

插图本

金JIN 口KOU 才CAI 系XI 列LIE 从CONG 书SHU

公关才

人生如戏剧，
你要怎么演，就
演成什么样子，所以你
要是做一个成功者，那么你
的精神，必须勇猛奋进；你的心
态，必须沉着有力；你的口才，必
须出类拔萃。



AI GONGGUANKOUCAI GONGGUANKOUCAI G

THE

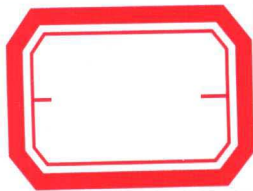
THE

THE

THE



金 TIN 口 KOU 才 CAI 系 XI 列 LIE 丛 CONG 书 SHU



公共口才

GONGGUAN KOUCAI GONGGUAN KOUCAI

朱士钊 / 编

新疆人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

公关口才/朱士钊编. —乌鲁木齐: 新疆人民出版社, 2003. 12

(金口才系列丛书) ISBN 7-228-08479-9

I. 公… II. 朱… III. 口才学 IV. H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 109076 号

责任编辑 丁 璇

封面设计 代 曲

公 关 口 才

朱士钊 编

出版 新疆人民出版社
地址 乌鲁木齐市解放南路 348 号
邮编 830001
发行 新疆人民出版社
印刷 武汉亚英印刷有限公司
开本 850×1168 毫米 1/32
印张 58
字数 600 千
版次 2004 年 1 月第 1 版
印次 2004 年 1 月第 1 次印刷
印数 1—3000

ISBN 7-228-08479-9 定价: 84.00 元(全六册)

■ 公关口才为你架设成功的金桥

- 1 公关与攻关
- 6 为公关搭设阶梯
- 16 巧施公关技法
- 27 口才是公关的利器
- 39 公关是施展口才的舞台

■ 让讲话充满公关韵味

- 50 良好印象的获得
- 53 声情并茂的表达
- 54 赞美他人的五条秘诀
- 57 适度夸奖入人心
- 58 阅读使话题生动有趣

■ 公关口才讲究有的放矢

- 61 弄清要表达的问题
- 63 确定要达到的目的
- 66 抓准要陈述的重点





目
录

说话要看对象	69
以听者为主体	72
见什么人说什么话	76
到什么山上唱什么歌	82
巧用恰当的交际场合	86
把握最佳的交际时机	91
了解交际对象的心境	96

公关口才的独特魅力

切合身份的表述	100
发掘自己语言“强力区”	105
恰如其分的表达	107
不卑不亢的风度	115
镇定从容的应对	118
亲和真诚的品质	122
温馨氛围的营造	126
诚信待人的好处	130

公关时的说话水平

- 140 初次相见慎称呼、巧介绍
145 礼尚往来重感情、会客气
150 提问应答巧入题、善变通
158 营造气氛找话题、助谈兴
162 以退为进巧蓄势、善擒纵
166 参观作陪懂礼仪、巧致辞
172 随机应变重机智、善周旋
180 繁简曲直会委婉、善制宜

■ 公关口才的演练技法

- 192 言简意赅 一语中的
199 婉转有度 口吐莲花
202 生动形象 触手可及
207 幽默诙谐 妙趣横生
210 声音语调 悦耳中听
215 叙事描述 线索分明
217 说理推导 严密周到
222 修辞润色 锦上添花
227 巧问妙答 应对裕如
234 机智解困 打破僵局



