# <<领导者收服人心的沟通之道>>

#### 图书基本信息

书名:<<领导者收服人心的沟通之道>>

13位ISBN编号:9787514200607

10位ISBN编号:7514200606

出版时间:2011-8

出版时间:印刷工业

作者: 菅原美千子

页数:202

译者:杨帅

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

### <<领导者收服人心的沟通之道>>

#### 前言

为什么大家都说同样的语言,却无法沟通?

几天前,我的一位朋友感慨:不知该如何与下属沟通?

因为几个月前,公司在租借的场地办展览时,发生了一件事让他哭笑不得。

那天,他发现用来拍摄展销会实况的数码相机没有电池,就派公司的一位新人去买电池。

- "你去对面的小超市买一块数码相机的电池好吗?
- ""好,没问题。
- "下属微笑着就去了。

但是,大约十分钟后......他却两手空空地回来了。

- "电池呢?
- ""那家小超市不卖电池,所以没买到。
- ""那你怎么不去别家找找,或许其他小店里有呢?
- ""您刚才并没有说去'别家找找'啊。
- "听到这样的回答,我的朋友呆住了:这是不言而喻的常识吧。

现在,这种"无法沟通的情形"在职场上随处可见。

遇到这种事,上司一般会生气地说"这点事都办不好,要你有什么用"或者"你倒是很听话啊"。

但是,这种训斥解决不了任何问题。

那么,上司到底该怎么办呢?

简而言之,领导者必须意识到"对方和自己是不同的",因此,与下属之间的交流就必须结合各自的实际情况。

近几年来,很多人开始重视一种说服别人的交流能力,即逻辑思辨力。

逻辑思辨力已经被视为一个商务人士必备的基本素质,在表达个人主张时要力争做到条理清晰、一丝不乱。

但是,另一方面,我们也逐渐意识到:如果交流中只剩逻辑,事情反而没那么顺利,比如以下几种情况。

- ·不管怎样表达"真理",下属就是不为所动。
- ·尽管PowerPoint中的数据和图像很详尽,讲解也近乎完美,老板和同事还是不明白。
- ·产品说明非常简单易懂,却无法获得顾客的认可。

为什么完美无缺的逻辑会行之无效?

原因之一就是:商务活动是在人与人之间展开的。

人类是有情感的。

如果让"真理"高出"情感",那就必须放低"情感"这种人类非常重要的内心活动。

然而,一旦情感说"不",人们就不愿意采取行动。

在企业中,上司和下属的关系也是如此。

不管上司多么有理有据、义正辞严,如果他在谈话中没有顾及下属的心情,没有构建起下属对他的信赖,追随者将寥寥无几。

作为管理者,为了更好地左右他人,让别人心甘情愿为自己效力,能否从情感层面找到一种让人接受的方法就十分关键。

因此,能否让下属与自己产生共鸣,就成为重中之重。

在新事物层出不穷的现代社会,每个人的价值观和思考方式都不相同。

想办法在众多不同之中搭建一座沟通的桥梁,加深彼此的交流和理解,显得非常重要。

本书的目的,正是旨在强化"与人沟通,使之为我效劳"这种交流能力。

而我之所以对"让他人为我效劳的交流方式"产生兴趣,并以此为对象展开工作,是有渊源的,这和 我多年的职业生涯有着深厚的关系。

大学毕业后,我就进入电视台,至今从事播音工作11年。

同时,我还兼任记者,几乎每天都得去现场取材,然后撰写新闻稿。

## <<领导者收服人心的沟通之道>>

或许,一提到播音员,大家想到的就是"流利地传达和叙述",但实际上,我们的工作并没有这么简单。

比如说,在新闻策划取材过程中,我必须事先通过电话或者面谈让受访对象明白策划目的,如果得不到受访对象的认可,此策划就无法进行。

另外,现场采访时如果得不到受访对象信赖,采访也会陷入僵局。

我在兼任制片人时,还必须与摄影师沟通,告诉他我所希望的视频拍摄角度,一边协商,一边进行拍摄,这很重要。

再次,从采访结束返回单位再到播放,时间间隔非常之短。

在这段有限的时间内,必须对原稿进行总结,依赖很多工作人员进行素材的非线编辑,做必要的资料 处理等工作。

所有相关的工作都必须在频繁的交流中同时开展,任何一个环节进展不顺,都会导致无法将最优质的 新闻报道呈现给观众。

换句话说,新闻主播必须具备让人心情愉悦的交流能力,否则就无法顺利展开工作。

而且,此工作的性质在很大程度上依赖于交流能力。

我深切地感受到"让别人为我效劳的交流方式"的重要性。

同时,我还被"传达性"、"可能性"和"自发性"等相关概念深深吸引住。

因此,我辞去了主播工作,跳槽到一家专业咨询公司,这家公司专门针对上市企业的经理们进行指导和培训。

就这样,在播音员和指导教练员的职业生涯中,我接触了各式各样的领导者,并从他们身上学到了很多东西。

我发现了一个这样的事实:能很好地左右他人,并能激发他人为自己效劳的领导都拥有这样的特性——他们不仅拥有出色的业务才能,而且还非常擅长处理入际关系,能很好地和下属和同事交流。

