

第二节如何与同事沟通

一、能力目标 Competency Goal

在职场，一个人想获得成功是不可能的，必须要靠集体的力量，没有他人的理解和配合，事业是很难成功的。因此，与同事沟通对一个职场中的人来说是成功的关键因素。但是如何与同事相处和沟通是一门学问，需要我们学习。

通过本节的学习，你将能够：

1. 了解与同事沟通的原则。
2. 学会与同事沟通的技巧。

(一) 与同事沟通的原则

1. 要以诚相待，平等对待同事真诚是人与人相处的根本，沟通的有效性在于真诚，"精诚所至，金石为开"。对方认可了你的真诚，沟通就有了良好基础。在办公室里无论是什么样的同事，你都应当平等对待、互学互助，建立起和谐的工作关系。

2. 要学会尊重同事有效的沟通必须学会尊重和理解，不是所有的沟通都能使彼此同意对方、达成共识，意见分歧、观点对立是常有的事，重要的是尊重和理解。彼此尊重，先从自己做起，多采用商谈、讨论以及提出建议的方式，而不能以"命令"或责怪的口吻把自己的想法强加于同事。

小知识 职场沟通的8个黄金句型

1. 最婉约地传递坏消息句型：我们似乎_#到一些状况……
2. 上司传唤时责无旁贷句型：我马上处理。
3. 表现出团队精神句型：X X 的主意真不错！
4. 说服同事帮忙句型：这个报告没有你不行啦！
5. 巧妙闪避你不知道的事句型：让我再再认真地想一想，3点以前给您答复:!!?"马？
6. 恰如其分的讨好句型：我很想听听您对某件案子的看法……
7. 承认疏失但不引起不满句型：是我一时失察，不过幸好……
8. 面对批评表现冷静句型：谢谢你告诉我，我会仔细考虑你的建议。

与同事沟通10个技巧

1. 不要有亲疏之分；
2. 保持合适距离；
3. 态度上，尊重对方；
4. 学会适当赞美；
5. 委婉指出错误；
6. 有分歧求同存异；
7. 保持平常心；
8. 不搞"圈子沟通"；
9. 不带不良情绪；
10. 勿讲他人坏话。

3. 对待同事要宽容

我们的世界因多元化而精彩。要容许形式的多样性、风格的多样性、存在方式的多样性。宽容就是尊重个性，不能强求一律。要学会积极主动地适应别人的性格特点；容忍别人有和你不同的见解和感受，体谅别人的处境；在心理上接纳别人，学会欣赏别人。只有你欣赏别

人，别人也才会欣赏你。这是与同事和谐相处的必要条件。

宽容他人，也是自身修养、处世素质与处世方式的一种进步。宽容他人就是善待自己。在现实生活中，有许多事情，你不妨用宽容去试着解决一下，或许它能帮你实现目标，解决矛盾，化干戈为玉帛。

(二) 与同事沟通的技巧

1. 灵活表达观点

和同事意见相左或看到同事有明显错误或缺点，如果无伤大雅、不关原则，大可忽视，不必斤斤计较。即便是确有必要指出，也要考虑时间、地点、对象的接受能力委婉地指出

如果过于直率，即使你是实话实说，也不会受到欢迎。沟通中的语言至关重要，应以不伤害他人原则，不用直言伤害的语言；要用鼓励的语言，不用斥责的语言；用幽默的语言不用呆板的语言等：

2. 赞美常挂嘴边

同事的进步要适时关注，适当赞美，同事的微小变化也要注意发现。要时常面带微笑，对他人微笑本身就是一种赞美。微笑的魅力是无穷的，每次走到办公室里，抬头挺胸，积极阳光，微笑着向同事问好。情绪是会感染他人，只有这样，别人才愿意与你交往。

小故事

富兰克林与同事相处的技巧

有一天，富兰克林和助手一起外出，来到办公楼门口时，看见不远处一位女同事由于走路太匆忙，不慎跌倒在地。其助手刚要上前帮忙，却被富兰克林阻止，相反在走廊拐角处了起来，悄悄关注着那位同事的动静。助手满脸困惑，富兰克林说，不是不要帮她，而是不是时候，因为这位女同事平时非常在意自己的外在形象，这种场景，她肯定不愿被同事看见自己狼狈的样子。

3. 务必少争多让

不要和同事争什么荣誉，这是最伤害人的。你帮助同事获得荣誉，他会感激你的功绩和大度，更重要的是增添了你的个人魅力。要远离争论，对一些非原则性的问题，切忌去争个你输我赢，否则，其结果只能使双方受到伤害，百害而无一利。

一对一面谈：员工必须善于沟通

英特尔采取开放的沟通模式，既有自上而下的，也有自下而上的。管理 S 通过网络，向全球员工介绍公司最新的业务发展，同时也会通过网上聊天，与员工进行互动沟通，回答员工提出的各种问题。每季度，公司都会定期出版员工简报，让员工及时了解公司最新情况。此外，公司还有一个“一对一面谈”制度，即公司与员工之间就工作期望与要求进行沟通。议的形式进行，要求员工来制定会议议程，由员工决定会议议题。

4. 与同事勤联络

在与同事交往中，可能会有相处较好的，形成了自己的交际圈，也有些相处不是那么好的，关系较为疏远。在激烈竞争的现实社会中，要常与每个同事勤联络，不论关系亲疏空闲的时候给同事打个电话、写封信、发个电子邮件，哪怕只是只言片语，同事也会心存感激。

(三) 与同事沟通的禁忌

1. 切忌背后打小报告

尊重别人的隐私是保护自己的最好方法。绝不能把同事的秘密当作取悦别人或排挤对方的手段，害人之心不可有。以宽容、平和的心对待别人的隐私，是在为自己减少惹来不必要的危险和烦恼的机会。

小知识 同事间沟通的“十勿”