目 录



面对非难 果敢反驳 239

发挥口才的公关优势 ■

善于隐蔽自己 244

协调好内外关系 245

把要说的归纳成几项 250

学会“见风使舵” 252

言谈中“俘虏”对方的诀窍 253

怎样对付“揭短” 255

笨嘴巴如何变成巧嘴巴 256

公关口才在特殊场合的应用 ■

如何攻克上司的“信赖关” 265

如何让下级服从 268

与同事说话须留神 274

与名人交谈要出其不意 276

公务员说话要避免“打官腔” 279

涉外公关的说话技巧 283

如何攻克求职“难关” 289

公关口才为你架设成功的金桥

人生如戏剧,你要怎么演,就演成什么样子,所以你要是做一个成功者,那么你的精神,必须勇猛奋进;你的态度,必须沉着有力;你的口才,必须出类拔萃。



公关口才为你架设成功的金桥

公关与攻关

公关是社会公共关系的简称。对公关的含义,人们有各种各样的解释,我们认为,公关即公共关系,是指社会组织及其成员,为实现特定的目标,通过一定的传播媒介,在社会公众中塑造形象、沟通信息、协调关系,以增进与内外公众的相互了解和相互适应的一种策略行为。

对于社会组织来说,公关是有目的地运用传播手段,实现与公众的双向沟通,以建立良好

的信誉和形象的管理活动。它能提高组织在公众心目中的知名度、信任度和美誉度,以便在组织、公众、传播等要素中形成良性的公共关系状态,形成内求团结、外求发展的理想局面。而对于个人来说,公关就是要攻克人生道路上的种种难关,疏通公共交往的渠道,扫除阻隔事业成功的障碍,以创造最佳人生发展状态,实现预定的生活目标。所以,在一定意义上说,公关蕴含了“攻关”之意。请看一例:



公关口才为你架设成功的金桥

80年代初,引滦入津工程正在加紧进行。担负隧道施工任务的部队因炸药供应不上,面临停工和延误工期的危险。部队领导心急如焚,派李连长带车到东北某化工厂求援。李连长昼夜兼程千余里赶到该厂供销科,可得到的答复只有一句话:“眼下没货。”找厂长,厂长很忙,没时间听他解释,他跟进跟出,有机会就讲几句。但厂长不为所动,冷冷地说:“眼下没货,我也无能为力。”厂长给他倒了茶,劝他另想办法。

李连长并不死心,他喝了口茶说:“这水真甜哪!可天津人就苦啦,喝的是从海河槽里、各洼淀中集的苦水,不用放茶叶就是黄的。”他瞥见厂长戴的是天津产的手表,就接着说:“您戴的也是天津表?听说现在全国每10块表中就有一块是天津产的,每10台拖拉机中就有一台是天津产的。您是办企业的行家,最懂得水与工业的关系。造一辆自行车要用1吨水,造1克碱要160克水,造1吨纸要200吨水……引滦入津,解燃眉之急啊!没有炸药,工程就得延期……”

厂长听到这里,心里深受感动,就问:“你是天津人?”“不,我是河南

人。也许通水那天,我喝不上那滦河水!”厂长彻底折服了。他抓过电话下达命令:“全厂加班3天!”3天后,李连长带着一卡车炸药返程了。

李连长的成功,在于他以真诚换真情,正如古人管子所说“善人者,人亦善之”,人们都愿意与有感情、有爱心的人交往,由于有了良好的感情前提,做到了以情动人、寓情于理,所以这次颇具戏剧性的公关就变成了一次有效的“攻关”。

现代社会,公关已成为一种普遍有效的社会活动和管理策略。一个企业需要公关,一个政府部门需要公关,一所学校、一个连队、甚至一个班组有时也需要公关。我们个人在社会交往中,一旦碰到难题,常常也需要运用一定的公关方式来排忧解难、化解矛盾和达成意愿。

再看下例:

1986年7月的一天傍晚,金陵饭店总经理接到报告,说由于管道工粗心,忘了关上管径门,结果老鼠跑出来,把35楼12号房间一位英国客人的皮包咬破了,里面一些吃的东西也咬坏了,客人大发雷霆,扬言回国后要向新闻界透露此事,要告诉别人以后再也别住金陵饭店。此事关系到饭店的声誉和形象。总经理亲自处理此事,他面对怒气冲冲的英国客人,彬彬有礼地说:“今天所发生的事,我们感到非常对不起您,让您受惊了。”讲到这里一位服务员手端一盘新鲜的水果进房,以示歉意。总经理接着说:“我们店开业不久,管理上还存在不少问题,先生您走南闯北见识多,在服务上、管理上欢迎您多提宝贵意见。先生今天的损失,按国际惯例,我们立即为您调换房间,房价对折,咬坏的皮包我们照价赔偿,请先生开个价。”一席话说得客人气消了一半。随后总经理又



公关口才为你架设成功的金桥

与英国客人聊家庭、妻子、孩子、天气,气氛越来越融洽。第二天当客人准备离店时,总经理已带上赠送给英国客人的小礼物等候在大门口。临上车前,那位英国人说:“以后还要来住金陵饭店。”

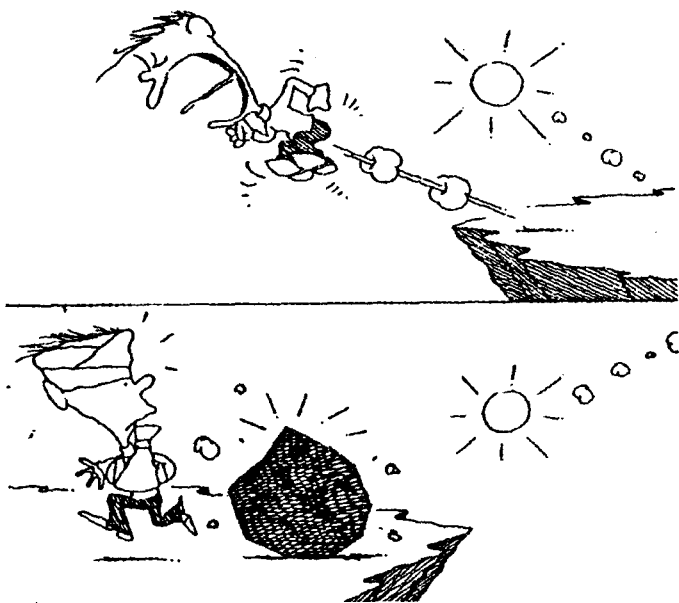
金陵饭店总经理在处理这件事情上,是具有较高公关水平的。他的讲话直率而诚恳,开门见山承认错误,诚恳向对方道歉,不强调任何客观原因,没有作任何辩解。接着是称赞对方,以满足对方的自尊心。对客人的损失,按国际惯例该补的补,该赔的赔,毫不含糊。经过“致歉——称赞——提出解决方案”三部曲,终于化解了矛盾,达成了谅解,融洽了关系。这就是以公关方式实现的成功的“攻关”。



需要说明的是,这里所说的公关与搞庸俗的“关系学”、“拉关系”、“走后门”是截然不同的。两者的区别就在于:首先,两者产生的历史条件和社会基础不同。公共关系是商品经济高度发达、思想观念和交往方式高度开放、科学技术高度先进的历史条件的产物;而庸俗的“关系学”是封建思想的残余,是等级观念和以血缘、亲缘关系为纽带的狭隘的人际关系的产品。其次,两者所采用的手段和所达到的目的不同。公关运用公开的、合法的、符合职业道德准则的沟通、交往手段,以讲求信誉、遵纪守法、互惠互利、优质服务来争取社会舆论的支持和公众的理解;而庸俗的“关系学”是以谋求个人或小集团利益为目的,通过人情和不正当的权力关系,偷偷摸摸地进行利益交换,其手段不是光明正大、合乎法律和道德的,其目的往往是不可告人的,甚至是卑鄙的。再者,两者产生的社会效果也不同。公关对沟通社会联系,提高经济效益和社会效益起着积极的促进作用,而庸俗的“关系学”是一种社会不正之风,它使得正常的社会交往变成庸俗的利益交换,容易造成社会的腐败现象,败

