

沟通技巧演讲稿(精选 18 篇)

(实用版)

编制人：_____

审核人：_____

审批人：_____

编制单位：_____

编制时间：__年__月__日

序言

下载提示：该文档是本店铺精心编制而成的，希望大家下载后，能够帮助大家解决实际问题。文档下载后可定制修改，请根据实际需要进行调整和使用，谢谢！

并且，本店铺为大家提供各种类型的实用资料，如合同协议、学习总结、生活总结、工作总结、企划书、教案大全、演讲稿、作文大全、工作计划、其他资料等等，想了解不同资料格式和写法，敬请关注！

Download tips: This document is carefully compiled by this editor. I hope that after you download it, it can help you solve practical problems. The document can be customized and modified after downloading, please adjust and use it according to actual needs, thank you!

Moreover, the shop provides you with various types of practical information, such as contract agreement, learning summary, life summary, work summary, plan, teaching plan, speech, composition, work plan, other information, etc. want to know different data formats and writing methods, please pay attention!

沟通技巧演讲稿(精选 18 篇)

演讲稿应该具备逻辑性、条理性和表达力，以确保演讲的效果和影响力。演讲稿的精彩之处在于准备充分，结构合理，内容生动。演讲稿的撰写需要注意与场合和听众的匹配，以确保能够产生最好的演讲效果。

沟通技巧演讲稿篇一

客户远不止是购买者；不应把客户服务仅仅视为客户服务部门的责任；优秀客户服务不仅是我能帮你什么；以客户希望的方式来对待客户，即尊重客户，包括他的地位和身份；遇见客户的真正需求；完成交易后使客户产生满足感；优质服务让更多的客户成为回头客，企业做好客户服务工作的目的这就是为了赢得更多的回头客，激发更多的客户用他的口碑进行传递，吸引更多的客户到企业进行消费。只有提供一种超越客户满意的服务，客户才会被感动。

- 1、始终喜欢客户，即使客户不喜欢你
- 2、欢迎客户对如何改进你的工作提出建议
- 3、和蔼地接受并处理客户的任何抱怨或问题
- 4、格外的关系客户
- 5、即使你不高兴，也面露笑容
- 6、调整心态，平静地接受坏消息或令人不愉快的时间安排
- 7、提供超出客户预料的服务
- 8、当你感到客户需要时，就向客户提供有帮助的建议和知识

9、详细解释你提供的服务所具有的特色和利益

10、不断地追求客户的称赞。

一、服务是最好的行销技巧

第一个层次(一个台阶)：基本服务(无怨言)

第二个层次(两个台阶)：附加值服务(满意度)

第三个层次(三个台阶)：超出期望值服务(忠诚度)