勿将责任强推他人；勿背后议论别人；勿满腹牢骚；勿趋炎附势；勿拉帮结派；勿过分表现自己；勿年少轻狂；勿无视制度；勿乱传消息；勿沟通；错位。

2. 切忌将所有责任背上身

很多人不会拒绝同事的请求，怕得罪人，企图在办公室做一个老好人，这样的想法是错误的。

要谨记自己不是“超人”，公司并不会要求你解决所有的难题。所以最好专注去做一些较重要和紧急的工作，这比每件工作都弄不好要理想很多。委婉地道出你的苦衷，说出你的原则，必能获得同事的谅解，赢得对方的尊重。

3. 和同事交朋友一定要慎重

和同事过于亲密就容易让彼此有过高的期望值，很容易惹麻烦，也容易被误解。把朋友这种感情带到同事间，在有些情况是可行的，但是在某些情况下可能不太容易处理好。如果感情掺杂在同事关系中，有时候会把事情弄得更糟。另外，在办公室的利益冲突下生长的友谊有时候很脆弱，很容易受伤。同事情是一种感情，朋友情是另外一种感情。这里并不是排斥友谊，而是要遵守同事间的游戏规则。

职场五要五不要

1. 要爱你的工作。
2. 要学会微笑。
3. 要善解人意。
4. 要有原则。
5. 要尊重别人隐私。
6. 不要轻易表达意见。
7. 不要迟到。
8. 不要因为个人好恶影响工作。
9. 不要和上司发生冲突。
10. 不要太严厉

二、案例分析 Case Study

案例一：这样开始职业生涯

陈晓峰大学毕业后在一家较大的 IT 企业做研发。他刚到单位的时候关系比较好的几个同事都是和他一样是新来的，由于大家被分配的部门不同，平时也不容易见到。陈晓峰开始感到有点不适应，到了办公室都不知道和谁说话，感觉别人是一群聚集在一起，讨论他们彼此熟悉的人和事，而自己作为新人，一下子感觉不合群。

但是，陈晓峰下定决心要打破这种被动的局面。一天，一个同事的行为启发了他，那是早上，一个同事见他进办公室就说了一句："晓峰，早啊！"正是这句温暖的话语让他觉得无比亲切。

他受到了启发：作为一名新人，很多同事在路上见到自己都和自己打招呼，但是他却叫不出其他同事的名字，甚至连他们的姓或者他们做什么工作，都不知道，这样很不礼貌，更不利于同事之间的交往。办公室里有一张名单，上面有每个同事的名字、所在部门，于是陈晓峰按照名单开始用心记住他们的名字和部门。每当他看到一个不认识的同事，他就问已认识了同事，知道他们的名字后，就了解他们的相关信息。

每当认识了一个新的同事，陈晓峰就在纸上作记号。过了大约一个星期，他终于把这一间大办公室的五六十人都能对上了号了，路上碰到这些同事他都能自如地打招呼了：很多同事都佩服他，短短时间，好像全公司的人都认识了。其实他们不知道他是刻意去记住他们的。因为陈晓峰知道，在路上碰到一个同事，单单说一句"你好"和问候一句"某某，你好"是有本质不同的。

同事做朋友三要三不要

1. 要别人对你好，你先要对人好。
2. 要保持人格上的平等。
3. 要有敏锐的洞察力。
4. 不要过多谈论是非。
5. 不要搞小圈子。
6. 不要回避竞争。

所以，能尽快记住同事的名字，让对方感觉自己很重要，你才会变得重要！与同事建立和谐的关系，对你的工作会有很大的帮助。

案例二：打小报告不会为你加分

王凯和李冰同在一家公司工作。李冰在公司人缘极好，他不仅技术精湛，而且总是笑脸迎人，和同事和谐相处，乐于帮助别人，同事对他的评价很高。

一天，王凯有事找经理，到了经理门口时，听到里面正在说话，并且依稀听到李冰的声音，他听到李冰正在向经理说同事的不是，平时很多不起眼的小事被李冰添油加醋地说着并且还说到自己的坏话，借机抬高他本人。王凯不由一阵厌恶。

从此以后，王凯对于李冰的一举一动，每一个表情，每一句话都充满了厌恶和排斥感，他无论表演得多好，说任何好听的话，王凯都对他存有戒心。而经理对李冰的态度也发生了变化，他对李冰也变得很冷淡，因为他也有一双眼睛，他发现有些事并非像李冰所说得那样严重，他觉得李冰的人品有问题，因而在内心里也生出了厌恶之感。

搬弄是非的人是很难在职场中获得同事和上级的认同，上级并非都喜欢下属向他打小报告，上级有自己独立、中立而长期的判断，不会因为某人的一次坏话而改变对另一个人

的看法。同事对这种事情更是深恶痛绝。职场的成功不能依靠去损贬他人形象而获得。 ”

案例三：职场需要委婉的表达

刘小姐工作多年了，各种事情遇到很多，但是她经常得罪人。原因是她的心里搁不住事情，有什么就说什么，从不会隐瞒自己的观点。

有的同事把茶水倒在纸篓里，弄得满地都是水，她会叫他不要这样做；有的同事在办公室里抽烟，她会很反感，请他出去抽；有的人爱没完没了地打电话，她就告诉她不要随便浪费公司的资源……她这样做是好心，因为上述情况如果让经理看见了，免不了会受到批评。

可是，好心没好报，她这样做的结果就是把同事们都得罪了。每个人都对她有一大堆意见，甚至大伙一起去郊外游玩也故意不叫上她。有一次她实在很生气，就向经理反映，没想到经理也没有对她表示认同，弄得她在公司里更加被动。她很不通，明明我是实话实说，为什么结果会这样呢？难道做人就一定要虚伪吗？

实话实说本身并没有错，心胸坦荡、为人正直是许多人都赞赏的美德，但实话实说也要考虑时间、地点、对象以及他人的接受能力=否则不但无法达到善意的初衷，还会给自己带来麻烦。

办公室莫谈以下话题：

1. 自己或同事的工资收入。
2. 在同事面前表现出和上司超越一般上下级的关系，甚至炫耀和上司及其家人的私交。
3. 私底下对同事谈论自己的过去和隐秘思想。除非你已经离开了这家公司。
4. 谈论别人隐私甚至是上司的隐私。

