

风靡日本的50条沟通法则
助你职场一路开挂

说话的技术

简单有效的50条沟通法则

[日] 冈本纯子 著 杨晓燕 译 | 机械工业出版社

果麦
GOMAI

说话的技术

[日] 冈本纯子 著

© 2017.12.10

技术1

说什么不重要

让对方记住

谈话时的心情才重要

“聊天”的英文是“small talk”，字面意思是“小谈话”，但其作用不可小觑。它是通往正式对话的入口，也是建立人际关系的第一步。

与一些欧美国家的企业高管交谈，你会发现对话的切入方式暗藏玄机。他们会满面笑容地走过来，先问候一句“How are you”（你好吗），然后看似随意地谈谈家事和个人话题，不知不觉就拉近了双方距离，片刻之间便能达到心情互通的状态。

精英人士都很注重聊天能力，因为他们知道在交流中，重要的并不是说话的内容，而是要在说话时调控好对方的心情。

美国女诗人玛雅·安吉罗曾说过这样一句话：“人们会忘记你说过什么、做过什么，但永远不会忘记你带给他们的感受。”

想必你一定有这样的经历：即便忘记了会面对象的样子和谈话内容，你也不会忘记对方给你留下的印象是好是坏。留在记忆中的只有印象和感受。

所以说，谈话的内容或许会被遗忘，但谈话时的感受毕生难忘。

聊天正是塑造这种印象和感受的机会，是自我展示的时刻。从聊天开始形成的第一印象决定了后续工作的成败，因此世界上的精英们绝不会白白浪费与人聊天的时间。

那么怎样才能拥有世界级的聊天能力呢？下面我就介绍一些具体方法。

技术2

说话是离开自我视角 投一个 对方能接住的球

在聊天之前，先要了解什么是交流的基础。

“交流”的英文是“communication”，其词源是拉丁语中的“共享”一词。所以交流不是单向输出，而是双向沟通，它联结着信息的输出者和接收者。只有当二者之间产生某种化学反应时，信息才能顺利传递并打动彼此。

但是很多人都认为自己说了什么，对方就能听懂什么，于是随心所欲，信口开河。这种简单粗暴的表达仅仅是自说自话，对方多半会无动于衷。

自己说了什么，对方就能听懂什么，这种思维定式普遍存在，我就常常在大企业老板的演讲中发现这种问题。很多人一开口就滔滔不绝，充满抽象词汇、专用术语和晦涩用语，内容本身乏味至极，演讲方式也非常生硬……这种想怎么表达就怎么表达的演讲方式，对于听众没有丝毫吸引力。

如果想要相谈甚欢，就必须明白下面这个道理——人只想听到自己想听的信息。

对于深信“接种疫苗存在危险”或“全球变暖是无稽之谈”的人，即便把证据摆在他们面前，也是对牛弹琴。

不管怎样强调事实真相，都很难动摇一个人根深蒂固的思想。这种现象在心理学中被称为“刻板偏见”，人会不由自主地搜集可以支撑自己观点的信息，对与之相反的信息视而不见。因此，如果你提供的不是对方感兴趣的信息，那么对方必然不会接受。

如果想让聊天顺利进行下去，就不能说“自己顺口”的话，而是要说“对方顺耳”的话。

一心想要自我表达，想让对方倾听自己想说的话，这种自我主义万万要不得。把视线从自己身上挪走，这是提高说话能力的第一步。

如果想要开启对方的心门，唯有将你自己改造成和对方的“锁眼”相匹配的钥匙。因为对方的锁眼不会改变形状来迎合你这把钥匙。

交流的主角不是你，而是听众。**把焦点从自己身上挪到对方身上，这是交流的首要法则。**

技术3

要用 两倍于表达的时间 来倾听对方

“天气”和“健康”都是聊天的万能话题，这是共识。但如果总是以自我为中心，一门心思地想要向对方说些什么，自顾自地喋喋不休，就算这种万能话题也会聊不下去的。

聊天时人都有一种倾向：喜欢一个劲儿地讲自己的事情，而不是考虑别人想听什么。有统计表明，在日常聊天中，一个人所说60%的内容都与自己有关。在网上社交时，这个比例是80%。

哈佛大学的神经学学者在研究中得到了一个惊人的结论：人在谈及自己时，会感受到类似于赚大钱、吃美食时的快感。因为**人在聊起自己的事情时，身体会分泌“快乐的荷尔蒙”，也就是多巴胺，大脑中的相关部位也会兴奋起来**。另有实验证明，相对于获得金钱，人们更乐于向别人聊聊自己的事情。

