# 怎样提高口才和沟通技巧

来源：网友投稿 作者：小六 更新时间：2025-02-17

*怎样提高口才和沟通技巧（精选3篇）怎样提高口才和沟通技巧 篇1　　如果涉及到具体的方式方法，那么，沟通技巧要从2个不同维度讨论：　　1、目的是否明确。有目的的沟通可以评估、分析和改善沟通技巧;无目的则相反。　　2、是否普遍。分为普遍规律、特*

怎样提高口才和沟通技巧（精选3篇）

**怎样提高口才和沟通技巧 篇1**

　　如果涉及到具体的方式方法，那么，沟通技巧要从2个不同维度讨论：

　　1、目的是否明确。有目的的沟通可以评估、分析和改善沟通技巧;无目的则相反。

　　2、是否普遍。分为普遍规律、特殊方法。普遍规律适用在所有场合，但强度低;特殊方法适用于特殊人群、特殊环境、特定问题，根据人群、环境、问题不同强度也各有不同。

　　由此衍生出四种情况：

　　1、有目的沟通的普遍规律(营销思想和销售技巧)。

　　2、有目的沟通的特殊方法(公关方法和破局能力)。

　　3、无目的沟通的普遍规律(商务礼仪和个人魅力)。

　　4、无目的沟通的特殊方法(见证和个案)。

　　用处最多的是1，最见功夫的是2，最提升形象积累人脉的是3，最浪费时间的是4。

　　一、有目的沟通的普遍规律(营销方法和销售技巧)。不追求沟通时间长、氛围好，唯一的衡量标准就是目的达成的程度。

　　(1)塑造形象。权威的地位、职业的形象、得体的言行、良好的硬件，即使什么都不说已经表达了很多。当某个名医说药副作用很大的时候，你可能终身都不会再用这种药。只要你的形象合适，帮助你就能给对方带来成就感。

　　(2)创造鲜活性。依据“鲜活性效应” ，当面临问题解决或决策情境的时候，人们会从记忆中提取与当前情境有关的信息。在谈话中创造鲜活性信息，替代对方已经想好的结论。

　　例如：当你表达某次地震中死亡323人，还是我永远忘不了房屋倒塌那一瞬间小女孩脸上绝望的表情。哪一种更容易让聆听者捐款呢，事实上前者的损失可能远超后者。一个好故事比逻辑更令人印象深刻，提起iPhone，你脑中想到的是乔布斯演讲的画面，还是iPhone的结构图?

　　(3)制造恐惧。杏仁核与较高的脑部区域有较为活跃的联结，恐惧情绪可以替代逻辑分析和思考。恐惧远比理性强大，恐惧已经进化成一种机制，保护我们免受生命威胁。

　　食品商标上的大号标记——无添加剂、有机，就是在制造恐惧，当你转身再看转基因食品时，做决策的已经不是理性而是恐惧。

　　如离职面谈，常用的方法之一就是制造恐惧，XX公司的薪酬确实较高，但是公司产品市场占有率其实在走低，你真的希望哪3个月高薪，然后失业么?职位确实给的教高，但是压力大也是出名的，为事业牺牲家庭真的值得么?

　　在我们大脑中，处理工具和满足的区域有大量重合。这些描述有些是假的，有些是真的，更多的是一种可能性，但是无论真假鲜活性都会让你感到恐惧，而只要你选择留下，瞬间就可以获得脱离焦虑和恐惧的满足。同时根据决策冲突理论，一般人在面对多项可选择的方案时，因为害怕后悔，更可能决定暂缓采取行动，或是根本不采取行动。所以当你犹豫就差不多会留下来了。

　　(4)降低成本。信任是进化的产物，没有信任，就无法达成合作、也无法达成交易。基于信任这种降低交易成本的基础心理，以及人和布里丹之驴一样，面对复杂的多维的问题，无论决策的结果如何，决策本身就会产生巨大的压力。