三、过程训练 Process Training

活动一：小组讨论——从同事到冤家

（一）情景陈述

陈正是公司市场部一名员工，为人比较随和，从不与人争执，和同事的关系相处得都比较好。但是，前一段时间，不知道为什么，与他同一部门的、本来没有任何冲突的张林老是和他过不去，有时候还故意在别人面前说他的不是，甚至还在客户面前说他的缺点，并且还抢了他的几个客户。

起初，陈正觉得都是同事，没什么大不了的，忍一忍就算了。但是，看到张林越来越嚣张，陈正一气之下，告到了经理那儿。结果经理把张林批评了一通，从此，两人成了一对冤家，形同陌路。

（二）小组讨论

- 1、陈正与张林关系出现转变后，陈正应该采取什么样的沟通方式？
- 2、在经理那边告状对两人的关系产生什么样的影响？
- 3、如果你是陈正，你应该如何解决这种沟通矛盾？
- 4、经理处理问题的方法是否妥当？有更好的办法吗？

活动二：游戏——走出地雷阵

体会与同事进行积极沟通的重要性，并练习与同事进行沟通所需要的技巧。训练人数为20~30人，以8~10人为一组。

训练道具：每组一块蒙眼布；两根10米长的绳子；一些报纸。

（一）游戏过程

- 1、选择一块宽阔平整的游戏场地。
- 2、每组同学2人一对作为搭档，其中一个做监护员，一个闯地雷阵。（人数多时有一个有利因素，即场地会变得喧闹，游戏难度增加）
- 3、给每对搭档发一块蒙眼布，闯地雷阵的人蒙好眼睛，由监护员领到游戏场地。
- 4、眼睛蒙好之后就开始过雷阵了、两条绳子平行放置地上，绳距10~15米，标志着地雷阵地起点和终点。
- 5、在绳子之间，尽量多放些报纸作为地雷。
- 6、被蒙上眼的同学在同伴的带领下，来到起点，同伴只嗯呢该站在地雷阵外面指挥他闯过地雷阵，一旦踩到报纸，则宣告“阵亡”。
- 7、几组可同时进行，到达对面后另两名同组队员接力，看看哪一组率先完成任务，且

“阵亡”人数最少。

（二） 小组讨论

- 1、游戏过程遇到哪些问题？
- 2、在沟通时会遇到哪些障碍？
- 3、指挥者能清晰指挥吗？
- 4、良好的沟通是保证任务完成的先决条件。

巡视基层直接讨论

三星电子 CEO 尹钟龙说："我花了很多时间巡视公司在国内外的 workplaces，从基层开始检查运营情况，听取面对面的报告，表扬他们取得的进展。这使我有机会随心所欲地与直接

参与者讨论事务，从高级管理层到较低级别的职员我都能接触到。尽管许多人认为，数字技

术的发展为打理全球企业业务提供了便利，但我仍认为没有任何革新能够取代通过直接讨论

得到的信息真实。"

四、效果评估 Performance Evaluation

评估：与同事的沟通能力

（一）情景描述（回答下列问题）

- 1.面对同事的缺点和错误时，你会（ ）
 - A.委婉沟通，引导发现
 - B.直言相告
 - C.和自己毫无关系
 - D.当面不说，事后和别人谈起
- 2.发现同事的优点或同事取得了成绩，你会（ ）
 - A.及时赞美和祝福
 - B.非常关心，想要向他学习
 - C.羡慕
 - D.嫉妒
- 3.当你听到同事在你面前说其他人的坏话时候，你会（ ）
 - A.不传话，只是静静地听
 - B.当面制止
 - C.当面制止，并指出对方的缺点
 - D.当面不说，事后悄悄告诉受诋毁的那个人
- 4.请求关系很好的同事帮忙时，你（ ）
 - A.礼貌，委婉
 - B.有外人在时礼貌，单独在一起直接
 - C.都很直接
 - D.命令的口吻
- 5.参加老同学的婚礼后你很高兴，而你的朋友对婚礼很感兴趣，你会()
 - A.详细叙说从你进门到离开时所看到和感觉到的以及相关细节
 - B.说些自己认为重要的
 - C.朋友问什么就答什么
 - D.感觉很累了，没什么好说的
- 6.由于公司需要，派你乘长途汽车去另一个地方，时间是10个小时，与你同行的是一个不爱多讲话的同事，你会（ ）
 - A.试图了解他，找出他感兴趣的话题
 - B.主动沟通，找出共同话题
 - C.和他交谈，谈谈自己的感受
 - D.看书、睡觉或吃东西
- 7.你刚就任一家公司的副总编辑，上班不久，你了解到本来公司中有

几个同事想就任你的职位，经理不同意才招的你，对这几位同事你会（ ）

- A. 主动认识他们，了解他们的长处，争取成为朋友
- B. 不理睬这个问题，努力做好自己的工作
- C. 暗中打听他们，了解他们是否具有与你进行竞争的实力
- D. 暗中打听他们，并找机会为难他们

8. 与不同身份的人讲话，你会（ ）

- A. 不管是什么场合，你都是一样的态度与之讲话
- B. 在不同的场合，你会用不同的态度与之讲话
- C. 对身份高的人说话，你总是有点紧张
- D. 对身份低的人说话，你总是漫不经心

9. 听别人讲话时，你总是会（ ）

- A. 对别人的讲话表示兴趣，记住所讲的要点
- B. 请对方说出问题的重点
- C. 对方老是讲些没必要的话时，你会立即打断他
- D. 对方不知所云时，你就很烦躁，就去想或做别的事

10. 当你在发表自己的看法时，别人却不想听你说，你会（ ）

- A. 仔细分析对方不听自己的原因，找机会换一个方式去说
- B. 等等看还有没有说的机会
- C. 于是你也就不说完了，但你可能会很生气
- D. 马上气愤地走开