二、为什么需要客户服务

1、激烈竞争的市场，客户有更多的机会；

2、技术和产品的发展，需要更多地沟通；

3、客户对服务要求的提高；

4、客户看业务员——看他代表的公司；

三、服务建立人脉

1、人脉就是钱脉

2、月收入 3000 元以下靠勤劳，3000 元以上考服务精神和专业。

3、关系也是生产力

四、顾客流失的原因

失去的客户百分比 原因

1% 死亡

3% 搬走了

4% 自然地改变了喜好

5% 在朋友的推荐下换了公司

9% 在别处买到更便宜的产品

10% 对产品不满意

68% 服务人员对他们的需求漠不关心

五、一个不满意的顾客

1、一个投诉不满的顾客背后有 25 个不满的顾客

2、24 个不满但并不投诉

4、6 个有严重问题但未发出抱怨声

5、投诉者比不投诉者更有意愿继续与公司保持关系

6、投诉者的问题得到解决，会有 54%的投诉者愿与公司保持关系

7、如果迅速得到解决，会有 82%的顾客会与公司保持关系。

六、一个满意的顾客

1、一个满意的顾客会告诉 1-5 人。

2、100 个满意的顾客会带来 25 个新客户。

3、维持一个老顾客的成本只有吸引一个新顾客的 1/5 。

4、更多地购买并且长时间地对该公司的商品保持忠诚。

5、购买公司推荐的其他产品并且提高购买产品的等级。

6、对他人说公司和产品的豪华，较少注意竞争品牌的广告，并且对价格也不敏感。

7、给公司提供有关产品和服务的好主意。

沟通技巧演讲稿篇二

门诊是人流量相当密集的地方，在药房人员数量有限的情况下，高强度的工作容易让人将药品名称、数量拿错，更有甚者容易张冠李

戴。

经常有不少患者跑到药房来询问是否把药拿错。此时如果在药房人员心虚、胆怯、不自信的情况下说出无理由无证据的话，容易让患者抓住把柄。

因此，第一次接诊时的态度是非常重要的。如果接诊的好，可以避免后续的许多麻烦。但如果第一次就和患者发生顶撞，而到最后需要领导出面来调和解决矛盾的话，往往是得不偿失的。

那么此时我们在第一时间该用何种态度来接待患者呢？

现在的基层医院，多不具备处理此类纠纷的专门空间。因此在门诊窗口接待患者时，首先，即便在患者态度恶劣的情况下，也应沉着冷静，相信自己一定有能力处理好这类事情，并应相信患者的素质，不应把患者看作恶意滋事的医闹，而应看作一个明事理，有良好文化修养的人，只有先抱有一颗真诚待人的心，患者才会真诚待你。

在处理好患者情绪后，再根据电子小票查询该患者的药品，如果发药人有印象，就可以顺利将患者药品纠正过来，然后真诚的赔礼道歉。

很多药师认为在门诊药房调剂药品只是一项体力活动，实则不然。在门诊坐窗口的药师，除了要有好的沟通能力外，还需具备扎实的业务知识。否则与患者打交道的过程中，会非常吃亏。举个简单的例子：

一带小孩的家长来到门诊药房，询问为何药师给不满 18 岁的小儿发了喹诺酮类药物？如果药师的业务知识不扎实，很容易被此类问

题驳倒。

而一个有经验的药师会回答：18 岁以下的小孩在过去的理论上认为服用喹诺酮类药物会引起软骨组织损伤，但那仅仅是进行动物实验得出的结论，真正在临床中，只要在一定的剂量范围内使用，对儿童的伤害几乎是微乎其微的。在儿童因如因多重耐药结核病或儿童志贺菌感染时必须服用抗菌药物，而又没有其它抗菌药物可以替代时，喹诺酮类药物也是可以选择的。如果您不放心，可以咨询医师后，在我们药房换其它的抗菌药物。您看怎么样？此时如果是一个通情达理的患者家属，会不再继续纠缠。

这个例子说明，只有在具备了大量的专业知识和临床经验后，才有足够的能说服家属的话语。而要具备专业知识和临床经验，需要不断学习，不断更新已有的知识，要时刻关注这个领域最新的动态，包括卫生部网站里的最新的药品不良反应等。笔者最喜欢的药学宝典类的书籍是人卫版第 4 版，李俊主编的《临床药理学》。每天早晨起床第一件事就是翻翻。多看此类书籍，相信对广大药学工作者来说大有益处。

每一天的门诊药房的药品的消耗是由当天坐门诊的医师决定的。而每位门诊医师都有其固定的用药喜好。每天早上在知晓为哪位医师坐诊后，药师来到药房的第一件事情应是及时联系库房，为这些药品做好充足的供应。这样，在早上十点人流密集的时候，才不会因为药品的数量不足而捉襟见肘。

相信有不少药师都遇到过此类情况：有患者拿着手机、写有药品

名称的纸片或空药盒来向药房询问有无此类药品。此时，应向患者询问此类药品的通用名，无果后，可询问是因何原因而服用此药。如果在药房有类似的药品，可以向患者推荐同类药品。这个时候，就体现出了咱们药师的专业性，不断提高自己，也是药师的共同追求。

