不爱被赞美,只有不会赞美	119
人人都有值得赞赏的地方	122
让对方感到温暖	125
无往不利的“杀手锏”	128

赞美,要挠到对方的“痒处”	131
“淘”出潜在着对方意图的赞美点	133
赞扬别人要实事求是	136
多在第三者面前赞美他人	137
用赞美的方式,间接暗示对方	141
宽宏地鼓励他	143
一定要讲究沟通方法	146
要弄清问题的症结	147
用自己的巧嘴,向“渠”“引水”	149
不要乱发脾气	152
跳槽也要多留点口德	155

第六章 沉默:一种以少胜多的别样口才

折射出沉默的颜色	159
巧言令色,鲜矣仁	160
必须学会闭紧你的嘴巴	163
逢人只说三分话	165
沉默是为了等待时机	167
话要说到点子上	169
以“少说”胜“多说”	171
沉默是最优雅的反击	172
叫的从来不是老鹰而是小鸡	174

第七章 说服:因势利导,让人乐意接受

要学会理解对方	177
设身处地替别人着想	180
静静聆听别人讲话	182
选择适当的场合和时机	185
告诉他这样做的好处	187
从侧面打开缺口	189
要契合时机	189
不用命令式的口吻向别人说话	193
要重视讲理,还要重视感情	194

第八章 距离:保持距离,适时拒绝的艺术

即使难做到,也势必拒绝	199
把握好主客体间的距离	201
男女之间的距离分寸	202
该淡时淡,该浓时浓	203
不要过分打听别人隐私	205
做一个会说“不”的人	206
巧妙委婉地拒绝	210
“舍命陪君子”,将一事无成	211
摆脱对朋友的依赖	214

尽量避免因为拒绝而树敌	216
-------------------	-----

第九章 禁忌:不要张口即来,无所顾忌

四大类型“嘴痒癖”	219
忌平素逢事未思先语	224
不可无所顾忌地乱说话	227
不要有唠叨的习惯	228
口头禅挂在嘴边	230
别总是喜欢“打小报告”	232
忌以讹传讹	233
不要把话“放”得很大	236
上网少扔板砖,下网少扔“嘴砖”	238
个人话题的禁忌	239
求职面试的两大“嘴忌”	242
现代职场的三大语言雷区	245

第十章 故事:跟名人们学口吐莲花,巧舌如簧

庄子的传奇故事	250
以雄辩而闻名的晏子	251
有三寸不烂之舌的苏秦、张仪	252
贾诩巧妙地劝谏	255
林肯巧妙设问赢诉讼	256

总统卡特的安乐	258
伟大的克林顿母亲	258
丘吉尔巧妙应对尴尬的场面	259
法国总统戴高乐的称道	259
崛正夫的演讲	260
直言不讳的赫尔岑	262

第一章 倾听：开口说话的第一步

上到帝王将相、达官贵人，下到平民百姓、街头乞丐，要想得到别人的认可，就必须在自己说话之前先听清楚对方说什么。说话之前先倾听，不仅能够避免乱说话，还是得到别人认可的有效方式。

倾听使对方喜欢你，信赖你

倾听，是为人处世礼貌的要求，是尊重他人的一种体现，也是对讲话者的一种高度赞美，更是对讲话者极好的恭维。倾听不仅可以得到别人的欢心更能得到他人的信任。

无论何时何地，我们都希望能获得别人的尊重，受到别人的重视。当我们专心致志地听对方讲，努力地听，或者是聚精会神地听时，就会给对方一种被尊重和被重视的感觉，给对方好感，这样自然会缩短双方之间的距离。生活中这样的例子并不鲜见：

重型汽车推销员吉特在朋友的介绍下，去拜访一位曾经买过他们公司汽车的商人比尔。见面时，吉特照例先递上自己的名片，同时说：“您好，我是重型汽车公司的推销员，我叫……”

不料，刚说了这几个字，比尔就以十分严厉的口气打断了吉特的话，并开始抱怨当初买车时的种种不快，例如服务态度不好、报价不实、内装及配备不对、交接车的时间太长，等等。

吉特静静地站在一旁，认真地听着顾客喋喋不休地埋怨，一句话也不敢说，直到对方发泄完毕。

比尔终于一股脑地吐光了以前所有的怨气。当他稍微喘息时，才发现，眼前的这个推销员好像很陌生。于是，他有些不好意思地对吉特说：“小伙子，你贵姓呀，现在有没有好一点的车种，拿一份目录来给我看看，并介绍一下吧。”