11. 当你和同事出现误会时，你会（ ）

- A. 主动及时找对方沟通，消除误会
- B. 通过第三方协调，消除误会
- C. 等候对方找自己消除误会
- D. 怀恨在心，找机会给对方点颜色看看

12. 当你进入一家新公司时，你会如何认识新同事？（ ）

- A. 找机会主动介绍自己，认识每一个人
- B. 积极认识本部门的人
- C. 在工作中慢慢熟悉
- D. 等待别人来认识你

(二) 评价标准及结果分析

以上各题选A得3分，选B得2分，选C得1分，选D得0分。

总分为28分以上：你与同事的沟通能力很好，请保持。

总分为18~28分：你与同事的沟通能力一般，请努力提升。

总分为18分以下：你与同事的沟通能力很差，需要提升。

用感性的方式沟通，会比直接争辩对错更容易换取对方同理心，更容易达到沟通的目的。

——李开复

李嘉诚非常善于同员工进行沟通，他认为在团队中，要和别人有效地沟通必须懂得倾听。李嘉诚说："在一个团队里，如果你说话时没人听，那么能说你进行沟通了吗？"

第三节如何与客户沟通

一、能力目标 Competency Goal

只有有效的沟通才能发现客户的需求，为客户提供优质高效的服务，更好地推销产品。随着竞争越来越激烈，企业要想发展，不只是职业经理人或者销售人员，甚至是一名企业内的普通员工，都要努力提升与客户沟通的水平，因为，也许是你与客户的一个动作、一个眼神、一句话都会影响客户对企业的印象，进而影响交易的成败与否。

任何企业有两个，且只有两个职责：一个是满足顾客需求，另一个是创新。

-----美)彼得·德鲁克

通过本节的学习，你将能够：

1. 学会与客户沟通的技巧。

2. 了解与客户沟通的具体细节 C

(一) 与客户沟通的技巧

与客户沟通要把握好三个环节：了解客户、触动客户、维系客户。

1. 了解客户是沟通的前提

(1) 通过倾听来了解。学会倾听，不仅仅是听客户说的内容，更重要的是体会客户说的原因，此外，还要关注客户的表达方式，甚至语音语调，这些细节都能使我们更好地了解客户。因此，如果你在和某个潜在客户对话时想要了解谈话的实际内容，你需要调动整个身心

来进行谈话。从而透过谈话内容的表面"感知"其实际所表达的内容。

最有效，最能满足顾客需求的企业才能生存到最后。

——（美）亨利·福特

小知识 与客户沟通所具备的态度

1. 对自己的态度:自信，坚信自己的能力。
2. 对产品的态度:爱所销售的产品，坚信其质量和远景。
3. 对客户的态度:客户是衣食父母，既是被拒绝也要心存感激。
4. 对推销的态度:充满热爱，并相信通过推销可以改变自己的人生。
5. 对挫折的态度:成功只不过是爬起来比倒下去多一次而已。
6. 对学习的心态:空杯心态，没有永远的老师，只有永远的学生。

(2) 通过提问来了解。和客户交谈，尤其是在推销自己的产品时，要学会提问。提问是一门非常有趣的学问，首先要善于提问，如果只是一味地向客户推销，就会打击客户的购买欲望，即使再好的产品也无人问津。其次问题要提得好，不能所有问题千篇一律，也不能忽略客户当时的情绪。

只有将提问一步一步地深入客户的内心，你才能了解到客户的真正需求。你就能一步一步变被动为主动，成功的可能性就越来越大。要想将提问一步一步地深入到客户的内心你要掌握以下提问的技巧。

① 主动式提问。销售员可以通过直接提问让客户说出他自己想要的产品，如果客户配合回答，销售员会很容易了解客户的需求及自身情况等。这种方式比较适合那些与销售员沟通较好的客户。

② 选择式提问。选择式提问是销售员常用的一种提问方式，它可以限定客户的注意力，要求客户在限定范围内做出选择，通过这种提问方式，销售员就能掌握整个谈话的主动权。销售员可以把要介绍的产品分成几类，让客户从中选出一个或几个，这样既方便明白，也能

让销售员容易找到解决的方法，销售起来更加便捷。

小知识

与客户沟通四原则

1. 利：正如孙子兵法所言："合于利而动，不合利而止。"
2. 情：先以情动之，用感情遮住金钱关系，往往能达到意想不到的效果。
3. 法：以法约之，必须公事公办，手续齐全合法，客户才能安心。
4. 乐：以乐愉之，一方面要懂得幽默，另一方面尽量使你们的合作愉快，甚至让对方恋恋不舍。

③ 建议式提问。建议式提问对那些拿不定主意的客户来说是非常有效的。销售员可以主动向客户说明产品的优点，同时也要让客户认为你提的建议是正确的，这样客户就会很快地自己做出决定。在销售过程中，销售员应该多利用建议式提问来了解客户需求，在提问的过程中尽量要让客户多说"是"。这种提问方式不但可以真正地帮客户挑选出他喜欢的产品，也可以赢得客户的信任。

④ 诱导式提问。这种提问方式要求销售员一步步地诱导客户跟着他的思路走，让客户没有回想的时间。就好比在陈述一个事实前，先做好一个框架，然后让客户自动跳进去。这样用一个预先设计好的框架，就可以引导客户做出销售员想要的回答。

⑤ 重复式提问。重复向客户提问是以问话的形式重复客户的语言或观点，这样让客户

觉得你是很认真地倾听他的谈话，是尊重他的。销售员以问话形式重复客户的抱怨，让客户感到他们的意见已受到重视，相应的，其否定情绪也会减弱，在此基础上，再用提问的方法说出自己想说的话，这样接下来的沟通会比较容易。

2.触动客户是沟通的良剂

想要客户认同你的公司，你的产品，包括你个人，你就要学会触动客

(1)赞美认同与关怀感恩。赞美客户一定要诚恳。客户对真诚的赞美是不会拒绝的。在与客户的沟通中要自始至终表现出热忱地欢迎和诚挚的感谢，要树立"为客户服务不是给予，而是报答"的思想。

(2)描绘美好未来与唤起眼前危机。人们做事情最根本的动力是：追求快乐与逃避痛苦。在与客户沟通的过程中，你要强调假如买了以后可以带来的好处和利益，以及假如不买所带来的坏处和损失。尽可能描绘得具体详细，让客户有种身临其境的感觉，能促使客户早下决