　　这时候如果出现一个逻辑自洽，简单可行的断言，这种权威、简洁、有力的断言将对于不想承担思考压力和决策责任的普通人来说是极具诱惑力的。

　　例如：绿豆包治百病、党卫军，我们的荣耀叫忠诚、yes we can。具体来说，在沟通中无视问题背景和逻辑，直接断言，只有主义才能救;或者改革是解决问题唯一可行的方案，对于多数逃避自由的人来说仅有的方案，就是正确的方案。

　　(5)羊群心理。根据复杂适应系统理论，人和很多动物、昆虫一样是通观察和模仿其他同类的行为来知道自己该做什么的。我们是社会动物，我们的自我评估是和其他人联系在一起的。仅仅从人群中站起来，或者和其他人不同，会让大多数人感到不舒服。所以，当你表达出有多少人，包括明星、政要选择了做某事或者支持某个观点，或者95%的顾客都买了某款产品时，将增加顾客购买的可能性。

　　(6)禀赋效应。从行为经济学角度损失厌恶原则可以推导出，当个人一旦拥有某项物品，那么他对该物品价值的评价要比未拥有之前大大增加。所以，我们想改变某人的想法不是告诉他如何如何，而是引导他自己说出如何如何。

　　举个直观的例子，有经验的服务员常常会让顾客说说从他的角度这个产品如何，无论你说出了什么优点，她只需要不断的肯定你的观点有多专业有多正确就可以了就会增加你购买的可能性。你会承认自己没眼光么?

　　6种方法，核心思想是，不要分析对方想要什么，而是告诉对方他应该想要什么。主动引导沟通方向和节奏，不是命令对方向哪走，而是拆掉其他的路，只给对方留一条路让他自己选。

　　二、有目的沟通的特殊方法(公关方法和破局能力)。应用领域包括不仅限于解决关键问题和追女朋友。

　　(1)明确定义目标。预计投入预算，在时间之前，解决问题，因此我们必须与(确认关键人)建立关系以达到目的。

　　(2)了解资源现状。关于我们知道什么，我们从什么渠道能了解什么。

　　(3)分析切入关键。根据出入规律、社交网络、兴趣爱好，通过已有人脉设计一个切入点，可以是饭局、学术研讨会、高尔夫球会。首次见面最好为公开场所，减少对方的社交压力。

　　(4)收集细节信息。详细记录(用脑和笔，忌讳手机录音)在切入点讲的所有话语，包括在饭局上讲了什么段子，在研讨会中提出了什么观点。进一步分析喜好，设计二次接触点。

　　(5)巩固社交联系。针对喜好组织饭局、学术研讨会、高尔夫球会，最好为公开场所，聚会时，重申切入点中的观点，并高调肯定，进而提出拜师学艺，更帮挡酒。建立更稳固的社交联系。

　　(6)切换沟通场合。重复4、5步骤，直至接受私密场所会面邀请，派车接送，减少接待人员，忌讳摆弄手机，试探提出问题的大致方向，循序渐进，逐步深入。

　　(7)维护胜于破局。关键客户关系管理，重点是定位清楚，长期而系统的维护好既有关系网，逐渐的有方向的拓展关系网。现用人现交的成本高，效果差。

　　7个步骤，定位、计划、耐心是关键，定位清楚才能放低身段，解决问题。在你有所成就前世界上没人会在乎你的自尊。可以参考我在问题面试者是否应该带简历前去面试? 单位又是否应该要求面试者带简历去面试?中的答案的前半部分。

　　三、无目的沟通的普遍规律(商务礼仪和个人魅力)。一切有目的的沟通方法实施效果都取决于无目的沟通时的磨练和积累。无目的沟通不是真的没有目的，只是看的更远，练的更勤，最终得到更多。

　　(1)商务礼仪

　　尊重他人。理解个体自由和群体自由的边界才能明白什么是尊重他人。界内是友善，过界就是唐突;界内是关心，过界就是窥探;界内是不羁，过界是放肆。

　　(2)尊重契约

　　小契约如守时，大契约如守法。信任是社会组成的基础，离开信任社会分工就会崩溃，例如：现在很多人无论本职工作是律师还是医生因为信不过市场蔬菜的安全，自己弄个院子种菜，这就是社会信任崩溃的表现。尊重契约就是尊重社会中其他人一起努力维护的这种信任。