吉特和比尔交流完毕时，他兴奋得几乎想要跳起来，因为这时他的手上

拿着两台重型汽车的订单。

从吉特拿出产品的目录到比尔决定购买这一过程中，吉特所说的话加起来还不到10句。重型汽车交易得以达成的关键，是当最后吉特离开前，那位顾客说的话，他说：“我是看到你非常实在、有诚意又很尊重我，所以我才向你买车的。”

由此可见，在某些场合，让我们的嘴巴适当地休息一下，多听听对方的话。当我们尽力满足对方被尊重的感觉时，我们也会因此而受益匪浅。

“世界上最伟大的推销员”乔·吉拉德曾经说过：“世界上有两种力量非常伟大，其一是倾听，其二是微笑。倾听，你倾听对方越久，对方就越愿意接近你。据我观察，有些推销员喋喋不休，因此，他们的业绩总是平平。上帝为什么给了我们两个耳朵一张嘴呢？我想，就是要让我们多听少说吧！”

这个让乔·吉拉德感触颇深的道理是他在与顾客的交流中学到的，是他多年来的亲身体会，是吸取了不少教训以后总结出来的经验。

一次，花了近一个小时，乔·吉拉德才让他的顾客下定决心买车，而接下来他所要做的是让顾客走进办公室，然后把合约签好。

顾客向乔的办公室走的路上，开始向乔提起了他的儿子。顾客十分自豪地对乔说：“我儿子考进了普林斯顿大学，就要当医生了。”

乔听了，立即兴奋地回答道：“那真是太棒了。”

当俩人继续向前走时，乔的眼睛却在看着其他顾客。

“乔，我的孩子很聪明吧，当他还是婴儿的时候，我就发现他非常的聪明了。”

乔的眼睛还在四下张望，便心不在焉地回答：“成绩肯定很不错吧？”

“是的，在他们班，他是最棒的。”

乔心接着又漫不经心地问道：“那他高中毕业后打算做什么呢？”

这时，顾客说道：“乔，我刚才才告诉过你的呀，他要到大学去学医，将来做一名医生。”

乔再次说：“噢，那太好了。”

顾客觉得乔太不注意自己所说的话，便看了看乔，说了一句“我该走了”，于是走出了车行。乔呆呆地站在那里。

下班之后，乔回到家总结自己一天交易的成功和失败，回想起一整天的工作，并开始分析失去客户的原因。

第二天上午，乔一到办公室，就给昨天那位顾客打了一个电话，并在电话中诚恳地说道：“我是乔·吉拉德，我希望您能来一趟，我想我有一辆好车可以推荐给您。”

顾客说：“哦，世界上最伟大的推销员先生，我想让你知道的是，我已经从别人那里买到了车啦。”

“是吗？”

顾客说：“是的，我从那个欣赏我的推销员那里买到的。乔，当我向他提到我对我儿子是多么的骄傲时，他是多么认真地听啊。”沉默了一会儿，顾客然后接着说，“你知道吗？乔，你并没有听我说话，对你来说我儿子当不当得成医生并不重要。你真是个笨蛋！当别人跟你讲他的喜恶时，你应该听着，而且必须聚精会神地听。”

这一瞬间，乔终于弄明白自己失去这名顾客的原因了。原来，自己犯了一个大错误，导致了顾客的流失。

但是，乔并不气馁，继续说道：“先生，如果这就是您没有从我这里买车的原因，那么确实是我的错。要是换了我，我也不会从那些不认真听我说话的人那儿买东西。真的很对不起，请您原谅我。那么，我希望您知道我现在是怎么想的。”

顾客问道：“你怎么想？”

乔说：“我认为您非常伟大，送您儿子上大学更是一个非常明智之举。我敢确信您儿子一定会成为世界上最出色的医生之一。我很抱歉，让您觉得我是一个很没用的家伙。但是，您能给我一个赎罪的机会吗？”

“什么机会，乔？”

乔回答道：“如果有一天，您能再来的话，我一定会向您证明，我是一个很忠实的听众，事实上，我一直就很乐意这样做的。当然，经过昨天的事，您不再来也是无可厚非的。”

