

礼仪的价值

迈向成功必备的9堂修身课

[美] 杰奎琳·惠特摩尔 (Jacqueline Whitmore) 著
唐舒芳 译

BUSINESS
CLASS

ETIQUETTE ESSENTIALS
FOR SUCCESS AT WORK



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

杰奎琳·惠特摩尔

知名礼仪专家，拥有专业认证的演讲家，7月全美电话礼仪月的创始人，美国棕榈滩礼仪学校的创始人兼董事长。

杰奎琳经常受邀参加世界各大电台、电视台节目的录制，接受过美国广播公司、美国有线电视新闻网、福克斯新闻频道、全美新闻广播电台等的访问。《纽约时报》《今日美国》《华尔街日报》都对她进行过报道。她还做过《魅力》《丽都》《嘉人》《财富》等杂志的专访。

你可以通过杰奎琳的网页和博客拜访她

www.EtiquetteExpert.com

www.JacquelineWhitmore.com



礼仪的价值

迈向成功必备的9堂修身课

「美」杰奎琳·惠特摩尔 (Jacqueline Whitmore) 著 唐舒芳 译

*B*USINESS CLASS

ETIQUETTE ESSENTIALS FOR SUCCESS AT WORK

BUSINESS CLASS:ETIQUETTE ESSENTIALS FOR SUCCESS AT
WORK(REVISED EDITION)

By JACQUELINE WHITMORE

Copyright: © 2005

This edition arranged with RITA ROSENKRANZ LITERARY AGENCY
through Big Apple Agency, Inc., Labuan, Malaysia.

Simplified Chinese edition copyright:

2016 China Machine Press

All rights reserved.

This title is published in China by China Machine Press with license from RITA ROSENKRANZ LITERARY AGENCY. This edition is authorized for sale in China only, excluding Hong Kong SAR, Macao SAR and Taiwan. Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. Violation of this Law is subject to Civil and Criminal Penalties.

本书中文简体字版由 RITA ROSENKRANZ LITERARY AGENCY 授权机械工业出版社在中国境内（不包括香港、澳门特别行政区以及台湾地区）出版与发行。未经许可之出口，视为违反著作权法，将受法律之制裁。

北京市版权局著作权合同登记 图字：01-2015-3969 号

图书在版编目（CIP）数据

礼仪的价值：迈向成功必备的9堂修身课/（美）惠特摩尔（Whitmore，J.）著；唐舒芳译.—北京：机械工业出版社，2015.12（2016.6重印）

书名原文：Business Class: Etiquette Essentials for Success at Work

ISBN 978-7-111-52446-5

I. ①礼… II. ①惠… ②唐… III. ①礼仪—基本知识 IV. ①K891.26

中国版本图书馆CIP数据核字（2015）第301131号

机械工业出版社（北京市百万庄大街22号 邮政编码100037）

策划编辑：马 晋 责任编辑：马 晋

责任校对：黄兴伟 责任印制：常天培

北京机工印刷厂印刷（三河市南杨庄国丰装订厂装订）

2016年6月第1版第2次印刷

169mm×239mm·10.25印张·93千字

标准书号：ISBN 978-7-111-52446-5

定价：35.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

网络服务

服务咨询热线：（010）88361066 机工官网：www.cmpbook.com

读者购书热线：（010）68326294 机工官博：weibo.com/cmp1952

（010）88379203 金书网：www.golden-book.com

封面无防伪标均为盗版

教育服务网：www.cmpedu.com

推荐序

关于礼仪，杰奎琳·惠特摩尔深谙其道。礼仪地位之重，我也是从一次意外中有所感悟。这是个真实的故事，发生在 2003 年春天的一个午后。我在迈阿密市做完一场演讲，回到了明尼阿波利斯市。去健身房时，我回想着演讲有没有遗漏。我知道 Fd 针对营销和客户关系开展了很多实用课程，但我确定的是，听众们需要更多的内容，我也不例外。

我们需要更好地理解那些把我们团结在一起的行为，虽然很简单，但是它能够赋予整个文明社会以文明。我们怎样做才能让他人感到被重视，而不是受到怠慢？

我不禁回忆起年轻时收看的金尼斯·克拉克（Kenneth Clark）主持的 PBS（美国公共电视网）系列纪录片《文明》的收官之作。节目最后几分钟，所有人都在等待克拉克的总结陈词。至今我仍记得他精练的开场白：“我还抱着一两个信念，它们很难用简单的语言描述出来。”

“比如，”他说，“我相信礼仪是一种习惯，我们用礼仪满足自我意识，以此避免伤害他人的情感。”

这些话一直萦绕在我的脑海里。当我坐在健身房的长凳上调哑铃时，我看到镜子里有位女士特意从屋子的那一头走近我。我意识到她是来和我说话的。果然！

“我自我介绍一下，”她说，“我和我先生在这儿经常看到你，我们想知道该怎么称呼你。”

我意识到克拉克的话和这位女士的话有一种联系。事实证明我又对了。很快我了解了她在明尼阿波利斯市的几所公立学校教授礼仪。我告诉她我的想法，我想把礼仪教学融合到成人教育中。我永远都忘不了她所说的正念^①（mindfulness）。“这门课程叫礼仪和正念，”她说，“不在乎别人的感受，就不可能有得体的举止。”当然。这是我需要建立的第一印象，应该把“正念”传递给我的听众。

这件事并没有到此结束。两天后的早晨，我的手机响了。杰奎琳·惠特摩尔从佛罗里达州的棕榈滩打来电话。她有一个响亮的头衔：国际礼仪顾问。我立马联想到她的样子，端着一杯马丁尼鸡尾酒，靠着门廊俯瞰蒙特卡罗的港湾，旁边站着穿燕尾服的詹姆斯·邦德。她联系我是因为她觉得我的想法能够吸引她的客户。不过我现在想的都是我们之间有惊人的巧合。在短短几个小时，我们似乎有了心灵感应，我的想法从明

① 即无私无我、正大光明的一种心态和理念。——译者注

尼阿波利斯市跳跃到佛罗里达的东南角，给了她灵感。这里有我们一直在寻找的一些答案，能够帮助我们和其他人迈出成功的第一步。

如果你也想像我一样从一场意外中有所收获，那么请阅读这本书吧。

和杰奎琳一样，我也对礼仪问题抱着执着的信念。这也许是受俄勒冈州波特兰市文化的沁润，商旅人士曾把这里称为北美最有礼貌的城市。但是，和杰奎琳不一样的是，我是心有余而欠执行。所以我很高兴收到这份手稿，并且它马上就要成书了，赏读之后我会更开心。

没有这本精彩的书，那些关于市场、销售和商务的课程是不完整的。这些举止和礼仪不是矫揉造作，不是人们印象中刻板的下午茶、屈膝礼和假头套。它们更简单通用：这是一系列教你怎么做人的课程。在某些特别场合，当人们出现分化和不和的时候，很难及时想起这些课程宣扬的做法，更不要说以身作则去实践了。而这本书提供的友好做法，就像给我们的生活贴上了保险杠贴纸。

所以，杰奎琳，我希望你的书能获得两千万读者，感谢你让我成为其中的一员。

哈利·贝克维思（Harry Backwith）

前 言

想立足于世，须有所准备，要像运动员那样锲而不舍地去训练，
雕琢思维，磨砺举止，君子之身可大小，丈夫之志能屈伸；光有匹
夫之勇是无济于事的。

——查斯特菲尔德勋爵（Lord Chesterfield），英国政治家、
外交家、文学家

天资聪颖、学历不凡、经验丰富、资深望重，其实这些并不足以帮你获得心仪的工作、找到铁饭碗，也不足以帮你在工作中取得长足的进步。同样天时地利人和，不能保证一定拿下客户、签下合同。经济全球化看重的是个人的能力，这种能力是欧洲绅士使用刀叉时的斯文优雅，是国家元首纵横捭阖时的深谋远虑，是公司 CEO 运筹织就的关系大网。比这些能力更重要的，是一种相处之道，能做到让别人觉得轻松，给人如沐春风般舒服的感觉，成功就不远了。和公司里的看门大叔、市政府

里的行政官员都能愉快相处，便是这种能力的体现。

商务礼仪，和沟通谈判技巧、激励手段一样，都是“软技能”的组成部分。这些技能让真正的领导者们从芸芸众生中脱颖而出。如果你的行为无法和别人合拍，就可能会损害公司外部有价值的商业关系，或者破坏公司内部的关系。有人说礼貌只不过是一种常识，但是这些常识如今已经被渐渐淡漠在人们的头脑里了。

良好的行为举止和优雅的社交范儿不是与生俱来的，而是后天习得的。礼节礼貌需要勤加练习，就像练习打网球、打高尔夫、绘画，或者弹钢琴一样。经常重复一种行为，它就会变成自发的、自然而然的习惯，也就更有自信。如果每天练习商务礼仪技能，就会专注于商务上的正事，不必惶惶不安地担心自己做错事或是说错话。

稍加粉饰的处世原则和良好的职业素养，在商务交流中不会伤害任何人。从初出茅庐的大学毕业生到出类拔萃的高级执行官，全世界的人们都在学习礼仪课程，吸收那些他们在家或在学校可能学不到的礼仪知识。很多新晋 MBA、中层管理者和 CEO 发现，参加商务礼仪课程后能够提升自信和能力，和客户、顾客、合作者接触时，就多了几分优雅和泰然自若。

我的一位客户是某公司的销售经理，负责亚利桑那州斯科特斯戴尔地区的高端度假胜地和 SPA 业务。他打算报名参加一期商务礼仪研习班，以提升自己在会议、见面、商务餐宴等场合的礼仪技巧。“妈妈教过我如何保持得体的姿态，但是商界瞬息万变，那些知识已经不够用了。”

报名时他告诉我。他说他在公司晋升得非常快，常常需要在名流权贵辈出的场合里介绍自己的公司。“我想知道，在盛大庄重的白宫国宴上或者在轻松随意的同事烧烤聚会上，如何给大家留下深刻的印象。”他说。

参加我的研习班几个月后，他打电话来感谢我，现在的他更加自信，也变得更加优雅从容、面面俱到。“在研习班之前，我一直想找个办法提升自己，让自己更有竞争优势，”他告诉我，“现在礼仪成了我的秘密武器。”

这本书能带给你什么

很多人觉得，只有那些古板执拗、远离潮流、自命不凡的人才讲“礼仪”这样的词。可是礼仪不是装腔作势、矫揉造作，也不是卖弄自我、秀优越感。在接下来的章节，你会发现商务礼仪不光适用于上流社会或者追求更高社会地位的人：它是一个强有力的、有实际作用的、能带来益处的技能，是派得上用场的得力武器。

在商业竞争里取胜，就必须知道如何玩游戏。想要在游戏中拔得头筹，就必须深谙游戏规则。礼仪就是一套规则，一本指南，它让个人关系和职场关系更加和谐、更具成效、更好管理、更有意义。我发现礼仪规则同人生或工作中的大多数规则一样，不是一成不变的。在这本书里我采访了很多拔类超群、天资出众的成功人士，我发现他们的轶事和至理名言大都建立在正确的判断和得体的礼仪上。这些成功人士的故事证实了优雅的礼仪能够带来商业机会。他们的优秀观点、实践和建议，也

许能激励你，帮助规划属于自己的成功蓝图。

有时，他们的建议会让你感到惊讶，也许会 and 别的礼仪课本截然不同。但是我采访的每个人，都认同一点：人生中的每一件事都是在一定情境下，受到个人选择、个人品位和得体行为的影响。同一场合里，你的处理方式可能就与你的同事大相径庭。

商务课程可以提供时下流行的方法来建立个人联系和稳固关系，增加人脉价值，提升（和维持）你的竞争力。它会提供大量建议，帮助你区别对待合作者、客户和顾客，让你有准备地处理各种尴尬，避免不当礼仪破坏个人声誉、妨碍商业交易，或者对职业生涯造成严重后果。

我觉得有必要和你分享这些信息，因为不管什么时候，你在社交或商务场合中感觉到不安全或者不自然，你只需知道我在你身后，还有很多人和你一起并肩。这本书是写给你的，也是写给我自己的。我每天都不止一次地会遇到书中描述的场景。

希望通过这本书，你能学到新的技能，在任何时间和场合都能愉快地与他人相处。也许你会发现有些时候事情不那么棘手，你应该开阔眼界，提升创造力，锻炼能力。

目 录
contents

BUSINESS
CLASS

推荐序

前 言

第一课 根深蒂固的第一印象 /1

和门卫做朋友 /5

会谈中：察言观色 /7

放慢脚步，建立友谊 /9

会议之后：确定目标和期望 /9

第二课 小关心换来大商机 /11

光有好品牌还不够 /14

第三课 得体着装为你加分 /21

让自己有模有样 /27

商务休闲装难当大任 /28

让着装完美的小细节 /31

谈吐不凡：职业化的表现 /33

第四课 掌握不同的沟通技巧 /35

熟能生巧 /38

曝光自己 /38

握手的秘诀：坚定有力 /39

完美握手的 5 个要点 /40

记住别人的名字 /41

记住人名的 10 个方法 /42

拓展人脉时需要知道的 6 件事 /44

拓展人脉时的 7 个陷阱 /46

3 招让你融入社交圈 /49

培养关系需要时间 /50

保持联系 /51

第五课 学会领悟，有效倾听 /55

6 大谈话终结者 /59

有效倾听 /64

侧耳倾听才能营建信任 /65

掌握 10 个方法变身好听众 /66

第六课 餐桌商机：用餐艺术 /71

吃饭也讲究：15 种最常见的错误用餐行为 /73

介绍性的见面 /75

餐具的使用讲究 /80



早餐——一日之计在于晨 /83

完善宴会礼仪 /85

最佳宾客 /87

订酒和品酒 /89

举止得体地敬酒 /91

第七课 e 时代的礼仪规则 /95

声音里的情感：有用的电话礼仪 /97

工作场合的电话礼仪 /98

免提电话和语音邮件 /100

在 e 时代不要丢掉你的人脉网 /100

电子邮件：到底多少才算太多？ /101

网络礼仪 /102

智能手机和平板电脑 /106

手机带来的利与弊 /107

对粗鲁行为的忏悔 /108

手机商务礼仪 /109

9 个技巧，让你成为更有礼貌的手机使用者 /109

拍照 /111

第八课 全球化：避免国际笑话 /113

树立全球意识 /116

把建立关系放在首位 /118

目 录 contents

BUSINESS
CLASS

维护国际关系的技巧 /119

第九课 感恩的心，感谢有你 /129

表达感谢可以提升销量 /132

表达感谢的方式 /136

感激和小费 /140

最后的思考 /144

致谢 /146

BUSINESS
CLASS

ETIQUETTE ESSENTIALS
FOR SUCCESS AT WORK

第一课

根深蒂固的第一印象

建立良好的声誉需要 20 年，摧毁它只需要 5 分钟。

如果你认识到这一点，就会用不同的方式处理问题。

——沃伦·巴菲特（Warren Buffett），股票投资专家，商业大鳄

有人曾说永远没有第二次机会去改变一个人的第一印象。这话绝对是真理。无论是在商界还是在日常生活里，判断一个人的职业素养、性格特征、胜任能力，常常基于第一印象。要给人留下好印象，我们要做的，不光是讲文明懂礼貌。

不平常的常识：

- 握手请用力。
- 多使用礼貌用语，如“请”，“谢谢”，“打扰一下”。
- 不要打断别人的话。
- 记得回电话。
- 守时。

P. M. 福尔尼博士（Dr.P.M.Forni）是《立志公民修养》（*Choosing Civility*）的作者兼“约翰斯霍普金斯礼仪项目”的发起者。他认为人们在商务会晤中倍感压力的原因之一是缺乏准备。“这像一场考试。如果你为考试而学习，你会觉得紧张。但是如果你知道考试规则，你就会少

一些紧张，多一份镇定。”福尔尼说。他相信做好准备工作可以让人思路清晰。你不会惴惴不安地猜测即将发生的事情，可以把精力放在思考问题和手边的事情上。开会前做好充分的准备能避免糟糕的表现，比起那些空手上阵的人，你拥有更多的优势。詹姆斯·卢卡斯（James Lucas）是鲁曼国际咨询公司的总裁和 CEO。这家公司位于美国堪萨斯州肖尼市。同时卢卡斯还是《致命幻相：击碎阻碍组织成功的幻相》（*Fatal Illusions: Shredding a Dozen Unrealities that Can Keep Your Organization from Success*）的作者。他认为不花时间研究客户，就等于埋下了失败的种子。在最近的一次电话采访中，卢卡斯告诉我：“和客户有关的东西，都应该认真学习。每个人都与众不同，每个人都有自己独特的需求。没有什么方法是放之四海而皆准的。”

在我的一期礼仪研讨班里，有位律师告诉我，准备商务会晤和准备审讯会议一样。在审讯之前，他要研究证据，访问受害者或目击者，在陈述案件之前尽可能多地找到相关的讯息。在和客户或者他的法律合伙人会面之前，他也是这样准备的。现在很少有人花时间去收集重要的背景信息，但是你可以通过以下方式，为之后的客户见面或工作面试做好准备：

- 找到你要约见的人。记住他们的姓名和那些你不熟悉的头衔。在会谈中多次使用此人的姓名。

- 访问他们的网站，浏览公司的发展历程、使命陈述、员工传记、最新文章、最近新闻等。在索引卡或智能手机里做好笔记，在会议之前回顾这项内容。这样做对谈话很有帮助。

- 积极破冰，和人们讨论他们关注的话题。除了聊天气和交通，谈论以下话题可以令大多数人感到轻松，如母校、兴趣、特别爱好和度假。如果你不了解此人的业余爱好，可以旁敲侧击地从别人那里打听到答案。

- 熟悉你要找的这份工作所处的行业。阅读贸易刊物，熟悉行业里常用的简写、生僻词、趋势和行业问题或现状。

- 通过阅读每周的新闻杂志或者主流日报来了解时事。如果你了解足够的时事，别人会认为你是一个风趣而有见识的人。

当你面见老板或合作者时，会晤前的准备同样重要。

- 阅读会序册，熟悉即将讨论的话题。
- 了解出席嘉宾和会议主持人。
- 了解是否有公司外部的嘉宾出席。
- 梳理好你的提问，组织恰当的语言提问。
- 在会前或会议期间，编辑会议报告，方便他人回顾。

和门卫做朋友

当你进入别人的办公室时，别人对你的第一印象就建立起来了。进入房间登记来访信息时，应该对前台工作人员、迎接你的人保持友好的态度。人事公司“罗伯特哈夫国际”发起的调查显示，91%的高官表示，聘用新人或者做出某些商务决定之前会参考助理的意见。那些对前台和助理们粗暴或冷漠的人，在进门的那一刻就失去了机会。

琳达·卡普兰·泰勒（Linda Kaplan Thaler）是纽约一家广告代理公

司的总裁，也是《让世界听到你的声音》（*BANG! Getting Your Message Heard in a Noisy World*）的合著者。她说如果求职者对她的助理态度冷淡，她会拒绝和这个人共事。有一天，泰勒正在面试一个候选人，她的执行助理弗兰给候选人倒了一杯咖啡。“我对助理说了谢谢，谢谢她为候选人端来了咖啡，而那名候选人只是看了弗兰一眼，然后继续跟我说话。”泰勒说，“那一刻我决定不聘用这个人。他没有表示感谢，我对他的品格有了不同的认识。越是小事，越能反映一个人真正的品性，”泰勒解释道，“如果把一面镜子摔成无数片，随便拾起一块，你仍然能从中看到自己的全貌。”

艾娃·罗森博格（Eva Rosenberg）是税务信息网站 Tax Mama.com 的出版商。她认同泰勒的观点，不要以为门卫就没有做决定的权力。“如果有销售代表用粗暴的态度给我的助理打电话，我不会买他的任何东西。如果我的助理认为这个人真是个混蛋，我会参考她的意见。我需要她的判断来告诉我哪些电话是真正重要的。”罗森博格说。

莱斯利·查尔斯（Leslie Charles）是 TRAININGWORKS 的创始人，这是一家位于密歇根州兰辛市东部的人力资源开发公司，她还是《为什么人们如此暴躁》（*Why is Everyone So Cranky?*）的作者。她回忆了和一位复印机销售代表共事的经历，这名代表因为他的自负最后丢掉了销售机会。那时查尔斯还是一名实习生，跟着这位销售代表实习，她亲眼见到这位销售代表试图越过目标公司的秘书直接和总裁联系。“他认为自己是个万事通，看不起行政助理，觉得她根本不懂复印机。结果那家公

司的总裁让秘书来选择复印机，因为她才是复印机的最终使用者。毫无疑问，他失败的判断和没有教养的举止，导致这笔生意没有谈成。”查尔斯说。

赢得行政助理的青睐，有以下办法：

- 与行政助理见面时，和她握手，并记住她的名字。
- 接到咖啡或一瓶水时，优雅地微笑着接受并表示感谢。
- 等待会面时，可以和行政助理交流。这能帮你建立密切的关系，不会在等待中心烦意乱。
- 每逢假日，多逛一些地方，带点小礼物之后送给助理。她们会记住你的体贴入微，在下次打电话或拜访时，你们就有得聊了。（有些公司制定了严苛的礼物接受政策，所以请提前研究好这些限制性的条款。）
- 离开时，可以称呼她们的名字并表示感谢。
- 在下次的电话中使用助理的名字打招呼，在要求和总裁或 CEO 说话之前可以先和助理聊聊轻松的话题。比如这样说：“你好，克瑞斯，我是肯·海因斯。你假期过得怎么样？”

会谈中：察言观色

美国的美食爱好者们愿意奔波数小时，前往小华盛顿的一家全球知名的餐厅，品尝大厨帕特里克·奥康奈尔（Patrick O’Connell）烹饪的烤嫩牛肉配丛林蘑菇，烤黑无花果浇上味道浓郁的柠檬汁，再来一块瓦赫纳（Valrhona）巧克力蛋糕配热烤香蕉冰淇淋。这些食物本身就散发

着令人愉快的气息，而在细节上下的功夫则让食客们获得了无与伦比的用餐体验。

大厨奥康奈尔认为，人们并不关心你的知识有多渊博、你的工作有多繁重，能让他们印象深刻的是你的用心。他相信，只有洞悉客人的感觉以及为什么会有这样的感觉，才能给予人们真正的关心。这家有 100 个座位的餐厅，会为每位客人的心情“打分”并通告给所有员工。从 1 到 10 来记分，7 分或者更低值表示不开心，领班会对应顾客的状态，悄悄地给每个桌子分配一个数字。心情等级被输入电脑，写在餐单上，放在厨房的汤匙上，所有员工都能看见，并据此调整自己的服务。“如果客人历经了各种交通堵塞才坐进来，或者正处于婚姻争吵中，我们会视之为我们的问题，继而会想方设法给他们一次超群的用餐体验。”奥康奈尔略有所思地说。

能够觉察出他人的心思是一种能力，它带来的价值不可估量，特别是当你想在商务洽谈中有个好的开始的时候，无论是电话商谈还是私人会晤均如此。首先要确定对方的喜好，弄清他喜欢旁敲侧击还是单刀直入。有的人希望直接切入主题，而有的人会选择在讨论问题之前聊聊家庭生活、度假经历或者个人事情。如果对方心情不错，在商务会谈之前想要闲聊一会，那么你应该配合他。如果有人一进门就迫不及待地直接聊生意，那么也应该愉快地听从他的安排。尽管闲聊有助于建立良好的人际关系，但是有的公司开会时并不流行这么做或者不鼓励这么做，所以我建议跟随会议主持者的引导即可。

放慢脚步，建立友谊

不管是在你的办公室里还是别处的会议室里开会，会前几分钟总是会有一些闲聊时间。这是建立密切关系的好时机。如果你们是第一次见面，那么在进入他的办公室的那一刻环顾四周，找到能体现他的爱好的事物。像家一样，办公室也能反映一个人的个性。桌上或墙上的个人物品，特别是家庭合影、宠物合影、运动项目，都能帮你打开话匣。如果你注意到任何奖章、个人或者职业的奖品，一定要给以赞赏。每个人都喜欢被承认，喜欢由衷的夸奖。当你建立了融洽的关系时，你就收获了一份友谊。当你收获了一份友谊时，你就增加了很多机会，比如工作的机会、被推荐的机会、晋升或者长期合作的机会。

会议之后：确定目标和期望

如果有疑问，可以在会议结束前提出来，然后总结大家关心和期待的重点，给需要的人以支持和帮助。承诺跟进的事，就要言出必行。少许诺多做事，按时完成任务，若能提前完成更好。如果你无法满足客户或者合作者的需求，就向他们说明你实际能完成的部分。如果有自己无法完成任务，就可以在会上寻求大家的帮助。要懂得维护自己的职业声誉。赢得别人的尊重需要很多年，但是失去它只需要几秒钟。

