

<<微沟通>>

图书基本信息

书名：<<微沟通>>

13位ISBN编号：9787516401743

10位ISBN编号：7516401749

出版时间：2012-11

出版时间：企业管理出版社

作者：贾鹏

页数：216

字数：200000

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>

## &lt;&lt;微沟通&gt;&gt;

## 前言

仅从字面意思来理解，沟通就是使渠道毫无阻碍，让流水保持畅通。

引申到人际交往方面，则是一种信息发送与接受的行为，发送者凭借一定的渠道，将信息传递给接收者，并寻求反馈以达到相互理解的过程。

人类进行沟通的方式，不外乎语言沟通和非语言沟通。

语言沟通包括口头语言沟通及书面语言沟通(包括信件、电子邮件等)；非语言沟通即体态语言(亦称肢体语言、肢态语言等)，就是通过面部表情或身体其他部位的动作，来传达自己的思想感情或某种信息。

在“微”事物不断涌现的当今时代(如微博、微信、微电影、微小说等)，“微沟通”渐渐成为职场人士必须掌握的一种交际技巧。

所谓微沟通，就是通过简短的语言、微小的动作，或者一种看似不起眼的行为，来传收信息，从而达到建立、维护良好人际关系的目的。

现代职场竞争激烈，工作节奏日益加快，人们的时间观念越来越强，微沟通显得尤为重要。

职场是一个群体，仅凭个人力量根本无法实现企业目标。

这就需要通过一种手段来将团体成员的力量凝聚起来，这种手段就是“沟通”。

只有通过沟通，企业的普通员工才能诉求愿望、提出意见或建议、交流思想；只有通过沟通，企业的管理者才能了解下情、下达命令、获得理解；只有通过沟通，我们才能与客户洽谈业务，并最终达成共识，促成交易……即使抛开企业整体利益，仅从个人的角度来讲，沟通的重要性也不言而喻。

不能有效沟通，如何获得他人的好感与欣赏？无法获得上司的认识和重用，如何升职加薪，进而实现自己的人生价值？总之，一位优秀的员工，不仅需要具备出色的工作能力，而且要掌握高超的微沟通技巧。

一句温暖人心的语言，一个迷人的微笑，一个善意的眼神，或者为同事倒一杯开水，上司生病时送一束鲜花，节假日给客户打一个问候电话……都可以让我们获得更加广泛的理解与支持，让更多的人帮助我们成就职业生涯的辉煌。

本书作者通过长期研究，结合职场达人的微沟通经验和智慧，不仅阐述了“微沟通”的重要意义，而且从职场人士的立场出发，总结出与客户、上司、同事、下属进行微沟通的技巧，此外还详细介绍了在不同场合(如宴会、茶馆、舞会等)，以及使用各种工具(如电话、QQ、微博、电子邮件等)与人进行微沟通的方法。

书中观点新颖、语言流畅，而且并未局限于空泛的论述，还融入大量经典案例，具有较强的实用性和指导性。

相信本书的出版，一定会帮助广大读者成为微沟通高手，在职场上游刃有余，平步青云。

同时，我们对本书提供帮助的张志军、吴强、王振伟、闫博、赵静、李绍玲、李光亮、孙占领、呼建朝、张艾莉、杜延起、张萍、刘芳、张志勇，表示感谢！

## <<微沟通>>

### 内容概要

在“微”事物不断涌现的当今时代(如微博、微信、微电影、微小说等)，“微沟通”渐渐成为职场人士必须掌握的一种交际技巧。

所谓微沟通，就是通过简短的语言、微小的动作，或者一种看似不起眼的行为，来传收信息，从而达到建立、维护良好人际关系的目的。

现代职场竞争激烈，工作节奏日益加快，人们的时间观念越来越强，微沟通显得尤为重要。

《微沟通：无“微”不至的沟通要术》从职场达人的经验和智慧出发，分别从职场沟通注意事项，与上司、同事、下属、不同地点及不同沟通工具等方面作以介绍。

以新颖的观点、鲜活的案例、活泼的笔调，讲解了在日常沟通中确实存大的问题，从而使你成为会沟通、善沟通的强者。

## 作者简介

贾鹏，毕业于北京师范大学，心理学博士，曾担任中国职业讲师委员会讲师，作者十几年来潜心研究职场类心理学，出版相关著作十多部。

## &lt;&lt;微沟通&gt;&gt;

## 书籍目录

## 第一章 沟通之贵，在于审视入“微”

有效的沟通可以提高工作效率，维持和改善人际关系，更好地展示自我需要、发现他人需要，最终赢得事业的成功。

在这个“微博、微信、微小说、微电影”先后进入互联网的“微时代”，我们恍然发现，原来传播交流信息乃至进行情感沟通，仅仅通过百余字就可以实现。

在现实生活中，为了实现有效的沟通，需要我们充分体察沟通对象的一言一行、一举一动。也就是说，沟通之贵，在于审视入“微”。

## 什么是微沟通

自我审视是学会沟通的前提

善于学习，不再做职场“屈丝”