沟通技巧演讲稿篇三

这是一个十分重要的职场技巧，我们只有时刻听从当上司的指令才可以获取老板的青睐。当然，这是很关键的一招。当上司有什么吩咐时，能够冷静、迅速的做出服从的回答，相信你的上司一定会觉得你是名有效率、听话的好部属。

我们女性要学会委婉说话，这是有一定有好处的，当传来坏消息的时候，从容镇定，以不带情绪起伏的声调向上司汇报。不可慌慌张张，也忌讳使用问题或麻烦这一类的字眼，要让上司觉得事情容易解决，经常用我们能获得对话者的好感。

谈吐有技巧，一定要在适合的时候说出适合的话语。对于同事献上的绝妙好计，应当趁着上司听得到的时刻说你十分看重团队意识。在这个人人都想争着出头，一个不妒嫉同事的部属，会让上司觉得此人本性纯良、富有团队精神，因而对你另眼看待。

女人在在职场上，需要冷静，这是职场需要的必备法宝，这个女性不可少呢。我们女性想要成功就一定得有一颗冷静坦然的心。面对批评时，不卑不亢的表现令你看起来更有自信、更值得人敬重，让人知道你并非一个刚愎自用、或是经不起挫折的人。

请求同事的帮忙这这也是一个比较棘手的问题。当需要开口请同事

帮忙的时候，怎么开口才能让人家心甘情愿的助你一臂之力呢？送高帽、灌迷汤，并保证他日必定回报。而那位好心人为了不负自己在这方面的名声，通常会答应你的请求。

沟通技巧演讲稿篇四

敬爱的老师，亲爱的同学：

假如沟通是一扇门，那么语言就是这扇门的钥匙。

如果沟通的门通向的另一方是漆黑的深夜，那么语言的钥匙便引领着你走向皓月当空，繁星满天；如果沟通的门通向的另一方是一望无际的沙漠，那么语言的钥匙便引领着你走向鸟语花香的绿洲；如果沟通的门通向的另一方是浩瀚无边的大海，那么语言的钥匙便引领着你走向如宗悫般乘长风破万里浪。语言在沟通中是多么地重要！它是一把闪光的钥匙，使沟通直接到达人的心坎上。

恰如其分的语言表达，利于亲情的沟通。诚然，父母们都望子成龙，望女成凤。然而，当子女跌倒时，是痛斥没用的东西，怎么搞的，还是送以一句这次是有点失策，下回努力，即会收到截然相反的效果。当子女摘吃了早恋的禁果时，父母们是郑重声明：那不行，绝对不行，还是先说一句你的心情爸妈能理解再述之以理，效果更不用提起。尽管沟通的心都如月光般皎洁，但语言的表达却让沟通的效果不一样。可见，亲情的沟通，要用好语言的钥匙。

恰如其分的语言表达，利于友情的沟通。高适的莫愁前路无知己，天下谁人不识君与王勃的海内存知己，天涯若比邻，都用优美的语言送走了友人，达到了友情的沟通。李白《蜀道难》一文中劝说友人归

来的语言精辟，达到了友情的沟通。从李白的上有六龙回日之高标，下有冲波逆折之回川可知蜀道之难，难于上青天，友人便从言语中感受到友人的关怀，沟通也便到了心坎。沟通并不像白居易说的此时无声胜有声，它需要语言为它传达彼此的关切。友情的沟通，需要语言的钥匙。

恰如其分的表达，利于爱情的沟通。文学著作中简爱与男主人公罗伯特早期的认识，便因为罗伯特孤傲的语言表达而困难重重。幸好，简爱直接而爱憎分明的语言打破了两人间的障碍，两颗相爱的心才得以沟通。刘兰芝被遣回家时对焦仲卿所说的君当作磐石，妾当作蒲苇，焦仲卿誓天不相负的回答当中，爱情得到了沟通。爱情有时不能像柳永说的执手相看泪眼，竟无语凝噎，而需要沟通。爱情的沟通，需要语言的钥匙。