重要建议

重要会面之前，多多收集你要会见的人的信息。

对行政助理要和蔼有礼。

商务沟通之前，建立融洽的关系。

建立起友谊，生意就会接踵而来。

量力而行地承诺。

BUSINESS
CLASS

ETIQUETTE ESSENTIALS
FOR SUCCESS AT WORK

第二课

小关心换来大商机

在我们的社交生活中，习惯性地关心和体贴别人，
比炫耀自己的天赋和成就，可以为你增加更多的吸引力。

——玛丽·安·凯蒂（Mary Ann Kilty），英国作家

几年前，我和我先生翻修房子时打算安装一套报警系统。我的任务是电话联系三家口碑不错的公司，让他们提供报价。尽管价格很重要，但它不是决定性因素。爱德华·亚伯拉罕是其中一家公司的销售代表，我很欣赏他的做事风格。如果让我列举喜欢爱德华的确切原因，我说不上来，都是一堆微小但是很重要的细节。我喜欢他快速地回我的电话，他自我介绍和推荐产品时的专业陈述，他看我时眼睛的真诚，握手的热情，还有回答我一长串问题的敏捷思路。最重要的是，他能利用好时间，让我觉得我是他唯一的顾客。所有这些小细节加在一起，爱德华比他的对手更有竞争优势。

在日常生活和商务场合里，我们都被告诫“别为了小事斤斤计较”。然而忽视小细节，比如日常礼仪，你可能会失去眼前的客户，客户会一言不发、悄无声息地离开你。你失去的还有同事的尊重和支持。不分场合的直言，偶尔粗鲁的行为，无意识的忽视，都会让人心生不满，另觅新友。

如果你冒犯了一位顾客，可能不会立即感受到由此产生的经济困难，但是最终你会遭遇巨大的损失。汤·皮特（Don Peppers）和玛莎·罗格

(Martha Rogers) 在《一对一的未来》(*The One to One Future*) 一书中强调, 吸引一位新顾客的成本, 比留住现有的顾客要高出 5 倍甚至更多。礼貌可以明显提升销量。假设你在经营一家干洗店, 有顾客在这一年里每个星期都花 10 美元来清洗和熨烫他的衬衫。如果有一天你或者你的员工心情很糟, 说话冒犯了这位顾客, 并且没有及时道歉, 那么她可能选择别的干洗店, 哪怕开车要多走几英里。因为这位顾客的失望, 你的公司一年约损失 520 美元。随着流失的顾客增加, 造成的损失很快就变得十分庞大了。

因为我们生活在一个快节奏时代, 个人情感被边缘化, 有些美德被人们淡忘, 因此坚持这些美德比以前更重要, 毕竟人们都希望自己受人重视和赏识。一些小举动, 比如亲切的微笑、愉快的问候、记住客户的名字或者他们孩子的名字、关心他们生病的朋友或家人, 都有助于建立一段密切的关系, 最终使商务关系更加稳固。忘记回复重要的电话, 迟到太久的感谢或者没有响应别人的需求, 忘记感谢帮过你的人, 没有兑现自己的承诺, 都是在透支你在同事心里的信誉, 最终带来经济损失。

光有好品牌还不够

良好的声誉、广为人知的名字、出色的商务演讲都是竞争优势, 但还不足以吸引员工和顾客, 给他们以幸福感。福克斯公司的 CEO 杰弗里·福克斯 (Jeffrey Fox) 是畅销书《企业造雨人》(*How To Become a Rainmaker*) 的作者。他说, 以前他的老板经常说如果把办公室放在黄

金地段比如纽约第五大道，你永远不必在意那些不满的顾客。“现在，再也不是这么回事了，”福克斯说，“不管是在纽约还是其他城市，如果不能使顾客满意，就得马上卷铺盖走人。”在工作中，丰厚的薪水和优渥的福利都不能补偿对员工的苛刻，也替代不了对其出色的工作表现的认可。最后，他们还会寻求别的招聘机会。

在如今竞争激烈的商业时代里，每个人都能彰显价格优势，每个人都会承诺周到服务。如果你想吸引客户、留住员工，你得表现得与众不同。而细微之处的得体，比如练习良好的商务礼仪，会让你脱颖而出，别的竞争对手几乎无法取代你。保持沟通渠道通畅，鼓励顾客分享新的想法，乐于接受积极的反馈，虚心听取建设性的批评，不当众斥责、不欺客。和他人友好相处的这种能力，远胜过低廉价格带来的优势，它才是成功的捷径。

以下企业原则，可以帮你建立牢固的合作关系，增加团队凝聚力，不管你是自立门户做生意还是受雇于不同规模的公司。

诚实。很遗憾，商业世界充斥着欺骗和丑闻，以后的日子里可能还会出现更多的问题。个人声誉是建立在正直的基础上的，任何情况下都不要丢失诚实。言行一致就是在积累你的信誉。要知道，故意撒谎、虚假介绍的做法等同于慢慢破坏你的职业、丢掉你的工作、毁坏你的声誉。真相偶尔会带来疼痛，但谎言会带来灾难。

守信。每天你做出承诺时，都有可能增加或者减少自己的信誉指数。要认识到开诚布公的重要性，在开始新的项目之前让客户或同事了解信

息。有些变动会直接影响部门、公司或者别人的公司，应该让所有当事人提前收到通知。如果不能按时完成一项任务，或者费用不能控制在预算之内，请及时通知客户或合作者。没有人喜欢意外，除非真的是万不得已。如果提前通知，即便事情出错，人们也会倾向于原谅这个错误。你能每次都在期限前完成工作任务、兑现承诺，就会成为客户或老板眼中值得信赖的人。要知道，你的承诺就是你的全部。隐瞒重要的信息，并没有什么好处。当你失信于人时，你的职业信誉也会降低。

认错。乔伊斯·布拉德斯博士（Dr. Joyce Brothers）说得很对，“若要取得成功，就要学会把失败视为成功路上不可避免的过程。”失败没有错，错的是我们用损害信誉的方式处理事情。别试图遮掩、忽视或者缩小你的错误。这只会让事情混沌不清。犯错后应该坦率承认。

斯黛西·埃里森（Stacy Allison）是一位充满激情的演讲者，也是美国第一位登顶珠穆朗玛峰的女性。她认为责备会减慢行动速度。埃里森坦言道：“不要试图遮掩错误，不要责备他人。担起责任，尽快纠正错误。你表现得积极向上，能够迅速解决问题，人们会选择原谅你的过失。”当你专注于解决问题而不是停留徘徊时，成功就离你不远了。

准时。与准时赴约相比，提前几分钟到达更能给人留下深刻的印象。早到意味着你有时间去洗手间，检查你的仪容，在开始工作或者进入重要会议之前多一份从容镇定。预留富余的时间，以防交通堵塞、恶劣天气或者停车难题影响你的准时。

如果预感自己会迟到，应提前电话告知对方，说明迟到是意外的。

经常迟到的人会失去他们的信誉,这说明他们通常也不尊重别人的时间。最糟糕的是捏造一些站不住脚的理由。如果你认为自己的迟到是因为无法预计的特殊情况,那么简单地道歉,保证下次不再犯就好。

礼貌措辞。说话的内容和措辞也会影响别人对你的印象。纽约罗切斯特的市场研究公司“哈里斯互动”通过对美国人口性格特征的调研显示,63%的美国人会当众发誓,但是这么做会对你带来不利的影响。还有,在公共场合使用亵渎的、污秽的语言,会给人留下不成熟、不够耐心,缺乏自我控制的印象。此外,使用“有色”语言,并不能得到别人的尊重或者认可。它只会让别人觉得不舒服。不恰当的措辞让客户有理由选择和别人合作,让同事有理由拒绝与你共事。不应该让别人有意疏远自己。当你生气或者焦躁时可以出去散心,避免任何尖刻的话从你嘴里说出来,要知道说者无意听者有心。

优雅地处理冲突。和别人共事,难免会出现争论和分歧。总会有不同意见出现,或者你在争论中处于下风。然而,处理这些难堪或者尴尬的方式,正好能够展现你的人格魅力。当你出错了,你会优雅地认错吗?还是大发雷霆,让客户和同事来替你背黑锅?帕特里克·亨利中心(The Patrick Henry Center for Individual Liberty)是一个致力于推广美国宪法和权利法案的非营利组织,它的总裁兼创始人加利·奥德里奇(Gary Aldrich)曾经告诉我:“没有谁的人生是完美的,是战无不胜的。当你学会和挫折共舞,你就获得了从容和优雅。”商业环境是充满竞争的,你必须面对那些测试你的耐心、质疑你的能力或权威的人,他们可能是

你的客户、顾客，也可能是你的同事。面对冲突和刁难，强大的领导者不会轻易缴械投降。无论何时都不能在别人面前展现你怒发冲冠的模样。如果一个人在顺境和逆境中能保持平和坚定的心态，那么大家都愿意和他一起工作。

切勿过河拆桥。当我看到人力资源经理坐在我经理的办公室里时，我就知道接下来会发生什么。那是 1992 年 1 月的一天，天气很冷，我的心也是。经理打电话叫我去她的办公室。我以为要开会，结果却变成一场部门内的辞退谈话。在这次谈话中，我得到了经理的尊重和支持，后来我们一直保持联系。被解雇后的第二年我去面试棕榈滩布林克斯酒店的公共关系职位时，她写了一封热情洋溢的推荐信，帮我获得了那份工作。

虽然丢失工作是一段艰难的经历，但是这段经历告诉我人生中三堂重要的课。永远不要自满，不要恃才傲物，你不知道什么会发生在你身上。不要否定过去的老板或者雇佣关系。不要过河拆桥——你今天的对手可能成为你明天的朋友。

多多练习这些美德，这是和别人做生意必学的内容。守时、诚信、回电话，这些看起来像是拼图里的小小一块，但把它们都放在一起就会给你带来巨大的回报。你的形象就会被生动地勾勒出来——沉着冷静、优雅得体，坚持用最高规格的职场礼仪对待他人。

重要建议

诚实，敢于承认错误。

赴约时请提前到达，给自己预留足够时间。

避免不当措辞。

对过去的老板和客户，要强调他们的优点。

BUSINESS
CLASS

ETIQUETTE ESSENTIALS
FOR SUCCESS AT WORK

第三课

得体着装为你加分

衣着和礼仪不能成就一个人，但是能极大地提升他的形象。

——亨利·沃德·比彻（Henry Ward Beecher），美国牧师、

演说家、文学家

我的丈夫布莱恩是典型的A型血人格，一个不折不扣的完美主义者。不上班的时候，他喜欢打理他的花园。我从没有见过有谁的手比他的更灵巧。他可以把一棵快死掉的植物放进干巴巴的土坑里，浇上一点水，几周后它能神奇地恢复生机。

我们花园里的每一株草、每一朵花、每一棵树看起来都生机勃勃的，因为布莱恩花了大量的时间和精力精心修剪这个花园。这些景观细节——大树、鲜花和温室花房——让我们的房子看上去大不一样。在房地产商、经纪人和房产中介看来，带着迷人景观的房子更容易卖出去。他们管它叫“路边的风景线”。如果房子的外观十分漂亮，维护妥当，买家会想看看里面的陈设。

在商业里，人们也需要外表的吸引力。如果你的衣着整洁得体，人们会想了解你的内在都有什么。装束可以传达很多信息，包括一个人的身份，即将去什么地方。《立志公民修养》的作者P. M. 福尔尼博士（Dr. P. M. Forni）是约翰斯霍普金斯大学的教授，负责学校里的礼仪课程教导，他说：“当我们穿得很职业、很正式时，就是在告诉别人，我想得到尊重，我想被别人认真对待。”

很多人都知道，外表比言语更有说服力。良好的外表形象究竟能带来什么好处呢？让我们一起往下看。

得体的外表能提升公司形象。乔伊·威泰尔（Joe Vitale）是《每分钟都诞生一位顾客：P. T. 巴纳姆成功的秘密》（*There's a Customer Born Every Minute: P. T. Barnum's Secretsto Business Success*）一书的作者，他认为很多商业机会都是依靠感觉捕捉到的。“人们相信自己的眼睛和由此产生的感觉。比如，人们会通过穿着来评价一个人。每次你打扮得体，就能积极地影响别人评价你的方式，”威泰尔说。沃特·迪士尼公司成功的原因之一，可以归于他们声名远扬的穿衣法则。1955年，沃特·迪士尼要求员工统一着装，他推崇轮廓鲜明的美式风格。从这天起，“迪士尼面貌”被数以百计的公司效仿。沃特·迪士尼公司的前任礼仪官盖尔·特鲁泰尔（Gayle Treutel）说，很多年前女人不能穿彩色的裤袜，涂亮色的指甲油和深色的口红，或者浓妆艳抹；耳环不能比硬币大，头发要修剪整齐，不能遮住脸。男人必须刮好胡须，头发不能碰到衣领。近年来迪士尼穿衣法则变得更加灵活有弹性，但还是比大多数公司都严格。参照沃特·迪士尼，如果你想提升公司的职业程度，就要推行穿衣法则。

得体的外表能提升个人的整体形象。就像礼物包装，你的外表风格越“整体化”，你越能留下积极的印象，迈克尔·莱文（Michael Levine）称之为“蒂凡尼理论”。迈克尔·莱文是加州洛杉矶莱文公关公司的创始人，也是《游击战：如何发动卓有成效的公关活动》（*Guerilla P. R.: How You Can Wagean Effective Publicity Campaign... Without Going*

Broke) 的作者。莱文认为,如果用蒂凡尼的盒子包装礼物送人,他们愿意相信这份礼物,比起那些没有包装盒的或者名气没有那么大的盒子装着的,有更高的价值。莱文说我们生活在一个“包装”文化里,任何东西都需要包装:政治家、公司高管、运动明星、演员和电视节目。他认为,无论是面试一份工作,还是寻求晋升或咨询服务,人们需要的是整体打包的内容,我们的穿着也是这个“包”的一部分。成功人士能看到有目的的包装的价值,你也可以这么做。

前美国众议员马克·弗利(Mark Foley)相信,外表能够打造整体形象,也能破坏整个形象。“不一定得穿设计师设计的服装,但是我们要关注细节。保证衣服干净合体,鞋子光亮,精心梳理你的头发,指甲干净。如果你花点时间和心思在自己的外貌上,就会比你的竞争对手多一份优势。”弗利说。

得体的外表能带来大收益。如果你走进贝弗利山罗德欧大街的商店或者棕榈滩的沃斯大街[⊖],毫无例外地会有一位从头到脚精心打扮的购物助理热情地为你服务。毕竟,如果你打算花几千美金买一套香奈儿或者阿玛尼的西装,谁都会愿意从衣着精美的高级销售助理那里购买。尽管这些西装因精美的面料、贴身的剪裁和手工缝制等细节已经成本高昂,但是很多知名设计师相信如果产品成本很高,那么他们的设计就有更大的价值。人们对形象工程的认识就是:佛靠金装,人靠衣装。研究显示,

⊖ 全球闻名的高端购物街。——译者注

雇主们愿意为穿着讲究的应聘者支付更高的薪水。菲尔莱狄更斯大学的朱迪思·沃尔特斯博士（Dr. Judith Walters）通过研究发现，穿着讲究的求职者和他们的起薪存在一定的联系。她给超过 1000 家公司寄出一组同样的简历，有的简历贴着应聘者“化妆之前”的照片，有的简历贴着“化妆之后”的照片。简历中要求公司提供起薪金额。一个普通的求职者稍加打扮，以衣着光鲜的职业化形象去求职时，起薪提升了 8%~20% 不等。

得体的外表是你的敲门砖。研究显示，很多公司在第一次面试后就拒绝了候选人，首要原因就是求职者的糟糕外表。纽约的一家住宅房地产公司柯克兰集团的创始人和董事长芭芭拉·柯克兰（Barbara Corcoran）说，很多次她都是凭借第一印象做出雇佣决定的。她讨厌的四种行为有：面试者穿着粗糙的户外运动鞋，喷太多香水或须后水，握手时没有站起来，行为太过随意。“我们是一家位于麦迪逊大街的公司，所以我们期望应聘者能用最高级的职业行为来表现自己，”柯克兰说，“当有人穿着不合适的服装或者香水味太浓，表示这个人缺乏判断力。如果这位潜在的雇员能呈现出非常职业的外在形象，我们公司就少了一件需要担心的事。”

柯克兰认为肢体语言也体现了一个人的精神面貌。“我们见过有的面试者把手肘或者公文包放在桌上，还有的人无精打采地坐在椅子上。如果你向后靠着椅背，说明你对眼前的这份工作不是很感兴趣。”柯克兰说。这些让人不悦的举动虽不能决定这个人是否得到工作，但是它们至少不会带来积极的影响。“穿着得体的人，不一定能胜任这份工作；

但是不得体的人，一定不会收到第二次面试邀请。”柯克兰说。在你开展商务或者准备工作面试之前，了解这个公司的着装政策。通常选择正式的装束，要好过随意穿着。建议在车里或者办公室里备一件夹克或者西装外套，以防突如其来的临时会议。

丽莲·弗农集团创于 1951 年，董事长丽莲·弗农（Lillian Vernon）说今天的职业套装要比过去复杂得多，所以现在更要多一份讲究，不能随意搭配，特别是工作面试上。她说她不会雇佣面试时穿得邋遢或者不合时宜的人。弗农相信如果一份工作对某人来说是很重要的，那就应该通过穿着打扮来表现他们对这份工作的期望。“如果穿得邋里邋遢或者不合适，说明你既不尊重你自己，也不关心你代表公司呈现出的形象，”弗农说，“用专业、合适的面貌展示自己，说明你已经胸有成竹，我可以提拔你。”

让自己有模有样

如果你想应聘银行的职位，就要让自己像个银行经理。如果你在美发沙龙里工作，就要让自己像个设计师。对我而言，我要像个空姐。失去了沃特·迪士尼海豚酒店的工作后，我通过了西北航空公司的面试。西北航空正在面向全国寻找空姐，招聘负责人来到了我的家乡。面试前十多天，我联系了西北航空，向一位员工咨询了公司的背景信息和历史发展情况。我了解了空乘的职业装束是怎样的。面试当天我和其他 300 名应聘者一样展示了自己，但你能很快从人群中认出我，因为我是唯

——一个看起来像空姐的人。我穿着一条深蓝色的裙子，配了同色系的夹克，白色的立领衬衫，深色长筒袜，加藏青色高跟鞋。筛选过程中，每个候选人都被要求站在面试官面前，用一分钟陈述自己为什么想进入这家公司。第二天，我接到了期待已久的电话，是对方的招聘经理打来的，她邀请我回去进行二面。那次面试进行得也十分顺利，我当场就被聘用了。那天只有三名候选人被选中，我确信他们选我的原因之一是我看起来有模有样。服饰能给人的外表加分，也能减分。商务会面时，特别是谈判时，选择一套精致得体的套装能够很好地提升你的形象，同时让你的智慧和天赋更加耀眼。

商务休闲装难当大任

当你和医生、律师、金融顾问见面时，是否期待他们有特定的穿着方式？人们最不愿看到的事就是专业人士对你的需求漠不关心，不在意你的时间，穿着随便得像去打高尔夫或者去健身房锻炼一样。你在工作中的装束和在正式会议上的装束不应该有任何区别。商务上的随便会影响公司的形象，带来大量的混乱。有的老板说他们不知道如何定义员工的穿着规则，也不知道该如何传达他们的期望，他们的雇员也很难解读他们的想法。福克斯公司是一家咨询公司，CEO 杰弗里·福克斯同时也是畅销书《企业造雨人》的作者，他说商务里根本就不存在休闲的说法。他说得体的服装是给自己的尊重，也表达了对和你共事的人的尊重。

作为企业领导，如果别人没有按照你的期待来着装，你也用不着

生气，尤其是当你没有清晰定义着装要求时。把公司的着装规定落实到纸上，这很重要。“不正式的着装给人的印象是没有规矩，当穿衣的规矩不清楚时，大家会感到疑惑。” P. M. 福尔尼博士说。马奥尼联合公司是一家赔偿执行和收益管理公司，公司在佛罗里达的劳德戴尔堡和马萨诸塞州的斯普林菲尔德都设有分公司。威廉姆·马奥尼（William Mahoney）担任公司的 CEO 和总裁，他为公司员工制定了非常清楚的着装规则。“我无法容忍员工对公司着装规定做任何修改。”马奥尼说。

如果你的公司或者客户的公司遵循“商务休闲”穿衣准则，那么找准最恰当的休闲程度，并据此打扮自己。男士和女士的商务休闲装，有不同程度的休闲级别。比如，男士可以穿卡其色的裤子和棉质 POLO 衫出席公司内部的现场会议，然而长袖衬衫、便装上衣、深色羊毛华达呢裤子，则适合出席公司外部的会议。女士可以穿卡其裤和长袖棉衬衫，或者羊毛裙和开司米两件套，或者花呢裤配宽松外衣，这取决于环境和公司文化。当你不确定如何穿着时，观察并参照公司里级别比你高的人。如果你是一名自由职业者，就选择最正式的衣着。如果你不清楚状况，可以随身带一件夹克。发现自己参加的是一个不正式的会议，可以把夹克放在车上、办公室里，或者脱掉衣服即可。

菲拉格慕的首席设计师格雷姆·布莱克（Graeme Black）说，“人们曾设想在办公室里能随意穿着，但是这个想法并没有真的兑现。人们需要用一种特定的方式来授权。”以下装束可能会摧毁你的公信力：

商务装的雷区：

- 运动装。
- 网球服。
- 沙滩装。
- 超短裤。
- 园艺装。
- 夜店装。
- 迷你裙〔膝盖往上 2 英寸（5.08 厘米）甚至更多〕。
- 嵌着水钻的牛仔裤或者破洞牛仔裤。
- 纪念衫或者有 LOGO 的 T 恤。
- 暴露的女衬衫。
- 露脐装。
- 圆领长袖运动衫，宽松运动裤或者绑腿裤。
- 运动鞋。
- 人字拖。
- 破损的鞋子，磨损的鞋跟或者破烂的鞋底。
- 浓郁的香水或者须后水。
- 有污渍的或者皱皱巴巴的衣服。
- 丝袜配鱼嘴鞋。
- 湿漉漉的头发。
- 过多的首饰。

让着装完美的小细节

有时候小配饰能起到画龙点睛的作用。配饰虽小，却能给人留下深刻的印象。以下饰品可以为你的整体形象加分。

携带一支高品质的钢笔。担任沃特·迪士尼海豚酒店的公关经理时，我每周都要参加预备会议，会议策划人会带着他们的团队来到酒店。开会时，我没法不注意到餐饮部经理佩戴的那支全身烤漆、设计精美的钢笔。虽然这是一件很小很小的配饰，却极大地影响了我对他的看法。他的衣着和配饰相得益彰，他的西装、领带和发型都很得体，而那支自来水笔让这一切完美地协调起来。从那时起，我成了钢笔的狂热爱好者，特别是自来水笔。我最喜欢一支笔是沃特曼自来水笔，因为它很称手，书写也很流畅。你不需要花大价钱买一支笔，但是它必须看起来很吸引人，并且好用。

购买几套高级套装。每次装扮自己，都是一种自我宣传。人们不自觉地根据你穿的衣服，对你的背景、社会经济地位、教育程度、人格特点形成判断。如果你穿得很简朴，可能会让自己或别人尴尬，如果你过于讲究，又会带点胁迫的意思，或者设置了错误的基调。所以知道在什么场合穿什么衣服是很重要的。衣服能够反映出你期望达到的境界，而不是你现在工作的境界。

路·阿曼多拉（Lou Amendola）担任布鲁克斯兄弟男士服装公司的高级副总裁和商品总经理，他认为服装的发展会越来越正式。他说：“过

去两年里，商务休闲装的销量在降低。人们越来越倾向于正式的款式。”虽然无须每天都穿着西装，但是在适当的场合正装出席显得更加得体，也更符合别人的期待。当你需要做个人陈述、进行绩效评估、参加重要的销售会议、和老板或其他部门的领导进餐时，西装是你最好的选择。当你穿上西装，你就承担了随之而来的责任。你会发现走路也变得挺拔自信。无论什么时候穿上西装都会给人留下好的印象，说明你对眼前的商务合作是认真对待的。

质量胜过数量。唐纳德·特朗普(Donald Trump)在他的书《致富王牌》(Trump: How to Get Rich) 里说，以前他总是买便宜的西服和其他衣服并感到自豪，后来他意识到，品质好的衣服不会磨损得那么快，才转变了自己的消费观念。“现在我买的都是质量好的皮鞋，它们可以穿很久。便宜的鞋子总是很快就坏了，甚至都不值我付的那些钱。”

男人和女人都应该购买质量好的经典衣服，特别是为了方便商务旅行。选择轻便、透气、不容易起褶皱的衣服，适合多种天气情况下穿着。羊毛或者羊毛混纺的西装既能出席旧金山的会议，也可以出现在纽约、伦敦和新加坡，长期来看这笔钱花得也是值得的。诸如黑色、海军蓝、灰褐色、木炭灰这样的颜色比较职业化，适合出差，也适合在各种季节穿着。女士可以通过围巾、手包、高品质的珠宝等饰品来展示个性，男士则可以通过不同的丝质领带来展现。