2年后的一天，乔卖给了这位顾客一辆车，而且通过他的介绍，乔还获得了许多顾客。再后来，乔·吉拉德还卖了一辆车给他的儿子，一位年轻的医生。

这以后，乔·吉拉德再也没有在顾客讲话时分心过。当每一位顾客来到店里时，乔都会问问他们家里人的情况，都是做什么的，有什么兴趣爱好等。在和每一位顾客交流的过程中，乔都从始至终认真地倾听着他们的每一句话。

相信每个人都很喜欢被人倾听，因为那样能给我们一种受重视的感觉，所以那些顾客一定会认为，乔是关心他们的。

最后，乔还简单地对“倾听”作了如下总结，他说，当我们不再喋喋不休，而是听听别人想说什么时，至少可以从中得到3个好处，因为这样：

1. 可以充分体现你对讲话者的尊重；
2. 在倾听的过程中能够获取更多的成交机会；
3. 倾听能知己知彼，从而找出客户的困难点。

另外，最高效的倾听技巧是：

1. 在倾听别人的时候，要让对方感觉到你是在用心听，而不是敷衍了事；

2. 一定要让对方感觉到你的态度很诚恳；
3. 在倾听时，不妨记笔记，那样效果会更好。因为这样有3大好处：一是立刻让对方感觉到被尊重；二是可以记下对方说话重点，便于沟通；三是防止遗漏；
4. 听的时候认真确认，最大限度地减少误会；
5. 不到万不得已，千万不要打断对方的讲话；因为这样不仅让对方感觉良好，让对方多说，以获得更多有用信息还可以让对方把话说完整；
6. 对方停止说话时，在3~5秒后自己再讲。因为停顿一下不仅可以给对方继续说下去的时间，而且你也可以利用这点时间组织语言，让对方觉得你说的话是经过大脑的，可信度比较高；
7. 在倾听的过程中，如果有什么不明白的地方可见机提问。这样可以使你尽可能听懂他的意思，更让对方觉得你听懂了；
8. 倾听时，不要组织语言，以免分散注意力。因为在对方讲话时，你组织语言就很有可能错过对方讲话的某些内容，造成误解；
9. 倾听时，不要发出声音，防止扰乱对方的思路；
10. 倾听过程中，要保持点头微笑。这样不仅能起到肯定鼓励的作用，有利于让对方多说，还可以让你“捕获”更多信息；
11. 倾听时，眼睛要注视着对方鼻尖或前额，这样能让对方觉得你的眼神比较柔和。但要注意：千万不要把眼睛直接盯住对方眼睛；
12. 选好就座位置。尽量不要与顾客面对面，因为，坐在对方对面容易让对方产生对立的感觉；也不要让顾客面对门、窗而坐，这样的位置容易让顾客分心，最好让顾客面壁而坐，这样容易让顾客不受干扰，安心听讲。

“听话”增进与人的亲密感

与人交往中，“听”是一种极其自然的行为，也因此导致了人们常常不把它作为一个话题来研究。每个人都希望自己能够做到有效地倾听，尽管生活中很多事例证明我们并不容易做到这一点，但即使这样，人们还是没有意识到学习有效倾听的方法的重要性，从而使得人们淡漠了倾听的作用。

据人际沟通学观点，倾听和听见是两码事。听到只是人的听觉系统接收到了声音。在现实生活中，绝大多数人都能听见声音，但他们根本不能做到“倾听”这一层面，也就是说，我们不仅要听到，还要理解。例如，当你正在看书的时候，周围常常会有各种声音发出，你的听觉系统能接收到声音，但你未必会注意到这些声音。很多时候人们都能听到声音，而且“看起来”也是在倾听，但实际上他们只是在“假听”，也就是说，他们没有真正理解内在的声音。

听见是倾听的第一步，只有听见声音后听觉器官才能接收声音。然后人们才会注意这些声音，并将这些声音组织为有意义的形式，也就是开始理解。

但是，现实生活中，我们并不经常理解注意到的声音，比如，当人们听到自己不了解的语言，就不能理解它的含义。所以，我们要谈到的第二个误解，就是人们认为只要听到了声音便等于理解了声音。

很多人认为只要注意到了声音，自然就会理解所听到的声音。但是，不妨想想，当你在听到电影中的外语对话时，你就会明白，听到并不意味着理解。在现实生活中，每个人都可以关注所有的声音，但并非真正理解了。因为“理解”是将声音重新组织为有意义的模式或一种能理解的形式。