再看，触龙说赵太后、魏征谏太宗，无不以恰如其分的语言表达见称。君臣间的沟通，同样需要语言的钥匙。

一言以蔽之，请好好运用语言的钥匙，让沟通直接到达心坎上。

沟通技巧演讲稿篇五

在每个人的业务员的职业生涯中，一定都会遇到林林总总各色各样不同的人群，作为一名优秀的业务人员必须懂得观察客户的心理并引导他按照你的思路思考。市面上解读销售技巧类的书籍一直畅销，也许我们不可能将那么多的书籍全部看过，个人觉得将看过的东西理解、消化并结合自己的实际情况运用到工作当中变成自己的东西才是最重要的。

有关个人形象及礼仪，是每个业务人员上岗前的第一课。

与客户进行交流时，业务人员要注意说话和倾听的礼仪与技巧，要在说与听的同时，让客户感到被关注、被尊重：

说话时始终面带微笑，表情要尽量柔和。

沟通时看着对方的眼睛。

保持良好的站姿和坐姿，即使和客户较熟也不要过于随便。

与客户保持合适的身体距离，否则距离太远显得生疏，距离太近又会令对方感到不适。

说话时，音高、语调、语速要合适。

语言表达必须清晰，不要含糊不清。

想要引起客户特别注意的地方要加以强调。

如果客户没听清你的话，应耐心加以解释，并为自己没有说清表示歉意。

客户说话时，必须保持与其视线接触，不要躲闪也不要四处观望。

认真、耐心地聆听客户讲话。

对客户观点表示积极回应。

即使不认同客户观点也不要与之争辩。

称谓千万不要出错，这是对销售人员的基本要求。

要把与客户交换名片看做是一件很重要的事情，因为你的稍许懈怠可能都会被客户理解为自己不被重视。

时刻以客户为中心，摆正自己与客户之间服务与被服务的关系。

无论是说话还是倾听时都要全神贯注，说话时要关注客户的反

无论是打电话沟通还是当面交流，彼此之间都需要相互称呼，这就产生了在称谓上的礼仪要求。

有人认为一个简单的称谓不用讲究什么礼仪，其实不然。如果首先在称谓方面就使对方产生了不悦，那么接下来的沟通就很难产生积极的互动作用。所以，业务人员必须熟悉掌握与客户沟通时在称谓方面的礼仪。

业务人员至少要在开口说话之前弄清楚客户姓名的正确读法和写法。读错或者写错客户的姓名，这看起来可能是一件小事，却将使整个沟通氛围变得很尴尬。如果在见面之前对客户的姓名存有怀疑，那最好认真查一下字典，确定准确无误的读音之后再与客户联系。如果对客户名片上印着的客户姓名不能确定，那不妨有礼貌地直接向客户询问，而不是想当然地瞎猜。

任何时候，如果不能确定客户的职务或身份，业务人员可以通过他人介绍或者主动询问等方法弄清这一点。当销售代表把客户介绍给他人，或者与客户进行沟通时，还需要在弄清客户职务、职称的基础上注意以下问题：

称呼客户职务就高不就低。有时客户可能身兼多职，此时最明智的做法就是使用让对方感到最被尊敬的称呼，即选择职务更高的称呼。

称呼副职客户时要巧妙变通。如果与你交流的客户身处副职，大多数时候可以把副字去掉，除非客户特别强调。

握手作为一项最基本的社交礼仪，其传达的意义可以非常丰富，可是如果不掌握握手的礼仪与技巧，那就只能代表一种程式化的程序。利用握手向客户传达敬意，引起客户的重视和好感，这是那些顶尖销售高手经常运用的方式。要想做到这些，业务人员需要注意如下几点：

