

附

实战前的速成训练术
各大媒体争相报道的实用沟通技巧

一可话

たったひと言で相手を動かすアサ-ティブ営業力

说服对方

为香奈儿、索尼、甲骨文、NEC、明治乳业、住友重工、虎屋
等大型企业提供咨询，年培训时间高达277天的

“培训女王” 亲自传授

(日) 大串亚由美 著

格林证券股份有限公司董事长

渠海霞 译



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



一回話

たったひと言で相手を動かすアサ-ティブ営業力

说服对方



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书旨在帮助读者提升“综合工作能力”，并以提高“营销能力”为主题。

这里所说的“营销”并不仅仅指与外部顾客的买卖或交易。不仅仅是对客户，即使是对公司内部的上司或其他同事，如果不能正确“营销”，工作也无法顺利进行。另外，在指导部下或后辈的时候，如果不能因材施教妥当“营销”，也无法把自己的意思传达给对方。

准确表达自我、提升自身魅力，不仅仅在工作方面很重要，在个人生活中也十分必要。

Tatta Hitokoto De Aite Wo Ugokasu Assertive Eigoryoku

Copyright ©2007 Ayumi Ohkushi All rights reserved

Original Japanese edition published by Diamond, Inc.

Chinese simplified character translation rights arranged Diamond, Inc.

Through Shinwon Agency Beijing Representative Office, Beijing.

Chinese simplified character translation rights © 2009 by China Machine Press

本书引进版权登记号：01-2009-3282

图书在版编目（CIP）数据

一句话说服对方 /（日）大串亚由美著；渠海霞译. 北京：机械工业出版社，2009.9
ISBN 978-7-111-28152-8

I. 一... II. ①大... ②渠... III. 说服—语言艺术 IV. H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2009）第 151288 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

策划编辑：李新妞 责任编辑：张美杰

责任校对：侯 灵 责任印制：洪汉军

三河市国英印务有限公司印刷

2009 年 9 月第 1 版·第 1 次印刷

170mm×242mm·10.5 印张·117 千字

0001—6000 册

标准书号：ISBN 978-7-111-28152-8

定价：28.00 元

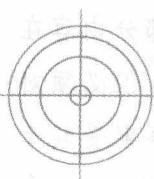
凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

销售服务热线电话：（010）68326294

购书热线电话：（010）88379639 88379641 88379643

编辑热线电话：（010）88379137

封面无防伪标均为盗版



译者序

你是否还在为各种繁杂琐碎的人际关系而苦恼不已？你是否还在抱怨别人对你的不解和猜疑？你是否还在为无法获取客户的信赖而终日叹息？你是否还在为不能博得上司的青睐及同事的爱戴而劳心劳力……你是否还站在积极交流带来的“胜利”对岸望洋兴叹、苦无良计？

如果是这样，这本书可以成为你并不苦口的“良药”，帮助你轻松解除上面的种种烦恼！年培训时间高达 277 天、在日本有“培训女王”美称的大串亚由美女士的这本《一句话说服对方》，从根本上分析了日常交际中存在的各种问题，并从理论和实践两方面作了全面而细致的解析。书中的“双赢”理念令还在时常抱怨“人心难测”的我们茅塞顿开、恍然大悟。原来之所以难以与人顺利沟通，根本原因在于我们自己没能把握好双方之间的天平。任何一方的砝码过轻或过重，都将导致整个天平失衡，而这种失衡正是破坏良性对话的罪魁祸首！本书的可贵之处不仅在于它对理论深入浅出的阐释，更在于其对各种实例细致入微的剖析。书中根据不同场合的具体需求，挑选极具代表性的会谈实例，从正反两方面逐一解析，犹

者挑选了其在培训过程中经常被咨询到的 10 个典型问题，逐一进行了解答和分析。其无限智慧足以令我们扼腕赞叹，其真知灼见亦值得我们好好借鉴。第七章“实战前的三分钟核对——积极交流秘籍”中对全书重点加以提取和整理，做成简明易懂的“秘籍”，以供大家借鉴和参考。