　　(3)尊重历史

　　绝大多数人的过去决定了他的种族、民族、国家、信仰、受教育程度。尊重历史就是尊重既成事实，任何事物都会经历起因、经过和结果，如果他们过去无法选择起因、经过，那么他们的行为、思维也应该被尊重和理解(不意味赞同和免责)。

　　3种尊重，是社交礼仪的本质内涵，不违反这三点基本就是有礼了。

　　尊重之后就是提升个人魅力了。

　　(1)行为规律

　　行为可以预期，不怕人坏，阴险者你就别得罪他;不怕人凶，残暴者你就别激怒他;不怕人贪，贪婪者就别信任他，就怕人莫名其妙，第一次开玩笑，他一起笑;第二次开玩笑他举起锤子。

　　(2)长期博弈

　　有长期交易的意愿，愿意为维持信任关系，进行一定妥协，付出一定代价。愿意为长期更大的利益，牺牲短期即时的利益。

　　(3)逻辑清楚

　　明白权责对等，付出回报平衡的基本社交原则，具体如下：

　　一、关系的有等级。不知道是墨子的兼爱深入身心还是怎么着，很多人都觉得一视同仁是理所应当，这总让我想起，以德报怨，何以报德?我个人更赞同分远近，辩亲疏，哥们有哥们的交流、朋友有朋友的言语，交浅言深对双方都不得体。

　　二、关系是有限的。有的朋友可以吃喝、有的朋友可以办事、有的朋友可以救命，搞清楚界限很重要，芝麻大的交情，办西瓜大的事，办了是仁义，不办是本分。

　　三、关系是相互的。尊重对方，才能赢得尊重，为别人付出，才能换回别人的付出。自己肆意纵情、贬损辱骂，发泄够了就怨不得别人不带你玩了。

　　四、关系是有前提的。有时候关系级别也够了、也在能力范围内、平时处的也不错，但事情就是办不成，为什么呢?最终的其实还有你的素质，多年交往中你丝毫没给别人一个靠谱、能成事的印象。想想看自己的聚会中，是不是一喝酒多，一多就说，一说就错。

　　3种思维特质，有了这三种思维特质你才是值得结交、可以依靠、需要维护的关系，你也才有人脉。离开这三种特质，你只是认识一些人，谈不上有关系网络。

　　四、无目的沟通的特殊方法(见证和个案)。绝大多数畅销书中的沟通方法就是一定要在毫无关系的成功现象之间提炼出共性(武林秘籍)。

　　(1)无视对象和背景。

　　在关键时候说了什么，跟你有什么关系。即使他真说了什么，不了解沟通对象和沟通背景，直接复制真的没问题么?

　　(2)混淆手段和目的。

　　为了沟通而沟通，事事机心，处处圆滑，全世界人都知道你有城府。结果只会是假作真时真亦假，无为有处有还无。

　　(3)迷信把事情做对。

　　待人以诚没错，处事得体也没错，为人有礼也没错，但把事做对并没有什么意义，有意义的前提是做对的事。时间不是无限的，相应的成本也不是无限的，所以还是势利眼一点，诚恳、得体、有礼都是美德，但是请对重要的人多花点时间和心思，其他人差不多就行了。

**怎样提高口才和沟通技巧 篇2**

　　方法1、语气。

　　说话很重要的是语气合理运用。“你难道不认为是这样吗?”楚楚可怜的说出这句话跟咄咄逼人的语气说出来是截然不同的效果。加重你要传达的信息，也是不敬意对对方的洗脑，如果你加重，对方听到的是“是这样”，反复几次，你会达到你的目的。

　　方法2、语序。

　　历史上有名的典故是：屡战屡败Vs屡败屡战。通常一些人在工作失误之后回复邮件时，会长篇大论他们是如何的努力，不经意的说出来他们的失误，然后长篇大论他们要怎么去改善，这时，上司通常会拿他们没有主意。