这就是有些人聊起来没完没了的原因。

所以，如果将说话的机会交给对方，聆听对方所说的内容，对方就会沉浸在“快乐的荷尔蒙”之中。

生搬硬套说话指南，一味酝酿自己要说的话，对于聊天而言有害无益。倘若能够将说话的机会交给对方，让对方畅所欲言，那么你们自然会相谈甚欢。

在聊天和对话时，表达并不是最重要的，提问和倾听才更重要，也就是先“听”后“说”。

遗憾的是，很多人都缺乏基本的倾听意识。我创办的公司做过一项关于职场上沟通现状的调研，发现不善倾听是职场人在交谈能力方面最大的短板。

不过我也认识不少倾听意识很强的精英人士。

第一个浮现在我脑海中的便是软银集团的创始人孙正义先生。孙先生为人爽快，不摆架子。据说在他进军IT行业之前，只要你准备好他爱吃的布丁，即便没有事先预约也能见到他。

与孙先生相熟的一位集团老总曾说：“孙先生的厉害之处在于他从不当场否定任何事情，而是先专注地倾听别人讲话，认真理解、吸收以后再作评论。”

还有一位是通用电气公司日本分公司的总经理浅井英里子女士。浅井女士柔美的笑容总会给人留下深刻的印象，堪称女性领导者的楷模。自从2018年1月就任以来，她最重视的就是与员工建立良好的沟通。她没有专门的总经理办公室，而是在办公楼层的正中央放置一张没有任何屏障的桌子。有时发现无精打采的员工，她就会过去打声招呼，问一句“怎么了”，然后做员工的听众。

她常说，顶级交流的要义，就是提问、倾听、谈话。

要想成为一名聊天达人，首先要学会做一名优秀的听众。有人说：“你说话的时候，只是在重复已知内容。但如果你倾听，也许会学到新知识。”

耳朵与眼睛成双成对，嘴却只有一张。一定要明白，不仅要会说，更要会听会看。

技术4

多提开放式问题 给人自由表达的机会

想让对方畅快地与你交谈，关键在于提问能力，这可以说是聊天能力的精髓所在。

请大家以三十分钟为限，试着关注一下自己与他人的日常对话。**如果你在三十分内向对方提出的问题少于三个，那就需要注意了。你很可能是一个自顾自喋喋不休的人，或者是一个沉默寡言、会让交谈冷场的人。**

哈佛商学院有研究表明，多向对方提问才能更好地了解对方，也会让对方有好感，再次邀约见面的可能性更大。

所以，千万不要低估了提问能力的强大之处。

那么，如何才能“问得好”呢？我有一个建议：**多提开放式问题，让对方自由回答。**相较于用“是”或“不是”回答的封闭式问题，让对方自由回答的开放式问题能让交谈更加顺畅。

开放式问题有一个通用公式：6W+1H。6W指的是what（何事）、who（何人）、when（何时）、where（何地）、why（为何）、which（哪一个），1H指的是how（如何），这七种类型的问题全部都是开放式的。即使对方不善言辞，只要密集调用“6W+1H”公式，你就能轻松推动一段对话，还可以借此得知所发生事情的全貌。

下面就是一个运用提问公式推动对话的例子：

A: 我被领导给骂了.....

B: 被骂了? 哪个领导? (who)

A: 就咱们科长, 狠狠骂了我一顿。

B: 好惨, 出什么事情了呀? (why)

A: 昨天开会, 接了一句不该接的话, 客户有点不高兴了。

B: 那找个时机, 看看怎么补救一下吧? (when和how)

A: 我已经主动提出由我来写这次的项目报告。我会用心些, 给客户留下个好印象。

技术5

不断变换提问形式 不让对话因一边倒 而冷场

如果总是使用直接性问法，对话就会一边倒，也有冷场的可能。因此，擅长提问的人往往会在对话中变换提问形式，让对话无缝衔接。

哈佛商学院的学者将提问大致分为四种：

- 导入提问（如“你好吗？”“你是哪里人？”）
- 反问提问（重复对方所提问题）
- 跟进提问（与对方所说内容相关的提问）
- 转换提问（转换话题的提问）

下面是一个运用四种问句推动对话的例子：

你：你是哪里人？（导入提问）

对方：我是山形县人。

你：山形县人呀？（反问提问）山形县是个好地方啊，哪家温泉比较好啊？（跟进提问）

对方：银山温泉很不错。那里的街景很有特色。

你：山形县的当地美食有哪些呢？（转换提问）

对方：山形县的芋头火锅很有名，不过我比较喜欢拉面。

你：是吗？我也想品尝一下呢！说到拉面，前些天我发现一家非常好吃的店。（自己想说的话题）

只要学会像示例这样，一边推进“问→答→问→答→适时插入自己想说的话题”的对话过程，一边不断变化提问形式，你很快就能成为聊天大师。

如果你是个不喜欢一直被提问的人，只需反过来向对方提问，就可以把话题转移到对方身上。

如果遇到一个喋喋不休的人，也可以主动问他一个你自己感兴趣的问题，借此转移话题。

不断练习，一定能逐步提高自己的提问能力。

技术6

人只会将 半径十米范围内的事 当作自己的事

掌握提问的诀窍以后，就需要磨炼刚才讲到的“问→答→问→答→适时插入自己想说的话题”的最后一环，也就是表达自我。

当然，表达自我不是想说什么就说什么。你要**让自己的话题紧扣关联性、感兴趣、有价值这三个关键点**，这是吸引对方注意力的诀窍。

先讲第一个关键点：关联性。

大家觉得什么跟自己有关呢？家庭、健康、金钱、朋友、工作、兴趣爱好.....