与客户握手时，业务人员必须保持热情和自信。如果以过于严肃、冷漠、敷衍了事或者缺乏自信的态度同客户握手，客户会认为你对其不够尊重或不感兴趣。

与人握手时千万不要戴手套，这是必须引起注意的一个重要问题。

关于握手时谁先伸出手，在社交场合中一般都遵循以下原则：

地位较高的人通常先伸出手，但是地位较低的人必须主动走到对方面前；年龄较长的人通常先伸出手；女士通常先伸出手。

当然了，对于业务人员来说，无论客户年长与否、职务高低或者性别如何，都要等客户先伸出手。

原则上，握手的时间不要超过 30 秒。如果面对的是异性客户，握手的时间要相对缩短；如果面对的是同性客户，为了表示热情，可以紧握对方双手较长时间，但是时间不要过长，同时握手的力度也要适中。作为男性业务人员，如果对方是女性客户，需要注意三点：第一、只握女客户手的前半部分；第二、握手时间不要过长；第三、握手的力度一定要轻。

美国著名的保险推销员乔库尔曼在 29 岁时就成为美国薪水最高

一次，乔库尔曼想预约一个叫阿雷的客户，他可是个生意上的大忙人，每个月至少乘飞机行 10 万英里。乔库尔曼提前给阿雷打了个电话。

阿雷先生，我是乔库尔曼，理查德先生的朋友，您还记得他吧。
是的。

阿雷先生，我是人寿保险推销员，是理查德先生建议我结识您的。我知道您很忙，但您能在这一星期的天抽出 5 分钟，咱面谈一下吗？5 分钟就够了。乔库尔曼特意强调了 5 分钟。

是想推销保险吗？几星期前就有许多保险公司都找我谈过了。

那也没关系。我保证不是要向您推销什么。明天早上 9 点，您能抽出几分钟时间吗？

那好吧。你最好在 9 点 15 分来。

谢谢！我会准时到的。

经过乔库尔曼的争取，阿雷终于同意他拜访了。第二天早晨，乔库尔曼准时到了阿雷的办公室。

您的时间非常宝贵，我将严格遵守 5 分钟的约定。乔库尔曼非常礼貌地说。

于是，乔库尔曼开始了尽可能简短的提问。5 分钟很快到了，乔库尔曼主动说：

阿雷先生，5 分钟时间到了，您还有什么要告诉我吗？

就这样，谈话并没有结束，在接下来的 10 分钟里，阿雷先生又

实际上，在乔库尔曼约见的许多客户中，有很多人是 5 分钟后又和乔库尔曼说了一个小时，而且他们完全是自愿的。

约访但不谈推销可以避免自己的销售行为被掐死在摇篮中，而且也能了解更多的客户信息。乔库尔曼就是本着这一原则，在很多的约访中坚持不谈销售，从而消除了客户的警戒心理，确保了和客户的面谈机会，同时也赢得了客户的好感。

沟通技巧演讲稿篇六

尊敬的 XX:

聆听擦腮而过的瑟瑟寒风，细细冥想，我们人类经历了无数次与大自然的沟通，一幅连绵雄伟的人类史画才得以绘成。试想，没有沟通这座桥，我们怎能完成从猿到人的进化，从古到今的超越呢？是的，沟通很重要，没有沟通，就没有儿女对母亲的承诺；没有沟通，就没有情侣死亡前不泯的誓言，没有沟通，就没有党员对祖国的无私奉献。抬头看吧，有了沟通，才有日月的替换；放眼远眺吧，有了沟通，才有青山和绿水的交融；侧耳倾听吧，有了沟通，才有东莺和西雀的和应。

由于共性，个体间的普遍联系，我们每个人的经验对他人就具有普遍的参考作用。我们应该多读书学习，多与人交流，取长补短。

我们应该不断学习、学习、再学习，所谓活到老，学到老。知识就是力量。我们应该学习古今中外一切文化，取其精华、去其糟粕、为我所用。这也是人脑计算机网络系统的应用。看别人写的书就是与

的人交流。多个人脑计算机系统的功能各异，互相交流、求同存异、取长补短，才能共同提高，并有加速提高的趋势。看书或网上聊天时，什么都必须经过自己的大脑，真善美的东西，适合自己身心两方面发展的东西就吸收；假恶丑的东西，不适合自己的身心两方面发展的东西就抛弃。但不要简单的抛弃，要把它当作教训处理，从而转换为好的东西一起被自己的大脑吸收，所谓引以为戒。

