

PERSUASION

(日) 青木仁志 著
郭颢 等译

青木仁志的说服力

沟通高手

● 日本第一流推销员和成功教育专家 ●

营销能否成功，百分之八十是由听说能力决定的
成功者百分之百都是听说能力十分优秀的人



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

PERSUASION

(日) 青木仁志 著
郭颢 等译

青木仁志的说服力

沟通高手

● 日本第一流推销员和成功教育专家 ●



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

(京权)图字:01-2004-0384

Copyright 2001 by Satoshi Aoki. Originally published in Japan by Mikasa Shobo Co., Ltd. Chinese (in simplified character only) translation rights arranged with Satoshi Aoki, through ShuppanBunkaSha Corp., Japan.
All rights reserved.

图书在版编目 (CIP) 数据

沟通高手/[日]青木仁志著.郭颢等译

——北京:中央编译出版社,2005.9

ISBN 7-80109-776-9

I. 沟...

II. ①青...②郭...

III. 人间交往

IV. C912.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 126423 号

沟通高手

——青木仁志的说服力

出版发行:中央编译出版社

地 址:北京西城区西直门内冠英园西区 22 号 (100035)

电 话:66560272(编辑部) 66560273 66560299(发行部)

h t t p ://www.cctpbook.com

E-mail:edit@cctpbook.com

装帧设计:迷谷设计室

责任编辑:曲建文

经 销:全国新华书店

印 刷:北京兴达印刷有限公司

开 本:787×1092 毫米 1/16 开

字 数:150 千

印 张:14.375

版 次:2005 年 10 月第 2 版 2005 年 10 月第 1 次印刷

定 价:26.00 元

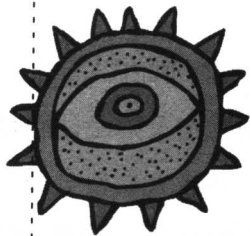


PERSUASION

青木仁志 简历

1955年3月北海道函馆市出生。从10岁步入专业推销的世界国际企业Britannica，在推销工作的职业生涯里，获得了许多嘉奖。此后，出任能力开发咨询公司营业统筹本部部长。曾著有《推销动机提高策略》（成就出版）、《最强的时间管理策略》（Kodansha 出版）、《商务×治疗》（PHP研究所）、《绝对营业力》（产能力大出版）、《21世纪的成功心理学》（讲谈社）、《快乐的生活与幸福人生法》（成就出版）等20部。

- 成就株式会社代表董事社长
- 成就出版株式会社代表董事社长
- 现实行动经营管理研究所所长
- 日本专业扬声器协会(JPSA)会长
- 特定非营利法人日本真实感治疗协会专职理事
- 日本选择理论心理学会常务理事
- 社团法人北海道俱乐部会员
- 防欺侮虐待委员会委员长
- 特定非营利法人国际成就协会理事
- 社团法人生命保险financial劝告者协会理事



前言

营销能否成功,80%是由听说能力决定的

“如果我再注意一下说话技巧,就一定能够说服他。”

“要是听出他的弦外之音,这次任务肯定能完成得很出色。”

向别人表达自己的想法,让他按照自己的意图行动,这就是“说服”。在这个世界上没有比它更难的事情了。

我还在读高中的时候,就毅然决然地离开家乡函馆,来到了东京。由于各种机缘和巧合,我做了一名专职的推销人员。

从小在农村长大的我,那时非常认生。可以说,从

儿时开始，一站到陌生人面前，我就两腿发抖。就是在当时百科词典和英语会话教材势如破竹的销售形势下，我进了“英国大百科全书”公司，居然还创造了全日本第一的推销纪录。那时，我的工资账户里每个月都有超过 7 位数的进项。

作为一名销售人员，我获得成功的原因就是不断地努力提高自己的听说能力。

“到底是怎样做的呢？”如果您想详细地了解并学习这种能力和技巧，那就请您阅读此书。只要您掌握了听说这两样技巧，您就会无所畏惧。

现在我开办了面向经营管理人员和经商者的讲座，平均每年授课 3000 小时。我过去是一个沉默寡言、不善言辞的男孩，今天却变成了“一个打开的话匣子”，说起来就没完没了。大家想过这是为什么吗？