在建立信赖关系时,不仅要和对方产生共鸣,更要让对方与自己产生共鸣。

这种"共同语言"就像一台强有力的转化器,即使对方是个爱钻牛角尖的一根筋,也能很快理解你。 在我刚发现这一奥秘时,全身像触电般颤抖。

为什么呢?

因为早在10年前,我就从自己的实践经验中得知:向听众传达自我意见时," 共感 " 能事半功倍! 在播音和指导员职业生涯中,我发掘出了很多让别人为我效力的秘密武器。

那么,领导者如何才能激发他人产生预期的情感共鸣并付诸实践呢?

我在本书中将具体方法进行了总结,并使之形成体系,希望它能帮助有需要的人。

本书不仅包含了我在播音生涯中实践总结出的训练方法,也包含了大量在企业家和演讲专家等领导层成功实践过的训练方法。

利用 " 共感 " 使他人为自己效力有三大前提 , 第一章 便对 " 收服人心的三大武器 " 进行了总结归纳。 第二章 阐述了 " 让他人为我效劳的交流方式 " 的三大要素之一:创造共感的 " 故事 " 。

接着,第三章和第四章分别阐述了激发共感的"呈现"方式和"会话反射神经"。

第五章 为本书总结,围绕"故事"、"呈现"、"会话反射神经"这三大要素,以实践为目的,论述利用"共感"使他人为我效力这一交流方式需要注意的几项问题。

如果您在阅读完本书后,愿意尝试书中的方法与人沟通,我将深感欣慰。

但是,让本书的读者怦然心动,才是我最想达成的使命。

菅原美千子

# <<领导者收服人心的沟通之道>>

#### 内容概要

《领导者收服人心的沟通之道》简介:在企业中,沟通之道直接影响着上司和下属的关系。

很多时候,不管上司多么有理有据、义正辞严,而他在沟通中没有顾及下属的情绪,没有构建起下属 对他的信赖,追随者将寥寥无几。

作为管理者,不着痕迹地收服人心,让下属心甘情愿为自己效力,从情感层面找到一种让人接受的方法就十分关键。

因此,能否让下属与自己产生共鸣,就成为重中之重。

《领导者收服人心的沟通之道》不仅包含了作者菅原美千子在担任主播时实践总结出的训练方法,也 包含了大量在企业家和演讲专家等领导层成功实践过的训练方法。

# <<领导者收服人心的沟通之道>>

#### 作者简介

菅原美千子,毕业于日本东北大学文学系,毕业后身兼主播和记者两职,曾在日本播音大赛中夺得冠军。

2004年进入咨询公司,曾对150多家企业的高级管理层进行培训。

2008年独立创业,专为企业老板和高管层进行"沟通"训练,同时仍以自由主播身份活跃在新闻圈。

## <<领导者收服人心的沟通之道>>

#### 书籍目录

序言

第一章: 收服人心的三大武器

完美的理由为何打动不了人

说服别人的三种武器

脑科学验证"情感"的力量

逻辑是万能的吗

象棋大师的直觉胜过逻辑

成功的经理人为何说服不了下属

故事让人类活下去

好领导都是"故事大王"

第二章:说好"故事"是收服人心的基础

讲故事的四大好处

故事中的王道模式

好莱坞电影和企业故事的本质区别

会不会说故事决定了营业额高低

成功企业一定要能创造好故事

用个人青春激扬未来的史蒂夫·乔布斯

善用"故事"传播"理念"的奥巴马

编织未来,传播"希望"的马丁·路德·金

给组织注入能量的四大故事类型

别说你真的会讲故事

编故事的重点和要点

公司里适合说故事的五大场合

把企业"故事"渗进员丁骨子里

理念只有渗透才能发挥作用

故事不是万能的

第三章:用共感激发故事的呈现

只有信赖,才能产生"共感"

锻炼"呈现力",提升自己的信赖指数

内心是"呈现力"的基础

领导者必会的基本"呈现"方法

给你的"呈现"打个分

自我检查"呈现"值

稍稍调整眼神和嘴型就能提升好感

通过声音激发信赖感

像珍珠链子一样发音

结束语一定要强烈

声音的力度决定情感的表现力

避免冷场的交流方式

要适当地保持沉默

第四章:抓住共感的"会话反射神经"