细节决定沟通成败

沟通最有效的6个微原则

微沟通必须掌握的“微型短语”

## 第二章 无“微”不至——与客户沟通的技巧

作为职场人士，尤其是从事推销业务的职员，与客户打交道是其主要工作内容。

与客户进行有效的微沟通，是建立业务关系、收集业务信息的必备技能，也是与客户达成共识、促成交易的前提和基础。

客户就是“上帝”，为了让“上帝”满意，同时提升自己的业绩，我们必须掌握微沟通的技巧，力求做到无“微”不至。

## 微沟通从微笑开始

说好“第一句话”在微沟通中很关键

拜访客户的4个微定律

激发客户购买欲望的微沟通法

见招拆招，应对客户异议的微策略

留住客户的5个小妙招

消除客户抱怨的小技巧

促成交易，踢好“临门一脚”

## 第三章 析“微”察异——与上司沟通的技巧

身在职场，与上司进行有效微沟通，不仅可以减少矛盾和冲突的发生，还能使双方关系更加融洽和谐。

相反，如果不懂与上司的微沟通之道，不仅影响工作质量和进度，还会失去加薪、晋升的机会。

得体的一句话、微妙的一个肢体动作，都会表达出特定的含义。

总之，要想取得与上司微沟通的最佳效果，我们必须善于观察，析“微”察异。

## 提出意见和建议要委婉

赞美上司，话不在多而在于精

拒绝上司的微沟通技巧

巧妙显露才华，让上司刮目相看

时刻维护上司的尊严

勤沟通、多请示、常汇报

与上司沟通必会与避讳的“微句型”

## 第四章 细致入“微”——与同事沟通的技巧

假如把企业比作一部机器，员工就是机器的各个零件，沟通则相当于润滑剂。

## &lt;&lt;微沟通&gt;&gt;

如果职场员工孤立于群体之外，即使个人能力非常出色，也会导致企业这部机器产生故障。企业停滞不前甚至瘫痪了，还谈什么个人发展？况且，企业诊断故障时，很可能更换掉你这颗“零件”。

此外，在与同事的交往过程中，只有掌握了有效的微沟通技巧，才能化解矛盾与冲突，得到更多人的信任与帮助，工作起来才能得心应手。

反之，如果与同事的人际关系恶劣，结果必然是众叛亲离，阻碍个人事业的发展。

良好沟通始于真诚

以宽容之心对待同事

批评同事的小技巧

掌握开玩笑的艺术

如何争取同事的帮助

保护同事隐私，切忌传播流言

掌握赞美异性同事的语言技巧

## 第五章 体恤入“微”——与下属沟通的技巧

有句话说得好，“一个人的伟大之处体现在对待小人物方面”。

作为公司管理者，只有掌握正确的微沟通技巧，才能更好地为下属安排工作，掌握任务完成进度，纠正员工的偏差；只有掌握正确的微沟通技巧，才能了解下属的心理感受，帮助下属解决工作和生活中遇到的各种困难，从而建立良好的、上下贯通的人际关系，赢得下属的尊重与拥护。

注重举止细节，赢得下属拥护

善于倾听，了解下属的需求

委派任务、下达命令的技巧

委婉指出下属的过失

有效激励，调动下属积极性

化解下属矛盾的艺术

如何消除下属的抱怨和牢骚

不要以强权制下

因人而异，与不同类型下属的微沟通策略

## 第六章 “微”言妙语——使用不同沟通工具的技巧

在网络信息技术飞速发展的当今时代，人与人之间的沟通，早已突破了口头语言、肢体语言以及纸质书信等传统方式。

电话、qq、msn、微博、“伊妹儿”等已经成了职场人士的常用沟通工具。

巧妙运用这些“微”工具，会让我们的际交往更加畅通、人脉圈子越来越大。

让qq架起沟通的桥梁

7招教你成为msn微沟通达人

利用微博传递信息

使用“伊妹儿”的沟通技巧

利用电话进行微沟通的小常识

## 第七章 “微”言精义——不同场合的沟通技巧

沟通无处不在。

我们不仅要在工作时间内与上司、同事、下属、客户等进行沟通，下班后还会与各种各样的人交往。

比如与客户共同进餐，或者在咖啡厅、茶馆洽谈业务；参加单位组织的宴会、舞会；参加亲友的生日聚会；看望生病的同事或亲朋好友，等等。

从某种角度来讲，这些特殊场合为我们提供了建立良好人际关系的机会。

只要掌握高超的微沟通技巧，就会达到“微”言精义的效果，从而收获更加广泛的人脉资源。

## <<微沟通>>

在宴会上展示微沟通才能  
参加舞会，尽显优雅风度  
巧献生日祝福，增进彼此感情  
茶馆、咖啡厅的沟通礼仪  
探视病人不可忽视的细节问题  
上门拜访有技巧  
接待来客学问大