如果您以前曾为自己“害羞”、“嘴笨”、“说话不风趣”、“不知该如何开口”等而烦恼的话，以后您就可以脱离苦海了。因为连我这样的人都可以做到这样，我相信您一定会比我做得更好！

全日本第一的促销员就是这样成长起来的

大家都说，在推销这一行里，真正能够获得成功的人是极少的。尤其是对专职推销员来说，一旦业绩下降，就会立刻被解雇。

“我正在努力”，“我正在争取”，“再给我一点时间吧”，无论你怎么解释，都不会有人理会。

卖不出去东西，你就没有饭吃。谁也帮不了你。

公司的正式销售人员情况也好不了多少。在经济不景气的情况之下，业绩没有提高，你就会遭到冷言冷语：“真是饭桶，只会浪费经费！”从而让你无地自容。最后，你也不得不离开公司，另谋出路。

总之，推销行业是一个强者生存的地方。

那么，推销业界里的成功者与失败者，他们之间的差距到底在哪里呢？

根据我自己的经验，我确信就在于“有没有说服力”、“是否掌握了听说技巧”这两个方面。

当我的销售业绩升至全日本第一的时候，我马上就被提拔做了管理人员。值得欣慰的是，在这期间我培养出了两名业绩居世界第一的销售人员。

之后，在总结了这么多年工作经验的基础上，五年前我创办了销售教育专业公司。值得高兴的是，各个行业中的全国第一的销售人员，无论男女，都到我们公司来研修，接受我的辅导。特别是在人寿保险业中，有的公司中有四分之一或七分之一的员工都来听过课。

就这样，根据我作为日本第一促销员的自身经验和我对业界精英们长期进行辅导的经验，以及不断学习借鉴来的经验，我可以断定：“成功者，百分之百都

是听说能力十分优秀的人。”（失败者恰恰相反，百分之百没有掌握这两种能力。）

所有的技巧都来自我的切身体会，百发百中

对一个人的说服力而言，听说能力是最为重要的东西。

婴儿半夜啼哭，孩子缠着父母给他买玩具，都是最好的说服方法。“我想要手机”，跟父母花言巧语直到最后如愿了，这也是很好的说服例证。

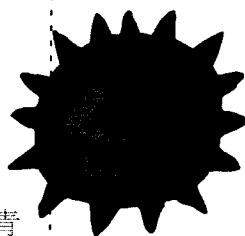
尤其是在商界，听说能力决定了你是随时都有可能被解雇，还是一帆风顺，勇往直前。正如陈旧的武器不可能带来战争的胜利一样，没有听说能力，也不可能是在商场上打败对手。

迄今为止，已有多位政治家因为没有具备听说能力而最终丢掉了大臣的职位。更有甚者，有的人就因为说话笨拙，影响了自己的政治生涯，最后不得不辞掉总理一职。

说服别人，是人一生中从孩提时代起到成人阶段都无法摆脱的永恒主题。

本书系我的经验之谈，并非评论家、顾问的凭空之论。所以，我认为，这些技巧无论在哪行哪业，只要有销售都能用得上。

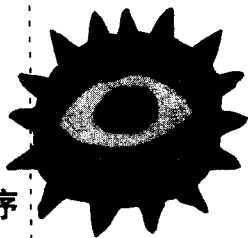
如果通过此书能与您共同切磋、共同进步的话，将是我无上的荣幸。



青木仁志の说服力



序 言 只要这样做，您说的话就会有惊
人的说服力



序言 只要这样做，您说的话就会有惊人的说服力

一、小学校长与郁金香

“我们的校园里开了这么多漂亮的花，大家都看见了吧？后面的小朋友们也看到了吗？”

这是4月5日某小学开学典礼上的一幕。

听说今年该小学只招收了大约80名新生。因为孩子越来越少，无论哪个小学，招收的学生都在不断减少。

讲话的人是这个小学的校长，但他的姿态和我小学时的校长不同。

体育馆里，孩子们围坐成一个扇形。扇形的左边是

为了欢迎新生而演奏音乐的六年级学生。扇形的右边是刚入校门的新生。大家都面对扇形的中心坐着。当然,居于扇形中心的就是该小学校长。

新生的家长们,虽然是坐在扇形的中心位置,但实际上是在扇形外。所以,右边的一年级新生就和六年级的大哥哥大姐姐们面对面地坐着。

校长把身子侧向一年级的小朋友,和他们讲着话,聊着天。

“校长我啊,在你们来之前,到我们校园的院子里采了很多花来。有这么多呢,大家看。是不是有很多种颜色啊。这是什么花,知道吗?”说着,校长高高地举起一朵红色的花。这可是我熟悉的花。

“郁金香。”

立刻响起一片稚嫩的声音。

“对了,是郁金香。那么,这朵黄色的花又是什么呢?”