(3)苦练内功提升自身。有人说，三流的推销员推销产品，二流的推销员推销公司，一流的推销员不仅推销产品，推销公司，更重要的是推销自己。

(4)对症下药，因人而异。要根据不同的客户的特点、个性采取不同的沟通方法。中国古人给了我们很好的启示：仁义者动情；明智者说理；好炫耀者夸奖；好言者倾听；好强者激将；好面子者提示；贪婪者送礼；无主见者给借口。因人而异，投其所好，善说者之道也。

知识

感动客户的六个步骤

1. 一切从客户的角度思考；
2. 时刻了解客户对产品的心理价位；
3. 每时每刻牢记"为客户节约每一分钱"
4. 为客户多做一点事；
5. 问客户还有什么困难需要帮助？
6. 问客户是否可以帮助自己解决产品上的问题。

3.维系客户是沟通的目的

我们知道开发一个新客户的成本要远远地高于维系一个老客户的成本。维护老客户是客户沟通的重点，其方法主要有以下几点。

(1)搜集客户信息，建立客户档案。从第一次和客户接触时就要有意识地搜集客户基本资料，然后不断地完善。客户档案一般包含这样的信息：客户的姓名、性别、年龄、生日、工作单位、地址、E-mail、兴趣爱好、家庭成员情况、联系电话、身份证号码、体质类型、健康状态；每一次商谈的内容、购买的产品、规格、数量、购买时间、产品消费记录、投诉记录、投诉处理结果等。收集到这些信息后，还要对数据进行检查、挑选、修改和更新以保证数据的可靠性、真实性与及时性。

世界著名推销大师乔·吉拉德在 15 年中共销售 13001 辆汽车，而且是一辆一辆卖出去的。这项纪录被《吉尼斯世界纪录大全》收入并称他为"世界上最伟大的推销员"。那时他连续 12 年荣登世界吉尼斯纪录大全世界销售第一的宝座，他所保持的世界汽车销售纪录：连续 12 年平均每天销售 6 辆车，至今无人突破

(2)采用多种方式，与客户联系。其实对客户的维系花不了太多的时间，关键是让客户感觉到你没有忘记他们。有的时候，一张小小的卡片，一个祝福的电话，一个联络的邮件赠送客户一个小礼物，都可帮助你维系与客户关系，使你的客户成为你永续的资源。与客户

接触联系的方法主要有：登门拜访、电话沟通、事件召集、信件沟通、网络沟通等。

(二) 巩固客户关系

要巩固和维系客户，销售人员就必须主动与客户经常联系，为客户提供便利及反馈通道，回馈客户。比如凡是老客户介绍朋友来购买产品的，价格一律优惠 5%，这样新客户就会很高兴，老客户也会很有面子。另外，对于老客户还有相应的礼品赠送，这样让客户觉得确

实得到好处，而且让客户感觉到只有他才有这种专属的礼遇。

这样的销售政策会通过销售员告诉每一个购买产品的客户，让客户亲身体会到额外的价值，才能与客户建立长久的合作和联系。

小知识

与客户沟通的习惯用语和专业表达：

习惯用语：听着，那没有坏，所有系统都是那样工作的。

专业表达：那表明系统是正常工作的。让我们一起来看看到底哪儿存在问题。

习惯用语：注意，你必须今天做好！

专业表达：如果您今天能完成，我会非常感激。

习惯用语：当然你会收到，但你必须把名字和地址给我。

专业表达：当然我会立即发送给你一个，我能知道你的名字和地址吗？

习惯用语：你没有弄明白，这次听好了。

专业表达：也许我说得不够清楚，请允许我再解释一遍。

(三) 与客户沟通的细节

细节决定成败，只有注重细节，才能更好地服务客户。

1. 与客户沟通五点注意事项

- (1) 准时。
- (2) 言而有信。
- (3) 承诺要留有余地。
- (4) 给予客户选择的机会。
- (5) 对客户想法表示理解。

如何与客户保持联系

1. 给予问候。
2. 学会告别。
3. 精心准备礼品。
4. 以电话、信函、“邮件”等方式保持联系。
5. 经常拜访。
6. 对承诺的事项予以落实和回报。

2. 接待客户“九避免”

- (1) 避免说：“我不知道”，应该说：“我想想看”。
- (2) 避免说：“不行”，应该说：“我想做的是……”
- (3) 避免说：“那不是我的工作”，应该说：“这件事可以由 X X 来帮助你”。
- (4) 避免说：“我无能为力”，应该说：“我理解您的苦衷”。
- (5) 避免说：“那不是我的错”，应该说：“让我看看该怎么解决”。
- (6) 避免说：“这事你应该找我们领导说”，应该说：“我请示一下领导，看这事该怎么办”。
- (7) 避免说：“你要求太过分了”，应该说：“我会尽力的”。
- (8) 避免说：“你冷静点”，应该说：“我很抱歉”。
- (9) 避免说：“你再给我打电话吧”，应该说：“我会再给您打电话的”。

小知识

与客户沟通注意事项

1. 从客户角度思考问题。
2. 帮助客户分析他所遇到的问题。
3. 要给客户建设性的意见。
4. 要能够呈现出你自己的价值观。
5. 要给理由，少给出结论。
3. 商业机构不当的无声语言
 - (1) 把停车场设在离接待处最远的地方，自己方便了，客户不方便。
 - (2) 接待处无人或上锁。
 - (3) 接待处没有座位。
 - (4) 客户排长队，而只安排少量人慢腾腾地服务。

(5) 客户按约定时间来到，却无人接待，也无人知晓。

(6) 无人负责给客户回信，等等。

4. 商业机构不当的标识

(1) 禁止倚靠。

(2) 禁止触摸。

(3) 禁止拍照。

(4) 不收信用卡，不收支票，概不退款。

(5) 不准带包入内。

(6) 不准搬动椅子。

(7) 售出商品概不退换。

(8) 营业场内不准吃东西，等等

规则一：顾客永远是对的。

规则二：假如顾客果真是错的，重读规则一。

——（美）史都，李欧纳德

4. 如何应对“难以对付的客户”