　　方法3、箴言。

　　有些人唾液横飞言之无物，毫无应该，有些人却一针见血，直逼对方G点。多听少说，古人都明白“言多必失”。你少说话，才有更多的精力去透视对方的内心，找到G点，一枪毙命。

　　方法4、求同。

　　不是观点的认同。如果你说话的语气、方式跟对方差不多，对方会轻易跟你一见如故的错觉，如果你有这种体会，看见有些人你会滔滔不绝，甚至不畏惧泄露你的浅薄，而有些人，你看见就想躲着。或许对方没有意识，但是如果你刻意模仿对方，你会有新的体验。注意，过犹不及，不然要对方察觉你在模仿。

　　方法5、深思。

　　通常情况下，一个语速快的人，其思维也快，但是，到了某种境界，一般很多领导，说话那叫一个慢条斯理，他们之所以慢条斯理，好处有二，其一，怕说错，出口之前要过脑几遍;其二，彰显其权威，以示稳重。

　　方法6、见风使舵。

　　中国人喜欢见人说人话，见鬼说鬼话，谈恋爱的时候你跟领导人一样慢条斯理会显得怪怪的。分清你面对的人的层次，选择自己说话的方式，聪明人说话不用说透。

　　方法7、语调，语速。

　　在课堂上，老师一成不变的语速和语调很容易让同学听得昏昏欲睡。为什么不来点声容并茂?有些话慢悠悠的说出来会有特定的效果，有些语调变化多端才引人倾听。

　　方法8、学习，总结。

　　别人说话不要插嘴

　　在自己说话时别人插嘴，若不是很大的事让别人说

　　表情真实

　　有回应的倾听

　　多讲对方感兴趣的话题、并提问

　　适度的自我表达

　　关注对方的需求

　　……

**怎样提高口才和沟通技巧 篇3**

　　1.打开话题。聊天需要一个话题，而我们与客户主动沟通的过程，往往这个话题是我们自己选的，这里要求这个话题至少一方熟悉，大家都感兴趣，有探讨的余地。在我们去社区拜访老人的时候，大家一起聊天，提出一个话题，如果大家都不感兴趣，很快人就散去了。如果大家都感兴趣，还有老人很熟悉，滔滔不绝的给大家讲述，那么，我们就达到了加强客户关系的目的。

　　2.老人对什么更感兴趣呢?过去，孩子，生活。老人拥有很多的经历，他们也都愿意提起曾经最美好的回忆，最宝贵的经历，跟老人探讨过去的事情，往往能打开老人的心扉。孩子也是老人最喜欢的话题，特别是一些老人的孩子在社会上取得了一些成就，老人总爱拿着孩子的成就到处炫耀，因为孩子是他们的骄傲，所以聊孩子也是很好的话题。老人对生活总是很有感悟的，我们经常看到心灵受伤的年轻人在老人那里得到慰藉，这是很有道理的，所以与老人谈谈生活的感悟，也是不错的话题。

　　3.语言表达技巧。与客户够同的时候，要注意自己的语言表达技巧,巧妙的赞赏对方并引导对方。比如，老人说起曾经做的什么什么事，我们要赞同老人曾经的做法，结合一些如今时事的弊端去赞赏老人的做法，老人说孩子取得了什么什么成就，我们就要详细的询问，您孩子多大了?您孩子做那些成就您是不是出了很大的力?等等，人都是渴望赞同的，当我们表示出对客户的赞赏，客户也就从心理上更亲近我们。

　　4.肢体语言的配合。肢体语言有时候更能透漏出我们内心的真实想法，据调查研究，一个完整的信息语言成分只占7%，而声调占38%，肢体语言则占了55%，而肢体语言往往是一个人下意识的举动，很少具有欺骗性，所以，在于客户的沟通过程中，一定要注意自己的肢体语言，做到“言行一致”。在客户进门的时候要注意与客户握手，在面对客户的时候，我们要经常微笑，在客户讲话的时候，我们的目光要对准客户等等。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找