把看到的东西流利地表达出来

"即兴表现"需要充足准备

会话反射神经的锻炼方法1:增加"抽屉里的种子"

会话反射神经的锻炼方法2:了解传达的"类型"

# <<领导者收服人心的沟通之道>>

会话反射神经的锻炼方法3:活用传达的"类型"

会话反射神经的锻炼方法4:反复练习

有鲜明的表现力 用冲击力强烈的比喻 掌握比喻的实践训练

第五章:用"共感"收服人心的说话方法

" 收服人心 " 的五大误区

多用走动式管理

你是否真正了解下属

拥有独立思考和行动的自发性

领导要能引出下属的故事

强大的企业领导,不会满于现状

传达方式改变工作方式

"要求""承认"和"期望"的完美演绎

积极应对消极问题

如何化解下属的抵触情绪

少用否定词

"问对问题"能减少负面行为

失败是未来成功的礼物

后记

## <<领导者收服人心的沟通之道>>

#### 章节摘录

版权页:插图:逻辑是万能的吗随着商务活动的增多,逻辑的作用得到了高度重视。

逻辑思维的优势是使原本复杂、抽象的问题简单化,使之很容易被人接受。

不可否认,逻辑思维是使用最频繁的一种思维方式。

但是,根据前文所讲的"说服机制"和"大脑结构",我们发现,即便拥有完美的逻辑框架,我们也不一定能马上说服别人。

比如,不管在初次见面时营业员多么巧舌如簧,顾客也不一定相信他。

所以,如果不管对方愿不愿听,就开始夸夸其谈、推销自我,很可能弄巧成拙。

在日常生活中,我们常常会一听到"大道理"——不管它有没有道理——就会从内心抵触,甚至觉得 讨厌。

为什么会这样?

因为每个人心里都有自己的原则和评判标准,在交流过程中,我们会无意识地根据自己的原则来衡量 对方说的话。

因此,我们时常会觉得"事情也不是这样吧"或者"结果不一定就是这样吧"。

能最大程度地发挥逻辑传达效应的是以数学和物理公式为代表的"形式知"(标准公式、理论知识)

比如,"1+1=2",这种逻辑是任何人都推翻不了的。

但是,在日常生活中,很多东西却无法用数字逻辑来表达。

比如 , " 和顾客建立信赖关系的方法 " , 其中就包含了 " 暗然知 " (不用标准表现出来的固有知识和 技术 )。

不是每个人的经验都能用"因为A所以B"这样的公式来表达。

在组织里面,如果仅仅用逻辑来表达想法,很多事情都没法解决。

当然,这并不是说在交流中逻辑思维并不重要,而是说你要懂得权衡。

如果你想成功说服他人,那么你要意识到"逻辑思维并不是万能的",更要将说服机制中情感和信赖这两个基本条件运用其中。

象棋大师的直觉胜过逻辑既然逻辑不是万能的,那么最有效的说服方法是什么?

前段时间,NHK播放了象棋大师 " 羽生善治名人 " 的纪录片。

被誉为天才棋士的羽生名人,为何能如此强大?