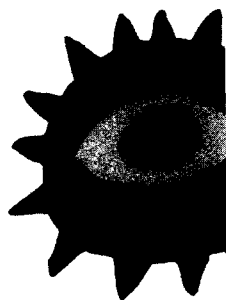
“也是郁金香。”

“对了。那么,这朵呢?”

“还是郁金香。”

这次是白色的花。孩子们的声音一下变高了。这些花形状都是一样的,就是颜色不一样。有些孩子看都不看就回答了。

“那么这朵粉红色的是什么花呢?”



“也是郁金香呀。”

“对了，这朵也是郁金香。好，这是什么？这种颜色的花，大家没有见过吧？”

这次是蓝色。我也没有见过这种颜色的郁金香。说起郁金香，是学校里必种的花，可我知道的只有红色和白色。

“……大概是紫阳花吧。”

说到蓝色，就是紫阳花，可是……

“可是，这个也是郁金香呀！”

“是的，我知道！”一个活泼的男孩大声说道。

“是吗，你知道了？这也是漂亮的郁金香吧。颜色是不是很漂亮？”

“嗯，好漂亮呀！”

“真的那么漂亮吗？太好了，老师没有白拿来。”

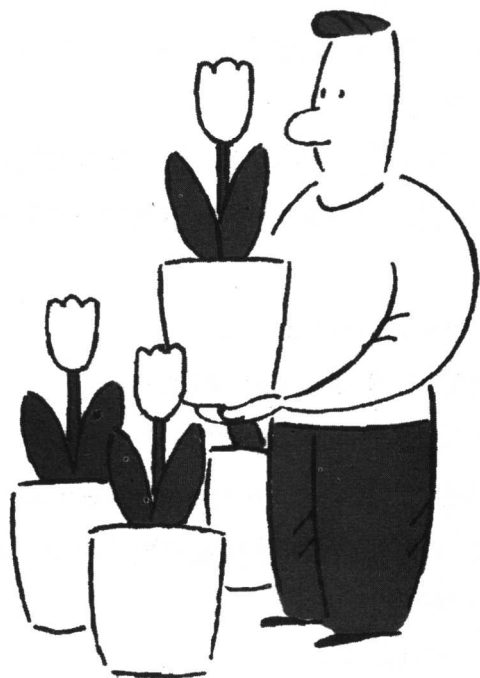
就这样一问一答，重复了10次。

最后校长说了这么一段话：

“大家说这些都是郁金香，可是颜色却有这么多，有红的白的，还有蓝的黄的，好多好多，对不对？”

“我最喜欢红的！”

“是吗，红色的是很漂亮。但是其他颜色的郁金香也很美，是不是？你们大家也一样。从今天开始，你们就要和好多小朋友一起学习，一起玩，一起做运动，一起吃饭，一起去野外郊游。大家和这些郁金香



一样，每个人都与别人不同。但大家都是郁金香，懂不懂？”

“嗯，懂了。”响起几个孩子的声音。

“好，太好了。如果懂得了这个道理，我们在学校里就会过得很快乐，很安心。郁金香有很多种颜色。你们大家，虽然都是一年级的学生，但是有的个子高，有的个子矮，有的跑得快，有的跑得慢，还有的声音大，有的声音小，各种各样，大家都不一样，就像郁金香有这么多种颜色一样。是不是很有意思？这个呀，如果用一

个比较难的词来说,就是个性。大家的个性都不一样,什么样的都有。所以呢,从今天开始,虽然我们每个人都和别人不一样,但我们要团结在一起,一块学习。懂了吗?”