译者在翻译过程中深深感受到本书的新颖之处：首先，它提出了交流中的“双赢”理念；其次，它打破了传统的“营销”概念，告诉我们公司内外都需要“营销能力”。此外，如前所述，本书更加可贵的是从具体场景出发，通过逐一例示的形式，为读者介绍了大量参考价值大、操作性强的交流方法和沟通技巧。相信本书一定能够帮助你在工作 and 生活中的人际交往方面更上一层楼！

聊城大学外国语学院

渠海霞



译者序

前言

第一章 “短短一句话”便可令你改头换面/1

告别“对不起”/3

询问方式决定所得答案?! /7

倾听的力量/9

莫被技巧所累/10

第二章 一句话说服对方的七项基本要素/13

化腐朽为神奇的七项基本要素/15

“七项要素”完美组合为你带来事半功倍的效果/27

第三章 成功和机会总是青睐积极者/29

何谓“积极”/31

如何变积极/32

速成!“听·问”技巧/33

打开真正的“双赢”之门/36

“6:3:1”——商业成功的黄金定律/37

第四章 积极一言打造的公司外部人脉/41

推敲“积极一言”的价值/43

场景一 紧张的初次交谈中一语俘获对方的心/44

场景二 引导顾客需求/52

场景三 提出新的商业方案/58

场景四 巧对无理要求/65

场景五 为重大失误道歉/71

第五章 令公司内部人际关系焕然一新的积极实践/75

公司内部更需要积极的“营销能力”/77

场景一 向上司汇报工作进度/78

场景二 通过新计划/85

场景三 努力促使会议中的“异议·反议”积极转换为建设性讨论/93

场景四 对为难行为勇敢说“不”/101

场景五 指导后辈/104

第六章 消除您的烦恼 研修女王逐一答疑/113

问题1 “半途介入”的你如何获得对方的信赖/115

问题2 如何消除“口头禅”/116

问题3 如何巧妙转换话题/118

问题4 怎样取悦顾客/119

问题5 求教与重要客户共进午餐时的谈话技巧/120

问题6 如何动员消极被动的部下/121

问题7 怎样应对独断专行的上司/123

问题8 与外国上司沟通交流的关键/124

问题9 请教晨会上的三分钟演讲术/125

问题10 如何向人事部门传达调动意愿/126

第七章 实战前的三分钟核对——积极交流秘籍/129

真正的“双赢”会自然增值/131

首先从这里开始! 变换说法训练/132

切莫滥用“对不起”/132

用积极语言进行表达/132

培养“一针见血”的发问能力/133

实战前的一分钟核对!“七项基本要素”篇/133

实战前的三分钟核对! 各种场景下的谈话集/136

公司外部篇

场景一 紧张的初次交谈中一语俘获对方的心/136

场景二 引导顾客需求/137

场景三 提出新的商业方案/138

场景四 巧对无理要求/139

场景五 为重大失误道歉/140

公司内部篇

场景一 向上司汇报工作进度/141



场景二 通过新计划/143

场景三 努力促使会议中的“异议、反议”积极转换为建设性讨论/144

场景四 对为难行为勇敢说“不”/145

场景五 指导后辈/146



第一章

“短短一句话”便可令 你改头换面



不同的问答方式极大地影响着对方的反应。

年培训时间高达277天，经验丰富的“培训女王”在与众多受训者的接触中，收集了各种各样的事例。

自今日起，告别“对不起”这句口头禅，努力向“Win-Win（双赢）”迈进！



告别“对不起”

“对不起，您是大串女士吧？初次见面！今天让您在百忙之中前来，真是对不起啦！这么千里迢迢地赶来，肯定一大早就得动身了吧，实在是对不起啊！”

这是在车站与一位前来迎接者初次见面时，对方说的话。他一边这么说着，一边满脸笑容、彬彬有礼地向我迎来。

但是，大家难道不觉得奇怪吗？明明没有做错任何事，却一连串冒出三句“对不起”。还有什么“百忙之中”、“一大早动身”以及“千里迢迢”，被他这么一说，原本对这次会面充满期待的我也顿生一种异样的感觉，似乎做了什么不得了的事情。

而且，我禁不住有些不好意思，忙答道：“哪里哪里，这没什么。”

假若换一种说法，事情又会怎么样呢？

“您好！请问您是大串女士吗？初次见面，我是某某某。感谢您百忙之中抽空前来。今天早上就要开始的培训，我们可是期待已久啦！拜托啦，请多多关照啊！”

