

The Process and Strategy Study of Business Communication

Yi Lu^{1, a} and Mu Sun^{2, b}

¹Jilin Business and Technology College, No.1666 Calun Lake Street, Changchun Jilin Province, China.

²Changchun University of Science and Technology, No.7089 Weixing Road, Changchun Jilin Province, China.

^aluyi0820@163.com, ^b172792256@qq.com

Keywords: Business communication; Process; Listener; Non-verbal communication; Skill

Abstract. Business communication plays an important part in modern business activities and is an essential part in this information economy. This paper aims to discuss how to be an effective business communicator. First, it analyses the process of business communication. Then it discusses how to be a good listener and get more effective information in the communication. At last, it tells the importance of non-verbal communication skills.

商务沟通的过程和策略研究

鲁艺^{1, a}, 孙牧^{1, b}

1. 吉林工商学院、外国语学院, 中国 吉林 长春 130000

2. 长春理工大学, 中国 吉林 长春 130000

^aluyi0820@163.com, ^b172792256@qq.com

摘要: 在如今的信息经济时代, 商务沟通是现代商务活动中必不可少的部分, 有着重要的作用。而沟通者的沟通能力和沟通技巧决定着商务沟通活动能否顺利进行并取得理想效果。本文旨在探讨在商务沟通的环境中, 如何成为一名优秀的商务沟通者。文章首先对商务沟通的过程进行分析, 并从两个方面讨论如何提高商务沟通的质量, 即如何做一名优秀的倾听者, 在沟通中获取最重要的有效信息, 以及如何理解并利用非言语行为所传递出的信息更好地达到沟通目的。

关键词: 商务沟通; 过程; 倾听者; 非言语沟通; 技巧

1. 引言

早在三十多年前, 前美国总统杰拉尔德·福特就谈到过沟通技能的重要性。他提到, 如果再有一次机会重返校园, 他就更专注于学习写作和学习公众演说。现如今, 沟通变得越来越重要了, 也比三十年前更具有挑战性了。我们现在生活在一个沟通无处不在的信息时代。发展优秀的沟通技能对未来的发展至关重要。一项调查显示, 雇主在决定雇员雇佣、升迁中, 商务沟通能力是他们最看重的。

2. 商务沟通的过程

既然沟通技能如此的重要, 让我们先来看看商务沟通的过程。沟通实际就是一个人把信息传递给一群人或一个人, 所以沟通的中心目标就是传递信息。所以只有当信息的接收者理解了发出者想表达的意思, 沟通过程才是成功的。这个过程大体上分为五步, 如图 1:

(1). 发出者有一个主意。但这个主意可能受一系列因素影响, 如: 发出者的情绪、他的背景、文化以及当时的情境和语境等等。

发出者把他的主意编码到一条信息中。编码意味着把抽象的思想转化到具体的能有表达意思的词语和手势中。在用言语表达信息的一个主要问题就是同样的词对不同的人可能有不同的意思。这就是为什么有技巧的沟通者在表达具体的意思的时候会选用接收者和发出者都熟知的词。

(2). 信息通过一个渠道传递。信息的传递渠道有：电脑、电话、信件、备忘录、报告、通知、图片、言语、传真等等。所以信息发出者应谨慎地选取渠道来传递言语及非言语信息，尽量避免任何可能会影响到信息传递准确度的因素。

(3). 接收者解码信息。把信息从它的承载符号翻译出他的意思的过程叫做解码。只有当接受者完全理解信息发出者的所以意图时，沟通才算成功。但完全理解是很难的，因为没有两个人有同样的知识背景和对事物和问题完全一样的理解。

(4). 接收者反馈信息给信息发出者。来自出接收者的言语的或非言语的回应叫做反馈，它是整个沟通过程非常重要的一环。反馈让信息发出者了解到是否信息被理解和接收到了，以及接收到了多少，是否需要再提供额外信息或者有进一步的交流。