“嗯,懂了。”

“好,大家都是聪明的好孩子。那么,我来给大家介绍一下要教你们的老师……”

我听了他的这番话,真是佩服极了。

二、推销获得成功的三点“精髓”

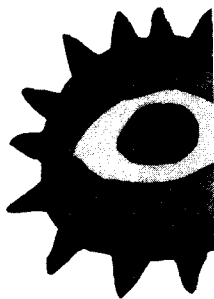
要说我佩服什么的话,我想就是这位校长的演讲,因为其中包括了推销的所有精髓。

那么,推销的精髓是什么呢?

它不是指你跟客人说了些什么,而是你向他表达了什么。

任何时候,交流都像接投球。如果你把球随便扔出去,客人是根本不会去接的。怎样才能扔到客人容易接的地方呢?这就是推销的精髓。

那些极有说服力的销售人员,就很好地掌握了这一要领。



这一要领也就是校长向孩子们所展示的说话技巧,也就是说“通俗易懂”、“平视式交流”、“简单扼要”这三点精髓。

另外,在有说服力的讲话中,主题是最重要的。所谓主题,就是你到底想向对方表达什么,即你说话的真正用意。换句话说,是“我想告诉你的就是这个意思”。这就是主题。

但遗憾的是,有很多时候,无论你的主题有多么明确,却无法向对方顺利地表达出来。虽然想“就表达这些”,可是由于表达方法笨拙,即使你的主题多么明确也都无法表达出来。因此,“尽量采用使对方容易理解的说话方式”是最重要的。

这就叫做“说话能力”。说话能力就是指将自己的主要意图有效地传达给对方的一种能力。

三、讲话时应使用通俗易懂的词语

之所以孩子们很容易就听懂了校长的话,是有其原因的。

首先,校长用了比喻。郁金香本身就是一种比喻。那么通过比喻,他到底想表达一个什么意思呢?校

长的主题又是什么呢？

我想，校长要表达的意思就是“十人九不同”吧。

这些刚入校门的小朋友，每个人都是有自己的鲜明个性的。然而这些个性并不都是优点，很多时候缺点也会表现出来。

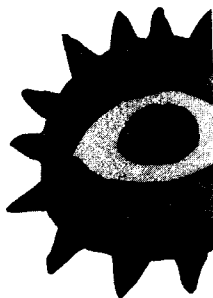
尽管如此，还是应该尊重他们的个性，而不是扼杀他们的个性。所以，希望他们在保持自己个性的同时，也希望他们尊重其他小朋友的个性。我想，这就是校长想表达的意图吧。

所以，他就一次又一次地拿出了郁金香让孩子们看。甚至于连我都没见过的郁金香也准备好了。

如果这时候说出“十人九不同”这个谚语，孩子们肯定是一头雾水。这个谚语对于他们来说简直就跟外语一样，只有等他们再长大一点儿才会明白。因此，要想让对方完全明白你的意思，就必须用他听得懂的词语。

在会议和讲解中，经常可以看到，有些人自我陶醉，动不动就使用一些谁都不懂的专业术语。对于这些人，我可以断言，他们的业绩肯定好不了。政府官员和经济学家就是这种人的典型。

比方说，“国民负担率”这个词，它的实际意思就是将国民收入做分母，将税金和社会保障费用做分子算出来的结果。简单地解释起来，就是指“政府从公司



和个人那里征收的金额的比率”。这么说谁都懂，可有人偏要用专业术语，反而把它复杂化了。

“公共负担”也是这样，简单说就是税金。

如果在演讲中使用“公共负担”这个词，这笔资金无论怎么用，老百姓都是无动于衷的。但是一旦他们知道实际上就是税金的话，肯定会有人生气地骂道：“别糊弄人了。”所以，也就有一些人想故意用些专业术语来蒙蔽老百姓。

四、“平视交流法”

这就要举朝日啤酒的木通口广太郎先生的例子了。

这是木通口先生在住友银行（现在的三井住友银行）当部长时发生的故事。因为收购外国某公司一事，他曾和松下电器的人一起工作。

有一天开会，正好到了讨论过程中的休息时间，大家就请松下幸之助先生给这次会议提一些意见。于是，松下先生就说了：

“今天会议到底要讨论什么，我是一点也不明白。你们都知道，我才小学毕业，可你们居然用了两个英文