大配饰也不能忽视。如果随身物品看上去邋遢而破旧时，你穿得再精致也没有用。玛丽·露·安德烈(Mary Lou Andre) 是 Organization By

Design 公司的总裁，这是一家服装管理和时尚资讯公司。她说选择好的手包和公文包很重要，这样它们就不会拉低你的形象分。“一位来参会的人拎着一个破损的、皱巴巴的公文包，只能给人匆忙杂乱、没有条理的感觉，不管他穿得有多高档。”她认为一定要保证公文包的干净整洁。

“塞满了文件的包，只会给人留下毫无条理、拖沓的印象，”安德烈说。你的手包或公文包不光是用来装重要的文件、钱包和手机的，它也承载着你的成功、职业发展，彰显了你的性格特点。购买大配件时，要考虑“经典和永恒”两大潮点，它们会为你服务很多年，而且永不过时。

不要忘记买一双好鞋。鞋子能诠释一个人的形象。爱柔仕(Aerosoles)鞋业的高级副总裁金伯利·格雷森(Kimberley Grayson)说，她习惯通过观察一个人的鞋子来判断这个人。鞋子应该得到很好的保养，一尘不染、没有残破。鞋子是你最重要的配件，因为它不仅能完善你的整体形象，款式合适的鞋还能够勾勒出你的职业形象，证明你对细节的关注。对自己外貌感到满意的人对细节也很在意，比如穿一双高质量的鞋子。你的脚要陪你走完一生，所以买一双你能负担得起的好鞋，善待你的脚。

谈吐不凡：职业化的表现

一个人的形象远不止行为举止和外表，同样也会体现在说话方式上。沟通的方式，比沟通的实际内容，能传递出更多的信息。不管你选择什么职业，如果你的声音让别人不舒服，就会给你带来不利的影响。掌握清晰有效的沟通方法，对你的职业生涯发展大有裨益。

降低音调：有些管理者陈述时，喜欢使用高频度的、像孩子一样的声音，或者使用优柔寡断的、尾音向上扬的音调。即便是最聪明、最博学的人，在做陈述时使用疑问的语气，也会被认为不靠谱。为了避免发出不确定的语气，可以在结束陈述时让音调降低，而不是让音量减少。

避免搪塞语。有的人不喜欢说话时夹杂沉默，感觉每一秒都要填进去没有用的声音、词汇或者短语，比如“呃”“你知道我的意思吧”“你懂吧”。搪塞语用得太多，会让人感到厌倦，觉得你欠专业。

生活和工作要分开。持续地抱怨他人，会让每个人都觉得不舒服。所以请把你的恋爱问题、财政困难或者健康问题留在家里。

接受赞美：当人们称赞你工作出色或者仪表出众时，用一句简单、自信的“谢谢”回应即可。埃莉诺·汉密尔顿曾经说过，“赞美是礼物，不应该随意丢弃，除非你想伤害赞美你的人。”这个世界表扬太少了，应该大方地去赞美别人。不管你什么时候得到赞美，都要开心地接受它。

外在的美来自一个人的内心。当你擦亮了你的鞋，精心装扮，就能在任何商务互动里自信地握手言欢、谈天论地。

重要建议

不要把手肘搁在会议桌上。

按照你未来想要的工作和职位准备着装，而不是为现在的工作。

衣服要好看，还要适合商务出差。

购买你能支付得起的最好的配饰。

BUSINESS
CLASS

ETIQUETTE ESSENTIALS
FOR SUCCESS AT WORK

第四课

掌握不同的沟通技巧

听君一席话，胜读十年书。

——中国谚语

小时候，我大部分时间都在奶奶家度过，因为我妈妈要去美发店工作。平时每天都会有一两位老朋友来看望约翰逊奶奶，不过有个人很特别，每个月都会来一次。他叫梅尔·巴博，一个性格开朗的高个子。梅尔是海湾人寿(Gulf life)保险公司的代理人。他会待20分钟，聊一聊天气，或者陪奶奶聊当时电视里放的节目。聊了一些有趣的话题，喝了一杯冰茶之后，梅尔会起身道别，直到下个月才会出现。虽然他的唯一目的就是收取每个月的保险费，但是他做得丝毫不露痕迹。他不费吹灰之力就能让人觉得轻松愉快，他待人就像对待亲密的朋友或者自己的家人。可能是他温和的脾气让他十分受欢迎，那时还没有“人脉”这个词，但梅尔已经用得炉火纯青了。

梅尔这种一对一的业务模式已经不常见了。现在，管理人员可以在鸡尾酒晚会、公司活动、展会和其他场合里，与同事、顾客和潜在的客户建立联系。在大型活动里面对一屋子陌生人，而你要面带笑容地去和他们交换名片、相互问候，对有的人来说这是一件困难的事情。

印第安纳大学东南分校的羞怯心理研究中心研究显示，88%的人认为自己在某个时刻会感到害羞。几个月之前，我遇见一位叫玛格丽特的

女士，她对我坦言自己很讨厌和丈夫参加晚会。她的丈夫是一位有名的古董代理商，她很悲哀地说她和丈夫的商业社交圈没有半点交集。像玛格丽特一样，很多人一想到要和志不同道不合的人打交道，就打退堂鼓。

有的人认为，“人际关系”就是一些过分热心的骗子递名片给你，然后卖给你一堆你根本不要或者不需要的东西。对其他人而言，建立人际关系就是在房间里折腾个不停，回报就是一次次的握手。不管你怎么看待和陌生人互动，不可否认的是，“人脉”是一种帮你拓展事业的有效方法。更重要的是，这也是你帮助他人实现职业成长或者事业发展的方法。

熟能生巧

建立良好的人际关系需要不断地学习和练习，直到习惯成自然。P. M. 福尔尼博士认为和其他人互动得越多，越觉得舒服。他说：“这像练习一门语言或者学习游泳。当你和水融在一起，知道怎么游泳时，紧张感就会减少。当你跨越国界来到一个新的国家，如果你能说他们的语言，紧张感也会减少。参与的社交互动越多，越能远离焦虑。如果懂得社交的规则，你就能在其中游刃有余，释放你的人格魅力。”

曝光自己

建立人脉的第一条规则就是提升曝光率。参加组织、社团和其他可

以展示你天赋的专业组织。在董事会和委员会里担任志愿者，出席慈善募款活动。参与工作以外的活动。锻炼你的公共演讲能力，在行业协会大会上做陈述报告，或者去社区学校或大学做客座学者。如果你认为自己的技能不够熟练，可以参加当地学校的演讲学习班，或者在网上找到你所在地区的相关俱乐部信息。梅特兹·普尔度（Mitzi Perdue），是非营利性组织 Healthy U of Delmarva 的发起人，著有《普尔度的食谱》（*The Perdue Chicken Cookbook*）。她认为参加志愿活动、拓展人脉、友善待人，为她打开了很多扇大门。“参加的活动越多，就能获得更多的发展机会，”普尔度说，“这是概率问题。如果你不停地出现在各大活动里，遇见对的人的几率就更大。”

握手的秘诀：坚定有力

握手通常是你和别人建立联系的第一次接触，在美国文化里，握手意义重大。查尔斯·帕纳提（Charles Panati）在《帕纳提解说日常行为的奇怪起源》（*Panati's Extraordinary Origins of Everyday Things*）解释了握手的起源，根据民俗，握手是一种善意的信号。帕纳提写道：“过去的村民遇到陌生人时，第一反应是举起匕首；陌生人也会做出同样的举动，双方僵持一番。如果双方都同意和解，而不是斗得你死我活，就会把匕首插入刀鞘，伸出右手（拿着武器的手）表达自己的善意。”

今天，握手仍然是表达善意和相互尊重的标志。握手的方式还能够诠释出你要表达的内容和你的意图。一家大型法律公司的招聘人员曾经

告诉我，如果一个人握手时没有起身，就不会被聘用。当他面试求职者时，都会进行眼神接触，然后微笑着伸出手来介绍自己。“如果对方没有起身和我握手，我会认为他们并不想在这里工作，”这名招聘经理说，“我认为这是一种缺乏尊重的举动，我无法理解他们为什么要浪费彼此的时间。”

握手是最普遍的示好的方式，可以表示问候、欢送或者达成协议。握手应该是热烈的、友好的、真诚的。太用力或太轻的握手会带来消极的影响。人们喜欢用力的握手方式，胜过轻轻一握。但也存在例外。比如，和年长的人握手时（他们可能患有有关节炎），让他们来决定握手的力度。如果一个人的右手明显地受伤了，等待他先伸出哪只手。拿不定主意时，可以让对方先进行。

完美握手的 5 个要点

1. 所有的开场介绍，不论男女，都应该伴随着用力的握手。虽然很多男士觉得无所谓，但有些女士认为男士只是握着指尖、避免掌心接触的握手方式让她们感到不被尊重。

2. 站着握手。站着握手比坐着更有力量，这是对自己的尊重，也是对握手对象的尊重。

3. 握手应该短而亲切，伴随微笑、友好的眼神接触。长达几秒钟的握手，可能会让一些人感觉不自在。

4. 在商务活动中，男士和女士都能主动发起握手。

5. 当会晤其他人时，握手时为了表示真诚，应该在松手前停顿一下。

记住别人的名字

加深记忆的秘诀是专注，而能否专注取决于我们是否感兴趣。我们很难忘记那些给我们留下深刻印象的事物。

——特莱恩·爱德华兹（Tryon Edwards），神学家

大多数人认为记住别人的名字是个难题。你知道吗？如果你认为自己记不住人名，你就会真的记不住。亨利·福特（Henry Ford）曾经说过：“不管你认为自己能不能，你的想法都是正确的。”提高记忆力，需要下工夫，但不是你想的那么费劲。

记住别人的名字，能够帮助你在事业上取得更进一步的成功。当人们听到你呼唤他们的名字时，会觉得更亲切，更容易和你保持联系。Mitchells/Richards 的 CEO、《拥抱顾客》（*Hug Your Customers*）的作者杰克·米切尔（Jack Mitchell）在康涅狄格州有两间高级成衣店，他有一个简单好用的办法来记名字。米切尔的商业理念是建立在个人接触上的，他称之为“拥抱（hugs）”。他相信，注重细节可以给人带来愉快的感觉，比如记住顾客的名字。为了加深印象，米切尔建议写下并记住这个人的孩子、宠物、配偶的名字，还有爱好、生日，以及其他重大的事件。“记住某人的名字和他们有关的事情，能够传递一种有力的、温暖的感觉，这个人会觉得自己是重要的、有价值的。”米切尔说。

戴尔·卡耐基（Dale Carnegie）曾说过：“没有什么字眼听起来比

我们的名字更可爱。”当你记住别人的名字时，人们会有一种被夸奖的感觉并因此对你印象深刻，因为在商业世界里很少有人能记得住他人的名字。玛莎·罗格博士还记得在新奥尔良参加宴会时，她和其他三位同事见到了演员卡罗尔·伯内特（Carol Burnett）。“伯内特女士被介绍给我们集团时，她和我们坐在一起愉快地聊了一个钟头。当伯内特女士准备起身道别时，她能说出我们每一个人的名字。这么短的时间就能记住，我彻底被她的这种能力征服了。”罗格说。

记住人名的 10 个方法

要提高记住人名的能力，首先你需要有热情，然后要耐心，最后还要每天练习。以下 10 个方法能帮助你熟练掌握这个重要的商务技巧。

1. 通过重复加强记忆。只要重复的次数够多，它就会变成自然的反应。相互介绍认识时，要立刻说他们的名字。比如，“非常高兴接到你，琳恩。”在谈话中重复他们的名字，或者问他们问题。“告诉我你是如何知道这次事件的主持人的，吉姆？”结束对话时，可以再次提到他们的名字。

2. 把人们的名字与某个人物或者电影明星关联起来。比如，如果我遇见了一个叫布拉德的人，我会想到布拉德·皮特（Brad Pitt）。如果我遇到叫贝蒂的女士，我会想到《摩登原始人》里那个人物贝蒂·拉博（Betty Rubble）或者贝蒂娃娃[⊖]。这种联系越不常见，越奇特，你就越容易记住这个人的名字。

[⊖] 美国费雪兄弟工作室于 20 世纪 30 年代设计的卡通明星。——译者注

3. 把名字变成视觉系的画像。比如，如果你遇见汤姆或者特丽萨·加登纳[⊖]，可以想象这个人戴着园艺手套，正在树下种着花儿。

4. 写在纸上的名字更容易被记住。当有人递给你他们的名片时，看着名字轻声读出来可以让记忆更牢固。如果有人带着胸卡，用几秒钟记住他们的名字和脸。不管你是把人名写在你的日记本、提示卡，或者任何纸片上，你可以把它们放进你的记忆库里，这样更容易回忆起来。

5. 如果人们第一次没有介绍清楚自己的名字，可以让他们重复一遍。如果这个名字比较生僻或者很难确定发音，可以让人拼写一遍。如果你在努力记住他们的名字而不是口头说说，他们会觉得很开心。

6. 如果总是忘记名字，不要觉得尴尬，哪怕五分钟前你们还见过。简单地问候一下：“今天真是太忙了，再告诉我一下你的名字吧。”

7. 如果你想不起某人的名字，伸出手先报你的名字。别人也会乐意和你握手并且报出他们的名字。

8. 如果你记不起他们的名字，却能回忆起你在哪里见过他们，让对方知道这个信息。能记起和他们有关的事，好过什么也记不起来。

9. 如果有人和你熟悉的人重名，可以关联一下。比如，我最近在商会会议上遇到一位叫佩吉的女士。她的名字很好记，因为我童年的好友也叫佩吉。

⊖加登纳（Gardener）在英文里有园丁的意思。——译者注

10. 不要试图一次记忆太多名字。每次记 1~2 个名字，然后根据每天或者每次参加的活动慢慢增加记忆量。

擅长记忆的人都会认同，这是一项需要反复练习的技能。好的记忆力能够帮你提升商务成功的机会。当你练习记名字时，不仅能强化记忆，还能让别人觉得受重视。

拓展人脉时需要知道的 6 件事

不管你从事什么职业或者出售什么产品或服务，很大程度上是在推销你自己或者你的公司。当你和别人建立联系时，请遵循以下 6 条建议。

1. 首先做朋友。很多人购物时会参考别人的推荐，或者聘请自己欣赏的人，因此，拓展人脉应该本着做朋友的心思出发。友谊会为未来的你带来商务机会。

2. 一分耕耘一分收获。那些擅于社交的人知道建立真诚联系的重要性，他们从不冒犯别人，也不炫耀自己。建立人际关系的目的是培养新的关系，赢得别人的信任。

3. 关注他人。戴尔·卡耐基曾说：“与其花两年时间让别人了解你跟你做朋友，不如你花两个月时间了解别人的兴趣跟他们做朋友。”用服务的心去拓展人脉，而不是为了推销。山姆·霍恩（Sam Horn），《口舌功夫》（*Tongue Fu*）的作者，毛伊作家协会终身主持人，认为保持好奇心比“算计”更重要。霍恩对算计的定义是衡量别人能为你做什么。

他们能否给你带来生意？他们会把你推荐给别人吗？会不会雇用你？霍恩说，当你对别人保持好奇时，就会有兴趣收集关于这个人的一切信息，思考如何为他们带来价值。

4. 帮助别人就是帮助自己。真正的人脉是为了共赢或者满足共同需求。听到别人在寻找牙医时，你可以说：“我知道一个很好的牙医，这是她的联系方式。”帮助他人能建立或者巩固彼此的关系。正如老话所说“种瓜得瓜。”人们会记得你的善意，当他们或者他们的朋友需要你或者你的产品、服务时，为了回报你的慷慨，他们会记住你并乐于推荐你。

5. 未雨绸缪。就像远行一样，事先做好计划，关系网会织就得更牢固。提前做好调查，头脑里规划好行程。知道自己为什么要参加这次会议或者活动，你希望见到或者再见到谁。如果你知道某个人会出现，你想见他，找到和这个人相关的尽可能多的信息。看看你俩是否有共同点并就共同点开始交谈，建立关系。找到他们的爱好、厌恶、兴趣和其他有关的信息。在和公司外的人建立联系之前，看看他们的公司网站，也可以参考最近的出版物、新闻和他们的自传。在索引卡或者智能手机上记下有趣的信息，在活动之前回顾这些信息，这样能加深记忆。

6. 你遇到的每个人都是一次机会。不管你在哪，遇到的每个人都能潜在地改变你的人生。首先要有开放的心态接受新认识的人，接受他们呈现给你的新想法、新建议或者新机会。费拉茨·格林莱特公司是加州洛杉矶一家咨询、培训、人力发展公司。CEO 基思·费拉茨（Keith Ferrazzi）每次听到或读到有趣的人时，都会在电脑上输入他们的名字。

他会按地区分类来维护这些名单，标记出认识的人、想认识的人。当他去那个城市时，就会给这些人打电话。费拉茨的名单里有上千份联系方式，有些人他还没有见过。他把这些人称为“感兴趣的”联系人。费拉茨说：“在你需要之前就建立好人际关系。有的人在自己需要一份工作时临时抱佛脚去找关系，我告诉他们已经来不及了。人们能够轻易分辨出什么是绝望的努力，什么是真诚的相助。”

拓展人脉时的 7 个陷阱

建立职场人脉最快的、最节约成本的方法就是口碑相传。那些知道你、喜欢你的人会推荐你、你的公司或者产品给其他人。毕竟，人们和自己了解、喜欢和信任的人做生意会更舒服。以前人们认为“关键在于你知道什么，而是你认识谁”。今天的版本是“关键在于你知道什么、你认识谁，而是谁认识你”。以下是你要注意避开的陷阱。

1. 贪吃误事。在社交场合里，如果你的第一直觉是径直奔向美味佳肴，一定要提醒自己不能这样。在聚会之前吃点高蛋白点心，或者午餐多吃一点可以抵制住饥饿感。这样你就不会被酒吧和自助餐吸引。对于餐前点心，一定要有所选择。通常，一口能吃下的食物会带来更少的麻烦。在有人问你问题时，你可以很快咽下去继而回答他们。大块的点心更难处理，食物碎屑可能会弄脏你的裙子或西装，或者弄得满手都是。

2. 不要两手满满。一手端着饮料，另一手端着满盘食物，是没办法

和人握手的。先社交，再吃东西。左手端着酒杯，就让右手空闲着，这样还能和别人握手致意。

3. 不要贪杯。不能因为酒水是免费的就开怀畅饮，有时也可能不是免费的。当你要在社交场合里介绍你的公司时，尽量少喝酒，一两杯足以。艾瑞克·施特劳斯（Eric Strauss）是弗吉尼亚州费尔法克斯郡 IBM 全球服务中心的商务顾问，他告诉我曾亲眼目睹一位朋友因为在宴会上贪杯而毁掉自己的声誉。“我的朋友是金融顾问，那天他喝得醉醺醺的，真是难以想象有谁愿意把自己的财务交给他打理。从那以后，我对他的印象彻底改变了。”施特劳斯说。

4. 不要只和熟人交谈。在任何场合介绍你的公司时，不要只和你认识的人去社交互动。不然你会失去认识很多有趣的人的机会，而在其他客人眼里你会变得不太具有社交能力或者难以相处。相反，你应该多认识一些看起来好相处的新面孔，或者认识认识那些独自坐在一旁的人。

史蒂夫·瓦特（Steve Watts），是市场营销和公关咨询公司 Bold Approach 的 CEO，这家公司位于爱达荷州博伊西市。每次遇到和陌生人共坐一桌，他都通过询问来进行开场介绍，“大家之前都见过彼此吗？”如果大家说没有，他就会从介绍自己开始。他相信这样做能获得信任，因为他在做别人没有想过的事情或者没有勇气开始的事情。

5. 避免讨厌的话题，不传办公室流言。常识告诉我们，讨论私人问题比如性、政治、宗教信仰、健康问题、金钱问题或者庸俗的笑话，会让别人觉得不舒服。传播流言是违反职业道德标准的，会伤害他人，是

缺乏同理心的表现。当你背后评论别人时，也反映了你的人格。你的听众可能会想，如果你喜欢对别人品头论足，也会这样对他们。如果你遇到一个热衷于办公室流言或者谈论让你不舒服话题的人，要么让你自己远离谈话，同时表示自己对这样的议题觉得不舒服，要么转向身边其他的人，换个话题。

6. 别忘带名片。名片能够带来商机。名片体现了你的境况和你的事业，所以应该简单、专业、明了。随身携带足够的名片，因为你永远不会知道什么时候一次偶尔的相遇会变成一次商业机会。在大多数情况下，最好等别人开口向你索要后再递出名片，因为如果你在谈话中太早递出名片，会显得太过功利。当有人向你索要名片时，把名片正面朝上递过去。当你收到别人的名片时，先认真看几秒，再放进自己的口袋。尽快在名片背面记下和这个人相关的信息，这样你能记起在什么地点遇到他们以及谈话的内容。注意不要当面这样做。在有的文化里，尊重别人的名片也是自我尊重的体现，在上面写字或者损伤外观，都是失礼的行为。如果你在会议上与别人互换名片，把名片放在你面前的桌上，这样你能记住他们的名字，并且能够分清是谁在说话。

7. 注意尊重别人的时间。结束谈话最好的方式是优雅地握手致谢。可以这样说：“很高兴和你聊天，但是我不能占用你太多的时间。期待下次遇到你。”

3 招让你融入社交圈

我们都经历过参加宴会和其他活动时，不认识屋子里的任何一个人的情况。我们顿时紧张不已，不安的情绪迅速蔓延。这里有 3 个办法帮你战胜陌生人社交恐惧症。

1. 假装你是主人。站在门前，当他们走进房间时表示欢迎，让自己看起来像是这个屋子的主人，这样就会有人过来找你聊天的。在聚会时经常走动，向其他客人介绍自己。说出自己的全名，如果你是在商业会晤上，还要介绍你代表的公司的名字。梅特兹·普尔度和我分享了她对“主客”的定义。“客人是那些等着别人帮他，让他感觉舒适的人。主人是那些承担责任，帮助别人、让别人觉得舒适的人。当主人要有意思得多，因为你可以控制全场，还能四处走动，帮助别人。”普尔度说。

2. 寻求“联络人”的帮助。如果你不习惯向陌生人介绍自己，可以找一位联络人。这样的人能为你提供巨大的帮助，尤其是当你第一次参加这样的活动，有点紧张但是又特别想认识大家时。你可以选策划和组织这场活动的人，比如董事会的成员、活动策划者、市场总监或者负责这个活动的人，向他介绍自己，可以这样说：“我是这个协会的新人，您能帮我引荐其他成员吗？”大多数人会欣赏你的真诚，并乐意把你介绍给房间里的其他人。如果你有特别想见的人比如 CEO，一位名人，或者名誉学者之类的客人，要请联络人把你很正式地介绍给他们，这样你就会不那么紧张了。

你也可以担任公司、俱乐部或者协会里的联络人。通信顾问科莱特·罗比克（Colette Robicheau）就经常充当公司客户之间的联络人。无论什么时候，她陪同客户出席各大活动时，都尽可能多地把有影响力的人物介绍给他们，使他们觉得愉快。通常她会环顾整个屋子，选出 3~5 位潜在的商业人物，把他们介绍给自己的客户。介绍之前，她会简单介绍自己的客户。“通过我的介绍，漫无目的的推销行为就变成了热情友好的服务，这为他们以后的商业关系打下了坚实的基础。”罗比克说。

介绍他人，应该把不重要的人介绍给重要的人，不分性别。在商业活动中，介绍的顺序由成就和资历来决定。比如，你可能会说：“张先生，我现在为您介绍一下李先生。”（张先生比李先生要重要一些。）如果你成为引荐人，事先要准确拼读双方的名字，了解他们的头衔以及职别高低的问题。

3. 主动提供帮助。主动提供帮助，你就能从局外人变成参与者。把自己介绍给活动中的领导者，告诉他们你是新来的，愿意帮忙做登记、布置会场、欢迎来宾等事情。当你成为一名志愿者时，会有强烈的归属感，而不是等待被组织接纳。

培养关系需要时间

正如至上乐团曾经唱到的：“不能催促的是爱，你只能等待。”商务关系同私人关系一样，也需要时间成长，才能繁荣壮大。在友谊和商业关系方面，心急是吃不了热豆腐的。在和别人进行商业往来、推荐你

和你的产品、服务之前，首先要建立亲密的关系。人际关系需要用承诺、亲密和耐心培养才能繁荣。

没有人一夜之间就能成功。建立声誉需要很多年。尽己之能参加社交活动，最终你会看到你的人脉有多宽广。拓展人脉需要在不同的时间不同的地方播种。不经意间，努力的种子最终会发展成一段稳固的关系，你的信誉和声望会得到巨大的提升。

