

<<MAGIC魔幻沟通手册>>

图书基本信息

<<MAGIC魔幻沟通手册>>

前言

## <<MAGIC魔幻沟通手册>>

### 内容概要

对于我们大多数人来说，真正良好的交流能力并不是与生俱来的。事实上，如何有效地同他人进行交流在今天可能要比以往更加困难。因为我们需要与电子邮件、语音留言等各种技术打交道，尽管这些技术都号称能够改善交流，但它们却常常会把已经非常混乱的局面搅得更加难以收拾。

但有效交流仍然是每个人都可以实现的目标。

要实现这一目标。

首先需要明白，交流不只是一些能够被人们认知和实践的技巧的组合；实际上，你必须具备某种思维——一种能够反映你对周围所有人的尊重以及表达这种尊重之情的思维。

这种思维不仅能帮助你提高交流的技巧，而且更能使你的工作以外的生活变得更加快乐和充实。

本书希望帮助你在同客户进行交流的过程中以及在其他商业情景中实现更快乐、更有成效的沟通。

MAGIC为你提供了相应的行为标准，从而使你能够激励员工、善待客户、提高业务绩效。

不过，MAGIC所蕴涵的原则和能量是面向所有人的，不仅适用于给股东作报告的企业高管，而且也适用于两个比邻而居的老百姓。

如何使用本书，这完全取决于你自己。

当然，我们希望你能通读全书，而且我们建议你按顺序读下去。

从整体上认识本书是理解MAGIC理念并进而将它运用到日常生活中去的关键。

不过，如果你在工作或个人生活中正面临某个具体的交流问题，你可以对本书当中与你的个人兴趣最直接相关的部分给予格外的关注。

## <<MAGIC魔幻沟通手册>>

### 作者简介

黛安娜·贝伦鲍姆是Communico有限公司股东兼高级副总裁。  
她的职责是帮助企业培养和构建牢固、长的客户关系。  
黛安娜在市场营销、客户服务培训与发展等领域有着超过25年的经验并与多个行业的大量客户建立了长期的合作关系。  
她曾发表过大量的文章。  
并且向高级领导团队和一线销售人员提供过各种培训。