存在就是合理。古今中外，所有存在的东西都有其自身的合理性，都是宇宙总规律或客观规律作用的产物，都可以找到其中的种种玄机，为我所用，提高自己的能力。学习不再是个人的事，而是一个群体的事，大家的事，就可以充分利于神经网络、人脑网络计算机系统的优势，迅速激活每个参与者大脑的种种潜力，人体潜能。借助这个巨大的群体生物场，我们每个人都会受益无穷。

交流时必须注意，必须有严于律己、宽以待人的精神。有意见可以保留，关键在于是否能放下执着心，求同存异，才能共同提高。

提高自己的关键要运用否定之否定规律。

对自己要求要严格，要有上进心，要像高等数学中无穷大一样，目标要无限高、无限远，并且要有勇争第一、勇夺奥运会冠军的勇气和魄力。这样才能不断否定自己，不断提高自己。

对他人要宽宏大量，要虚心，要像高等数学中无穷小一样，把自己当一个白痴看待，把自己当作一个三岁小孩看待，直到感到自己似乎一无所有。这样才能尽可能的学习他人的长处、优点，也可以不断

否定自己，不断提高自己。

人生如逆水行舟，不进则退。

总之，我们大家都应该多读书、多与他人交流、严于律己、宽以待人，走双赢的道路。

谢谢大家！

沟通技巧演讲稿篇七

尊敬的老师，亲爱的同学们：

大家好！

时光，淡淡的浅浅的回忆。回味之后发现自己变了，认清这个事实，不知道为什么，总是有一些难过，多可悲啊，那些曾经的美好的我们拥有的，现在却慢慢远离我们，甚至永远也不会回来了。

还记得我的小学同学，毕业前一定要和我比身高，后来因为被别人说比我矮而气愤走开，然后就再也没有见过面，本以为就这样永远也不会再见面了。可是，三年后的教师节在小学又遇见了，那时候他已经很争气地高出我很多了，还是一如既往的瘦。只是经过了三年的疏远，以前整天的吵吵闹闹如今变成了淡淡的笑和礼貌性的问候了。印证了年年岁岁花相似，岁岁年年人不同了。

只是，在成长，在得到，同时也必须失去。

六月一日，儿童节，我们曾经拥有过它，但是已经不再拥有，我们已经失去了它，并将永远失去。

那个住在我们内心的少年，在过去某年的夏日里，点亮了天空，温暖了世界，六月萤火虫是天真的瞳孔，烂漫的光。

郭敬明曾经写下这一段文字：

我特别不喜欢看见童年时候的照片、日记、衣服、玩具、收集的书和唱片。它们像是累积起来的账单一样，历历在目地提醒我，这一路走来我放弃的，丢失的，以及我所经历的痛苦，还有为了成名和财富所付出的代价，和我被这个世界所改变的样子，每一次看见他们，我都会提醒自己，我再也变不成当初那个干净的少年了；更可怕的是，我再也不愿意变成当初那个干净的少年了。他被这个世界和我自己，联手摧毁了。

我怀念他。

不知道他是怀着怎样的心情写的这段文字，多多少少有些感伤吧。但就是这样，熟悉到已经成为我们生命的人，与猝不及防时被汹涌而来的时光淹没，转瞬之间，世界如同被移动过的复写纸，发生了细微但无法挽回的变化。

刚上小学的时候，老师说我是安静的，都不大讲话，和不熟的人讲话会脸红，现在想起来，我诧异。当初那么文静羞涩的我哪儿去了？虽然当初我不是热闹气氛的制造者，但从内心上，我拒绝孤独，拒绝冷漠。所以沉默了六年之后上初中就自然地恢复本性，活跃起来了。每天讲着最多的话，老是被值周班干部记下来，被老师叫去骂，写检讨，后来就意识到要顺从要妥协收敛一点了。可谁知高一进了一个最吵的班，又分到了一个最吵的位置，周围全是叽叽喳喳的人，后来他们几乎都去文科了，当初啊我就在想，他们这么吵，我怎么会沉默呢，可想而知，废话一下子就泛滥起来了。光阴流逝人在变。在我刚