保持联系

打败别人的方式之一就是你比他更懂礼貌。

——乔西·比林斯（Josh Billings），美国幽默作家

除了和现有的、潜在的顾客保持联系，还有其他方法能拓展人际关系。你可以在任意时间、任意地点使用这些方法。大部分社交都发生公司内部、岗位内部或者行业内部。但是不管你在哪里营建关系网，和谁打交道，绝不是握个手就完事的。成功建立人脉的秘诀是和你感兴趣的每个人都保持联系。如果你想和新朋友、同事、客户和顾客培养一段长期的关系，积极跟进是最重要的。以下办法可以让你在道别后还能继续和他们保持联系。

打电话或者发短信。遇到新朋友后，记住他们的名字，把联系方式存入你的记事本、智能手机或者电脑里。在日历上标记或者建一个电子

提示器，每月、每季度或者每年定期和客户、同事或顾客保持联系。打个电话或者发一封邮件，是最快的打招呼的方式，但是手写便签或者节日卡片更加有个性，能建立更持久的印象。邮件不用很长。最有效的信息往往最简短。比如，你可以这样写：“我今天想到了你，希望你的生意一切顺利。让我们保持联系，下次你来我这时咱俩喝杯咖啡。”

哈维·麦基（Harvey Mackay），畅销书《和鲨鱼游泳》（*Swim with the Sharks Without Being Eaten Alive*）的作者，说 Rolodex 的电子记事本帮助很多人获得了成功。“18 岁以后，父亲告诉我把我遇到的每一个人都放在我的 Rolodex 文件里，”麦基说，“他教我在他们的卡片背后写下关于他们的一点信息，方便联系。”这是麦基一生都在做的事。他收集了 10000 个名字，现在还存在他的电脑里。

发邮件，寄杂志或报纸剪画。剪下文章或者发送有用的链接，都能给人留下深刻印象。纽约科尔曼中心的总裁科尔曼·芬克尔（Coleman Finkel）说，无论何时读到好的文章，可能会给他认识的人带来益处或消遣，都会把这篇文章寄给他们，随手写一封短信。“写便签是一种私人联系，尽管我的笔迹不是很好，人们也会原谅的，因为这两三行字是我亲笔写的。这种表达的方式才是最重要的。”芬克尔说。

当你在互联网上阅读报纸和期刊文章时，留意哪些文章会吸引你想联系的人。当你找到一篇有趣的文章时，用邮件发送文章的链接给他。你可以留言：“提姆，我看到这篇文章时马上想到你，这个项目你正在做呢。点击下方链接可以阅读全文。期待和你下次见面！”

寄祝贺卡。当你从报纸上得知认识的人获得某项荣誉或者晋升时，剪下这篇文章并寄给他，写上“祝贺你的升迁！我想你一定会喜欢在此看到这个消息。祝你越来越成功！”寄文章或书给某人，表示你关心他们的职业成长或个人兴趣。

赫斯特新闻集团的前 CEO 鲍勃·但泽（Bob Danzig），现在在纽约新学院大学教授自信课程。他表示，担任纽约北部一家报社的领导时，经常告诉自己的顾客他有多欣赏他们。“每次当广告商或者他们家庭成员的照片出现在我们的报纸上时，我都会为照片裱框然后寄给他们，写上：我想你会喜欢今天的报纸。我们刊登了你的好消息。”但泽说。

主动关心。关心他人时主动采取行动，让人们知道你很在意他们。这叫对他人“主动关心”。相反，当你听到了别人的不幸之后再做反应，则是“被动关心”。比如，如果有人告诉你他买了新房，你的祝贺是一种被动关心。如果你祝贺他之后，过几天再寄一张卡片强调你很开心他买了新房，这是一种“主动关心”。

一位牙医告诉我不管什么时候病人分享了好的或者坏的消息，她都会寄一张卡片。“寄卡片是很小的行为，却能点亮别人的一天，让他们知道你在想着他们。”

发电子简报。位于佛罗里达州博卡拉顿市的玛吉·费雪公共关系公司的总裁玛吉·费雪（Margie Fisher），说她每个月会给那些订阅了简报的人发送两次邮件。人们可以在空闲的时候阅读打印版或电子版的简报。这些有用的信息，也能为你积累信誉。这是一种比卡片或电话更有

效的保持联系的方式。“我的电子杂志清单上有超过 1200 名订阅者，只能通过定期发送简报保持联系。”费雪说。最近，有位订阅者购买了她的服务，一年前这位订阅者来过她的工作室。费雪相信这份生意是她保持联系的结果。

取得商务成功的关键之一是强调你的存在，让人记得你。保持联系的结果，就是你永远不会淡出人们的视野，不会被遗忘。电子邮件、卡片、剪画这些方法的成本很低，却给人留下了深刻而珍贵的印象。

重要建议

握手时，请起身。

在谈话中提及别人的名字 2~3 次。

要问自己“我能为别人做什么”，而不是“别人能为我做什么”。

不要害羞，不要等着别人联系你。

通过发短信、电子邮件和报纸剪画来保持联系。

BUSINESS
CLASS

ETIQUETTE ESSENTIALS
FOR SUCCESS AT WORK

第五课

学会领悟，有效倾听

不要在别人面前谈论自己，让他们去谈论他们自己吧，这是让别人高兴的技巧。人人都知道这一点，但是每个人都记不住。

——埃得蒙（Edmond）和朱尔斯·冈科特（Jules Goncourt），法国文学家

聊天气看上去是一件非常普通的事，但是美国幽默作家金·哈伯德（Kin Hubbard）曾说过：“不要埋怨坏天气，如果不吐槽这些糟糕的天气，90%的人根本无法开启谈话。”闲聊可以破冰，可以打开人们的话匣，有助于新关系的形成。印第安纳大学的羞怯研究机构的负责人贝纳多 J. 卡杜西博士（Dr. Bernardo J. Carducci）说，每一份伟大的爱情，每一宗巨大的商业交易都是从闲聊开始的。“成功的聊天关键在于，倾听对方，而不是只谈自己，”卡杜西说。有的人认为会寒暄是与生俱来的本事，其实它是可以慢慢练习的。你练习得越多，就会做得越好。

提问和倾听都是技术活。对大多数人来说，受欢迎的话题就是他们自己。提出开放型的问题，用“告诉我”或者“你最喜欢什么”来开头，而不是提一些只能用“是”或者“不是”来回答的问题。诸如“我打算这个夏天去度假。你有什么不错的地方可以推荐一下吗？”“出席的这些会议你最喜欢哪一个？”等。把关注点放在别人身上，而不是放在自己身上。

分享你们的共同点。这很简单，你可以询问别人的爱好或兴趣，称赞别人身上精致的饰品，或者评论当前的文化和时事，或者聊一聊节日。

适当的聊天，能让别人感到放松，找到共同的兴趣，让你们的联系更加紧密。

真诚地赞美。可以用真诚的赞美开启话题，但是不能滥用。建议赞美别人事业上的成就或者天赋，而不是赞美身体上的特征。柯克兰集团的创始人和主席芭芭拉·柯克兰说没有什么比真诚的赞美更能打动她了。

“我认为，赞美一个认识不久的人，只能夸一些身体特征，因为这是你能把控的。如果你不能赞美她的头发或眼睛，就赞美他们的外套、领带或者西装。有人问我是不是在纽约生活了很久，这种问题没办法建立联系，你不得不绞尽脑汁去应付。大多数人喜欢赞美，因为他们听不够。”柯克兰说。

博学多才。健谈的人都是博学多才的。为了精通各类社交话题的内容，可以多读报、读书和行业杂志。多听电台节目，参加培训活动，参加文化和体育活动，观看各种类型的电影。

苏珊 G. 科曼的乳腺癌基金的建立者南希·布林克（Nancy Brinker），曾是美国驻匈牙利大使。她和我分享了她母亲的格言，如何成为一个优雅的、见多识广的客人。“我妈妈说如果你收到晚会邀请并决定出席，你的责任就是使别人感到愉快。如果你做不到，就不要去。”布林克说，“收集信息了解其他的客人，就不要只谈自己。如果你接受邀请，就不要只呆坐在椅子上。准备一些轻松的笑话和有趣的话题，与别人分享。最重要的是，不要让自己显得无趣。”

索普公司是佛罗里达州科勒尔盖布尔斯市的一家公共关系公司。总

裁帕特里夏·索普(Patricia Thorp)只要出差,就会买一份当地的报纸阅读,熟悉这座城市发生的事。“要想获得和留住客户,应该快速地和客户建立起密切的关系和信任。比如,会议开始前会有五分钟的空白。利用好这段时间,打破沉默、抓住机会。你可以拿当地新闻调侃作为进一步聊天的话题。”索普说。当你不断积累,闲聊就不会成为难题,你可以轻松地和合作者、同事、客户进行交流。

不要冷落你的伴侣和同伴。在聚会上谈论生意是司空见惯的,然而,如果你带着同伴出席,却仍然把重心放在工作上,就会不自觉地疏远你的伴侣和同伴。如果一个重要的客户坚持谈论生意,先对你的随行伙伴表示歉意,然后陪同这位客户去房间的另一边完成谈话。保持谈话内容简短,不要让你的客人独处太久,否则有可能惹恼他们。如果你的合作伙伴希望谈谈商务上的事情,绝大多数时候比较礼貌的做法是转向他,说:“加仑,这是个有趣的发现,我觉得我们可以回办公室再一起研究。”

6 大谈话终结者

有人对你说的话真的感兴趣时,闲聊是一件很简单的事情。但要记住:在拓展人际关系时,你一定会遇到谈话终结者,他们善于营造以自我为中心、不安或者竞争的氛围。小心以下六种人格类型,别被其束缚。同样务必注意你的交流模式,不要变成下面这种人。

1. 夸夸其谈者

这样的人试图提升自己的地位，通过让你知道他或者他的亲戚赚了多少钱，或者拥有多少财产。“我那 70 英尺的游艇的保费去年涨了不少，真是难以置信”或者“琳达和我在英格兰买了一栋田园别墅，花了差不多 100 万美元”。

2. 谣言传播者

这里指办公室谣言。爱管闲事的人总是把别人的事情都当成自己的。大家都知道她是个“高音喇叭”，散布谣言和闲话能够满足她的控制欲。“你听说过玛丽和乔恩两人闹掰了吗？我听说他和他老婆和好了。”无论什么时候你碰到谣言传播者，要变换话题，或者在她用她的高谈阔论独占你的时间时礼貌地道别。

3. 抢先一步者

这种人会让你发现，不管你在哪，或者不管你做什么，他都在你之前体验过了。这种人认为自己高人一等，一点也不会不好意思地让你知道他所有的成就。“你刚从阿拉斯加巡游回来？我和我老婆两年前也去做了同样的环游，不过今年我们打算走出去，环游全世界！”抢先一步者喜欢把自己放在重要的位置上。虽然不是很容易，但是要耐心地给这类人一些关注。倾听他们的描述，提一些简单的问题。“你能环游世界真是太好了。我旅游时喜欢吃好吃的。你最喜欢在旅游时干什么？”

4. 心直口快者

这类人总是直来直往不顾他人感受，说话不过大脑，通常说一些不

合适的话或者令他人陷入尴尬的境地。“这是你打算吃的全部食物？怪不得你这么瘦。你胖一点不会碍什么事的。”心直口快者通常不知道如何用恰当的方式表达自己或者表达对别人的关心，于是总是带着一点冒犯或者怀疑的态度。当你遇到这类人时，不要急着产生防范心理。用友好或者幽默的回应来驱散这些负面的评论。“琳恩，谢谢你的关心。但是我要为晚饭留点空间。不过话说回来，我还真希望自己能瘦一点，那样就能看起来和你一样完美了。”

5. 伸手党

这种人只会索取，不会给予。他们总是寻找免费的建议，如果你的答案不能满足他们，就会不停地追问，仿佛要“榨干你的大脑”。“你是心脏专家？我胸腔总是疼痛，你能告诉我是怎么回事吗？”对付这类人的办法就是，“我的办公时间是早上九点到下午五点。如果你周一上午给我打电话，我乐意为你安排一次检查咨询。”

6. 喋喋不休者

我们都有过在聚会上被聊天狂人当作人质，听他絮叨不停的经历。这类人霸占了整个讨论，只谈他自己。遇到这样的人，你只想快点结束谈话，不是吗？

贝纳多·卡杜西，在他的书《成功聊天的口袋指南：如何谈天论地》（*The Pocket Guide to Making Successful Small Talk: How to Talk to Anyone Anytime Anywhere About Anything*）里写道：“聊天时只关注自己喜欢的话题，是拙劣的社交把戏。”卡杜西说：“他们认为不停地说就是在社交。

但是他们主导了整个对话，变成说给某人听，而不是和某人对话。”

喋喋不休者还有个特点，就是不愿意聆听他人说话——打断谈话或者改变话题，就像司机转弯不开指示灯一样，突然就行动了。如果碰到了这样的人，你可以用离开表示你对此毫无兴趣。

如果你既想从聊天狂这离开，又想维护你的声誉或者不伤害他的感觉，可以采取一些策略。以下是与这类人交流的一些建议。

把喋喋不休者介绍给其他人。换句话说，在房间里找到一位和聊天狂有共同点的人，然后介绍双方认识。你可以说：“据您刚刚所言，您一定对骑马很有兴趣。我的朋友帕特是个骑马高手。我来介绍你俩认识一下。”

离开喋喋不休者，去其他地方。可以说“我要换杯饮料”，暗示你要离开。当你俩走向酒吧时，找到你可以引荐的人给喋喋不休者。介绍完后，你可以找个借口离开了。

让其他人也参与到对话中。如果你和其他人被聊天狂缠住，可以等他歇口气时，转向另一人说：“李，我想知道你对这个问题的看法。”把另一人拉入谈话，就可以转移焦点。

拉瑞·约翰逊（Larry Johnson）是一名商务顾问，也是《绝对诚实：营建敢于直说、正直为上的企业文化》（*Absolute Honesty: Building a Corporate Culture That Values Straight Talk and Rewards Integrity*）的合著者，他认为在和聊天狂人打交道时可以使用“I.S.A.C.”技巧。他的建议能够让你头脑清醒，让你处于可控的状态里，这样当你感觉时机成熟时就可

以离开。

I = interrupt, 打断。倾听谈话中的一个点，这样你能巧妙地打断。

S = summarize, 总结。转述这个人刚刚说的话，不管有多普通。

A = ask, 询问。提问题。这可能违背了你的本意，但是如果你只是简单地无视，他们仍然会继续控制话题的方向。而通过总结和问问题，你可以把谈话引导到其他的方向。

C = conclude, 下结论。保持控制状态，果断地结束对话。你可以这样说：“巴博，我非常高兴有机会和你聊天，不过我刚好注意到有个人我想去打招呼。我希望我们能找个时间继续交流。”或者“巴博，我希望你尽快解决你的问题。我很遗憾，这么快就要结束我们的谈话了，但我必须处理一下其他的事。和你谈话真的很开心。”然后用微笑和握手来道别。

约翰逊说，和喋喋不休者成功结束对话的秘诀就是解脱之前先投入。换句话说，如果你想让谈话按你的方向走，倾听和参与谈话是必不可少的。当你发现时机合适时，你可以圆滑地结束对话，然后离开，不必担心给人留下粗鲁或者讨厌的印象。

有效倾听

做一个好的倾听者。倾听永远不会给你带来麻烦。

——弗兰克·泰格（Frank Tyger），作家

不懂得倾听，就学不到东西。通过倾听客户、顾客和合作者的声音，你能更好地契合他们的需求，从而为他们更好地提供支持。在办公室，乐于助人，倾听同事的心声、问题，或者每天简单交流有助于开阔视野，了解形势，可能会为你带来意想不到的成功。如果你用一成不变的方法去对待所有事情，就无法解决别人的问题，从长期来看，你的事业也不会有多大的起色。像医生一样，必须先倾听，再提问，检查症状、诊断身体，开出合适的药方。如果汽车修理师都不听听引擎的声音，不进行运转测试，也不听你对汽车问题的描述，你能放心让他修车吗？

在工作场合里，每个人都认为自己的意见和建议很有价值。有时我们需要把这种想法放一边，多和同事沟通，征求他们的意见。书信、电话、电子邮件都比不上面对面的沟通。不管你是否认同一个人的观点，都要学会倾听。鼓励员工表达自己的看法和意见，而不用担心会被评判或批评，他们就会变得更加活跃和正直。花时间倾听不同级别的员工的心声。并不是高级别的职员才会想出好点子；新手也能产生新想法和新鲜的观点，帮助公司节省时间或金钱。

如果你用同样呆板的方式做生意，不去倾听客户或顾客的心声，你可能会失去相关的业务。我的一个朋友说她和她的房地产经纪人花了一天时间找房子，她简直要疯了。“这位经纪人每次给我看的房子不是太

大了就是太贵了。”她说。“你告诉她你究竟想要什么了吗？”我问。

“我告诉她我想要一间小的卧室带一个卫生间，环境安静点的。她没有听我的话，而是一个劲地给我看那些有三四个卧室的很贵的房子。”她大声说，“我打算明天自己开车去找合适的。”这个经纪人在了解了客户的具体需求后还是坚持推荐大而贵的房子，不仅浪费了一天的时间，也丢失了一桩生意。

侧耳倾听才能营建信任

要做到专心致志地倾听，而不是有选择性的倾听。前者需要你集中精力注意对方说的每一个词，还要理解这些话的真实意义。有选择性的倾听是选择听取对话中的一些特定的、对自己有意义的部分。赫斯特新闻集团的前任 CEO 鲍勃·但泽告诉我他相信任何人都能培养出更好的倾听的技巧。“和其他事情一样，首先我们要找到重点，然后排优先级。”但泽说。他在纽约新学院大学教授自信课程，教会学生如何进行成功的对话。但泽认为用心倾听需要看着对方的眼睛，在谈话中使用别人的名字，回应他们，让他们知道你确实在听他们说话。“我们都遇到过这种情形，我们和对方交谈，但不确定他们是否在听，”但泽说，“他们眼神游离，或者向你提问，却在你回答时打断你，或者盯着你的肩膀看。”

这种情形很令人尴尬，因为你不知道是否要继续谈话还是停止交谈然后走开。你感觉被无视了。对于一个眼神环顾四周、注意力不在你身上的人，你可以尝试在对话中使用他们的名字，或者问他们问题时靠近一点。如果他们还显得心不在焉，你可以这样说：“李，你这会儿想什

么呢这么入神。要不我们明天再聊这个项目吧？”如果这个人是你的重要联系人，你也许先做个总结，然后晚一点再联系他，或者私底下和他约见。没有结束语就径直离开，会给人留下毫不在意或者粗鲁的印象，这样会影响以后的关系。

掌握 10 个方法变身好听众

1. **提出中肯的问题。**提问是称职倾听者的行为。提出问题说明你对他人真的感兴趣。当你想要理解一个人说的话，就要这样提出问题：“如果我没听错，你说的是……对吗？”如果你不明白这个人的陈述，需要更多的信息，可以询问细节。比如，如果有人说：“我的经理每次打电话给助理时，都显得很粗鲁。”你可以这样问：“给我一两个例子说说他怎么粗鲁了，这样我可以更好地理解你的意思。”

2. **投入感情的倾听。**倾听的最高境界是投入。只有投入，才能理解其他人的感受。你无须表示同意或者同情，但是你能用情感和理解力感知对方的心声。换句话说，你倾听，不光是要用耳朵，还要用眼睛和心。

畅销书《高效人士的 7 个习惯》（*The 7 Habits of Highly Effective People*）的作者史蒂芬·柯维（Stephen Covey）在书中写道：“大多数人倾听别人，不是本着理解对方的心，而是为了回应。”其他人还没结束自己的陈述，你却率先发问，说明你没有完整地倾听，也没能掌握说话者所有的内容和背后隐含的意思。柯维认为倾听不光是简单地听，还要尝试向说话者打开自己的心扉，对他们的遭遇感同身受。柯维相信在

一些职业场合和个人场合里建立联系的唯一方式是站在对方的角度看问题，透过他们的眼睛看到他们的世界。把自己放在个人的境界，然后思考“如果这件事发生在我身上我会怎么做？”这是我们有能力办到的，但是很少有人真的用心做到了这一点。

比如，我的一个学生从印度刚来美国，告诉我他去高级餐厅点菜时有多么困难。午饭后他有一场面试，却说不出菜单上的词。当我听到他的故事时，想到了很多年前我去一家高级法国餐厅用餐，因为对法国菜肴不熟悉而无法点菜。很快，我能感受到他的痛苦，体会到他当时的焦躁和不安。

3. 全身心地投入。点头，眼神接触，做笔记，全神贯注，这能表现出你对说话的人真的在意。观察说话人的面部表情、手势和眼神。抵制住想要打断的冲动，因为你可能冲淡或者分散这个人想表达的信息。

4. 分享个人故事。与别人分享故事，有助于建立一段稳固的、个人的联系，这种联系能强化商务关系。大多数人喜欢“说出他们的故事”。要知道更深地了解一个人能够为你的商业成功添砖加瓦。当我参加宴会时，我通常问夫妻搭档：“你们是如何遇见对方的？”这个问题能引出很多动人的故事，给我机会去倾听，更多地了解这个人。另一方面，当你分享故事给其他人时，能很快消除你和听者之间的隔阂，让人觉得你好相处。

5. 看得见的画面。不要仅仅聆听一个人说的话，还要从别人的话里勾勒一幅画。这能帮你理解、跟进、记住他的故事。客户和同事会因为你的认真倾听而对你印象深刻，因为你让他们觉得自己是这个屋子里最

重要的人。

6. 不要打断。很多聪明的、有天赋的管理者喜欢打断或者结束别人的话，却没有意识到这一点。一位银行副总裁曾经告诉过我打断别人说话的原因是“如果我结束了客户的话，他们就会知道我理解了他们所说的”。他没有意识到的是，打断是对客户的伤害，会阻止他们完整地表达自己的感受或意见。除非有紧急事件，打断别人会让人觉得你在赶时间或者你在自以为是地教别人说话。

卫康和公司是一家安全调查公司，其副总裁兼首席财务官保罗·唐纳荷（Paul Donahue）承认有时候会因为说太多而觉得后悔。“在过去，我会在别人说话的时候参与进来，因为我把这种行为视为向他们展示我准备好了或者强调我的地位。我把它叫作填补空白。现在每当我产生强烈的欲望去回应时，我都会等待额外的三秒，允许其他人把话讲完。”唐纳荷说。

7. 回复之前停顿片刻。谈话时的停顿，能塑造威严的效果。这是一种有力的沟通技巧，会让人们对你接下来说的话感兴趣。停顿，可以让你在说话前三思，给听众带来期望。如果你想创造一点悬念或者抓住你的听众的注意力，那么在给出答复之前简短地停顿。

8. 心无旁骛。如果你对那些看起来心不在焉的人说话，可以这样说：“也许这不是一个合适的时间来说这些。其他时间你有空吗？”换个角度，如果你是心不在焉的那个人或者太忙而无暇分身，让别人知道你那一刻的忙碌，讲明等你有时间时再专心地继续谈话。当你没有准备好倾

听或者你在执行其他任务时，同时试图跟他人讨论重要的话题，可能无意之间让别人觉得不被重视，这会对你们的关系造成消极的影响。

当我询问美国前参议员马克·弗利谁是他见过的最好的听众， he 说是杰克·瓦伦蒂，美国电影协会的前任主席。“1985 年我们在华盛顿的海·亚当斯酒店第一次见面，他就给我留下了深刻的印象。那时我还是国会里的新人。杰克一身正装，非常职业，”弗利回忆道，“他的遣词造句热情奔放、充满活力——一个人可以把英语说得这么好。他学富五车，无所不知，冷静沉着，谈话时总是专心致志地投入其中。在我们一个小时的会议里，他一直没有看房间里别的人。尽管他是一位重要人物，但是他乐于助人，亲切优雅，一点架子也没有。他立刻赢得了我的尊重和崇拜，我们到现在都是非常好的朋友。”

9. 说话要有明确的目的。从身体结构看，我们就应该少说多听，因为我们两只耳朵，却只有一张嘴。最聪明的人只有在表达一些重要的或者意义深远的事情时才会开口。这些人一说话，我们就会认真听，琢磨他们说的每一个字。有些时候，我们保持沉默往往比开口更能让人印象深刻。

10. 不要主动建议。如果你是个创意高手，或者一位出色的问题解决高手，你也许喜欢主动地为你的客户、朋友或者同事给出建议，却忽视了他们的想法。有人会欣赏你“智慧的指点”，有的人却会带着防范心，认为你是要改变他们。有一天，有位同事和我分享了她工作上遇到的挫折。听了几句话以后，我开始给她我的建议。之后，我发现她有点

生气了，因为我错过了一些最重要的信息。她只是想把我变成听众，听听就好，不用给建议。有时候，有偿的建议要比免费的合适。

有效的倾听是一个能拥有的非常基础但是很有力量的沟通工具。但是，像其他技能的开发一样，它也需要时间和练习。当你停下来真正倾听别人的讲述时，才能克服沟通障碍，个人和职场的发展才会更加顺利。