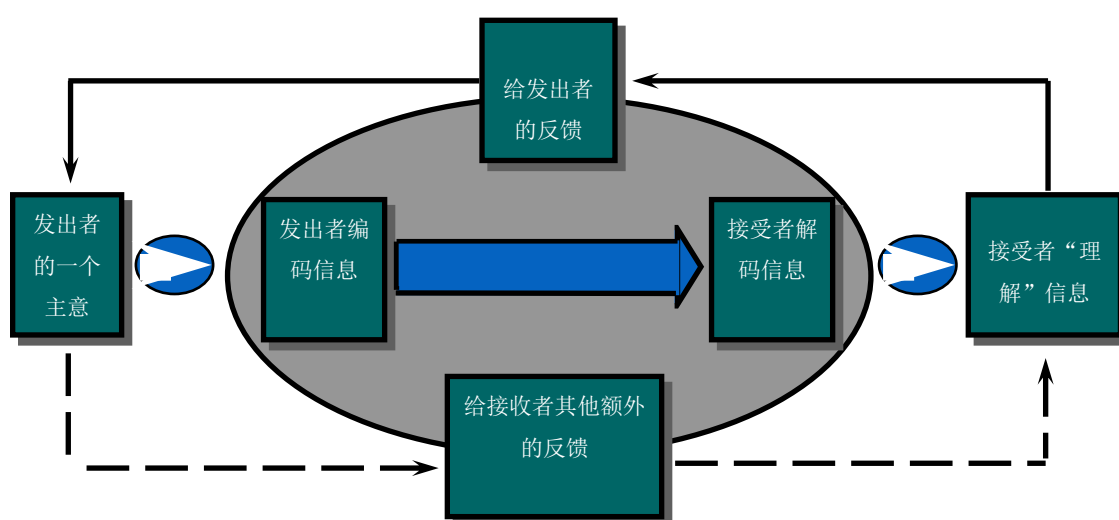


图 1 沟通过程图

3. 培养较好的倾听能力

3.1. 有效听力的障碍

沟通中很重要的一个环节就是听，但我们中的大多数都不是很好的倾听者。你是否也有假装在听而实际没有听的经验？你知道当你走神时，如何表现出专注？你是否发现当说话者的衣着或行为比较奇怪时，你很难专注地听他说话？上述的问题你可能部分或全部同意，因为我们的听力习惯都不太好。很多研究者指出，沟通中我们只有 25% 的有效听力。在商务沟通中，较差的听力习惯是代价惨重的，信要重写，货要重运，约会要重约，合同要再协商，指令要再发布，等等。

在提高听力技巧之前，我们首先要了解阻止我们有效听力的一些障碍：（1）身体障碍，有人先天或后天的听力受损，听力不佳；（2）心理障碍，沟通的双方都有各自的文化观、道德观和价值观。如果对方的与你有冲突，就会很容易走神；（3）语言障碍，不熟悉的或很难理解的词也会造成听力理解上的障碍；（4）非言语方面的分神，如果对方的着装，言谈举止都很特别或者滑稽搞笑，就会分散你在听力方面的注意力；（5）思维速度快于讲话速度，因为我们的大脑理解想法，加工想法的速度比说话者的语速快 2 倍，多余出的时间我们就会走神，而没有人能准确地在讲者说下一段话之前马上把注意力转回来，所以会漏掉一些内容。