尽管羽生名人的大脑中,有自己独特的"定迹"(从以前的经验中总结出的应对棋局最完善的方法) ,但是,让人感到吃惊的是,他在对弈的时候竟要"将定迹完全忘记"。

理由就是:如果拘泥于定迹,就不可能出现创新的灵感。

象棋本是一种逻辑思维游戏,但象棋界的常胜将军羽生名人却对逻辑置之不理。

这实在令人费解。

其实,羽生名人所说的"灵感"并不是凭空想象的东西,而是指在无意识情况下,将自己过去胜利的模式、数据等在脑海中重新组织和利用,从中选出最合适的一招。

(这在很大程度上依赖于第四章将讲到的"会话反射神经"。

) 更重要的是,羽生名人在灵感闪现和出招的瞬间,依赖的是他的直觉。

他说:"年轻的时候,我会优先考虑逻辑思维。

但是,现在不一样了。

我觉得只有正视从心头涌上来的灵感,才能更好地发挥实力。

"这说明羽生名人不仅有强大的左脑,还有灵活的右脑。

在说服他人的交流方式里,没有绝对的方程式。

我们在追求未知的独创性和想法时,不妨从羽生名人的经验中获得启发。

有一本名为《麦肯锡流的图像展示技术》的书上包含各种各样的图表,比如,反映某公司当年的销售额是1990年的4倍,或者某公司在业界的市场占有率最小的图表。

看到这些图表,大多数人脑海中会闪现金钱的图像(我就是这样的)。

# <<领导者收服人心的沟通之道>>

但是,作者说:"让6岁的孩子来看看。

"6岁的儿童是不会考虑规则和道理的,他们会随心所欲地将自己要表达的东西画在纸上。

### <<领导者收服人心的沟通之道>>

#### 后记

感谢大家能读完这本书。

如果读者能按照本书中介绍的交流方法来尝试改变自己,对我来说将是无上的荣耀。

在这里我向大家介绍一个更有效的方法,那就是一边阅读一边根据自己的现状,判断自己能不能做到某一点。

然后,将自己的焦点集中在目前还做不到的事情上,去努力直到成功。

在未来的3个月中给自己制订一个目标来实践。

比如,给自己制订"今后说话要更加抑扬顿挫"的目标。

一旦我们有了目标,就能制订具体的计划了。

当然按照本书里介绍的抑扬顿挫的训练方法来做是有效的。

但是,要想客观地看待自己,并改变自己的行动是很难的。

如果我们真想提升自己的业绩,最好的方法就是将自己的目标告诉周围人,并请他们给出意见。

如果你给自己制订的目标是讲话要抑扬顿挫,那你得从现在开始,和大家进行更多的交流,采用更有表现力的说话方式。

时刻注意训练自己,多多听取大家的意见。

在制订个人目标过程中,这种争取别人的意见的方法就被称为"向前"。

与此相对的是时间轴上的"向后"。

所谓的"向后"是指,如何回顾并反思自己过去的行为。

换句话说,总结并反思自己的过去就是"向后",获得面向未来的行动启示就是"向前"。 这里有这样一个例子。

"在很多会议上,我们都是边看资料边和下属谈话。

如果我们在谈话中能看着别人的表情,就更容易使对方感觉到我们的真诚,更有利于缓和气氛。

"记住,一定要向给我们提意见的人说声"谢谢",不要说任何带有批判和反对色彩的话语。

就算是评论,最好也别用"好坏"这样直接的词汇。

获得别人的提案才能增加自己以后的备选项。

选择什么样的提案是根据自己最终的判断决定的。

因此,一定要将自己的谢意传达给帮助你出谋划策的人。

如果从来没有经历过"向前"这种场合,这样的跨度稍微有点大。

但是,这样做不仅仅可以更好地了解别人是怎样看待自己的,更能给周围人留下善于听取意见的好印 象,还有可能会因此被别人所尊敬。

因此,我们可以这样说"向前"能够强化和对方关系的"副作用"。

如果有机会一定要将"向前"的信息收集起来,把能够强化自己的关键点整理成册,并开始实践。

3个月以后,我们再来回头看看自己有怎样的变化。

只有这样做,才能将本书的内容应用到实际工作和日常生活中。

在本书的末尾,我对日本实业出版社的川上聪先生表示衷心的感谢,谢谢他在本书的编辑过程中给了 我很大的帮助。

另外,再次感谢吉江胜先生,因为他我才得以认识川上聪先生。

另外,我还要向一些朋友表示衷心的感谢,是他们在我疯狂工作的时候经常提醒我要注意身体和饮食

另外,松桥良记先生作为我的同乡学长和一位前辈作家,在我写作的过程中也给了我很大的帮助,在 此,再次表示衷心的感谢。

借此机会再次向所有帮助过我的人表示衷心的感谢和由衷的敬意。

菅原美千子

## <<领导者收服人心的沟通之道>>

#### 编辑推荐

《领导者收服人心的沟通之道》不仅包含了菅原美千子在播音生涯中实践总结出的训练方法,也包含了大量在企业家和演讲专家等领导层成功实践过的训练方法。

利用"共感"使他人为自己效力有三大前提,第一章 便对"收服人心的三大武器"进行了总结归纳。

第二章 阐述了"让他人为我效劳的交流方式"的三大要素之一:创造共感的"故事"。

接着,第三章和第四章分别阐述了激发共感的"呈现"方式和"会话反射神经"。

第五章 为《领导者收服人心的沟通之道》总结,围绕"故事"、"呈现"、"会话反射神经"这三大要素,以实践为目的,论述利用"共感"使他人为我效力这一交流方式需要注意的几项问题。

日本最会说话的人教你让下属死心塌地追随你的说话柔道。

这本书的宗旨是让你的下属产生下面的想法:我愿意去完成这件事!

我想听听您的意见!

您说的观点非常有参考价值!

我很想和您一起工作!

# <<领导者收服人心的沟通之道>>

#### 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