重要建议

提出开放型结尾的问题，不要只谈论自己。

见面之前，找寻你们之间的共同点。

真诚赞美。

带着理解的意图去倾听。

BUSINESS
CLASS

ETIQUETTE ESSENTIALS
FOR SUCCESS AT WORK

第六课

餐桌商机：用餐艺术

有问题的不是桌上的食物，而是椅子上的人。

——W. S. 吉尔伯特 (W. S. Gilbert)，英国剧作家，幽默作家

根据罗伯特·哈夫国际发起的调查显示，49%的被调查人表示最成功的商务会谈，除了在办公室，就是在餐桌上。今天，很多公司都非常重视餐桌上传递的第一印象，努力培训管理者，让其了解汤碗和洗指碗的区别。

要出色地完成工作，还得从办公桌走向餐桌，和客户、同事和合伙人一起用餐。要在商业里获得成功，用餐技巧得和会议桌谈判技巧不相上下。要牢记，缺乏礼仪是不可原谅的。把面包泡在汤里，喝汤时吧唧嘴，舔手指和剔牙齿，都会对你的职业生涯带来负面影响，CEO 们应该为这样的员工安排一位礼仪顾问。7 年前，我接到永久生命保险公司 CEO 的一个电话，他说在一个重要的董事会宴会上，亲眼看到他的财务副总裁把面包蘸在汤里，那一刻他惊呆了。这位 CEO 意识到，如果他的管理团队里的成员只埋头吃饭，而不关注同事或客户，很快会失去商业机会。

吃饭也讲究：15 种最常见的错误用餐行为

1. 面包不能整片吞下或者撕成两半吃。应该撕成一口能吃下的大小，

抹上黄油再吃，这样看起来比较有修养。不要拿着面包直接从黄油盘里抹黄油。应该从黄油盘里取一些黄油到面包盘里。在他人面前，不能拿面包来蘸汤，也不能用来蘸盘子里剩下的果汁。

2. 在商务宴会上，男士不需要为女士拉椅子，也不需要为女士走近或离开餐桌时起身站立（除非你公司的 CEO 坚持要这么做）。如果有男士为你拉椅子或者开门，不要拒绝，微笑着表示感谢。今天，不论性别，谁先到门口，都应该为后来的人开门。

3. 在餐厅用餐时不慎把银质餐具掉在地上，不用管它，让服务员取一份新的来。如果你在别人家里弄掉了刀叉，就要自己捡起来然后向主人要一把新的。

4. 如果有人管你要盐瓶或者胡椒瓶，应该把盐瓶和胡椒瓶一起给他。最好让两个调味瓶套在一起，也许其他人会同时需要它们。不要把瓶子递到别人手里，在有些文化里这会给人带来坏运气。把它们放在需求者的桌前，让他自取。

5. 不要用手指、牙签、刀尖或者糖包在餐桌上剔牙。如果你觉得牙中塞了食物，可以去休息室处理。

6. 不要在餐桌面前补妆、梳头或者打扮。

7. 不要把手包、钥匙、笔记本或者手机放在餐桌上。把手机调成静音或振动模式。如果手包很小，可以放在膝盖上，上面盖着餐巾。大的手包和公文包应该放在你的脚边或者两脚之间。最好不要把手包放在椅子后，因为服务员可能不小心碰掉或者会被盗。

8. 用完糖袋后，把包装纸折叠压在你的碟子或者面包盘下。

9. 没必要在服务生每次服务后都说谢谢。可以通过微笑或者是微微点头来表示你的感谢。

10. 如果你咬到一块骨头、软骨，或者你无法吞咽的食物，用拇指和食指小心地取出，放在盘子边。如果必须放在餐巾里，可以叫服务生尽快换一块新的。

11. 不要重复蘸酱。不要拿薯条蘸完沙司后，咬一口又继续蘸。

12. 用餐完毕后，不要把盘子挪到一边，也不要把盘子叠起来。

13. 所有人的菜都上齐以后，才能开始用餐。当你和很多人一起用餐时，你可以等身边 5~6 个人的菜上好后才开始用餐。

14. 不要把餐巾卷到衣领下面，或者把它当成手帕。吃饭时可以把它放在膝盖上。如果你要暂时离开餐桌去休息室或者打电话，把餐巾放在椅子上。用餐完毕，把餐巾整齐地放在盘子的左边。

15. 分享美食应先传递给邻座，然后再自取享用。

介绍性的见面

在餐桌上结识客户，加强彼此的联系，如同第一次约会。你永远不会有第二次机会来塑造第一印象。如果你表现得粗俗无礼，别人就不会再考虑你，不管你多么聪明、多么有经验或者多么有智慧。马奥尼联合公司的 CEO 威廉·马奥尼说礼仪是他的公司文化的重要的一部分，所

以他为员工们准备商务礼仪行为的指南。员工们据此和其他人展开专业的商务互动，涵盖的主题包括提升办公室关系、商务衣着、社交礼仪和沟通技巧。“我相信人们会用脚投票，我们不能让他们找到拒绝和我们做生意的理由。糟糕的礼仪、无礼的着装、不当的言语可能会让你遭到解雇或者不被聘用。”马奥尼说。“你可能永远不会知道真的原因，但是客户或者有远见的雇主知道为什么不选你。”

福克斯公司的 CEO，畅销书《企业造雨人》的合著者杰弗里·福克斯写道：“如果你拿餐叉的姿势如同花匠握着泥铲，把食物铲到嘴里，喝汤时吧唧嘴，或者边吃饭边说话，你不可能得到新客户，也不可能留住老客户。欠妥的餐桌礼仪是缺乏教养、不守纪律的表现。”福克斯继续说，缺乏餐桌礼仪“说明你是一个不在乎他人的人，一个过度自恋的人，一个缺乏教养的人”。

有时用餐也会成为面试的一部分，通过了解你在餐桌上对自己的把控，衡量你能否胜任相关的工作。奥兰多魔术队的高级副总裁帕特·威廉姆（Pat Williams）说：“如果你有 7 英尺（约 2.13 米）高，300 磅重，名列篮球运动员的前 50 强，像大鲨鱼奥尼尔那样，用餐时犯了错可能会得到别人的原谅。但是如果你刚刚从沃顿商学院毕业，去某个著名的公司面试，不要把自己变成大胃王，恨不得连别人的盘子都吃干净。这样的人在商务里也难成大器。”

以下 8 条策略可以帮你发展良好的商务关系，不管你是第一次见面还是在签署协议。

1. 选择合适的餐厅。如果你邀请别人一起共进午餐或者晚餐，你的任务就是选择一个好餐厅。选一个你熟悉的地方，这样你对餐厅环境、食物质量和服務都能心中有数。挑选餐厅不仅要考虑交通位置，还要考虑客人是否方便。同时照顾客人的饮食偏好。换句话说，邀请一位素食主义者去一家牛排餐厅是不明智的。

2. 熟悉菜单。如果你在一座不熟悉的城市要宴请客户、同事或者合著者，可以提前电话联系餐厅，索取菜单的复印件或者在餐厅的网站上在线查看。询问当天的特别推荐。如果你经常出差，可以搜集经常去的餐厅。如果你没有时间提前给餐厅打电话，就应早点到达，同餐厅经理和服务生建立密切关系，然后在客人到来之前熟悉菜单。

3. 首选舒适度，而不是考虑消费成本。你可能有意带客人去一家很贵的餐厅，只是因为你爱吃那里的菜，你的公司可以为你买单。然而，你的客户可能不喜欢或者没有时间加入一场漫长的、铺张的、昂贵的盛宴。你可以选择一个轻松的环境，和客人加深了解。林登·约翰逊（Lyndon Johnson）总统喜欢和国外政要在他的农场里进行放松的德州户外烧烤，这为他发展长期友谊带来很多机会。

4. 提前结账。用餐完毕后没人第一时间主动付账，或者你的客人因为你的迟疑而替你付账，都会带来困惑和尴尬。在商业宴请上，谁发出邀请，谁就应该买单，不管年龄、身份或者性别。好客的主人还会支付所有的杂费，包括专人服务费和衣物保管费。InCharge 债务解决方案公司位于佛罗里达州奥兰多，这是一家财政健康顾问公司，CEO 鲍勃·巴

雷特（Bob Barrett）经常邀请客户或同事吃饭。他从来不让结账单出现在餐桌上。“我的行政助理负责预约餐厅，直接联系餐厅经理并提供信用卡号，将账单直接寄到办公室。”巴雷特说。柯克兰集团的创始人兼董事长芭芭拉·柯克兰说，她会在餐后甜点之前处理好账单，这样就解决了谁买单的问题。“我会借口去卫生间，顺便买单。”她说，“把信用卡交给餐厅领班，等我从卫生间出来时他会拿着账单在旁边让我签字。”

5. 选择合适的位置。为了让客人集中注意力，应该消除环境干扰因素。在安静的地方选择一张桌子，避开走廊、休息室、收银台、厨房、入口或者吸烟区。最好的景观，通常是面对窗户的位置或者餐厅的楼上。如果你们是二人用餐，斜对着坐比面对面坐更容易倾听。当你同时接待几位客人，把最重要的客人安排在最好的位置，就是你的右侧。

6. 给客人最好的体验。通常客人会客随主便，跟主人点一样的菜；然而客人享有优先权，应该最先点菜，并先得到服务。主人最后点菜，最后上菜。身为主人，如果你时间不够或者预算不足，可以提前点菜，宾客入席后，要求服务员直接上菜。如果你想让客人知道点什么价位的菜品，而不想直接说出你的预算，可以这样说：“这道菜是这个店的特色”或者“我要点这道菜”。你的客人会被引导点相同的菜或者价格相仿的菜品。如果你说：“我强烈推荐这道法国小牛排”或者“这儿的主厨的嫩牛排十分有名”，然后你的客人会放宽心点价格贵的主菜。如果你是客人，而主人没有告诉你应该点什么，点一些价格适中的菜比较保

险。不要点菜单上特别贵的菜，不要点太多菜。主人应该点和客人差不多分量的菜，这样就不会变成客人独自用餐了。换句话说，如果客人点了开胃菜，主人也应该点。如果客人去掉了餐后甜点，主人也应该这么做。保持步调一致，这样你不会提前结束用餐或者落后于其他人。没必要把餐盘的食物吃得干干净净。在商务宴请中，留下一小部分食物是可以接受的，这样你看上去不会像是饿坏了的。

7. 先吃饭，再谈事。谈正事之前先聊天，和客户分享小故事，是比较聪明的做法。你们有机会找到共同点，让彼此更加了解对方。当你不确定什么时候讨论业务时，可以跟随决定者的脚步。如果你的客人着急谈论生意，在上开胃菜时就开始签署合同，那么和他的步调保持一致。如果时间有限，可以在翻看菜单的时候就讨论生意。如果把这次用餐当作一次相互加深了解的机会，可以约定下一次会议来讨论生意。可以这样提议：“我有一些想法，能解决刚刚你提到的问题。下周有时间来我的办公室聊吗或者定在你的办公室？”记住，别人邀请你赴宴，是想在合作之前建立信任关系，更好地了解你。

8. 不点费劲的食物。虽然肉质鲜美的肋排和阿拉斯加帝王蟹腿是你最爱的食物，但是在商业用餐时最好不要点这些美味。避免点滑溜的、黏稠的、混沌状的、吃起来比较麻烦的、不太熟悉的、难以掌握的食物。相反，应该点容易吃的菜，这样你能把注意力集中在客户身上。

餐具的使用讲究

奥斯卡·王尔德说过：“这个世界就像我的牡蛎，可我却用错了餐叉。”没有什么比用错餐具、在餐桌前表现得一塌糊涂，更能凸显这个人缺乏餐桌礼仪了。有些基本礼仪应该牢记于心：不要把手肘搁在餐桌上，不要懒散地坐着，不要发出吧唧的声音，不要大口吞咽食物，不要打饱嗝，记得使用礼貌用语，对待服务生彬彬有礼。以下是使用餐具的基础礼仪。记住，在你不熟悉的领域要善于观察，并且参照学习主人的行为。如果她使用了特定的餐叉来吃开胃菜，那就依葫芦画瓢吧。

- 英文单词 fork（叉子）有四个字母，而 left（左边）也有 4 个字母，所以应该把叉子放在盘子的左边。盘子左边摆放的叉子不要超过三把。

- spoon（汤匙）和 knife（餐刀）有五个字母，而 right（右边）也有 5 个字母，所以刀和汤匙应该放在盘子右侧。刀锋对着餐盘。

- 餐具的使用顺序是从外向里。换句话说，首先使用离盘子最远的餐具，最后使用最近的餐具。

- 放在盘子上方的叉子和汤匙，是用来品尝餐后甜点。甜点上桌时，把叉子移到盘子的左侧，把汤匙放在右侧，或者让服务生为你完成这些服务。

- 面包盘永远在左边，杯子永远在右边。

- 黄油刀要放在面包盘上，不管是横着放还是竖着放，刀锋要朝里。

- 用来喝咖啡或茶的勺子，应该在结束用餐或者甜点之后和咖啡杯、茶托一起端上来。

你是不是误把邻桌的面包当成自己的吃掉过？如果是，你一定知道这样有多尴尬。为了防止这种错误，记住“面包放左边”。饮品，比如茶水或者酒，放在盘子右侧；固体食物，比如面包，放在盘子左侧。如果有人不小心吃了你的面包，不必明白地指出或者吃掉邻桌的面包作为补偿。相反，忘记面包的事情吧（谁都需要吃饭），或者悄悄地问服务生让他再给你一块，放在餐盘左侧。以下是宴请客户或者同事时可能会遇到的三大餐桌难题。

1. 使用美式西餐礼仪还是欧式礼仪。使用美式时，叉子应该放在左侧，用右手来切食物。切好后（每次切的大小为一口的量），把餐刀放在餐盘的右上角，刀锋朝里，把叉子从左手换到右手，然后用叉子把食物送进嘴里品尝。如果你是左撇子，对调一下左右手就行。中途休息时，把刀放在盘子的右上方，把叉子斜放成 10:20 的样子。左撇子正好相反，把刀放在盘子的左上角，叉子放成 2:40 的样子。用餐完毕，应该把所有的餐具按次序摆好，呈 10:20 的方向，叉子朝上，刀锋朝里。

当你使用欧式时，左手握叉，叉齿朝下，右手使刀。切好食物后，用刀把食物放在叉子上，然后用叉子把食物放进嘴里品尝。左撇子可以反之而行，用左手切食物，用右手吃东西。中途休息时，你可以把餐具十字交叉放在盘子上。当你用餐完毕，把餐具斜放在一旁（呈 10:20 的方向），叉齿朝下，刀锋朝里。左撇子和右撇子使用相同的结束姿势。银质餐具一旦被使用，就不再放回餐布上。

熟悉美式和欧式的用餐方式，你能很快适应全世界各种不同的场合。

哪种方式都是合适的，但是欧式更加流行，看上去更雅致，更加有效率。如果你是左撇子，你会发现欧式更简单，因为你不需要把餐具从这只手换到那只手。不管你使用哪种就餐方式，都应该自始至终保持一致。更重要的是，不管你是餐中休息还是用餐完毕，都要注意盘中放置餐具的方式，这是给服务员信号，告诉他们什么时候可以撤走你的餐具。

2. 吃下你不喜欢的食物。总是会有你不喜欢的食物或者你吃不习惯的东西。尝试吃掉它。也许你会发现自己是喜欢的。如果你不努力吃掉，可能让主人不高兴。在一些文化里，主人会为重要的客人专门准备特别的食物。尽量吃，把吃不完的移到盘子边，假装品尝过，然后同你的邻座闲谈。如果你有食物过敏，要提前告知主人，这样她能为你准备其他食物。

“如果端上了一些你不喜欢的食物，应尽可能吃掉它，换一种心态去感受。十有八九，我都会喜欢吃那些我不认为自己会喜欢的食物。在西班牙，我吃过一种看起来很可口的面条，后来我发现它们是小鳝鱼。他们用这种食物只招待了我一个人，因为它们十分昂贵，是一种特别的美食。我真的很喜欢。”玛莎·罗格博士说，“在墨西哥，我吃过炸的蛆虫。吃过之后才发现味道不错。它们在大蒜里炸的。不管别人为你提供多么奇怪的食物，告诉自己无数人千百年都吃了这些食物，他们都活下来了。所以我也可以。”

3. 优雅地处理突发事故。出现意外是正常的，特别是你经常招待客人。出现意外要保持镇定，等待危机得到控制。如果你的饮料洒出来了，

可以叫服务生提供额外的餐巾纸。如果几片生菜叶子掉到盘子外，小心地把它拿回来。如果你把叉子弄掉在地上了，问服务生重新要一把。如果你把脆皮的法式面包弄得乱糟糟，就让那些碎屑留在那里。在高档餐厅用餐结束后，服务生会清理你的桌面。

很多情况下，幽默能化解尴尬或者不愉快。美国驻匈牙利前任大使、苏珊 G. 柯曼基金会的创始人南希·布林克曾告诉我，在她出任大使的第一顿宴会上学会了如何化解危机。“一天晚上，我主持了一场晚宴，宾客都是商界精英和政府官员。那天晚上，服务生不小心把食物洒在了客人身上，一幅照片从墙上掉了下来，一根蜡烛差点燃了整张桌子，”布林克大声说，“我担心吊灯会从天花板掉下来，但是它没有，谢天谢地！我感到非常尴尬，因为我引以为豪的准备工作居然出了这么多岔子。然而在现场，我就当什么也没发生，继续招待大家。所有的客人都很体贴：我想他们应该感觉到我的歉意了。如果你没有犯什么大错，大家都会原谅你的。”

早餐——一日之计在于晨

商务早餐经历了一场文艺复兴，越来越多的人喜欢在宽松休闲的氛围里开展业务。当商务宴请变得非正式化、预算被削减后，商务早餐就成为招待客户、供应商和合作对象的独一无二的、节约成本的方式。餐厅和咖啡屋越来越流行，因为它们上菜快、方便、价格适中，不用消费

酒精饮品。早晨每个人都是清醒的、精神状态很好的，而晚上都是很疲惫，急着回家的。我的一个客户说她经历了一次灾难性的招待晚宴后，现在更喜欢商务早餐。那天她没有选择安静的环境，而是在当地一家人气很高的餐厅举办晚宴。结果酒吧里的噪音很大，她和客人们都听不到对方说的话。宴会本来安排在 19:30 开始，但是她的团队很晚才就座，主菜到了 23:30 才上好。每个人都不想再喝下去了，他们只想要一块可以果腹的面包。

Bold Approach 是一家位于爱达荷州博伊西市的销售咨询公司，CEO 史蒂夫·瓦特说：“有一次约见一位重要的商务伙伴，我得知她喜欢咖啡。在她最爱的星巴格里，我们面谈了两个小时，这应该是我整个职业生涯里最成功的一次会谈。”从那以后，史蒂夫喜欢上在星巴格里商谈事情。

皮洛葛提（Prince, Lobel, Glovsky & Tye）律师事务所的律师、美国前助理检察官迪克·戈罗夫斯基（Dick Glovsky），相信早餐是最有效率的一顿饭。“我在早餐时间谈事的次数不会低于中餐，”戈罗夫斯基说，“一日之计在于晨，事情都在有条不紊地进行。早一点见面，你可以更轻松地谈话，而不必急着赴下一场约会。”

戈罗夫斯基张罗商务宴请的目标就是发展他的事业。但是他很少在第一次见面就单刀直入聊业务。“我不会在第一次见面就谈论生意。”戈罗夫斯基说，“如果别人不问，我是不会说太多的。我会尝试表现出对他们感兴趣，直到他们对我也表现出兴趣。”

早餐会议取代了商务午餐，让你的一天有美好的开始。不过要注意以下事项：

1. 如果你不需要咖啡或者茶，无需将杯子倒置。只需在服务生端着饮料过来时，说一声“不需要了，谢谢”。

2. 永远不要用吐司擦盘子。如果你喜欢吃盘子里的碎蛋黄，可以撕下一小片吐司，用叉子插着吐司蘸蛋黄。

3. 培根如果很脆，可以用手拿着吃；否则，应该用刀和叉切成合适大小再吃。

4. 吃松软的食物时，比如法式炒蛋，可以用叉子的侧面切开，或者使用刀叉。

5. 搅动咖啡或者茶时，避免茶匙和杯子碰撞。搅拌以后不要舔茶匙。

6. 如果有人要奶油或者牛奶，把牛奶罐递给他，同时将容器的把手朝着对方，方便别人握住。

7. 吃完百吉饼或者果酱吐司，使用餐巾清洁手指，不要用舌头。

8. 如果点了小杯燕麦片或者小杯谷类食物，中途休息或用餐完毕可以将勺子放在托盘上。

9. 吃自助早餐时，不要在盘子里放太多食物。少拿一点食物，不够再取，这比你堆满一盘食物显得更有礼貌。当你准备回去取食物时，重新取一个干净的盘子，把用过的盘子留在桌上让服务生收拾。

10. 用茶包喝热茶时，不要把茶包反复地放在热水里，或者用茶匙缠绕茶包来挤压茶水。

完善宴会礼仪

私人宴会在商务活动中越来越重要，人们倾向于选择在一个更温暖

更亲密的环境里招待同事、客户和合作者。宴会的目的有很多：和朋友同事相聚；招待平时无法邀请但是想要巩固关系的人，或者报答邀请你参加过宴会的人。

家宴不但可以让不同层级、背景和专业的人建立亲密的联系，也是一种重要的、有效的实现社交和职场目的的办法。作家山姆·霍恩认为举行宴会能够促进有意义的联系。“聚会就是把大家都聚在一起；不是通过推销活动，而是通过参与和推动这个活动，让参与其中的每个人都增加自己的价值。”霍恩说。下面的提示，可以让你的家宴令人难忘。

慎重邀请宾客。宾客名单应该包含你认识的人，你想更多了解的人，可以活跃气氛的客人或者名望高的人。安排入座时，要考虑客人和邻座的人能否融洽相处。

分开小团体和配偶。为了让宴会更加生动和有趣，可以让配偶、同事或者熟人分开就座。那些有共同爱好的人，将来可能变成生意上的合伙人。如果你坐在某人身边感到不舒服，身为客人你不能随意交换座位卡，不然会让人觉得你难以接近。如果你想在晚会上坐在特定的人身边，提前告诉主人，请主人安排你们的座位。

提供丰富的菜单。考虑客人的饮食偏好、过敏症和饮食限制。为了顺应个人的需求，提供品种多样的食物，还要为不能饮酒的客人提供无酒精饮料。

最佳宾客

每个主人都喜欢有教养的客人。如果你还想再次被邀请，请遵守以下规则。

回应邀请。如果你幸运地得到了梦寐以求的商务宴会邀请、公司宴会或者老板的家宴，尽快地回应。通常而言，应该在收到邀请后的一周内回复，或者根据邀请信上的截止时间。所有的邀请都要回复，不管你是否计划出席。如果你等到最后一分钟才答复，这看起来像是你在等待其他更吸引人的邀请。如果你告诉主人或者宴会组织者你即将出席，请务必出席，即便你只能待一小会儿。不要带客人或者同事，除非组织者邀请你这样做。如果主人没有事先得到通知或者准备不周，额外的客人会增加额外的压力。如果你承诺出席，临行前发现自己去不了，要么第二天打电话给主人表示歉意，要么写一封道歉信。没有得到主人的同意，不要让你的同事代替你参加宴会。邀请实际上包含有“亲自参加”的含义，只能由被邀请人参加，不能转让给其他人。如果你考虑欠周，可能丧失被再次邀请出席其他活动的机会。如果邀请函上写着“不能出席者请回复”，意味着如果你不能出席你应该打电话告知，否则就是默认你会出席。

带上礼物。为了表达你对邀请的感激，为主人准备小礼物并贴上小卡片，这样主人知道是谁带来的。不要以为主人会记得住你带了什

么。如果你知道主人喜欢喝酒，懂得品酒的话，备一瓶酒是不错的礼物。不要期待主人会在宴会上展示你的礼物，或者用它待客。很多情况下，主人已经配合菜单选好了酒。用美食作家克雷格·克莱伯恩（Craig Claiborne）在《礼节的元素》（*Elements of Etiquette*）一书里的话说，“主人没有义务拿客人的礼物来待客；如果客人的礼物没有出现在宴会席上，也不应该觉得被怠慢了。”

表达你的感谢。宴会结束后不要不辞而别，要感谢主人的邀请。如果你要提前离开，只需说你还有其他事情。不需要过多的理由。在 24 小时内写一封感谢信，即便你带了礼物或者已经口头上表达了你的谢意。