3.2. 成为一名积极倾听者的技巧

（1）停止说话，在听别人说时，不要急于说话，听对方把整个观点解释清楚，把你的注意力

集中在对方说话的内容上，而不是之后如何评论他的话；

(2) 控制或改善你的周边环境，尽量排除一切杂音干扰，给讲者提供一个安静，安全的环境，也有利于你的听力质量；

(3) 有一个开放性的，接纳性的态度，当有一个不同于我们认知和价值观的观点出现的时候，先倾听，再思考，最后再表达；

(4) 学会听要点，所有表达的基本结构都是先说要点，再解释要点，我们不可能把讲者的每句话，每个字都记下来，但一定要记住他要表达的核心思想和要点；

(5) 利用延迟或滞后时间，上文我们提到，思维的速度快于说话的速度，但我们可以用这段延迟或滞后的时间来预测一下讲者接下来可能的内容，而不是用来走神；

(6) 学会听出字里行间的态度，要能够听出讲者在话语之外想表达的意思；

(7) 根据一个人的思想来判断一个人，而不是他的外表；

(8) 有不同观点时，沉住气，要求自己把对方整个论点或意思表达完之后再反驳，这样的一种克制可以让你理解对方的理由和逻辑，以免下出错误结论。

(9) 对于重要的点，要有选择性的做笔记；

(10) 提供反馈，通过这个行为，可以让讲者了解到你在听，时不时的点头及给予眼神接触，在合适的时间问相关的问题。

4. 提高非言语沟通技能

在日常沟通中，非言语信息，包括眼神接触、面部表情、身体活动、地点、时间、距离等因素都会影响到一个信息是如何被解读的，它们会传递出无声信息，甚至能比言语信息传递的更多。非言语信息包括所有没有被写出来和说出来的信息，这些无声的信号对接收者有一个很强烈的作用。但理解它们并不容易，你很难判断一个双臂交叉的动作是防御？因恐惧的退缩？还是因为冷而发抖？当言语信息和非言语信息不一致时，这个信息就更难解读了，如果你朋友小王说他没有生气，但离开时却使劲关上了门，你会怎么想？又比如说小丽一再地说女主人做的饭好吃，但却只吃了一点点？在这些情境中，非言语信息能表达出更多的内容。而当言语信息与非言语信息冲突时，接收者会更相信非言语信息。在一个测试中，说话者传递出一个积极信息，但说话时却转移眼神，听者感知到整个信息都是消极的，并且他们认为转移的颜色暗示着缺乏热情，诚意和尊重。成功的沟通者重视非言语信息的作用，虽然不能根据一些动作就认定它的意义，但身体语言传递出的一些线索在理解信息发出者的感情和态度上是非常有帮助的。

4.1. 眼神交流

眼睛被称为“心灵的窗口”，眼睛也的确是真情实感的最好的传递者。我们大多数都不能直视对方眼神说谎。在美国文化中，他们相信那些在沟通中敢于直视他们眼神的人，而在大多数亚洲文化中，直视对方的眼神被看作为不尊重对方和挑战对方的信号。好的眼神交流让信息的发出者了解到是否接收者在注意倾听他，是否尊重他，是否积极的回应他，或者没听懂。当你和来自于不同文化背景的人交流的时候，很重要的一点就是知道眼神交流在各自的文化中表示什么。

4.2. 面部表情

面部表情也可以显露出你的情感态度。专家调查显示人可以展示超过 25 万个表情。为了去掩盖他们的感情，有的人可以控制他们的面部表情并保持一张“扑克脸”。各种自发的或非自发的表情可以帮助对言语信息的理解。

4.3. 姿势和手势

姿势和手势可以表现出一个人的地位、自信与否等等。但同一个姿势在不同的国家可能有不同的意义。如果不了解当地的习俗，就会容易陷入麻烦。比如，在美国和加拿大，把你的拇指和食指圈成一个圆代表着“好，可以”的意思，而在德国和南美的一些国家，则是不尊重，猥亵的意思，而在日本，这个手势又是钱的象征，可能是它描绘出来了硬币的轮廓。

4.4. 时间

我们如何安排和使用时间来告诉观察者我们的性格和态度。比如布朗先生在面试中给丽丽加时了，丽丽就会觉得这是面试的胜算很大，至少布朗先生对她这个人或她所说的话感兴趣。

4.5. 地点

沟通中地点的选择也会传递出一些无声信息，通常来讲，沟通的事情越正式，就说明这次会谈越正式。比如你约对方在星巴克谈事和在五星级酒店谈事，对方就能基本知道这个事情的重要程度，前美国联邦调查局局长埃德加·胡佛的办公室装修的就很有意思，他的办公桌很大，设计的又高，而访客的桌子又小又低，很显然，他不想让任何来访者觉得与他是平等的。