无 悔

20多年前，一位年轻人离开故乡，出去闯荡人生。临行前，他去拜访本乡的一位长者，长者送给他三个字：“不要怕。”并对他说：“孩子，人生的秘诀只有六个字，今天先告诉你三个，供你前半生受用。”20多年后，年轻人已到中年，取得了一些成就，也平添了很多伤心事。他再次回到家乡，又去拜访那位长者，才知道老人家已于几年前去世了。长者的家人取出一个信封对他说：“这是老人家生前留给你的，他说有一天你会再来的。”中年人拆开信封，里面赫然写着三个大字：“不要悔。”——人生在世，中年以前不要怕，中年以后不要悔，这是经验的总结啊！



坏社会风气。所以,我们需要积极有效的公关,而应该杜绝庸俗的“关系学”,避免拉关系、走后门等不正之风。

为公关搭建阶梯

公关是一种生存智慧和发展策略,但只有遵循一定的公关原则、运用一定的公关技巧,才能达到理想的公关效果;同样,只有成功的公关,才能为事业的发达架设成功的阶梯。一般来说,成功的公关活动需要注意以下几点:

(1) 礼貌说话,和气待人

有俗语说:“良言一句三冬暖,恶语伤人六月寒。”在公关活动中如能用礼貌语言真诚的与对方交谈,就会使人与人的关系很快融洽起来。相反,如果居高临下、颐指气使,或者蔑视侮辱、出口不逊,必然使对方产生反感,导致交往失败。

公关中的礼貌用语首先是用好谦辞。例如:您好、谢谢、请、贵姓、对不起、别客气、请多关照等。下面这 12 种传统的礼貌用语是适宜于在比较庄重的公关场合使用的,它们是:

初次见面说“久仰”;好久不见说“久违”;

请人指点说“赐教”;请人帮忙说“劳驾”;

求人方便说“借光”;求人谅解说“包涵”;

等候客人说“恭候”;客人到来说“光临”;

看望别人说“拜访”;起身走时说“告辞”;

赠送物品说“惠存”;物归原主说“奉还”。

现代公关场合,上面的某些字眼人们已经很少使用了,这是语言表



达方式发展的缘故。但现代公关对以下这几点是不得不注意的：一是要把“请”和“您”字时时挂在嘴边，即使是对要好的朋友、亲近的熟人也应该这样，正所谓“礼多人不嫌”；二是要多用表示敬意的称呼语，即使对小孩子也应该用“小朋友”、“小同学”、“小乖乖”之类的称呼；三是多用“对不起”、“劳驾”、“给您添麻烦了”、“真不好意思”之类的客气话，特别是当你的言行举止有损于别人的利益或可能给别人带来不悦时，要及时表示歉意；四是要把带命令语气的祈使句改为带商量口气的疑问句，如“请把××借我用一下”，可以改为“我想借用一下你的××，可以吗？”五是多用感谢语，即使是亲朋好友甚至老夫老妻之间也应该常常使用“谢谢”这个带有甜美意味的词语，以示相敬如宾。当然，礼貌说话不是指过度的恭敬和客气。客气话也不可多说，要说得恰到好处。假如交际的双方总是满口客套，唯唯诺诺，就会造成交际无法深入。关键还是要看对象、看场合，把握好分寸。



公关口才为你架设成功的金桥

除了礼貌说话，还要和气待人。公关场合，一定要注意面带微笑，眉眼要露出喜色，不要阴着脸、瞪着眼，也不要大模大样，目中无人。一般来说，人们对于自己熟悉的人，比较容易做到和气相待，而对于陌生的人，尤其是那些形容丑陋、衣着不整、风度欠佳的人，就难免自觉不自觉地流露出冷漠、轻蔑的态度，结果往往无意间伤害了对方的自尊，给自己的交往带来不必要的困难。所以，在公关活动中，在任何社交场合，对所有交际对象，都要礼貌说话、和气待人。