特别感谢：

- 不管何时，别人为你做了特别的事情或者给你带了礼物，应该在 24~48 小时内手写一封感谢信。

- 别人举手之劳的帮助，可以用电话或者邮件表示谢意。

- 使用精致的卡片写商务致谢函。私人的感谢信可以用在商店或礼品店买来的卡片。

- 感谢信应尽量简短。3~4 段话足够了。

- 寄感谢信时不要用邮资机盖上邮资已付的字样。可以使用有趣的邮票。

- 即便你的字写得不好看，也要坚持手写。电脑打印的感谢信少了一些情感色彩，收信人会猜想这是不是出自你的手。

- 电子格式的感谢只能用于朋友之间，不适用于你的客户、同事或者商业合作伙伴。

订酒和品酒

在正式晚宴或者节日晚会上，酒通常是最受欢迎的饮品。如果你缺乏基本的品酒礼仪常识，订酒和品酒的工作会令人生畏。葡萄酒专家马克·斯皮瓦克（Mark Spivak）分享了他的建议，总结如下。

很少有人知道，饮酒时吸烟或者饮前吸烟，会影响酒的口感，香烟或者雪茄的味道也会影响不吸烟的人品酒。

嚼口香糖，吃薄荷糖，喝酒前刷牙都会改变酒的味道。饮酒之前可以吃一点温和的食物，比如面包或者薄脆饼干。

在餐厅或者家宴上，主人负责选酒和品酒。如果你是主人，但是不饮酒，或者对酒的品种不熟悉，可以询问服务生、斟酒服务员或者帮你准备酒水单的服务生。他们会很乐意帮助你。如果你把选酒的任务交给宴席上的其他人，他们会觉得棘手，因为他们不确定你愿意花多少钱。

如果你不确定自己想选什么类型的酒，但是心里有大概的预算范围，可以叫来服务生指着酒单的价格（客人们并不清楚你指的是什么）说：

“我想来一瓶和这差不多的酒。我们通常在家里喝这种酒，但是我们想试试不同的。”有悟性的服务生就会为你推荐价格差不多的酒。

如果你要自己挑选酒，但不确定选哪一种，可以选择酒单里销量最高的。比如如果酒单上的酒价格从 20 美元到 100 美元不等，大部分酒是 30 美元到 50 美元，或者 40 美元到 60 美元，很有可能这些酒被挑中

的次数最多，销售得最多。

老话说“白酒配白肉（鱼、鸡），红酒配红肉（牛、羊）”，现在已经不这么做了。如今接受的比较多的是点喜欢的酒，或者根据菜的风格点酒。比如，如果你在享用酱汁鸡，或者是用红酒做的酱，最好点红酒来搭配。如果你想为宴席点酒，宴席上每个人都点了不一样的食物，你可以点一瓶淡一些的红酒，比如黑皮诺（pinot noir），它能与大多数菜肴搭配。或者保险起见，红酒白酒各点一瓶。

当服务生把酒端到桌前时，通常都要检查酒的标签，以确定酒的类型和年份，确认是不是自己点的那种。很多时候，主人们以为自己点的是 60 美元的酒，结果却支付了 120 美元。下一步，检查酒的标签是否有污点。如果有，表明酒在运输或者仓储的过程中可能发生过意外，或者酒已经变质。

如果你点了两瓶一样的酒，两瓶都应该尝一尝。即便第一瓶酒尝起来不错，检查第二瓶也是明智的做法，这样可以保证口感一致。第一次品尝时，要决定是否接受这瓶酒。不要错过时机。

当服务生打开酒瓶取出软木塞时，没有必要闻木塞的味道。除非你是品酒专家，否则检查软木塞不能发现什么。另外，现在螺旋帽和合成材质的瓶塞越来越多地取代了天然木塞。并且，很多酒都是竖立保存的，软木塞可能是干的。

即便你不是品酒专家，在为客人斟酒之前还是有必要闻一闻酒的味

道。往杯中倒一点酒，轻轻摇晃，酒会散发着混着水果、鲜花、草或者香料的味道：一瓶没有变质的好酒通常有一种令人愉悦的味道。如果酒散发出陈腐的味道，或者闻起来像潮湿的木柜，应该退回。如果你对酒表示满意，服务生会从最尊贵的客人开始，为大家斟酒。通常，服务生会倒三分之一杯的红酒（这样它能与空气混合，充分“醒酒”），白酒通常倒半杯。

不论红酒还是白酒，都要握着酒杯的杯柄。你的手温不会把酒变暖，也方便摇晃杯中的酒。赴酒宴前避免喷洒浓厚的香水，因为它会干扰酒的香味。如果可能，避免坐在香气过浓的人身边。

如果不打算喝酒，不用倒置杯子；只需要告诉服务生“不，谢谢了”，你的杯子就会被收走。不必解释你对酒精过敏，或者酒会让你头疼，或者容易上头。同样，让别人给出不喝酒的理由，也是不礼貌的。如果你身边的人饮酒过量，可以悄悄地阻止他的添酒行为，多提供一些食物。

举止得体地敬酒

敬酒是对特定的场合或者庆祝活动表示认可的最好的方式。举起酒杯祝某人健康的习俗源于古希腊。小抿一口以示酒是无毒的，客人们一起捧杯以驱赶魔鬼，这个传统今天仍存在，尽管很少有人认同这段历史。

主人在餐宴开始前举杯说一段祝酒辞，以示欢迎。客人如果想要说祝酒辞，应该事先征得主人的同意，还要其他客人没有准备这么做时

候才行。简短的祝酒辞让人印象更加深刻。根据以往的经验，保持简短是第一法则。记住，你是在祝酒，不是在煮酒。

当有尊贵客人出席时，上餐后甜点的那段时间也是说祝酒辞的好时机。上完甜点以后，主人应该站起来说话。每个人都喝酒，除了那位主宾（自己也喝酒被认为是粗鲁的）。如果你是主宾，要微笑，不要碰你的杯子。主人坐下后，主宾应该回以祝酒辞，并喝下杯中的酒。

即便你不沾酒精，也要参与敬酒。你可以端一杯无酒精饮料来敬酒，或者用嘴唇碰一下酒杯，假装在喝酒，然后放到一边。

在某些国家，喝酒就跟喝水一样平常。迪恩·福斯特集团是一家提供跨文化企业培训的咨询公司。总裁迪恩·福斯特（Dean Foster）说，如果你拒绝喝酒，就是在传递一种信息，你不相信任何人。“如果你不想喝酒，唯一能避免火药味的借口就是医生让你禁酒一个月。”福斯特说。

得体的礼仪在所有的商务互动里都十分重要，可是得体的礼仪远远不止知道如何正确地使用刀和叉、什么时候说祝酒辞、如何品酒、如何开一个成功的晚会。作为主人，最重要的事情是让你的客人觉得舒服。不要只和你想留下印象的人互动，而不理其他你认为无关紧要的人。对所有人一视同仁，友善相待，尊重他人，己所不欲勿施于人。

重要建议

避免在公共场合吃不容易处理的食物。

把握好结账时机。

不要饿着肚子去赴宴。

如果时间或者预算不足，可以约在早餐时间见面。

对所有的邀请都及时回复。

BUSINESS
CLASS

ETIQUETTE ESSENTIALS
FOR SUCCESS AT WORK

第七课

e 时代的礼仪规则

技术时代由两类人掌握：一类人了解技术却不管理技术，
一类人管理技术却不了解技术。

——佚名

要怪就怪亚历山大·格雷厄姆·贝尔（Alexander Gaham Bell）。1876 年他发明了电话，一个技术新世界诞生了，可是高科技也是一把双刃剑。科技是重要的联系手段，方便我们快速有效地沟通。随着手机、电子邮件和其他即时通信工具的出现，我们的商务关系已经今非昔比了。现代技术带来的矛盾是，联系越来越容易，关系却越来越疏远。不管我们在哪、在做什么，我们都能联系到对方，面对面的互动减少，不用知道对方的相貌和声音，就能进行各种互动。不管你和客户、同事、合作者的联系有多依赖技术，只要你在工作场合掌握了合适的礼仪，还是能和对方建立良好的个人联系。

声音里的情感：有用的电话礼仪

尽管电子邮件被很多管理者认为是优先的联系方式，但是在表达情感和爱、提出建议、维护友谊等方面，电话有自己的优势。这并不奇怪，因为人的声音承载着大量的情感信息，这是电子邮件无法比拟的。如果

你的声音听起来不友好或者不配合，或者你给人的感觉是对方在浪费你的时间，你可能会带有防范心、疏远他或者促使他断绝和你公司的任何商务联系。当打电话的人被置于无休止的等待状态或者在合理的时间内没有收到回电，他们会很失望，会挂断电话，或者打给你的上司，更糟糕的是打给你的竞争者。

电话是最常使用的一种科技手段，却也是被用错最多的一种。我们都遭遇过不可原谅的糟糕的电话行为。几年前，我和我先生打算翻新浴室，我给几家玻璃公司打了电话，询问无缝淋浴门的报价。只有 60% 的公司回了电，两家公司在当天给我打了电话，第三家公司是在 4 天后给我打的电话。我打算聘用最先回我电话的公司。很多事情，就像挑选玻璃公司一样，我做商务决定不单单是基于价格。一家公司的声誉、公平的价格、快速的响应、友好的电话礼仪，通常能毫不费力地帮公司赢得业务。

工作场合的电话礼仪

1. 打电话时，首先介绍自己和公司。给别人回电话时，也应该包含这些信息。一开始就打招呼问“最近过得怎么样”，显得太个人了，除非你对这个人十分了解，否则不要这样做。

2. 回电话时考虑时区因素，不要在非工作时间回电。现在很多人都在家办公，在不恰当的时间打电话会影响到他们的家人。

3. 让别人在电话里等待时要先征得同意。“您能不要挂断，稍等一下吗？”要比“别挂断”更贴心。如果你让打电话的人等待了很长的时间，没有很快地切回通话状态，他们会感到失望甚至会被激怒。

4. 要求转机前，向接电话的人提供人名和分机号。如果你不能直接联系目标对象，这些信息对帮你转接的人有用。

5. 长时间的通话会影响工作效率，妨碍工作，延误工作安排。如果你发现电话里的交流毫无意义或者没有必要继续，可以礼貌地提醒，“不好意思，约翰，我几分钟后有另一个会议。我以后打给你或者用邮件保持联系？”这样温和的暗示能让对方理解，结束电话。

6. 如果有合作伙伴进入你的办公室而你正在接电话，应该先接听电话，除非你和合作伙伴是事先约好的。如果来办公室的人没有提前预约，小声地对他说“我先接个电话”，然后尽快结束电话会谈，再和来访者沟通。

7. 有电话打进来时，避免在和老板、顾客或者客户说话时接听电话。如果你在等待一个重要的电话，应该提前告诉面前的客户和合作者。

8. 记得回电。及时地回电会帮你获得重要的业务，得到职业发展的机会。不回电话，会给人留下冷淡的印象，或者让来电者觉得不受重视。卡普兰·泰勒广告集团的总裁琳达·卡普兰·泰勒把职业上的成功归因于她所说的“积极的烙印”，即用积极的、礼貌的方式对待别人。“在我们的代理机构里，每个电话都会被回复。每份简历都会被答复。”她说。泰勒觉得这种个人的接触能让她的公司从竞争者中脱颖而出。

免提电话和语音邮件

免提电话是针对电话会议而设计的。把别人的来电切换成免提要事先获得许可。如果不这么做，会让人觉得隐私被侵犯。

用免提发起电话会议的人，负责介绍参与电话会议的所有人。发言人在说话前应该报自己的名字，这样团队里的其他人能够分辨是谁在说话。

在小房间里避免使用免提电话。声音过大，可能会导致附近的同事在工作时难以集中注意力。

如果你不确定自己的声音是不是被免提了，并为此感到不安，可以这样说：“我听不太清你说的话。你介意把听筒拿起来说话吗？”一般人听到后会很快地拿起听筒。

语音邮件务必简短。在 30 秒不到的时间里，首先清晰地报上你的名字和电话，说明自己的来电意图。结束前可以重复你的电话号码，明示对方回电的最佳时间。用手机打电话时，最好报两次电话号码，以防信号不稳定、接听效果不佳，造成信息丢失。

经常更新电话语音。如果你在度假或者不在办公室要外出一段时间，让打电话的人知道在你离开的这段时间内能联系谁。

在 e 时代不要丢掉你的人脉网

电子邮件是和客户、顾客保持联系的最有效的方式。它比信件快且

便宜，不像电话那么打扰人，对接收者来说也很方便。由于这些好处，它成为全世界无数管理人士首推的沟通办法。

加州洛杉矶的费拉茨·格林莱特咨询公司的 CEO 基思·法拉奇，说他用电子邮件维护客户关系，和他们保持联系。法拉奇在电脑上设置了提醒，朋友、客户过生日或者有重要活动时他都会发一封简短的、非正式的邮件来表示祝贺。

卡特琳 & 库克曼集团是马萨诸塞州辛汉姆市的一家咨询公司，CEO 凯瑟琳说她和同事使用邮件为对方介绍客户。“我之前的德州客户给我发了一封邮件，同时也发给了另一个人，他觉得我应该结识这个人。他在邮件里写着：亲爱的乔伊和凯瑟琳：乔伊，我很高兴你见到了凯瑟琳·卡特琳。她是企业管理领域的思想领导者，已经出版了两本书，以下是她的联系方式。凯瑟琳，这是乔伊。他是 xyz 公司的 CEO，他对你的书非常感兴趣。现在你们可以联系彼此了。”卡特琳相信，这样的邮件联系可以直奔主题，营建有价值的商业关系。

电子邮件：到底多少才算太多？

每天你是不是都要面对屏幕上一长列的未读邮件？如果是，你应该考虑和客户多久联系一次。发邮件之前有必要问问自己“这条信息是必须的吗？”如果邮件被滥用或者误用，都会加重我们的工作负担。同样，由于计算机病毒的流行，发出一条有趣的附件或者最新的笑话时要思虑

再三。需要提醒的是，很多公司对使用邮件有严格的限制。

多久给顾客、客户或同事发一封邮件并没有既定的规则，随着行业而变，甚至随个人习惯而变，因为每个人都有自己的联系习惯。通常来说，电子邮件可以用来做简单的事情，比如通知合同什么时候到来，安排预约，或者跟进之前的谈话。更重要的问题比如讨论合约、建议书或者协商，和新客户沟通，用面对面或电话的方式更有效。

网络礼仪

使用标题传递核心信息。电子邮件的重要程度由它的标题来决定。标题应该简短、明确，与邮件内容相关，否则接收者可能误删或者把你的邮件当成推销邮件或者广告邮件。

把邮件当成商务信件一样重视。如果你想给人留下好印象，“正式”胜过“随便”。首先，认真地称呼对方，比如：“尊敬的罗德里格斯先生”，然后在第一段开门见山。使用别人的全名，除非他们在回信中用了自己的昵称。这意味着他们不介意被随意称呼。大多数人更喜欢你在签名栏里填上你的全名、职位、公司和联系方式。如果他们需要通过电话或邮件联系你时，这些信息非常有用。

不要喧哗。使用大写字母，被认为是网络上的噪音。作为替代，可以使用星号来强调关键内容。“昨天晚上，鲍勃和我在公司的招待会上度过了 * 很美好的 * 时光。”

避免奇特的装饰。私人邮件里鲜艳的颜色，生动的符号，或者笑脸符号（比如大受欢迎的表情符）都很有趣，但是在商务沟通中应该避免使用。

保持简洁，但避免唐突。简洁是发邮件时必须遵守的规则，然而如果太简短就会变得不够礼貌。下面这个例子说明了邮件为什么不能太短。我的朋友曾经是某个职业协会的成员，为其他人提供网络工作机会。因为没有指定的会员负责人，她给协会的主席发邮件询问如何联系最近见过的另一位协会成员。三天后她仍然没有收到回信。她再次发送邮件，心想第一封邮件也许被网络丢失了。协会主席最终回信了，内容只有这位成员的邮箱地址。我的朋友想要收到一封更加热情的回信，比如“亲爱的瑞格女士，抱歉我的延误。桃伊女士的联系方式见下方。如果需要我们的帮助，请联系我们”。因为邮件特别短，人们会觉得这位协会主席办事仓促且无礼。

电子邮件会泄露秘密。如果你希望给某人发十分私密的、时间敏感的信息，请使用电话或者当面说。电子邮件是可以被复制、转发和打印的，所以不要说出那些你不想被重复或者张贴在当地报纸上的信息。

避免情绪邮件。包含强烈情绪的电子邮件会很容易被误解。电子邮件应该避免在有火药味的场合下使用，比如开除或者指责某人、终止合同，这些情况应该当面解决。生气时不要发送邮件。先冷静下来，发送之前重读邮件，确保它没有包含会让你事后后悔的话。面部表情、语音语调和身体语言，这些信息无法用邮件传递，所以你的邮件可能会被误

读为太着急、太挑剔或者太随意。当你进行面对面或者语音交流时，你可以回答问题，澄清误会，保持相互的尊敬，即便商务关系到了岌岌可危的地步。

当面表扬。不管你在邮件中引用了多少人的名言，一封祝贺的电子邮件也比不上亲自送出一封简短的感谢信。此外，大多数人喜欢打印出来的或者手写的便签，而不是一封电子邮件。

发送之前请校对。点击发送之前要再次检查。检查语法、拼写和标点的错误。拼写检查功能有时候会弄巧成拙。朗读或者大声读出来，确定邮件完整正确地表达了你的意思。

尊重别人的隐私。很多时候你想发邮件给很多人，但是不想分别发送。如果接收者彼此不熟悉，你不想泄露所有接收者的信息，可以使用暗送的功能。使用密送（BCC）时，只有发件人的邮箱会显示在接收者的邮件里。

小心使用“回复全部”功能。如果你收到一封群发的邮件，只回复那些需要你回复的人。只有在重要的情况下才能回复全部，这样每个人都能看到你的回复。很多情况下，发件人是唯一一位需要回复的。

不要变成讨厌的人。如果你发送邮件后没有得到回复，可以发送一封不同的邮件解释你为什么会上进。如果你需要及时的回复，可以打电话跟进。不断地发同样的邮件会显得你太急躁或者不够耐心。这还有可能导致你的信息被忽视或者被收件人删掉之前，很多公司的反垃圾邮件过滤系统已经将你的邮件扫地出门了。

快速回复。如果有人给你发邮件提问，你没法立刻答复，可以回邮给发件人解释你正在研究他们的提问，一旦有消息了会马上答复他们，这样做比较有礼貌。否则，发件人会认为他们的信息没有到达你的邮箱或者他们被屏蔽了。

得到允许后再发送附件。很多公司有政策，不允许员工打开未知来源的邮件附件。发送大量附件或照片之前，询问收件人是愿意分开接收它们还是在一封邮件里一起接收。有的人会选择分开接收，这样不会耽误他们接收其他邮件信息。

不要主动发送广告。电子邮件是和顾客、合作者、同事保持联系的主要方式，是推送公司新闻、新产品和服务的有效途径。然而，当每周人们都被大量无用的信息轰炸时，主动发广告已经不再是明智的商业战略。为了避免被标记成“垃圾邮件发送者”，只给同意接收广告的人发送简报和广告。如果他们选择取消或者退订，就尊重他们的要求。

发送幽默消息之前应该再三思考。有趣的邮件对你而言没有什么不妥，但是可能会打扰到别人。充满敌意的、使人烦恼的、带有歧视信息的电子邮件对人的伤害是永久的，这些邮件可能在你不知情的情况下被转发给别人。小心对待，不要发送与工作无关的内容。

浓缩才是精华。对于简短的邮件，你可以在标题栏写上：“今天下午我们能见面核对预算吗？”然后用 EOM 结束句子（在英文中，EOM 是消息结束的首字母缩写）。收件人不用打开邮件就能回复。只有当收件人理解首字母的含义时才能使用它们。

用别的方式标记你的“紧急”信息。在主题栏的开端使用关键字，帮助收件人快速过滤和分类时间敏感的邮件。比如，“紧急”可以成为“即刻阅读”的代码，使用“FYI（请知悉）”意味着不用回复。

不方便时提前告知别人。当你计划在某段时间外出，使用“不在办公室”自动回复功能。更新语音邮箱，告知来电者你什么时候在旅行，什么时候回来，或者你不在时可以找谁。

避免不必要的挫败感。以下 7 种不恰当的处理方式，应该避免出现在你的邮件里。

1. 标题栏没有总结标题。
2. 发送超链接邮件。
3. 忘记贴附件。
4. 发送病毒恶作剧。
5. 忘记检查邮箱，邮箱容量已满。
6. 非定制的邮件。“亲爱的先生”在邮件里是一种糟糕的称呼，说明你没有研究对方的信息。
7. 写错别人的地址或者误拼别人的名字。

智能手机和平板电脑

在会议中，要关注你的客户、同事和合作者，克制以下不当行为：涂鸦，用笔敲桌子，嚼冰块，转动身体，前后摇晃椅子，睡觉，玩指甲，

或者用手机或平板电脑检查邮件。《滚石》杂志的特约编辑珍西·杜恩（Jancee Dunn）指出，采访名人时，那些名人对查看邮件更有兴趣，没有集中精力做采访，这让她感到很崩溃。“我采访的名人们都被邮件占据了太多时间；当我问他们问题时，他们都在很紧张地编着段子。”杜恩说。

如果你的精力都放在智能手机或者平板电脑上，无法关注对方，他们会觉得被冒犯，而且有理由生气。通常，编写和检查邮件不应该在开会时进行，因为它们会转移你的注意力，降低对发言者的关注。但是，在特殊的情况下，手持电子邮件设备可以在会议里使用。比如，如果你在等待客户的答复，可以扫一眼邮件标题，只读重要的内容。只有在问题急需解决，等不到会议结束时，才有必要马上回复。如果必须使用电子设备回复邮件，应该提前说出来并表示歉意。把移动设备放在桌面下，也可以放入公文包或者手包。如果你把它们放在桌上，你和会议里的其他人会因为它的震动或发光而分心。

手机带来的利与弊

手机让人们的联系更加方便，它却让现实中的人变得更加疏远。还记得公用电话亭的那扇门吗？它们是为了保护个人隐私而设计的。但是公用电话亭已经成为过去，这说明人们不愿意在公共场合讨论私事。

错误使用手机，曾激起很多人的愤怒。每一次愤怒值加 1，商业机会值就会减 1。在某些情况里，不合时宜地使用手机的行为，不仅仅是

粗鲁的表现，因为它可能会让电话另一端的人疏离你，或者心生愤懑。

十多年前，我经历了一次我认为十分严重的手机骚扰。当我到达了预约的按摩地点，按摩理疗师叫我脱光衣服，脸朝下卧在按摩床上。几分钟后她回到按摩室，坐在凳子上开始按摩我的肩膀。我闭上眼睛，开始放松，突然我感觉她的右手从我的肩膀离开。她开始说话。起先，我以为有其他人进来。后来我震惊地发现按摩师正在用手机和朋友聊天。她的谈话持续了5分钟，期间她用一只手给我按摩，另一只手拿着电话。当她挂了电话后，她向我道歉，但是我没有回应，因为我对她的行为十分不满。回想起来，我真应该举报给她的老板，拒绝支付那次按摩费用，但是我没有这样做，我只是换了一家按摩店。

对粗鲁行为的忏悔

罗伯特·沃尔夫（Robert Wolff）是俄亥俄州亚克朗市的一位传教士。他向我分享了一个误用手机的故事。有位女性在忏悔时接了电话。“她坐下来开始忏悔，电话响了。她接了电话，很快地说她马上打回来。”他说。一阵尴尬之后，她迅速把铃声关闭。她意识得太迟了，她应该在进入教堂之前关机或者调成振动模式。

沃尔夫还见过有新郎新娘打断婚礼彩排接电话。“当时我正在主持一场婚礼排练，当新郎站在中间背诵誓词时，他的电话响了。他接了电话，然后对新娘说，亲爱的，到你了。”

我的一位女性朋友告诉我，她曾经和一个小青年出去约会，他在吃饭的时候接了电话。“我必须接，”他抱歉地说，“我朋友想知道你怎么样，咱俩约会进行得怎么样。”这是她和他第一次也是最后一次约会。

手机商务礼仪

人们在各种商务场合发起声势浩大的活动，杜绝粗鲁的手机行为，但是收效甚微。影院贴出公告，航空聚乐部标示出指定的安静区，甚至运输巨头美国铁路运输公司都设有“安静专列”，在这些地方不允许打电话，所有便携电子设备必须静音或者使用耳机。

手机滥用愈演愈烈，于是 2002 年我开始在美国推行手机礼仪月。每年七月，我都在认真宣传关于使用手机的礼仪，强调它在我们的职场与个人生活里的重要性。我把手机滥用视为一种社交疾病，不可能立马痊愈。如果我们忽视这个粗鲁行为的问题，压力和焦虑就会持续攀升。我希望手机礼仪教育能够唤起人们的意识，然后找到解决办法。

9 个技巧，让你成为更有礼貌的手机使用者

1. 可爱的、奇特的铃声不适合用在所有的场合。虽然奇怪的铃声能彰显你的个性，区别其他人的铃声，但是在特定的环境下也是一种噪音。当你在商务场合或者公共区域时，比如在餐厅或者晚会里，应该把手机

