

<<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 and 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

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人际关系，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

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”渗进员工骨子里

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”

把看到的東西流利地表达出来

“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，不会满足于现状

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

## &lt;&lt;领导者收服人心的沟通之道&gt;&gt;

## 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去做是有效的。

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，是他们在他们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>