这两种措辞所传达的内容大体相同，但带给人的印象恐怕就大不一样。

无论多么繁忙、路途多么遥远、多么早动身，比起道歉来，我们更愿意得到的还是对方的“感谢”。

这样一来，我们自然就会心情舒畅地回一句“哪里哪里，还请您多多关照”，并且工作的干劲儿也会油然而生。

在因工作关系与很多人的接触中，常常会产生这样的想法，那



就是：“如果那句话变换另一种说法，一定能将意思传达得更加明白……”。而“对不起”便是其中之一。“对不起”这句话本身并没有什么不对，问题出在其使用方式上。

“对不起”其实是一句非常方便实用的话。有相当多的人，无论是在道歉的时候，还是在表示感谢的时候，甚或是在向店员等打招呼的时候，统统用一句“对不起”来应付了事。其中也有一些人，“对不起”已经成了他们的口头禅。大家不妨做个试验，有意听一下工作场合的会话。你一定会发现，无论是你还是你周围的人，这句话的使用率简直超乎想象。

即使说同样的事情，不同的措辞和会话方式，也会给对方带来极不一样的印象。如果仅仅变换短短的一句话，或者稍稍改变一下说话的顺序，就能给人留下良好的印象，那我们又何乐而不为呢？

那么，我们又该如何变换说法呢？这里就以“对不起”为例，当你想说这句话的时候，不妨根据具体情况试着换成下面的措辞。

- 别人为自己做什么事情（工作上得到别人的帮助、在拜访的地方别人为自己倒茶）的时候，请说句“谢谢”或者“多亏您帮忙”。
- 向店里的人员打招呼的时候，请用“拜托啦”、“麻烦你帮我结账”或者“麻烦你啦”。
- 即使在道歉的时候，也不要有一句简单的“对不起”来草草了事，而要郑重而真诚地向对方说一句“给您添麻烦啦，真是对不起”或者“实在抱歉，请您原谅”等。

怎么样？这么一说，是不是从今天开始就想立即实践呀？其实，有待商榷的措辞还有很多。比如：

- 当别人问你喝茶还是咖啡的时候：

“茶就可以啦”→“还是喝茶吧”/“拜托给我茶”。

■ 面对有人咨询库存情况的时候：

“只有这个了”/“现在有的就只有这个”→“我们可以为您准备这个”。

■ 跟上司搭话的时候：

“能打扰您一会儿吗？”→“能请您给我三分钟时间吗？”

明明是要表达“请您随意挑选”的意思，但如果说“这个也可以”或者“哪个都行”，就会令人非常扫兴。即使同样的东西，如果说“只有这个”，总会让人感觉像不良库存似的，这也同样会让人大失所望。比起含否定意义的消极表达，“我们能为您准备”这样的积极语言更容易给人以良好的印象。

有事情想找人商谈的时候，如果不用“一会儿”，而是使用能够准确衡量的“三分钟”，那么，对方了解了具体时间，继而也就可以安心了。但是，如果说好了“三分钟”，却一直没完没了地长谈，那就违反了应该遵循的规则。因此，如果需要的时间比较长，一开始就应该询问说：“想和您商量一下某事，能请您抽出大约多少分钟的时间吗？”

在这里，再举一个与上司交谈的例子。这是一个难以说“不”的场合，那就是被上司邀请去喝酒，但自己却并不想奉陪。这种时候，如果是你，你会如何拒绝呢？

“对不起，虽然很想去，但是今天碰巧有事……”

如果这么回答，对方很可能会接着追问：“那明天怎么样？”

“哎呀，事实上明天也没空……”

如果再次拒绝对方，会让人感觉你是在躲避。甚至可能会令对方觉得你就是不想和他一起喝酒。这种时候，不妨这么说：

“谢谢啊！不过，晚上就不能陪您啦，明天午饭的时候怎么样？”

不能喝酒、不想晚归、更不愿听醉酒上司漫无边际的说教……理由有很多，但不必逐一列举。

原本是要对别人的邀请表示感谢，结果却用道歉的语言，这实在是件奇怪的事情。上司听了之后，也会产生“又不是硬要拉你去”之类的想法。相反，若是拿出一起吃午饭这样的“代替方案”，反过来主动邀请对方，情况就会大不相同。假若再能了解上司的爱好，提议说“有个店不错，特别想和您一起去”，就能给对方留下更好的印象。