美国著名心理学家马斯洛曾提出，人类的基本需求共有五个层次，依次是生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求、自我实现需求。在现实生活中，人的兴趣和需求，几乎都体现在与自己有关的事物上。

新型冠状病毒与全球气候变暖、难民一样，都是重大的社会问题，但人们对后两者的关注度并不是很高。

记住，**人只会将半径十米范围内与自己有所关联的事物真正当作自己的事。**

能解决手头的麻烦、便宜、实用、可以产生一定的社会影响，这些都是成为畅销商品的必要条件。想与人相谈甚欢，就可以参考这些条件，挑选与对方手头的烦恼和得失相关、能够为对方的生活带来便利、能产生一定影响的话题，我称之为“畅销商品法则”。下面是运用这一法则的具体例子：

手头——以对方容易接触到的事物为话题。

“附近开了一家大型超市。”

“公司来了一位很可爱的新人。”

烦恼——以一直困扰对方的事情为话题。

“我帮你做一套练出马甲线的方案吧。”

得失——围绕对方的利益得失找话题。

“咱们研究一下定投吧，两年内肯定赚钱。”

“你这么做，三万元肯定要打水漂。”

便利——以对人有实际功能的事物为话题。

“每个地铁站里都有自助租用充电宝的机器。”

“下载这个软件，出门打车就方便多了。”

影响——以产生重大社会影响，或对他人有重要影响的事情为话题。

“由于新冠疫情的影响，公司的业绩大幅下滑。”

“听说在这次人事变动当中，××先生成了上司。”

技术7

别总想讲自己的成功 其实人们想听的 反而是失败经历

引人注意的第二个关键点是感兴趣。

我们经常在娱乐新闻中看到这样的报道：一个无人问津的普通人因为流行话题一夜之间名声大噪，可没过多久就被曝出隐秘往事，这段往事激发了大众的不同情绪，有人愤怒，有人开心，有人伤感。

这种报道通常都备受关注，因为它涵盖了让人感兴趣的众多要素：流行、有名气、一波三折、曝光秘密、激发情绪。跟人聊天时，也可以选择包含这些要素的话题，我称之为“绯闻法则”。下面是运用这一法则的具体例子：

流行——新鲜事物或流行话题。

“这是现在最受欢迎的甜点。”

“那部正在热映的电影不看可就亏了。”

有名气——有关知名人士、企业、商品等的话题。

“苹果的新产品。”

“丰田的新车。”

一波三折——以克服困难或经历失败的过程为话题。

“一贫如洗的流浪汉竟然成为年营业额一亿日元的企业的老总。”

“手握千载难逢的机会，居然一败涂地。”

曝光秘密——最好是首次披露，话题性更强。

“我不讨厌你啊。其实吧，我很喜欢你。”

“我其实是个富二代。”

激发情绪——能激发惊讶、愤怒、喜悦等情感的话题。

“今天堵车，我路怒了不下一百次。”

“战胜了可怕顽疾，在奥运会上摘得金牌。”

很多人总想讲述自己的成功事迹，其实人们想听的反而是失败经历。

林原麻里子 is 全世界最大的保险企业美国国际集团(AIG)日本分公司的执行董事。她曾在学生时代遭受校园霸凌，后来生活也一度穷困潦倒，作为一名单身母亲挺过了无数的艰辛。

这样跌宕起伏的故事十分吸引人，因此我建议她在合适的场合开诚布公、无所保留地披露这些失败受挫的故事，让公司内外的人心生共鸣。事实证明，这也确实为她增添了魅力。

技术8

不要说“我真不错” 要说“你真不错”

假设上司与你聊天，你觉得下面哪一句话会让你更有干劲儿呢？

A.我在公司里的业绩连续五年排名第一，被嘉奖过很多次。跟着我好好努力吧，你一定能够有所作为的。

B.你可是公司里不可或缺的人才，我觉得这项工作非你莫属，好好努力吧。

答案自然是B。

人都会在不知不觉之间提起当年勇，摆出好为人师的架势，也总是乐于谈起自己的经历、成就、长处等，宣扬自我价值。但这些只对自己有价值，对于对方来说未必重要。

进行交谈时，任何人最想听到的都不会是对方的价值，而是自己的价值。每个人都希望被他人称赞，而不是听别人自我吹嘘。

直白地说，就是不要说“我真不错”，而要说“你真不错”。与人交谈时，**不要沉醉于自我表现，而要充分表达出对方的价值。**

这是聊天的一大诀窍，只要具备了夸奖他人的意识并付诸行动，别人对你的好感度就会大大提升。

如果不符合前文讲到的三个关键点，那么不论旅行、健康、美食还是其他话题，都不会让对方产生半点兴趣。