### 第八章 见“微”知著——升职加薪的沟通技巧

人往高处走，水往低处流。  
身在职场，每个人都希望尽快升职加薪。  
然而有些人如愿以偿，有些人却总是希望破灭。  
究其原因，不仅与个人能力有直接关系，也与微沟通能力密不可分。  
在其他方面旗鼓相当的情况下，灵活掌握、善于运用微沟通技巧，就可以比别人更容易获得晋升加薪的机会。

争取更多人的帮助  
寻找人生中的“伯乐”  
用“礼”铺平晋升道路  
承担责任，不为失误找理由  
避免与对手正面交锋  
警惕影响升职加薪的四种人  
用“心”沟通，实现加“薪”

## &lt;&lt;微沟通&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：一位先生来到电脑外设专卖店购买打印机。

看了好几种型号和品牌后，他对一台打印机产生了兴趣。

销售员走过来，热情地向客户介绍说：“先生，您真有眼光。

这台打印机的分辨率非常高，它是4800×1200dpi，可在一平方厘米的面积打出90个墨点。

打印效果非常清晰，没有丝毫毛边。

而且打印出来的文字在水中浸泡七八天都不褪色。

”那位先生说：“我准备用来打印海报、照片之类的，这台打印机可以吗？”

”“没问题，横幅、照片、海报、手册、信封，甚至是T恤衫，都可以打印。

”“哦，使用说明书上说这种打印机每分钟只能打印12页，速度太慢了。

我听说有一种打印机每分钟能打20多页。

”上面的例子中，客户询问打印机能否打印照片、海报，销售员给予了肯定回答；接着客户又提出打印速度的问题。

实际上，他未必真的需要一台每分钟打印20多页的打印机，他只是觉得销售员应该给出一些理由说服他去购买这台速度相对较慢的打印机。

这时候，作为销售人员，可以从三个方面入手，消除客户的疑虑。

首先，询问客户看重产品的哪些功能。

比如可以这样说：“您最看重的产品的功能是什么呢？”

是速度还是性能？”

”其次，说明产品可以满足客户的需要。

如果客户说他看重的是产品功能，我们就可以说：“我现在详细地说明我们的产品具有哪些功能，它一定能够满足您的需要。

好吗？”

”最后，指出优于同类产品的特色。

如果我们的产品具有竞争对手没有的功能，一定要为客户指出来，这样他就会觉得物超所值。

我们可以这样说：“我们的产品还有其他产品没有的功能，对您来说那可是个意外的惊喜，不是吗？”

——对产品价格的异议 每一位客户购买产品时都希望物美价廉，价格是他们的购买决定前重点考虑的一个因素。

有一位销售大师曾经说过：“如果客户对价格没有提出异议，那也许是他对你的产品缺乏兴趣。

”一般来讲，客户说我们的产品价格太高，是出于以下三种原因。

第一种原因主由于客户对价格高度敏感，他往往会说：“反正就是太贵了，我才不愿意花那么多钱买这东西，多花一分钱我都不干！”

”对于这种情况，销售人员可以采取以下方法予以回应。

首先，询问客户是否进行了比较。

如果客户说做过比较，那就让他说出比较的结果和异议的理由，以便进行沟通说服工作；如果客户没有做过比较，说明他只是对价格敏感而已。

我们可以这样说：“您是拿我们的报价与什么做比较呢？”

”其次，着重阐述产品利益。

对价格再敏感的客户也不得不考虑产品所能带来的利益，要从根本上解决客户所提的价格问题，最好的办法就是让他看到产品的利益。

我们可以这样说：“购买这套设备是贵了一些，但是您仔细一算，就不会觉得贵了。

您现在花5000元，平均每月才400多元，每天才130多元，一年下来您就可以挣回成本，第二年所赚的就是利润了，对吗？”



<<微沟通>>

编辑推荐

《微沟通:无"微"不至的沟通要术》由企业管理出版社出版。

#### 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>