(1) 客户怒气冲冲，很可能是因为他们的需要没有得到满足。

(2) 仔细、耐心倾听并理解客户的讲话是解决问题的关键。

(3) 如果不设身处地体谅客户，就难免麻烦。

(4) 耐心向客户介绍产品知识，使他们打消顾虑和不满。

(5) 解决问题的办法很多，你应该找到一个令客户满意又不使公司利益受到损失的办法。

(6) 你不能做到令所有客户都满意，但你可以尽量同他们协商。

二、案例分析 Case Study

案例一：乔·吉拉德这样做

乔·吉拉德是世界上最著名的营销专家，被吉尼斯世界纪录誉为“世界上最伟大的推销员”。在商业推销史上，他独创了一个巧妙的促销方法，被世人广为传诵。

吉拉德创造的是一种有节奏、有频率的“放长线钓大鱼”的促销方法。他每年要给客户寄上最少 12 封广告信函，每次均以不同的色彩和形式投递，并且在信封上尽量避免使用与他的行业相关的名称。

1 月，他的信函是一幅精美的喜庆气氛图案，同时配以大字“恭贺新年”，下面是一个简单的署名：“雪佛兰轿车，乔·吉拉德上。”此外，再无多余的话，即使在大拍卖期间，也绝口不提买卖。

2 月，信函上写：“请你享受快乐的情人节。”下面仍是简短的签名。

3 月，信中写的是：“祝巴特利库节快乐！”巴特利库节是爱尔兰人的节日。也许你是波兰人，或是捷克人，但这无关紧要，关键的是他不忘向你表示祝愿。

然后是 4 月，5 月，6 月……

不要小看这几张印刷品，它们所起的作用并不小。不少顾客一到节日，往往会问夫人：“过节有没有人来信？”

“乔·吉拉德又寄来一张卡片！”

这样一来，乔·吉拉德的名字就有 12 次机会，来到每个家庭。乔·吉拉德没说一句：“请你们买我的汽车吧！”但这种“不说之语”，不讲推销的推销，反而给人们留下了最深刻、最美好的印象，等到他们打算买汽车的时候，往往第一个想到的就是乔·吉拉德。

乔·吉拉德做汽车推销员时，许多人排长队要见到他，买他的车，他也是全球最受欢迎的演讲大师，曾为众多世界 500 强企业精英传授他的宝贵经验，来自世界各地数以百万的人们被他的演讲所感动，被他的事迹所激励，可 35 岁以前，乔·吉拉德是个全盘的失败者，他患有相当严重的口吃，换过 40 个工作仍一事无成，甚至曾经当过小偷，开过赌场。然而，谁能想到，像这样一个谁都不看好，而且是背了一身债务、几乎走投无路的人，竟然能够在短短三年内成为销售界的世界第一，他是怎样做到的呢？

“有人问我，怎么能卖出这么多汽车？有人会说是秘密。我最讨厌的就是有人装模作样

说什么秘密，这世上没有秘密。我用我的方式成功。"在全世界，到处有人问他卖什么。他说，是全世界最好的产品——独一无二的乔·吉拉德。

通过一封亲笔信，能够充分表现销售人员的诚意。在现代社会，人们往往习惯了电话、短信、E-mail等通讯方式，在尽力追求快速的同时，人与人之间的情感也逐渐出现了缺失，写信这种方式已经越来越少使用，对有些人来说，写一封信已经变得很辛苦，正因为这样，顾客对于销售人员的亲笔信会更觉得珍贵，对于销售人员的付出，顾客也会有着不同的感受。信件已经离人们越来越远，正因为如此，信件也就成为销售人员走进顾客心灵的有力武器，通过信件保持与顾客的联系，并持续地跟进，人们一旦有需求的时候，一定会想起你来。

案例二：赞美+激励=成交

在一个家装用品店里，一个顾客在一款地砖面前驻留了很久：导购走过去对顾客说："您的眼光真好，这款地砖是我们公司的主打产品，也是上个月的销售冠军。"

顾客问道："多少钱一块啊？"

导购说："这款瓷砖，折后的价格是110一块。"

顾客说："有点贵，还能便宜吗？"

导购说："您家在哪个小区？"

顾客说："在东方绿洲。"

导购说："东方绿洲应该是市里很不错的楼盘了，听说小区的绿化非常漂亮，而且室内的格局都非常不错，交通也很方便。买这么好的地方，我看就不用在乎多几个钱了吧？不过我们近期正在对东方绿洲和威尼斯城做一个促销活动，这次还真能给您一个团购价的优惠。"

顾客兴奋地说："可是我现在还没有拿到钥匙呢？没有具体的面积怎么办呢？"

导购说："您要是现在就提货还优惠不成呢，我们按规定要达到20户以上才能享受优惠，今天加上您这一单才16户，还差4户；不过，您可以先交定金，我给您标上团购，等您面积出来了，再告诉我具体面积和数量。"

这样，顾客提前交了定金，两周之后，这个订单就算搞定了。

案例虽然很简短，但是值得我们思考。

首先，这位导购善于赞美："您的眼光真好，这款砖是我们公司的主打产品，也是本月的销售冠军。"每个人都需要认同，顾客也是，"本月销售冠军"、"我公司的主打产品"就是对顾客选择最好的也是最有力的认同。

再看后面的部分："东方绿洲是市里很不错的楼盘，听说小区的绿化非常漂亮，而且室内的格局都非常不错，交通也很方便。"这位导购先赞美顾客购买的小区是非常的漂亮（实际上是夸客户的选择），再告诉客户不该省钱，让客户感觉到住这么好的小区再谈价钱有点惭愧，然后，再告诉客户我们正在做促销，"即使您不谈，我们也可以给您打折的"这等于给客户额外的惊喜。

危机公关策略是影响危机公关成败的最直接因素。危机公关传播的主要策略包括：尽快搜集并公布事实真相、成立危机处理小组、慎选新闻发言人、及时澄清负面消息、掌握议题建构的主动权。危机的发展周期一般有四个阶段：危机潜在期、危机突发期、危机持续期和危机解决期。危机潜在期，是危机处理的最容易的阶段，也是危机公关传播的最佳阶段。