(2) 区分对象，因人而异

公关要看对象，应该根据不同对象的特点实施不同的公关策略。

一是要区别对象的性别和年龄特点。一般来说，男性较为自信、果断，性格比较坚韧，不大注意琐碎小事；而多数女性则往往有一定的内

倾性、依赖性和脆弱性，情感比较细腻，容易受直觉和情感的驱使。所以，男性与男性交流，可以直率一些；女性与女性交流，话语宜委婉一些；而异性间的交往，男性应注意把女性放在平等的位置，以诚恳、大方、热情、尊重的言谈举止，赢得女性的信任和欣赏。从年龄特点上说，针对老年人的言语表达应偏重于事实的叙述，可多用征询、请教、委婉、含蓄的语言；中年人喜欢面对现实，有丰富的知识、阅历和独立见解，因而交际语言应力求淡泊、平和、生活化；青年人思维敏捷，富于幻想，充满激情，对他们讲话应注意形象生动，风趣幽默，以多变的语言形式传达丰富的内容。



二是要考虑公关对象的性格特点。每个人都有自己独特的性格特点，有的人性格外向，热情直率，对任何问题都能谈笑风生、畅所欲言，对他们讲话时可以自由随意一些，但也不要不着边际，以免使谈话走题；有的人寡言好思，情绪不外露，对他们讲话要开门见山，简洁明了；有的人讷于言辩，孤僻自卑，对任何问题都很敏感，甚至有些神经质，与他们交际时要善于引导，通常从他们喜欢的话题入手，由浅入深地交谈，启发他们把心里的话说出来，但注意不要向他们提那些令人发窘的问题。

三是要考虑对方的知识水平和文化背景特点。在公关活动中，要仔细观察、了解对方的身份，把问题提得得体、不唐突、不莽撞。如果面对一个目不识丁的人，你问他“为什么要搞市场经济”、“发展高科技对社会将产生怎样的影响”等一类的问题，一定会使他难堪，你们的交往将

很难进行。有一位人口普查员询问一个老大娘：“你的配偶呢？”大娘摇摇头，不知道他说的是什么。接着他改口问：“你老伴呢？”大娘立即就明白了，这说明与人讲话一定要切合对方的知识水平。文化背景主要是指在跨文化交往时要考虑不同民族的文化特点。民族文化的差异容易造成交际障碍，这是因为，其一，文化背景给语词符号和语言表达打上了自身独特的印记；其二，文化背景影响着语义的理解和释读；其三，文化差异造成了语义的非对应性。因此，跨文化交往一定要注意文化背景因素。

区分对象是为了因人而异地采取公关策略。有位“未来的女婿”初次登岳父家门时，发现他们的茶杯、茶壶、碗碟等用具都是精致的青花瓷器。他便称赞说：“这青花瓷器古朴典雅，精美极了。”一句话说得未来的岳父非常高兴，他们马上有了共同的话题，谈得十分投机。再看一例：



我的朋友蒙子在中秋节来临时，乘车回去与家人团聚，碰巧和一个“她”坐在同一排座椅上。而他不久便发现了身旁那道新的风景：身材苗条动人，一双大眼睛充满灵气。于是，蒙子在心里悄悄地对自己说：“噢，要是能认识她该多好啊！”但该怎么认识呢？他见到“她”面前放着一本《文学词典》，灵机一动，开口问道：“嗨，小姐，你带着一本《文学词典》，想必也是一个文学爱好者罗？”就这样，用他那句话作引子，他们从鲁迅、胡适谈到三毛、王蒙；从唐诗、宋词谈到朦胧诗、散文……谈到终点站时，两人就已交上了朋友。

一般来说，与人攀谈时要掌握“兴趣原则”，以便投其所好。如果找到了对方的兴趣点，就会使说话非常顺利。投其所好有两种方式：一是

公关口才为你架设成功的金桥