设成静音、振动或者标准铃音，否则其他人会觉得你的铃声很吵。

2. **设置语音留言。**在宗教活动、职业面试、高尔夫社交、看电影、葬礼、研讨会、商务会议、餐厅、法庭和公共场合里，要避免接电话。当然任何规则都有例外。如果你是一位在线医生、即将做爸爸的人、等待孩子或者保姆电话的家长，可以提前告诉你的客户、合作者或者同事，然后当电话打进来时走到一旁接听。

3. **面前的人，比来电更重要。**缺乏电话礼仪，会让你的朋友、客户或合作者对你们的关系产生消极的看法。在对方公司里接电话，会让人觉得不被尊重，或者被忽视，他们会觉得你既不重视他们，也不重视他们的时间。关机，或者调成振动，让语音留言替你处理来电。

4. **如果你在等一个不能推迟接听的电话，提前告诉你的同伴。**表示歉意，走到一边，然后接听电话，快速处理电话里的事务。

5. **学习手机上的新功能。**你可以不用接电话，也能和其他人保持联系。短信和邮件既可以接收重要的消息，又不打扰附近的人。谨慎即大勇，你可以自己私下研究这些软件功能。但如果手机比眼下的约会还重要的话，你恐怕再难收到别人的邀请了。

6. **如果你必须与他人保持联系，可以使用手机的其他功能，不用打扰他人。**很多手机都有一键静音的功能以防打扰别人。其他的功能比如短信、邮件、语音邮件、来电显示和为不同的人设置专属铃声，都能帮你接收信息或者与他人保持联系，而不打扰身边的人。

7. **对听力范围内的人保持礼貌。**当在其他人的面前讨论私人问题或者

商务话题，务必谨慎。诸如医学检查、恋爱问题、私人争执或者交易失败等问题，应该在私密的环境下讨论。

8. 接听手机时不要秒变大嗓门。不必为了让打电话的人听清就大声说话。那些带有情感的谈话，不能让对方觉得尴尬，也不能打扰到对方。**不要变成太平洋警察去制止别人的大嗓门。**如果你遇到打电话声音很大的人，自己不要这么做就好。远离大声喧哗的人，或者找到负责人反映问题。如果你无法逃离这些大嗓门，谨慎地使用外交手段。比如这样说，“打扰一下，你说话声音能小一点吗？我听不清发言者了。谢谢你。”

9. 接听电话，安全第一。开车时使用免提。交通繁忙时不要接打电话。避免开车时发短信。

拍照

每个人都喜欢用手机拍照。大多数人拍照只是为了娱乐，分享特殊的时刻，或者强调他们想要解释的事情。但是不能用照片侵犯他人隐私，这是违法的。不管使用什么相机，给别人拍照之前应该得到允许。在一些极端情况下，忽视这条原则可能会被起诉。

技术对商业领域的革新，就像莱特兄弟对航空领域的革新一样。然而，新的技术也带来了更多的礼仪问题。技术能够帮助人们节省时间，提高生产力，但是它也带来了新的挑战 and 挫折。通过练习相关礼仪，你能获得优势超越别人，能够用好技术这把利器来提升沟通效率，打造更加职业的形象。

重要建议

认真编辑邮件，就像写正式的商业信函一样。

生气时不要发邮件，不如停下来先冷静一下。

24 小时内回电话。

如果在手机里谈话，请降低音量，不要在公共场合讨论私人问题。

只有在电话会议上才能使用免提。

BUSINESS
CLASS

ETIQUETTE ESSENTIALS
FOR SUCCESS AT WORK

第八课

全球化：避免国际笑话

有品位的旅行者会发现：聪明之人走遍天下礼字当先；

愚笨之人文明礼貌只在家里。

——奥利弗·戈德史密斯（Oliver Goldsmith），剧作家，小说家

我母亲常说：“你的人生可能因一个电话或者在去邮局的路上而发生翻天覆地的变化。”于我而言，1993年的那个二月，我的人生发生了一次重大改变。我在波士顿的家中接到了西北航空招聘组的电话。电话的目的是通知我参加一个没有准备好的旅程。“杰奎琳，准备明天下午5:30报到，你将飞往沙特阿拉伯。”我简直不敢相信自己的耳朵。沙特阿拉伯？我再怎么做梦也不会想到自己会去如此有异域风情的地方。西北航空派出一架军用包机去接在当地服役的人员，我被选中成为机组成员之一。一天的时间，我该如何准备这次飞行？我像往常一样装好旅行箱，期望一切顺利。可我没有想到的是，我的疏于准备，导致后来遇到了很多尴尬。

飞到多哈后，我们入住当地一家酒店。令我惊讶的是，每位女性飞行成员都得到了两把钥匙和一件长袍——一件黑色的像地毯一样的衣服。导游建议我们不管什么时候在公共场合都要穿上它。女性机组成员还被要求戴头巾。可是只有两位女性准备了头巾，当然不包括我。如果我花时间对当地文化做一点研究，我会准备得更好。

旅途劳累，我迫不及待地想回房间睡觉。在出电梯的第一个拐角，

我突然停了下来。我面前有四位阿拉伯妇女，从头到脚都是一席黑色。我看不到她们的脸，她们藏在黑色的纱巾后面。我从没有见过女性这样的打扮。她们见到我一定也很吃惊，因为她们也急忙停住脚步。如果我为这趟飞行准备充足，我不会经历这么多惊讶、震惊和压力。第二天早上，有导游带我们去景点游玩和购物。我再次惊讶地发现，如果没有男士的陪同，女士是不能单独出现在公共场合的。当时的我很天真，很高兴能接触中东的文化。尽管一个月后我从西北航空离职了，之后再也没有去过沙特阿拉伯，但我仍然对这段经历记忆犹新，还有我这一路学到的点点滴滴。

缺乏准备，是大多数管理者开展海外业务时的短板。很少有人会花时间做跨文化的研究，所以他们很难自然地和其他文化的人交流。而其他国家的管理者，却花了大量的时间和金钱研究美国的商务和社交习俗。我有朋友在佛罗里达州威尔士湖的一家大型水果采摘工厂里工作，他告诉我当日本客户参观她的公司时，他们甚至比她还要了解柑橘树。

树立全球意识

想要在变化的商务氛围里保持竞争力，文化竞争力和全球意识是必须要具备的。《如何接待国际游客》（*Do's and Tatoos of Hosting International Visitors*）的作者罗格·阿克斯特尔（Roger Axtell），给成功的全球化管理者下了定义：像“变色龙一样的管理”。换句话说，这个

人要有能力和意愿，接受其他文化的熏染，适应对方客户的文化和做生意的方式。如果你能做到这点，就能获得不一样的机会，别人铩羽而归时，你却锐不可当。

斯黛西·埃里森是第一位登上珠穆朗玛峰的美国女性。她发现带着先入为主的想法和模式去开展一段新的商务关系是行不通的。你必须清空自己，乐于倾听和学习。埃里森说她在 25 年前就学到了这一点，当时她的团队刚刚抵达加德满都。“着陆后我们急切地想要从海关找到我们的 460 个装着食物和装备的箱子，这样我们能尽早开始登山之旅。事实是我们过于急切，连海关办事处的门都没敲就进去了。”

海关人员向我们行合十礼问好。

我们回了礼，说：“我们想要取走自己的装备。”

海关人员叫我们坐下，我们面面相觑。我们刚坐了 17 个小时的飞机来到加德满都，我们最后要做的事情还是坐。

“不，谢谢你，我们想拿回自己的装备。”我们说。

“你们得下午两点半回来取。”他说，“你们的文件工作还没有完成。”

我们转身离开了，因为我们知道登山之前自己还有很多事情要做。当我们两点半再次回到办公室时直接闯了进去。

他说：“请坐。”这次我们坐了，我们很惊讶他居然上了茶。茶？他怎么就不明白我们有更重要的事情要做，而不是坐下来喝茶？“不，谢谢。我们想要我们的装备。”

“你们的文件还没有准备好。请明天上午 8 点半再来。”他说。于是我们离开了。

这样的模式我们重复了 7 天。最后我们意识到一定是哪里做错了。我们应该花时间研究当地的文化，然后纠正我们的行为。

埃里森承认她和她的团队过于关注自己的行程安排，忽视了当时身边的情况。他们想的全都是爬山。她和她的团队认为他们能控制局面，但是事实是，海关才是掌握这一切的人。由于他们的固执和缺乏文化意识，这次遭遇让埃里森和她的团队多花了 11 天时间和 2000 美金，才拿到他们珍贵的装备。

把建立关系放在首位

交易导向型的美国人相信时间就是金钱。不过，即便是美国本土的经理人在第一次打招呼握手后，也不太可能立马开展商务讨论，签订合同，然后离开。带有社交目的的闲谈，被认为是浪费时间。但是其他地方的管理者，比如亚洲、拉美和中东，却认为这有助于维护关系。换句话说，他们看重的是彼此之间的信任和尊重，这需要时间和耐心。比如，在日本，在决定是否和你做生意之前，会邀请你一起喝几次茶。如果别人喜欢你，谈生意就会顺利得多。在南美，你可能得花 1~2 个小时熟悉你的同事，然后游览一下这座城市，包括访问当地的景点，吃一顿饭。这样做能方便客户更好地了解你和你的公司。

维护国际关系的技巧

十几年前，高新技术是不愁销路的。如今，越来越多的公司走向全球化，公司也变得文化多元化。不管你是出差海外做商务还是在国内和不同国家的同事共事，和不同背景的人沟通交流的能力也同样重要。

善于观察，勤于提问。当你出差到别的国家时，注意当地人的举止、穿着和待人接物方式。如果你的文化背景看重的是言语交流，就要注意那些没有依靠言语传递出来的信息。当你能够正确地把握局面，就能提升自己的适应能力。如果你摸不清楚状况，可以仔细观察身边的人，学习他们的做法。比如，你的外国客户或同事吃饭时会把手放在膝盖上还是搁在桌子的边缘？他一直用左手使用刀叉吃饭吗？他如何呼叫服务生的？如果你不明白别人为什么用这种方式或者说了你听不懂的话，直接问他即可。很多人不想显示出自己对对方文化的孤陋寡闻，所以他们也不问问题，含糊而过。提问能显示你对这个人的文化感兴趣，这有助于建立人际关系。当人们知道你在努力学习他们的文化时，通常会选择原谅你的唐突。然而，当你的行为表现得冷淡、傲慢时，他们是不会容忍或者原谅你的错误的。

三思而后言。我们都知道使用不同语言时，沟通会变慢，误解就容易产生。微妙的商业谈判处在关键时刻时，翻译的重要性不言而喻。如果你需要翻译帮你和其他人交流，要直视对方说话而不是盯着翻译。如果你不需要翻译，就要使用简单直接的语言。幽默是主观的，一些笑话

或者俚语都无法翻译到位，有可能带来困惑或者冒犯别人。远离有争议的议题比如政治和宗教，除非东道主发起了这些话题。

保持开放的心态。心态就像降落伞和雨伞，只有打开了才起作用。当你出国访问时，记得调整你的商务模式来契合对方。多年前，我在一家酒店工作，我的一位同事的做事风格属于“唯我独尊”型，常常惹恼部门里其他人。遗憾的是，他的方式是唯一的方式，他不愿意参考别人的意见。那些去海外发展业务的人，如果还依着自己国家的方式进行，就会遭遇当头一棒。如前所述，在你准备行李之前或者欢迎国际访问者来到你的国家之前，研究别人的文化和商业习惯，你就获得了独特的优势。

要知道，握手这么简单的事情，在不同的文化里也有不同的含义。在美国，有力的握手传达的是自信和自我肯定，在别的地方，握手可能要轻柔一些，持续时间长一点。在美国，直接的眼神接触是表达对他人的兴趣，在别的国家眼神接触是极少见的，那是表示顺从或者尊重的一种方式。美国人是十分直接的，有话直说，不会话里藏话。但是如果一位亚洲的客户点头，并不意味着他认同你。点头有时表达的是一种感谢。

乐于助人。每一次你踏上国外的土地，你都是这个国家的客人。你的东道主会尽地主之谊，欢迎你照顾你。如果你的外国合作者私下里去机场接你，陪同你去当地的景点，或者带你去他家里吃饭，不要因此而讶异。

如果你的外国合作者来到你的国家，用同样热情的招待方式来报答

他。如果你不能去机场接他，安排同等身份或地位的人去接待。避免选择出租车或者豪华轿车服务去接重要客人，这不是热情的欢迎方式，很可能会误解成冷漠或者漠不关心。

罗格·阿克斯特尔说他用最艰难的方式学了这节课。“有一次，我雇了豪华轿车服务去机场接几位来自布宜诺斯艾利斯的重要客人。他们只会简单的几句英语。他们对芝加哥奥黑尔国际机场一点也不熟悉，他们经历了长途劳顿来到这里，也不清楚怎样选择交通工具来我的办公室，因为机场距我这里有 100 多公里。所以安排人去接他们十分有必要。尽管雇用的司机有他们的航班、登机口和到达时间等信息，他却两手空空地回来吞吞吐吐地说他找不到他们。我后来才知道我的客人在行李区坐了 3 个小时，他们以为我的司机迟到了。

“由于是周末，他们无法联系我的办公室，所以他们最后找到一位可以说西班牙语的人帮他们找到巴士服务才来到我们的城市。结束了这趟失败的接待后，后来我才知道他们到达的那天正好有位高级主管过生日。这简直是招待方的重大失误。”

求同存异。用开放的心态旅行，即便你访问的国家实力不如自己的国家。如果你用美国的生活标准与外国合作者的标准做比较，就会出问题。对你生活的地方感到自豪，这没有错，但是吹嘘和对比不利于建立良好的人际关系。

当你在公共场合，其他人都说着另外的语言，很容易忘记你身边的人可能会精通你的语言。几年前在意大利搭乘火车时，听到一个美国男

孩跟他的朋友说他更喜欢美国的比萨，而不是意大利的比萨。这是一句完全没有恶意的评论，但我还是为他感到尴尬。因为他没有意识到火车上还有其他人能够听懂他说的一字一句。

了解世界动态。房地产巨头唐纳德·特朗普成功地把公寓租给不同国家的人，因为他了解其他的文化，并落实到商务运作上。在他的书《致富王牌》里写道：“我一直生活在美国，但是我一直在努力了解其他的文化。我们对自己国家发生的事情耳熟能详，却很少了解其他国家发生的故事。”

通过读报、看新闻、听脱口秀广播，保持对这个世界的认知。你不必变成百事通，但是了解基本信息是有用的，比如你的国际客户喜欢什么食物，他们的国家重视哪些节日，有必要了解一下他们的政府。还有，在很多国家谈论他们喜爱的运动，可以让他们对你有深刻的印象。

注意非言语的暗号。美国人对沉默会感到不舒服。但是在一些国家，沉默被当作是谈判的工具，或者一个重新组合想法的方式。非言语的交流，比如身体原因和面部表情，可能比你用的任何字眼都有力量。仔细观察客户，搜集他们没有说出来的信息。如果你说得少听得多，可能会错过很多有价值的信息。

让自己熟悉不同的饮食习惯。如果你出访到国外，外国客户邀请你吃饭时，观察他们的用餐方式，不要做任何评价。观察其他的客人如何添加食物，如何表达自己已经吃饱。有些在你的国家里被认为是不好的礼仪，可能在另一个国家很常见。比如，在大多数亚洲国家，吃饭发出

声响不是一种粗鲁行为。相反，这是对厨艺的夸奖。如果你设宴款待外国访问者，要了解对方有没有忌口。比如，穆斯林和犹太人不吃猪肉，印度教徒不吃牛肉。穆斯林、摩门教徒和一些新教徒不喝带酒精的饮料。清理盘子的行为在不同的文化里有不同的意义。在泰国，留下一点食物，表示结束用餐，或者食物很美味。在柬埔寨文化里，如果清完盘子，意味着你想要更多，主人没有为你提供足够的食物。在马来西亚，收盘说明你很喜欢这些食物。

学习常用短语。在去国外之前和欢迎国际访问者来到你的国家时，学习一些常用的句子。你的努力会得到回报。柯克兰集团的创始人芭芭拉·柯克兰曾在 20 世纪 80 年代接待过一批 35 人的日本商人旅行团，她很快从谈话中找到了潜在的商务机会。柯克兰买了一本日语对话书，记住了一些短句，比如感谢您光临，我希望您能尽快回来。柯克兰说：“当我拿着扩音器用日语说了第一句话时，房间里的每个人都笑了，对我点了点头。在场的翻译员可以翻译我说的其他内容。演讲的最后，我的听众们都站起来向我鞠躬，然后递来他们的名片。我努力的结果就是，论起纽约的公寓，我比任何竞争对手都卖得多。”

首先使用姓氏称呼他人。美国人在很多商业环境下表现得不正式，通常直呼其名。然而，在有的国家“自来熟”并不会给人留下好印象，除非客户或同事告诉你可以直呼他的名字。用职位来介绍对方，这是一种尊重。在德国和意大利等国家，人们很看重博士或者教授这样的头衔。获得高等学位或者特别的技能需要花很长的时间，承认他们的地位是一

种礼貌。

准备恰当的礼物。如果你不做好研究工作，准备礼物这件事就会变得棘手。比如，在中国准备一份昂贵的礼物可能会被解读成贿赂，这你知道吗？在中东，交换礼物要用右手，因为左手要保持卫生。凯特·博纳多（Kate Berardo）是文化普及网站 www.culturocity.com 的创建者。她还是《工作的多样性》（*Putting Diversity to Work*）的合著者，说她几年前在一家日本公司工作时，才知道送礼有那么多讲究。她为她的经理和其他五位同事准备了一模一样的礼物。这是有问题的，因为它暗示着所有人都是平等的，有同样的等级和地位。当时，她还不知道日本人对阶层和地位的重视。当她给经理和同事准备了同样的礼物时，其实是削弱了经理的职位和权力。这让她的经理在工作组成员里丢了面子。博纳多说之后她再也没有犯过这样的错误。

尝试新事物，你也许会喜欢。当你在别的国家成为贵宾，人们会为你准备当地的特色佳肴。你的主人也许会等你品尝之后才会开餐。如果你不确定上的是什么菜，微笑着尝试一下。如果你不尝的话，可能会冒犯主人。尽量多吃，然后把剩下的放在盘子边上，这样看起来好像你已经吃过了。

恰当的身体问候。身体接触的问题，是国际商务交易中极其重要的一点。触碰谁、触碰哪、触碰的时间、理由、触碰多久、要多热情，这些规则在不同的国家里有不同的做法。在多米尼加共和国，亲吻脸颊是朋友间问候的方式。在法国，朋友间打招呼会亲吻脸颊的两侧。在中东，

很难见到两位男士手牵手同行。在多元文化的地方，亲吻脸颊成为越来越流行的打招呼方式。如果国际客户或者同事用亲吻来打招呼，你也可以这样做。如果你往后退或者推开他，也许会冒犯他。没必要因为个人打招呼的方式而冒犯他人，只要他是善意的，同时你十分了解他的话。如果你不确定如何跟国际客户或者顾客打招呼的话，可以用握手来开场或者遵循对方的动作。

耐心。和其他文化背景的人共事需要花时间。当你和一个时间概念与你完全不同的人工作时，交流会变得缓慢。决策方式也因人而异。美国的经理人通常自己做决定，日本的经理人则喜欢通过多数人投票做决定，协商的过程需要一定的时间。“美国人看重的是弹性。另一方面，一旦日本的经理人做出了决定，就不会轻易改变。”岩下充说。他是东京的一家管理咨询公司“跨文化商务交流中心”的负责人。耐心是商务谈判成功的关键。

小心你的手势。手势没有统一的含义。在你的国家里很普遍的手势，在别的国家里可能是一种冒犯。华盛顿的一家拉美餐厅老板曾经告诉我，他去巴西萨尔瓦多市采购时犯了一个严重的错误。一天，他和外国客户吃饭时，注意到一些当地的老顾客对着服务生跷拇指，表示对食物的认可和喜欢。然后他向客户演示在美国如何用手势式表达这种欣赏。客户带着惊骇和尴尬地告诉他刚刚他的手势在巴西是非常无礼的。幸运的是，他的客户原谅了他的无知。越少依赖手势去传递你的意思，你就能表现得更自信、更有见识。

提防意外。当你去另一个国家旅行或者招待国外的来访者，如果不学习他们的文化背景，最周密的行程和最善意的行为也可能出现问题。当原计划出现意外时，应该准备好替代方案。玛莎·罗格博士告诉我她第一次旅行去日本时犯了一个大错误。“我真不知道，用红色的墨水写人名是纪念去世的人或者在祭奠日上使用。”罗格说，“我意识到这一点后，重新买了一本书并用黑色的笔来写字赠人。自那以后，我经常花时间了解别的国家的习俗，以免冒犯了别人。”

学会幽默。旅行是充满压力的，所以需要幽默来帮你克服困境。远离（至少在心理上）那些糟糕的境遇，时不时自嘲一下。幽默能够解释尴尬，把你和大家联系得更紧密。

罗格·阿克斯特尔分享了一个故事。几年前，美国一家大型直升机制造公司招待一批中国客户时，做了错误的安排。

“这家大型直升机制造商为他们的中国客人精心准备了一场饕餮宴会，还准备了筷子和幸运饼干。当中国客人坐下来拿起了刀叉时，所有美国人却拿起了筷子。宴会之后，有一位中国客人开始品尝他的幸运饼干，几分钟后饼干里的幸运纸条从他嘴里露了出来。美国人不知道的是，幸运饼干是洛杉矶的一家面条生厂商在 1916 年发明的，亚洲人并不知道什么是幸运饼干，直到 1993 年万敦食品公司在中国开设工厂才把它带了过去。

知识能建立自信。在你开启下一段海外旅行之前或者会见国际访问者之前，可以去图书馆或者书店，或者在网上学习更多关于这个国家

的常识和他们的文化。访问 www.executiveplanet.com，寻找免费的关于商务着装、会谈主题、礼物赠送、娱乐项目、谈判策略等信息。在 www.culturegrams.com 里，你可以买到 180 个国家的宣传册，包括地理、风土人情。每一个文化单元都包含了关于问候、饮食习惯、手势、节日、宗教、重大事件、流行趋势等信息。

拓展海外商务之前或者接待国际访问者之前，学习行为、礼仪、举止和外交礼仪，对你的职业成功很有帮助。你能轻松地避免犯错，不会谈崩生意或者结束职场关系。你会变得更加虚心，心态也更加开放，继而帮你在全球经济中获得更大的竞争优势。

重要建议

敢于提问。

身处异国他乡，要调整自己的业务模式来适合特定的文化。

了解时事。

敢于尝试陌生的事物。

没有得到许可前，避免直呼他人名讳。

你的方法不是唯一的方法。保持开放的心态。

BUSINESS
CLASS

ETIQUETTE ESSENTIALS
FOR SUCCESS AT WORK

第九课

感恩的心，感谢有你

心怀感恩是最有礼貌的表现。

——雅克·马利丹 (Jacques Maritain)，法国哲学家

你最后一次收到手写的感谢信是什么时候？也许更容易记得的是，你最后一次期待收到别人的感谢信，却事与愿违。“我太忙了”是最常见的借口，解释了人们为什么不再写感谢信。小时候，有人教你手写感谢信有多么重要，不管别人为我们做了介绍或者任何特别的事情。长大后，我们收的礼物也许并非都是自己所需要的，但是如果我们不说谢谢的话可能会为此付出很大的代价。当有人花时间陪你、给你建议、伸以援手时，这些都是足够的理由，你应该对他们表达感激。

亚特兰大州的埃尔莱斯营销咨询公司的 CEO，畅销书作家埃尔·莱斯 (Al Ries) 说，这个世界有个最大的毛病，就是不说谢谢。“事情没做好或者忘记完成任务，就很容易想到批评人，但是很少有人记得遇到好事时说几句感激的话。”莱斯说。海尔·厄本 (Hal Urban) 在他的畅销书《人生最大的教训》(*Life's Greatest Lessons*) 里写道：“人们提倡天赋人权，享受着他人的服务和特别的关照，过去良好的礼仪修养在消失，谦卑的态度在转变，我们的感恩之心远不及以前了。”

根据马里兹公司最近的一项全国调查显示，不足 10% 的雇员表示他们的老板会对工作出色的员工表示感谢。超过一半的雇员说他们从来

没有得到过感谢，或者感谢的次数屈指可数。然而表达对他人的感谢，是我们示以尊重和礼貌的最佳方式，也是建立联系、加强情感、加深友谊和商业关系最可靠的方式。

表达感谢可以提升销量

唐纳德·特朗普（Donald Trump）说手写感谢信能影响你的成败。他在给我的一封邮件里写道：“人们不光记得你会花时间来写，他们也会认为你有思想、负责任、明白事理。这些都是做生意的良好品质。”根据罗伯特·哈夫国际的调查，75%的商务管理者在评估面试候选人时，会看重面试后的感谢信。不幸的是，只有 36% 的求职者这么做了。书写工整的感谢信能增加你加入公司的筹码或者在同等条件下增加你的竞争优势。“感谢信已经十分稀有，但这是一种最为简单直接的方式来凸显一个人的个性。”山姆·霍恩说。