## &lt;&lt;MAGIC魔幻沟通手册&gt;&gt;

## 书籍目录

序引言第一章 MAGIC的要素 第一节 MAGIC到底意味着什么 比尔：超出自己的工作义务范畴 巧克力酸奶：找到当顾客的感觉 MAGIC格言 第二节 MAGIC能带给你什么 应付挑战：更换一种态度 漠视：客户流失 减少客户流失：提高企业利润 MAGIC格言第二章 MAGIC——你的选择 第一节 释放你的MAGIC式思维 相互影响：MAGIC就在你身边 首要原则：相互尊重 9万美元的跑车：多亏了MAGIC MAGIC格言 第二节 为MAGIC营造环境 区别：自动调温器与温度计 清单：可控制要素与不可控制要素 不同的选择：不同的结果 MAGIC格言第三章 构建MAGIC 第一节 第一印象 了解：MAGIC五步法则 非语言因素：影响对方的看法 录音练习：确定表达的信号 问候语：你所使用的词汇 改进：让问候语更加职业化 MAGIC格言 第二节 理解的重要性 理解：了解和认同他人的处境和感受 有效交流：怎样表达理解 改善交流：理解是双向的 MAGIC格言 第三节 帮助客户建立信心 姓名：游戏的关键 艺术：如何获取对方的姓名 提供帮助：表达帮助意愿 下一步：请对方同意提供更多的信息 MAGIC格言 第四节 MAGIC式的语句和用法 定义：什么才是MAGIC式的语句 寻找机会：使用MAGIC式的语句 MAGIC格言 第五节 Tragic式的语句和用法 体验：Tyagic式语句 轻微的Tragic式语句：潜在信息 其他形式的Tragic式语句：可能导致交流双方脱节 信贷员：尴尬的经历 润色：如何避免使用Tragic式的语句 MAGIC格言第四章 表达MAGIC责任 第一节 语音留言 另一种沟通形式：语音留言 不在现场：但却与在现场无异 实践：制备专业的留言 MAGIC格言 第二节 倾听 技巧：倾听的难为之处 探讨：倾听的四个层次 追求：如何实现第三层次的倾听 MAGIC格言 第三节 掌握要点 主动权：抓住要点 电话被转接 流程：为什么要提问 请稍候：让客户愿意等待 MAGIC格言 第四节 行动起来 积极主动：提出可选方案和解决办法 总结：下一步的具体行动 MAGIC格言 第五节 达成共识 最后一次询问：是否需要帮助 称呼客户的姓名：使用MAGIC式语句 道别：让客户先挂断电话 维系信任：追踪到底 MAGIC格言 第六节 你给对方留下了什么样的印象 处理来电：你给对方留下了什么样的印象 杰森：不同凡响的服务 主动去电：你给对方留下了什么样的印象 MAGIC格言 第七节 处理抱怨和困境 正视：抱怨的好处 克制：热键与自我管理 “内部休止符”：改变你的反应 流程：把选择落实为行动 核心目标：修复关系 MAGIC格言第五章 MAGIC的世界 第一节 优质服务的企业文化 优质服务的企业文化：“领导人共同体” 规划：营造以优质服务为本位的企业文化 案例：强化优质服务 MAGIC格言 第二节 MAGIC教练 谁：可以成为一名MAGIC教练 技能：一位优秀的MAGIC教练所需要的 MAGIC格言 第三节 面对面交流 勇敢面对：面对面交流 要素：构成视觉印象 第一印象：尽量完美 MAGIC格言 第四节 销售过程中的MAGIC 销售代表：建立长期联系 改变：留下全新的印象 MAGIC格言 第五节 收账和欠款谈判的方式 Tragic方式：敌对方式 MAGIC方式：合作 MAGIC格言第六章 真实生活中的MAGIC 第一节 个人故事与生活经历 追求卓越 第二节 一些最后的想法 一份来自陌生人的礼物致谢