根据这位导购的谈话技巧，我们能看到，导购没有马上给顾客团购的价格，而是故意让顾客有得到这种折扣有点"来之不易"的感觉，只有来之不易的东西，才能够让人们珍惜，这就是一种超值的心理感受。

案例三：35次紧急电话

在日本东京奥达克余百货公司的一天下午，彬彬有礼的售货员接待了一位来买唱机的美国女顾客，为她挑了一台未启封的索尼牌唱机。事后发现，原来是错将一个空心唱机货样卖给了那位顾客。于是，立即向公司做了报告。经理接到报告后，觉得事关利益和公司信誉，马上召集有关人员研究。当时只知道那位女顾客叫基泰丝，是一位美国记者，还有

她留下的一张"美国快递公司"的名片。据此仅有的线索，奥达克余公司公关部连夜开始了一连串接近于大海捞针的寻找。先是打电话向东京各大旅馆查询，毫无结果。后来又打国际长途，向纽约的美国快递公司总部查询，深夜接到回话，得知基泰丝父母在美国的电话号码。接着，又给美国打国际长途，找到了基泰丝的父母，进而打听到基泰丝在东京的住址和电话号码。几个人忙了一夜，总共打了 35 个紧急电话。

第二天一早，奥达克余公司给基泰丝打了道歉电话。几十分钟后，奥达克余公司的副经理和提着大皮箱的公关人员，乘着一辆小轿车赶到基泰丝的住处。两人进了客厅，见到基泰丝就深深鞠躬，表示歉意。除了送来一台新的合格的索尼唱机外，又加送唱片一张、蛋糕一盒和毛巾一套。接着副经理打开记事簿，宣读了怎样通宵达旦查询基泰丝住址及电话号码，及时纠正这一失误的全部记录。

基泰丝说她打开商品时火冒三丈，觉得自己上当受骗了，立即写了一篇题为《笑脸背后的真面目》的批评稿，并准备第二天一早就到奥达克余公司兴师问罪。没想到，奥达克余公司纠正失误如同救火，为了一台唱机，花费了这么多的精力，这些做法使基泰丝深敬佩，

她撕掉了批评稿，重写了一篇题为《35 次紧急电话》的特写稿。

客户不是购买商品，而是购买商品推销的人。

一 商界名言

若没有这 35 次紧急电话，没有奥达克余公司竭尽全力挽救，错售空心唱机货样的事，势必会给公司的利益带来损害，更不会有如此完满的结局。《35 次紧急电话》稿件见报后，反响强烈，奥达克余公司因一心为顾客着想而声名鹊起，使顾客对奥达克余百货公司充满好感，门庭若市。后来，这个故事被美国公共关系协会推荐为世界公共关系的典型案例。这种危机时与客户的沟通，如果运用得当的话所取得的效果比平时宣传要好得多。

三、过程训练 Process Training

活动一：与客户沟通训练

请按照下面角色扮演训练表和沟通效果训练核查表的内容进行角色扮演的演练，这种训练可以多次进行，还可以进行真实操作，即与真正的客户来进行训练，这样对提高与客户沟通能力非常有效。如果用录像录下来，事后进行点评并加以改进能使效果更好。

(一) 角色扮演训练表

分组	将学员分成三人一组，每组中一个为观察员，观察员用一张调查表评价学员扮演者的表演。每人 要轮换角色进行表演。
说明	向大家介绍此案例中扮演的角色，给每人留几分钟时间研究他要扮演的角色，做好准备。这个练习的目的是要教授学员如何吸引买主、激起他的购买欲。
角色	你是李四，你与张三一直有生意往来。
销售人员	A 公司一直断断续续购买此产品好几年。这家公司购买过你的产品，但是大部分是购买你竞争厂家的产品，你得到的订单购买额总是很少。这家公司对你似乎只是临时用用而已。今天你想通过对张三购买订单的时间和给你一些订单的原因判断，看看是否能得到高额订单。
客户	你是张三，A 公司的采购员。李四与你有多年的交易，你与李四的竞争厂家有大部分生意，并且 十分满意。偶尔你在急用时也给李四少量订单，因为李四公司的服务比他的竞争厂家更好。今天 当李向你介绍一项产品时，你会与他签订大额订单，如果他： 1. 向你展示了一些比他的竞争对手更优越的项目； 2. 向你保证他们良好的服务或丰富的售后支持。 除非李四具体问到一些服务方面的情况，你不要主动说这件事。
观察员	观察并回答下列问题： 1. 李四提了多少问题？听了多少提问？ 2. 他谈到产品的特性和利益了吗？ 3. 在访谈进行到什么阶段时，买主才进行谈话？ 以你的意见，李四发现他"得到较少订单"的原因了吗？
讨论	得不到订单或不能成交的因素有哪些？请一一列举出来并加以演练。

二) 沟通效果训练核查表

销售人员: 买主

访谈目标: 日期:

是 否 谈话(举出具体例子)

销售结果:

1 注意*在头 30 分钟得到订单了吗?

2. 利益: 向买主介绍利益了吗?

3 订约. 要求订单了吗? 多少次?

介绍技巧:

1 销售人员有效利用助销工具了吗?

2. 销售人员有效强调产品利益了吗?

3. 销售人员有效利用事实了吗? .

4 销售人员强调方案及

务了吗?

5. 销售人负有效地摆脱拒绝了吗?

6 销售人员有效地处理拒绝了吗?

7. 销售人员有效地尝试订约了吗?

8. 销售人员消除脏话了吗?

9. 销售人员达到访谈目标了吗?

客户参与程度:

1. 销售人员恰当询问和阐述质量问题了吗?

2. 销售人员使用提问作为开场白来吸引客户了吗?

3. 销售人员让客户讲话了吗?

4. 销售人负真正在听吗(举例)?

5. 展示介绍是客户提出的吗?