多年前，我写了三份令人印象深刻的感谢信，帮我获得了一份很好的工作。当我面试布林克斯酒店的公关人员的职位时，面试官有销售主管、公关主管和酒店总裁。面试过程中，我观察到每个人的办公室的装饰特点。进销售主管的办公室时，我立刻注意到墙角立着一套高尔夫球杆，书橱里放着高尔夫联赛奖杯和照片。显然他很爱打高尔夫。总裁的墙上装饰了马球比赛的赛马照片，所以我认为他很爱马球这项运动。公关主管的电话旁边有一套小型的、黑白的陶瓷牛。

“你喜欢牛吗？”我问。

“是的，我喜欢。”她回答道。

面试之后，我走进一家商场，寻找有马和高尔夫球特征的卡片。每张卡片都写上感谢的话，分别寄给这位总裁和销售主管。我为公关主管买了一个简单的白色的5×7的迷宫拼图。用彩色的记号笔在拼图上写着：“让我帮你解决混乱的局面吧，就像找到丢失的拼图一样。”我在一张拼图上签了自己的名字。同拼图一起，我还写了一封致谢信，信纸上印的是一组卡通牛骑自行车的图案。我把拼图和感谢信塞进信封，密封好。然后我系了4个彩色的氦气球在信封上，由快递员送到公关主管的办公室里。她对我的努力和创意十分满意，第二天她打电话来感谢我。一周后我被聘用了。

感谢信不必像我给三位主管做的那样复杂。毕竟，我申请的是一个需要创造力的职位。在特定的情况下，准备的小礼物正好符合他们的性格特征的话，你会有更多的竞争优势。在大多数情况下，感谢信应该简短有深意。感谢信可以用于任何场合，比如见重要客户之后，和未来的老板做完面试后，当你收到礼物或者被邀请参加晚宴。当你打算写一封感谢信时，以下是可供参考的策略。

坚持手写。如果有人尽己所能帮你，没有什么比手写的感谢信更合适了。这样的表达方式，传递的是你愿意花时间坐下来，想着这个人。如果你认为你的字很难辨认，那就打印出来。只需要花几分钟来写一份简单的感谢信，尽力表达你的谢意，你能得到的回报不可估量。人们更

能记住你的感谢，即便他们忘记了曾帮助过你。

购买高质量的信纸。每个管理者都应该随身准备一些私人和商务用信纸。不要买那种普通的、封面上印着“谢谢你”的卡片，可以购买一叠高级的明信片，精美地印刻上你的名字或公司的名字。人们判断你的产品或服务的质量的方式之一就是看你使用的信纸。

保持简短。感谢信忌冗长。三到四句精雕细琢的句子足够传情达意。致谢信里提及一些关键事件或礼物。以下是例子：“谢谢你咨询ABC公司。我已经和贵公司总裁进行了第一轮协商，目前一切顺利。事实上，他打算在不久的将来使用我的几样产品。我非常感谢您对我的信任。再次感谢。”

把它寄给对的人。写感谢信，拼错别人的名字，记错名字或头衔，是很可怕的事情。为了保证获得正确的信息，离开前可以索要名片，或者打电话给公司的前台，或者访问他的个人网站。詹姆斯·卢卡斯是鲁曼国际咨询公司的总裁和CEO。他回忆起一位求职候选人因为健忘而失去了在那家公司工作的机会。卢卡斯说这名候选人在感谢信里写错了卢卡斯和助理的名字。“这名候选人没有花时间了解正确的信息，这就是证据。”卢卡斯说，“这是一次礼节上的大灾难，尽管她的出发点是好的。”

恰当地寄出去。一封感谢信比得体的举止更有说服力。别人为你做了特别的事情，可以在一两天后寄一封感谢信，真诚地表示感谢。即便你拖延了很久，也要寄出这封信。迟到总比没有要好。

保持私人联系。感谢别人是很重要的事情，技术进步带来了新的问题。在一些特殊的场合，电话致谢是合适的，再不济也应该发一封电子邮件。建议在非正式场合下使用邮件。因为发邮件感谢并不能给人留下深刻的印象。

芭芭拉·柯克兰说手写的感谢信要比电子邮件的分量重三倍不止。“收到电子邮件的感觉像闲暇时随手发送的，而收到手写的信有人会停下正在做的事，花时间记住你。”柯克兰说。不管何时你寄出电子版的感谢信，要记住的是接收人可能会误删你的邮件，或者你的邮件会被公司的广告过滤器拦截，永远到不了该到的地方。

小细节，比如寄感谢信，能提升你的竞争优势。一次雷诺克斯的礼节调查显示，很少有人会对别人表达感谢。有一半的人说自己不会经常说谢谢。记得表达你的谢意，不管是用手写的信还是小礼物，都有助于建立更亲密的关系，最后能变成事业上的机会。

奥兰多魔术队的高级副总裁帕特·威廉姆斯说，感激之心在各行各业都很重要。“感谢信和有意义的礼物会被收藏，不会被遗忘。”威廉姆斯说，“如果我收到一封很好的信，我会存起来，不会乱扔。”

福克斯新闻频道的商务新闻主持人尼尔·卡乌图每天都要写 5 至 10 封感谢信。“小事情带来大影响。”卡乌图说，“这是我每天的安排。就像一种锻炼。”卡乌图说，在电视行业里，一封感谢信能让嘉宾再回来参与节目。“早期，当我的节目还不为人所知时，我邀请 CEO 们上节目的唯一办法就是以个人名义打电话。从此以后我就保留了这个

习惯。”现在，卡乌图还能收到嘉宾们的回信，他们说自己以前从未收到过电视主持人的感谢信。

康涅狄格州的米切尔与理查兹高级男装的 CEO、《拥抱你的顾客》的作者杰克·米切尔，说感谢信是他的公司成功的关键。“我的初衷是把每位客户或顾客当成朋友。9 月到 12 月里，我给高端客户寄了 1300 多封感谢信。如果高管们都亲自写感谢信，那么你的雇员们都会看到这么做的价值。”米切尔说。

表达感谢的方式有很多。但是要记住——如果你打算准备一份礼物，购买礼物前最好研究一下这家公司的礼物政策。有的公司对赠送顾客或雇员收礼有严格的限制。还有，为管理层的人准备礼物要加倍小心。太私人或者太昂贵的礼物会被误解为行贿或者“拍马屁”。当你为老板或者公司的总裁准备礼物时，最好以小组或者整个部门的名义送出。

不管你选择什么方式来说谢谢，对你而言都是一件愉悦的事情。加州大学戴维斯的研究认为，只是想一想要感谢的人，都能增加你的幸福感。首席研究者罗伯特·埃蒙斯博士解释说，感谢能滋生出积极的情绪，促进人体免疫系统的工作。

表达感谢的方式

个性化的节日贺卡。如果你打算寄出一份印着公司欢迎词的卡片，可以写几句简短的话，附上你的名字。这样能给卡片更多意义，让收信

人觉得很特别。比如，“真的很高兴能和你今年在年会上共事。祝你和你的公司来年取得更好的成绩”，或者“谢谢你今年的认真工作。你是我们团队宝贵的财富”。

庆祝特别的时刻。除了在节日期间寄传统的卡片和礼物，还可以在一年中的其他时间里保持联系。“新年快乐”贺卡能让别人对你印象深刻。寄礼物可以和人们一起庆祝特别的时刻。玛莎·罗格博士说她喜欢收到照片集这样的礼物，她可以和家人一起分享。当她的客户或同事最近生了小孩或者领养了孩子时，她还喜欢送婴儿礼物。

送有趣的或者独特的礼物。礼物越独一无二，你越能被记住。我有位客户，拥有并运营着纽约的一家出版公关公司，送感谢信时还赠一只 Wild Republic 的毛绒小鸟玩具。“每个玩具都有一个真正的鸟的叫声。人们很喜欢这些玩具。”她说。“它让我的事业变得不一样了。”

当你花时间找到你的客户喜欢什么、使用什么时，你的礼物能给人留下更深刻的印象。马萨诸塞州的咨询公司卡特琳 & 库克曼集团的联合创始人凯瑟琳·卡特琳有一天收到了一位客户寄来的奇特的紫色咖啡壶，她感到欣喜若狂。有一天她和客户一起吃早饭，她说自己很喜欢服务员手里的那个壶。六周后，一个紫色的壶寄到了她面前。“我对这个客户印象十分深刻，他知道我喜欢什么、欣赏什么，他给了我很大的惊喜。”卡特琳说。

对于那些似乎拥有一切的人，苏珊 G. 科门集团的创始人南希·布林克建议以他们的名义向慈善机构捐款。这会给他们留下深刻的印象，

同时可以帮助到确实需要的人。纽约莉莲·弗农集团的创始人莉莲·弗农，喜欢送时令水果作为礼物。“送品质最好的水果，同时也能宣传健康的饮食习惯。”弗农说。

关注反馈。研究指出大部分不满的客户、顾客和雇员都懒得去抱怨，他们简单地另觅合作伙伴或者寻找其他的招聘机会。不要把消极的反馈当作坏事情。抱怨是有价值的礼物，让你看到你的客户在乎什么，能看到雇员对公司的满意度。时不时调查你的顾客、客户和雇员，确保你对待他们的方式正如他们期待的一样。如果他们按要求寄回了意见卡，可以给他们提供折扣，把他们的名字加到抽奖名单里。如果你给别人机会来表达他们的建议和意见，你会学到很多有用的东西，包括别人如何评价你的公司、产品、服务、管理模式。

感谢那些没机会合作的人。向合作的顾客和用户表达感谢，是容易的事情；如果没有机会合作，也要记得传递你的感谢。在工作场所，雇员很少得到承认，因为老板期待他们表现得更好。感谢信能提升员工的斗志，让他们知道自己的努力没有被忽视。当客户犹豫不决是否要选择你的公司、产品、服务时，你的感谢信就像最后的砝码。

斯普林特公司西北区的总裁詹姆斯·米奇说，如果一位潜在的客户不选择和你做生意，或者求职候选人落选，也要给他们发感谢信。如果是对客户，米奇建议这么说：“感谢你提供的合作机会。很遗憾我们推荐的方案没有被选上。如果其他公司没有达到你的期望，我们希望将来能一起合作。或者，如果你知道有人可以使用我们的服务，我们会感谢

你的推荐。”米奇见过有的客户在一两年后又转过来和他的公司做生意，因为他不怕浪费时间给他们发出了感谢信，让他们觉得自己很重要，得到欣赏。应该感谢所有的职位申请人，感谢他们花时间参加面试，感谢他们对公司感兴趣，不管他们有没有得到这份工作。

感谢那些帮你建立事业的人。当客户把你推荐给其他人，当你的员工完成了出色的工作让你的客户感到高兴时，你的事业会成长，会繁荣。不管什么时候，你的客户向你提交了一份订单，或者雇员获得了出色的绩效考评成绩，都应为他们准备礼物以示感谢。用礼物来肯定，是对辛勤工作或高度忠诚的报答。你送出的礼物，能传递巨大的信息，能够培养你的客户关系和员工忠诚度。大多数人都喜欢礼物，给他们最喜欢的餐厅或者美体沙龙的优惠券，或者音乐会、体育赛事、节日庆典的门票。雇员们则喜欢休假、奖金，送一张机票给他们去看望家人和度假。你会发现，从长远来看，准备礼物不会比更换员工的成本更高。和客户或者员工一起参加社交活动，提供更放松的氛围，联络感情培养好感。多年来，管理者们发现打高尔夫可以提供田园般的环境来发展业务关系。高尔夫的和缓节奏可以提供很多机会来建立友情、谈论生意。我的一位朋友是一名自由职业作家，她手边有大量的星巴克礼品卡，当她需要对员工、同事或者客户表示感谢时，她会手写一张卡片说：“一杯拿铁聊表谢意”。

交易之后保持联系。售后服务也会影响到事业的成功。感谢信和邮件是有效的方式，让别人知道你想着他们。利文吉公司是佛罗里达州德

尔雷海滩的一家互联网零售公司，总裁史蒂夫·利文说，写感谢信是他一天中最精彩的部分。利文每周平均要寄出 10 封感谢信。这是他和四家店里前 25 名顾客保持联系的方式。“我买了 100 美金的卡片，电话联系重要客户，感谢他们和我合作，让他们知道我在城里的时间。”利文说，“如果他们光临了我的商店，我很愿意当面感谢他们。”

举行晚会。举行晚会或者主持午宴时发言感谢你的合作者、投资人或者特殊的客户。日常的活动，比如烧烤或者野餐，有助于保持联系，让大家更好地了解对方。

通报进展。如果你认识的人或者共事的人帮助了你，给你介绍了一桩生意，或者提供了很好的建议，写一封信让这个人知道事情的进展，即便你没有得到这份工作、职位或者生意。

未雨绸缪。不要等到你需要推荐或者帮助时才联系别人。“你帮他们找到了工作，他们却没有感谢你，这让我感到讶异。”杰弗里·福克斯说，福克斯公司的 CEO，畅销书《企业造雨人》的作者。“他们不明白，为什么再找工作的时候你不愿意帮他们了。”保持联系，能让这段关系有机会继续成长。有时当你从新认识的人那里一无所获时，这些老伙计们能帮你发邮件或打电话跟进一下。

感激和小费

旅行或用餐时，表示感谢的方法就是给予额外的报酬，即我们熟悉的小费。“小费”一词是“快速服务”的首字母缩写。每次你开展私人

或者商务旅行时，有无数次机会用小费来感激那些沿途帮助过你的人。然而，如果你不熟悉给小费的惯例，你可能每次都要好好想想怎样做是正确、合适的，对方期待什么样的。

当然，小费问题远远不止发生在餐厅。很多人感到很疑惑，到底什么时候该给小费，给多少呢。给予某人金钱是重要的方式来表达你的感谢，但这是自愿的。在某些例子中，你给的小费数量能影响你享受的服务质量。如果你打算去美国旅行，可以参考下面的小费礼节。

在机场给小费：

- 机场行李搬运工：每个行李包 1~2 美元。如果你的行李很大或者很重，小费应该再多一点。
- 出租车司机：车费的 10%~15%。
- 轿车和豪华汽车：车费的 20%。
- 租车公司的货车司机：每个行李包 1~2 美元。如果你的行李很大或者很重，小费应该再多一点。

在酒店给小费：

- 门童：帮你把行李从车上取下来放在行李车上，每个包 1~2 美元。帮你在大街上叫出租车，1~2 美元。
- 行李员：每个包 1~2 美元，取决于包的大小和重量。
- 门房：10~20 美元用于特殊服务，比如帮你买很难买到的剧院门票或者

预定人气高的餐厅。

- 管家：每晚 2~3 美元。如果你要求管家提供任何类型的特殊服务，比如提供额外的毛巾或者牙膏牙刷，每件给小费 1~2 美元。你入住的最后一天，把钱放在信封里，写上“管家费用”，把它放在显眼的位置，比如枕头上或者浴室的洗手台上。

- 房间服务生：税前账单的 15%~18%。如果服务费已经包含在账单里了，额外的小费可酌情支付。

停车服务的小费：

- 如果你选择了酒店、餐厅或者购物商场的停车服务，服务员帮你停好车后应该支付 3~5 美元的小费。过夜的停车费用是另算的。

在餐厅的小费：

- 如果你要寄存衣帽或者雨伞，每件 1 美元。
- 为管家支付 10~100 美金，取决于场合、餐厅和你希望得到什么等级的服务。在入座前给小费。

- 等待的服务生：税前账单的 15%~20%；额外的服务应支付 20% 甚至更多，六人以上的大聚会或者在高级餐厅里至少支付 20%。

- 斟酒服务生：小费是自愿的；然而如果你举行了很大的聚会，你点了很多瓶酒，而服务生热情周到，可以给酒费的 5%~10%。

- 卫生间服务员：给你提供毛巾，或者你使用了洗手池上放置的任何物品，0.5~1 美元。

总之，给小费是随意的事情，给多少也取决于你。给小费是对那些为你做了事情、让你从中获益的人最好的感谢方式。你真心地给予时，你也会感觉很好，那些得到小费的人也会感谢你的慷慨。

重要建议

迟到的感谢信比不寄要好。

非传统假日里也可以寄卡片。

感谢那些推荐你的人。

不要等到你无助或者需要帮助的时候才去联系别人。

慷慨对待那些帮助你、给予你方便的人。

最后的思考

礼节的本质是一种礼貌和关心，我们能表现出的最好的礼貌是我们的热情友好。如果我们对他人的感受、意见和价值保持同理心，我们就是在练习内在的礼貌，所有的得体举止都是基于此的。虽然我们的工作环境急剧变化着，但是我们带着友善和体贴与他人打交道的方式不曾改变过。

我们都有能力成为最好的自己。海尔·厄本曾说过人性本善，只是我们没有因此得到过夸奖。他在《人生最好的课程》一书里写道：“我相信世界上绝大多数人都是守法的、友爱的、关心他人的。他们只是没有宣扬这一点。好人好事并不是什么新闻。”当我们给我们的合作者、客户和顾客展示出最好的自己时，我们就能从竞争者中脱颖而出，建立长久的职业关系。肯特 M. 基思（Kent M. Keith）博士写的“似是而非的十大戒律”，说明了商业礼仪课其实就是这么回事。

矛盾的戒律

1. 人是不讲道理的、不理智的、以自我为中心的。不管怎样，都应爱护他们。

2. 如果你做了好事，有人谴责你暗藏私心。不管怎样，还应继续做好事。

3. 如果你成功了，你会获得虚伪的朋友和真正的敌人。不管怎样，努力追求成功总没错。

4. 你今天做的好事明天就会被遗忘。不管怎样，继续做好事。

5. 诚实与坦率让你容易受伤。不管怎样，请继续保持。

6. 燕雀不知鸿鹄之志。不管怎样，要胸怀大志。

7. 人们同情弱者，却只追随赢家。不管怎样，要为弱者做斗争。

8. 你的多年心血所建可能毁于一旦。不管怎样，还是要继续建设。

9. 人们真的需要帮助，但是如果你帮助他们，他们可能会攻击你。但不管怎样，还应帮助他们。

10. 把你最好的一面给世界，世界可能把你打得满地找牙。然而，还是要给出你最好的一面。

致 谢

克里斯托弗·利夫曾说过：“很多梦想起初看上去遥不可及，也未必会实现，但当我们鼓起勇气时，它们马上变得触手可得。”一个人可以写一本书，但是他需要很多关心的人让它变成现实。对我而言，写这本书已经梦想成真。从概念形成到完成写作，每一步都伴随着成长的疼痛，但是每一步的付出都是值得的。写这本书带给我的骄傲、知识、自信，比我以前处理的任何项目都要多。

布莱恩·格里森，我的先生，谢谢你的耐心、鼓励和爱。没有你的帮助，我永远拿不出这些时间来写书。特别感谢你的支持，愿意承受我长时间待在办公室里，这样我才能完成这本书。

非常感谢丽塔·罗森克朗茨。你不仅仅是一名文学作家。在毛伊作家协会与你相遇，是我的幸运。你让复杂的文学世界变得清晰明朗。对你的诚实、平易近人和对这本书的信念，表示深深的谢意。

感谢圣·马丁出版社耐心的工作人员，特别感谢编辑希拉·卡丽·奥克斯。感谢你的判断和先见之明，让更多的人看到这本书。感谢我的文字编辑的专业能力和对细节的把控能力，感谢朱莉·蒙特提供了很多帮助。我很高兴和你们同在一个团队。

莱斯利·查尔斯，你是最棒的。你是一个绅士的批评家和编辑，值得信赖的建议者，值得模仿的老师。谢谢你在我最需要的时候给我动力。感谢撒西卡·汤姆林森、凯西·比尔和玛丽莲·威利森，给这个项目提供了行政支持。感谢哈利·贝克维思读懂了我要表达的思想，为这本书写了一篇杰出的推荐序。

多萝西亚·约翰森，谢谢你照顾我，奉献了这么多。我很自豪能成为你的学生。我从你这里接受的教育，奠定了这本书的基础。你的智慧和指导激励我把事业发展到新的高度，将热情跃然纸上，然后让新的管理者们能从这些商务礼仪中获益。在我心中你永远占据着特殊的位置。

我的好朋友戴尔·卡尔森，在很久以前我梦想开创自己的事业时就相信我的写作能力。苏珊·李博士，谢谢你的友谊、宝贵的意见和对这本书的热情。

感谢摄影师泰得·韦斯特、化妆师塔米·克洛斯比，你们的魔法让我看起来更美。感谢香农·麦克雷，为我提供了一套精致的套装，可以用于拍摄书的封面图。

感谢书中引用的所有人，你们奉献了时间和智慧让这本书更有深度。通过倾听和学习你们的故事，我自己也达到了一个新的高度。感谢你们。

最后，谢谢我的客户、大学学生、新闻报纸订阅者，你们知道商务礼仪在工作和生活中的重要性。我很幸运能和你们一起奋斗。你们教会我应该知道、需要知道的事情，满足我对知识的无限渴求。我深表感谢。

对方介绍完自己，2分钟后你就忘了对方的名字？

出席重要商务宴席时，用哪把叉子用餐？

如何恰当地买单？

你有没有冒犯了国际客户，发现后却为时已晚？

这些错误的存在，会妨碍我们前进。然而，我们可以通过学习一点礼仪避免这些失礼的行为。

礼仪是一套功能强大、实用、能为你带来实际盈利的技能，特别是在找工作、保住饭碗或想在工作中取得成功时。这是一套规则，一套指南，使你的职场关系更和谐，更有效率，更容易管理，更有意义。

国际礼仪专家杰奎琳·惠特摩尔从许多成功的CEO和高层管理者的经验中收集了各种贴士和战略方法、警戒故事，从中可以习得：

在会议室或餐桌前更加优雅和专业

掌握沟通和建立人脉的艺术，记住别人的名字

通过技术手段让沟通更有效

保持联系，培育职场关系，并把联系变成合同

每次都要准备有意义的感谢信，寄送恰当的商务礼品

培养“全球意识”，增强国际关系

这些课程会让你认识到对待同事、客户和顾客之间的细微差别，这有助于增加你的知名度、可信度和盈利能力。

电话服务

服务咨询热线：010-88361066

读者购书热线：010-68326294

010-88379203

网络服务

机工官网：www.cmpbook.com

机工微博：weibo.com/cmp1952

金书网：www.golden-book.com

教育服务网：www.cmpedu.com

封面无防伪标均为盗版

为中华崛起传播智慧

地址：北京市百万庄大街22号

邮政编码：100037

策划编辑◎马晋 / 封面设计◎ 门乃婷工作室

010-64822426

在今天的商业环境中，职业人都应该意识到，举止得体与否，协议是否恰当无误，都有可能营建或断送一段潜在的业务关系。

——托尼·亚历山德拉博士

《白金法则》的合著者

如何对待别人、如何管理自己，不是随便做做的，它们非常重要。如果你同意的话，那么这本书的封面就足以吸引你驻足停留。

——杰克·华伦蒂

美国电影协会前主席

这本书值得一读，它激励人心，并提供了大量有价值的信息。任何企业，不论是初创公司还是行业领导者，都能从本书中受益。

——利迪西亚·伯德里戈

《新时代的新方式：礼仪完整指南》的作者，在肯尼迪政府时期担任白宫社交秘书

这本书为追求成功的商业领袖未雨绸缪提供了方法。

——小亚力山大 M. 黑格上将

白宫前总参谋长，北约前指挥官，美国前国务卿

人们会根据你的态度和行为做决定，这本书会告诉你如何打造和维护积极的第一印象。

——布瑞恩·特雷西

《涡轮式战略：快速提升业务和利润的21种方式》的作者

一本调整必要商业行为的书，一本务实的、简单的常识指南。

——乔安妮·戈登

《快乐工作：100位女性喜欢工作的理由》的作者

此书是一本财富指南，将教会你如何成为一个有同理心、同情心和有效率的人。

——朱迪B. 罗森纳博士

《美国的竞争力秘密：关于尔湾市加利福尼亚大学研究生院女性管理者和女教授》的作者

一本非常宝贵的指南，这些礼仪解决方案能帮助你的个人和职业生活。

——查尔斯 P. 加西亚

斯特灵金融投资集团首席执行官

商业人士必须阅读的业务书，不论职级高低，因为客户和员工的态度会影响公司的盈利能力。

——李·埃利斯

CBS和甘尼特出版（美国周末）前副总裁

惠特摩尔用温暖、友好的风格书写本书，涵盖了从电子邮件到正式宴会的一切场合，通俗好记。

——卡洛琳 B. 埃尔曼

美国商业妇女协会首席执行官



机械工业出版社微信服务号

上架指导 人际交往·礼仪

ISBN 978-7-111-52446-5

ISBN 978-7-111-52446-5



9 787111 524465 >

定价：35.00元