## &lt;&lt;MAGIC魔幻沟通手册&gt;&gt;

## 章节摘录

第一章 MAGIC的要素第一节 MAGIC到底意味着什么比尔：超出自己的工作义务范畴到目前为止，我们一直在用MAGIC指代真正积极的、值得回忆的客户体验。

而且在某种程度上，我们也提到了这一概念所指涉的意义。

现在让我们来分析它具体的含义。

前面提到过MAGIC是让客户印象深刻（Make A Great Impression on the Customer）几个英文单词的首字母缩写。

这是一个直观的概念，每个经营者都希望同客户建立积极的联系。

你希望他们对你的所作所为感到满意，你希望这种感受能够说服客户，让他们在今后的合作中不再犹豫——当然他们肯定会再次与你合作！

你的个人生活同样也会面临类似的问题。

如果你觉得和某个人的关系不错，你自然会希望将这种关系延续下去。

但使客户印象深刻不只是一要建立积极的关系。

它还需要管理个人的看法。

有人曾说，美来自于观察者的双眸，这一道理应用在你和他人的交流过程中再合适不过了。

交流——无论是与客户、朋友还是家人——交流的质量事实上是由与你进行交流的对方来评判的。

你必须做出选择——选择管理他人的看法，创造良好的交流品质，并对他人产生积极的影响。

如果你的选择是对的，那么你的行为也会因此而生色。

意识到选择的重要性，是掌握MAGIC这一理念的关键——这一点你会在阅读本书的过程中反复感受到。

也许证明选择的重要性的最佳途径是首先来看一则这样的故事：圣诞节前四天，我遭遇了一次小小的紧急事件。

我倒车时撞到了一块石头，所以需要尽快把车修理好。

保险公司帮不上什么忙，他们一点同情心都没有。

所以我找到了本地的一名机械师——比尔。

从他那里我得到了前所未有的体验。

他不但修好了我的车子、清理了所有的划痕，而且还亲自在圣诞前夜把车开到了我家的大门口。

问题的关键在于：我并没有要求他这么做。

他对此并没有想得太多，只是简单地说：“我不希望你圣诞节时没有汽车用；而且我知道你会拜访客人，所以我就把车给你送来了。

”比尔出众的服务和为客户着想的态度，反映出了他对他人的尊重和责任，这一点让我备感温暖。

我敢说，如果下一次我的汽车出现了故障，我会毫不犹豫地去找比尔，而不是其他任何人。

在这个故事中，比尔完成了所有他应当做的事情。

他修理了客户的汽车，而且做得很棒。

即便他就此打住，客户也可能会再次光顾。

但是，由于比尔选择了更高的目标——超出了他的工作义务范畴——直接接触客户，所以毫无疑问，如果这位客户的汽车以后再出问题，他一定会直找到比尔。

比尔正是选择MAGIC的完美范例。

所以，选择的关键在于超越别人的预期，而不是满足于遵守既定规则。

这种选择是有效交流的核心，尤其是在面临困难或糟糕的处境时。

在工作中，人们常常需要掌控不利的局面并把它扭转过来。

除了“被动地接受其他方案”或者“失误在所难免”这样的话，你还可以选择改善局面。

你可以选择如何回应：是勃然大怒，还是本着想要理解的态度耐心地倾听。

例如，假设有个客户因为对某事感到不满，他不喜欢你的回应。

于是他大发脾气并且对你恶语相加。

这时候，你就需要选择了。

## <<MAGIC魔幻沟通手册>>

你可以针锋相对，给他火上浇油；或者，为了改善这一局面，你也可以做出另一种选择，真心实意地倾听并仔细分析他的看似不理性的行为，诚恳地了解他情绪背后的原因，努力去帮助他。

很多人之所以不能成为有效的交流者，是因为他们选择相信没有其他可行的办法。

在这本书里，我们会向你展示，无论在什么情况下，你的选择都不是只有一个。

MAGIC理念的另一个特征是用尊重和负责任的态度来对待别人。

在与客户进行交谈时，你绝不可以扭曲或者夸大事实，而是应当把为客户寻找解决方案作为唯一目标。

在与客户进行思想交流的过程中，你应当采取合作的方式，而不应采取对抗式思维——发出“我们VS你们”这样的信号。

采用对抗式思维的人常常会试图援引政策、程序和公司纪律来回应客户，希望以此解决燃眉之急。

你显然也曾听说过这种对抗式的语言：“这种做法不符合我们这里的规定！”

” “你应当遵守规则！”

” “你干吗要这么做？”

！

” “你要是一开始就把表格填对，就不至于出现这种问题了。”

” “我们没有错，错的是你！”

” 毕竟，一旦发现自己与客户正处于对立面时，你极有可能会口不择言地把他从电话那头轰走。

除此之外，别无他途。

要想超越这种对抗式思维，你需要在每次交流中保持开放的心态，乐于倾听——不管情况有多么的糟糕。

挫折是完全可以理解的，有时候甚至是不可避免的。

但是，要想避免不必要的沮丧情绪，你必须了解自己的“热键”——那些让你疯狂或引发你情绪冲动的客户回应。

一些人在听到情绪化的指责时会有很强烈的反应，比如“你们这些人知道自己在做些什么吗？”

” 或者“你给我的清单又错了！”