活动二: 游戏——销售中的异议

商品的推销和售后服务是一个销售人员会面临最多争议的问题, 怎样才能跟客户进行很好的沟通, 让他们对公司的产品感到满意, 是每一个营销管理人员应该考虑的问题。

(一) 游戏规则和程序

1. 将学员分成 2 人一组, 其中一个是 A, 扮演销售人员; 另一个是 B, 扮演客户。

2. 场景一: A 现在要将公司的某件商品卖给 B, 而 B 则想方设法地挑出商品的各种毛病, A 的任务是一一回答 B 的这些问题, 即便是一些吹毛求疵的问题也要让 B 满意, 不能伤害 B 的感情。

场景二: 假设 B 已将该商品买了回去, 但商品使用过程中发现了一些小问题, 需要进行售后服务。B 要讲一大堆对于商品的不满, A 的任务仍然是帮他解决这些问题, 提高他的满意度。

交换角色, 然后再做一遍。将每个组的问题和解决方案公布于众, 选出最好的组给予奖励。

顶尖人物的三大沟通策略

策略一: 80%的时间倾听, 20%的时间说话。

策略二: 沟通中不要指出对方的错误, 即使对方是错误的; 你沟通的目的不是去不断证明对方是错的。

策略三: 顶尖沟通者善于运用沟通三大要素——文字 7 《, 声音 38%, 身体语言 55%, 沟通就必须练习一致性。

(二) 相关讨论

1. 对于 A 来说, B 的态度让你有什么感觉? 在现实的工作中你会怎样对待这些客户?

2. 对于 B 来说, A 怎样才能让你觉得很受重视、很满意? 如果在交谈的过程中, A 使用了 "

"、"你错了"这样的负面词汇，你会有什么感觉？谈话还会成功吗？

(三) 总结

对待客户的最好的方法就是要真诚地与他沟通，站在他的角度思考问题，想方设法地替他解决问题；能够解决的问题尽快解决，不能解决的要对客户解释清楚，并且表示歉意。有时候即便客户有些不太理智，销售人员也要保持微笑。

在交流的过程中，语言选择非常重要，同样的意思用不同的话说出来效果是不一样的，多用一些积极词汇，尽量避免使用一些否定、消极的话语，这样才能让客户心里觉得舒服让客户满意。

美国管理协会特别推出有效沟通的 10 项建议

1. 沟通前把概念澄清。
2. 放出信息的人确定沟通目标。
3. 研究环境和性格等情况。
4. 听取他人的意见，计划沟通内容。
5. 及时获取下属的反馈。
6. 既要注意切合当前的需要，又要注意长远目标的配合。
7. 言行一致。
8. 听取他人的意见要专心，真正明了对方的原意。
9. 学会换位思考，提高全局意识和协作意识。
10. 本着对工作高度负责的态度和对事不对人的态度对待沟通与协作。

四、效果评估 Performance Evaluation

评估：与客户沟通能力

(一) 情景描述

1. 对于公司新开发的客户，你通过何种沟通方式进行相互了解？（ ）
A. 经常邀请客户参与公司活动
B. 登门拜访
C. 定期电话沟通
D. 通过邮件保持沟通
2. 在进行产品演示的时候，你如何同客户沟通？（ ）
A. 让客户亲自体验 B. 引导客户发表自己的看法
C. 以产品展示为主 D. 以口头表达为主
3. 当客户对你的介绍不感兴趣时，你如何激发其兴趣？（ ）
A. 从客户的需求中寻找突破
B. 宣讲自己产品给客户带来的好处
C. 更换客户
D. 质疑客户的眼光
4. 面对客户的无理抱怨，你如何做？（ ）
A. 认真倾听
B. 认真倾听，并对客户进行解释
C. 以理服人，指出客户的问题
D. 不理客户，冷处理
5. 针对客户的误解，你如何处理？（ ）
A. 认真倾听，耐心解释 B. 认真倾听，委婉劝服
C. 直接指出客户的问题所在 D. 驳斥客户
6. 针对客户的无理要求，你如何处理？（ ）
A. 表示理解，但无能为力
B. 解释不能满足他要求的原因
C. 直接拒绝
D. 先答应，后拒绝
7. 面对客户的无理投诉，你如何处理？（ ）

- A.记录投诉，安慰客户 B.向客户解释
- C.直接反驳
- D.指出客户不合理的地方，以打消客户的念头
- 8. 如何增加客户购买后的满意度？（ ）
- A. 定期邀请客户参与公司活动
- B. 定期电话回访
- C. 及时处理客户出现的问题
- D. 不闻不问，等待客户自己上门要求服务
- 9. 在向不同的客户推销产品时，你如何运用你的表达能力？（ ）
- A.因人而异，发现需求 B.展示产品，引导参与
- C.注意语气，赞美客户 D.滔滔不绝，详细介绍
- 10. 你如何让客户再次向你公司购买产品？（ ）
- A. 在与客户的交往中体现出自己的真诚，找到客户的需求，切实的关心客户
- B. 在与客户的交往中展现出公司的实力
- C. 在与客户的交往中充分展示产品的优势
- D.在与客户的交往中打压别家公司的产品，抬高自己公司产品

(二) 评估标准及结果分析

选 A 得 3 分，选 B 得 2 分，选 C 得 1 分，选 D 得 0 分。

25~30 分：能在工作很好地和客户沟通。

15~24 分：你已经掌握了一些沟通技巧，但是还需要你不断努力。

15 分以下：你需要学习一些和客户沟通的技巧。

日本推销之神原一平的格言

- 1. 推销成功的同时，要使客户成为你的朋友。
- 2. 任何准客户都有其一攻就垮的弱点。
- 3. 对于任何积极奋斗的人来说，天下没有不可能的事情。
- 4. 越是难缠的客户，购买力越强。
- 5. 找不到出路时，为何不去开辟一条。
- 6. 应该使准客户感到，认识你是非常荣幸的。
- 7. 不断的认识新朋友，这是成功的基石。
- 8. 说话时，语气要缓和，但态度要坚定。
- 9. 与客户沟通，善于听比善于辩更重要。