4.6. 距离

我们每个人都有自己觉得舒适且安全的区域。人类学家爱德华·霍尔总结了美国人在社交中的四个区域，如图2：



图2 社交互动的四个距离区间

根据他的调查，美国人只觉得亲密朋友和家人可以站在 1.5 英尺以内的区间，而其他一旦进入到这个区间，他们就会觉得不舒服，或有防御性，或者重新去制定他们的亲密空间。在英国、美国、加拿大，当他们与人聊天时，1.5-2 英尺的区间距离是最合适的，而在日本，可能更大的社交距离会更好些。不同的国家有不同的社交区间，所以我们需要一个合适的区间来达成最好的社交互动。也就是说，清楚了解到你所打交道的人的社交区域是非常重要的。

5. 结论

商务沟通活动是目前商务领域中最重要活动之一，沟通策略则是达到商务目的的最主要手段，并随着情景变化而灵活调整。所以了解商务沟通的过程以及如何提高商务沟通质量的技巧会让我们在商务沟通中更得心应手，有效地达到商务沟通的目的。

参考文献

- [1] Anike Czinege. Building a Relationship with the CEO [J]. Strategic Communication Management, 2005 (2), pp.11-12.
- [2] Mary Ellen Guffey. Business Communication[J]. Process and Product, 2003(11), pp. 87-88.
- [3] 刘晓鹏，张晓云，陈晨. 论企业管理沟通中存在的问题及其应对策略[J]. 商业时代, 2011 (05) :41-43.
- [4] 杨丽丹. 浅谈《商务沟通》课程中倾听能力的培养[J]. 现代营销, 2013 (06) :51.
- [5] 刑栋. 简析商务活动中的跨文化商务沟通[J]. 中国商贸, 2012 (10) : 73-75.
- [6] 罗华琴，张灵，张静. 文化差异与商务沟通[J]. 科技信息, 2007 (21) :64-66.
- [7] 耿建刚. 商务活动中的跨文化商务沟通[J]. 商场现代化, 2014 (06) :44.

- [8] 李家晔. 完美执行之最佳沟通[M]. 中国经济时代出版社, 2005: 67,89.
- [9] 黄漫宇. 商务沟通[M]. 机械工业出版社, 2006:25,67,112.
- [10]李世强. 中西商务沟通中的冲突分析:跨文化视角[D]. 哈尔滨工业大学, 2006: 23,65,123.

References

- [1] Anike Czinege. Building a Relationship with the CEO [J]. Strategic Communication Management, 2005 (2), pp.11-12.
- [2] Mary Ellen Guffey. Business Commincation [J]. Process and Product, 2003(11), pp. 87-88.
- [3] Liu Xiaopeng, Zhang Xiaoyun, Chen chen: “The Probloms and Strategies in Business Mannagemenet Communication” [J]. Business Times, Vol.05 (2011), p.41-43 (in Chinese).
- [4] Yang Lidan: “Cultivating the Listening Skills in the Course of Business Communication” [J]. Modern Marketing, Vol.06 (2013), p.51 (in Chinese).
- [5] Xing Dong: “The Cross-cultural Business Communication in Business Activites” [J]. Chinese Trade, Vol.10 (2012), p.73-75 (in Chinese).
- [6] Luo Huaqin, Zhang Ling, Zhang Jing: “Cultural Differences and Business Communication” [J]. Technology Information, Vol. 21(2007), p.64-66 (in Chinese).
- [7] Geng Jiankang: “The Cross-Cultural Business Communication in Business Activities” [J]. Vol. 06 (2014), p.44 (in Chinese).
- [8] Li Jiaye: “The Best Communication by Perfect Execution” [M]. Economy and Times Press, 2005, p.67, 89 (in Chinese).
- [9] Huang Manyu: “Business Communication” [M]. Machine and Industry Press, 2006, p.25, 67,112 (in Chinese).
- [10]Li Shiqing: “The Cross-Cultural Analysis of Conflicts in Business Communication between Chinese and Western Cultures” [D]. Harbin Institute of Technology, 2006, p.23, 65,123(in Chinese).

作者简介：鲁艺（1984— ），女，吉林大安人，硕士，吉林工商学院讲师。主要研究方向：外国语言学及应用语言学。

孙牧（1986— ），男，吉林长春人，硕士，长春理工大学讲师。主要研究方向：外国语言学及应用语言学。