被邀请打高尔夫球的时候，若是采用“我打不好，很可能会成为您的累赘！”这种含糊不清的拒绝方式，反而会激发对方的兴致，回你一句“没关系，我来教你吧！”。如果说“早上的时候，我比较虚弱……”，对方也许会来一句“那就选较晚的一局吧。”这样一来，我们就更加难以拒绝。

但如果像下面这么说，又会怎样呢？

“谢谢！难得您盛情邀请，可惜我不打高尔夫球。如果是打网球，我倒是乐意奉陪！”

如果是打高尔夫球的人，也可以用下面的措辞：

“多谢您邀请。但不凑巧的是，周末我有点私事要办。并且，为了不影响平时的工作，我已经很久周末不打高尔夫球啦。部长，下周也请加油吧！”

宛然一笑、神清气爽地回答，却能干脆利索地拒绝。发出邀请的上司应该会更看重你工作上的努力，而不是打高尔夫球。

虽然你要传达的内容——“我不能陪您打高尔夫球”这一信息并没有改变，但却变换了说法。仅仅凭借这一点，两个人之间的

“气氛”就会截然不同。

如果能从对方的立场和心情出发来斟酌措辞，即使说“不”也没有关系。这也正是本书主题“魅力交际”的功效之一。

询问方式决定所得答案?!

不同的回答方式会给对方留下差别极大的印象。

比起诚惶诚恐的“对不起”，一句直接而真诚的“谢谢”更容易令人心情舒畅。面对别人的酒宴之邀，若是用“恕不奉陪”之类的语言断然拒绝，会令对方极不愉快，但如果能提出“若是午餐，一定奉陪”这样的“相反提案”，则能给别人留下良好的印象。反过来讲，冷淡的回答和“对不起”之类的口头禅，有时候不用或许并不会带来损失。

认真回答却招致损失的例子比比皆是。

比如下面的店员与前来光顾的顾客之间的会话。这是某个众所周知的高级品牌。假设顾客正在寻找带有流行花样的商品。

顾客：“我想要动物花纹的化妆包。”

店员：“是 Afrikaner 吧？”

即使店员并没有任何恶意，这样的回答也会让一些顾客反感，顾客会觉得你是在变相地对他们说：“你连这都不知道吗？”并且还会令人感觉作为店员的你和便览手册没什么区别。

顾客：“我想要不带花纹、样式简单的钥匙圈。”

店员：“不带花纹的，就只有这一款。这也是我们店里最便宜的一个系列。”

顾客想要有象征意义的钥匙圈，但并没有说想要便宜的东西。



也许本来是好心为顾客提供信息，但也正是这么一句话会令对方大失所望。

我们不妨使用对方的话进行回答，比如听到对方说“动物花纹的……”，你就可以说“动物花纹的化妆包呀。这一款……”自己使用的语言往往更容易入耳，而且也更能让对方感觉你在认真聆听他说的话。

这种“聆听”带来的安心感正是构筑信赖关系的第一步。后一个例子如果换一种回答也会留给对方较好的印象。比如，我们可以回答说：“若是想要样式简单的，我们可以向您推荐这一款商品。而且我们店里为您准备了红色和黑色两种不同的颜色。”补充信息也符合顾客的“简单”要求。

一旦建立了信赖关系，新顾客就有可能成为经常光顾的老客户。但若仅仅因为一句话而没能抓住顾客的心，那岂不是极大的损失。类似的错误在职场中同样存在。例如，面对犯下过失的同事或部下，就有不同的措辞和说法。

“你为什么连这种事都做不好呢?!”

如果这么说，谈话就会仅仅停留在责备对方的过失上，而不会有什么实质性的进展。受到责备的一方也只会心生排斥之感，产生“什么呀！好像多了不起似的……”之类的想法。

“你也不想犯这种错误吧。该怎么办好呢？”

比起追究对方犯错的原因，倒不如齐心协力地思考弥补之法。当然也必须明确指出对方的过错和失误，听到这样的说法，对方一定会想方设法来弥补过失。

若是设身处地替对方想一想，事情就很容易明白了。若你被责问“为什么做不好?!”，你会如何回答？

“……对不起。”