” MAGIC理念致力于在利益一致的框架内展开交流，在你和客户之间形成强烈的关系感和联系感。

只要用心努力并勤于实践，你会发现，自己会自然而然地选择更好的回应方式。

MAGIC理念的第三个特征在于它的实践价值。

“感觉很好”并不是有效交流的唯一结果，如果你能满足客户的需求，你就能收获商业利益。

一切交流，不管它是多么的微不足道，都可能从普通的人际接触变成值得回忆的瞬间，为你带来他人的满意和忠诚。

假定你正在和客户通电话，该客户正因为收到一份不准确的订单而感到懊恼。

首先，你表示了自己对他的处境——他的不快情绪的理解。

随后，通过一致行动，你很快有效地解决了这一问题。

你的客户因此感到释然，因为你理解了他的感受、体会到了他的不快，而且他最后拿到了正确的订单，所以心情会变得舒畅起来。

而你自已，也因为客户得到了真正的满足而感到快乐。

事情到此就结束了吗？

当然并非如此。

通过与客户建立MAGIC式的联系，你已经加固了彼此间的联系，而这又对该客户未来的选择产生了影响，就像本章开始时讲到的那位叫比尔的机械修理师一样。

哪个客户不想和那些努力服务、正直诚实的个人或企业打交道呢？

巧克力酸奶：找到当顾客的感觉让我们来看看你的选择是如何影响客户体验及其未来交易决定的。

在我每天上下班的路上，有一个高档的购物广场。

一次，我走进里面的一家特级冰冻酸奶店。

冰柜里的一种巧克力味酸奶让我垂涎三尺。

但柜台后面那位女士却说：“不行，你不能要它。”

## <<MAGIC魔幻沟通手册>>

你想来点别的吗？

”至于为什么不能给我那种风味，她没有给出任何解释。

但经过我的一再盘问，她承认是因为把它舀出来太困难了。

于是，我建议她先到商店后面用热水烫一烫勺子，然后再试着舀。

她如是做了一遍，脸上满是敷衍的神色，在巧克力上蜻蜓点水般地捣了一下就放弃了。

她说：“不行，办不到。

你要别的吗？

”最后（因为我实在太想吃那种巧克力味酸奶了），我建议她把盒子放在柜台上软化一下。

她断然拒绝了，并且第三次问道：“你要别的吗？

”尽管我是常客，但她并不在意。

我两手空空地离开了，但还是决定第二天再来看看有没有别人能帮助我。

幸运的是，这回当班的是一个青年男子。

我告诉他我的前一天的遭遇，他说：“阿姨，不帮你舀出那份酸奶我就不罢休！

”而且很快给我舀了出来。

但是，他没有说一声道歉，也没有补偿性地多给我一些酸奶或者不收钱。

尽管如此，我还是会继续光顾这家店铺，仅仅只是因为他说他会和那位让我大动肝火的年轻女士谈一谈。

至于他是否真的去做了，没有人知道。

但一想到他可能会给她一番教训，我就好受了许多。

这样才有一种当顾客的感觉。

第二节MAGIC能带给你什么应付挑战：更换一种态度我们的方法可以帮助你应付各种挑战——甚至是那种长期性的痼疾，就像一位客户曾经讲到的那样：一天早晨，我上门拜访了一名客户。

他一直以来都是我头疼的对象，可是，当我走到这家人的门口并意识到自己将要面对的问题时，我突然感觉到，这次可以搞定了。

我深吸了一口气，提醒自己要运用MAGIC理念。

客户打开门，脸上带着一种极其怪异的神情——仿佛他头上正要长出犄角而且耳朵还在对外喷蒸汽似的。

尽管面对这样一副诡异的表情，但我还是满怀信心地继续开展工作。

我冲他笑了一笑，希望能让他释放自己的情绪。

然后，尽量用理解的语调告诉他，我是来向他提供帮助的。

他似乎放松下来了，而且也露出了微笑。

我指出了问题的所在，然后我们制定了协议——尽管有些问题不在我们的保修条款范围之内。

我们确定了服务期限，之后他问我是不是要来一杯咖啡。

噢！

以前和他打交道至少要花1~1.5个小时，但这次却只用了20分钟。

仅仅只是因为换了—种态度。

让我们表现得更自信一些。

正如我们在前面章节中指出的那样，人们在接人待物时并非只有一种选择。



<<MAGIC魔幻沟通手册>>

编辑推荐

<<MAGIC魔幻沟通手册>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>