决定要做个内敛的文艺青年的几小时后，就有人和我说我外向。

十年前，十年后，原来变了这么多。

以前，也曾听同学讲过：改变，是为了不被这个社会所淹没。

可是，我们改变了这么多，又得到些什么了呢？

曾经是一条谁也回不去的路，而我的记忆是你的笑容。

那些陪我一起傻过的人啊，你们在我身上留下了什么，我该死心塌地地找回你，还是要微笑后坚定转身，从此变得更聪明。

沟通技巧演讲稿篇八

没有不合适价格，只有不合适条款，要明白价格不是单纯的价格，价格的背后还有许多的附加条款，比如支付方式、兑现期限、税收安排、董事会安排、后期的整合安排等等，所以在并购谈判的一开始不要太着急谈具体的价钱，先慢慢的求同存异，谈一些双方比较容易达成一致的条款，等到对目标企业的谈判策略有了一些了解以后再涉及比较敏感、复杂的谈判部分。

并购谈判是一件耗时费力的事情，尤其是当并购陷入谈判僵局的时候，这时候更需要具备一定的耐心，不要轻易放弃，也不要盲目冲动、头脑发热，避免因急躁造成谈判失误。

在并购协议签署以后的整合阶段，沟通与谈判的重点又转向了并购之后的各种整合工作

经过前面的沟通谈判，并购协议的签署预示着并购交易告了一个段落，接下来是更为重要的整合阶段，在这个阶段，沟通与谈判，尤其是真诚、巧妙地沟通更是发挥着巨大作用。

沟通技巧演讲稿篇九

很高兴今天能站在这里与各位一同分享我们的演讲。今天我们演讲的题目是《学会沟通》。沟通是一门很广很深的学问，今天我们只是跟大家在有限的时间里讲一些我们所知道的东西，说的不全，请大家指教！

从前有一个国王做了一个梦，梦见自己的牙齿一颗颗掉光了。他很不安，于是他传了一个圆梦者来圆梦。

这个圆梦者说：陛下，这是一个不好的兆头。就像你一颗颗掉落的牙齿一样，你的家人也将一个个先于你死去。国王听了大怒，命令将此投入监狱，并吩咐再传一个圆梦者来。

因为他们的表达方式不同，沟通方法不同。那什么是沟通呢？我们该如何更好的与人沟通？

首先，沟通是人与人之间、人与群体之间思想与感情的传递和反馈的过程，以求思想达成一致和感情的通畅；是将信息由一个人传达给另一个人，逐渐广泛传播的过程。

有效沟通的第一步——学会表达

首先我想说的是学会表达很重要。

没有表达就没有沟通，可以说表达就是沟通的第一步。向其他人表达你的想法，主张，以到达我们想要的目的。所以在表达过程中我们应该注意以下几点：

- (1) 我们的准备是否充分；
- (2) 我们的表达是否恰当；

(3) 我们是否注意所表达对象的反应；

(4) 我们沟通的时间，地点是否恰当；

(5) 我们的肢体语言运用是否恰当；等。

所以，为了更好的与人交流，这些都是值得我们平时去注意和学习的。

有效沟通的第二步——学会聆听

其次我认为学会聆听很重要；

通过调查研究发现，在沟通中，活动比例最大的不是对话，而是聆听。有人说耳朵是通往心灵的通路会聆听的人到处都受欢迎等等。

聆听有很多的好处

1、它会使你准确了解你的沟通对象；

2、它能使你弥补自身的不足；

3、它能够激发沟通对象的表达欲望；

4、从别人身上你可以发现你在沟通方向的不足；

5、是你获得别人的信任和友谊；

所以，学会表达，懂得聆听，使我们获得更多的知识，这是我们走向成功的必经之路！

沟通是情感的桥梁，能缩短心灵的距离；沟通是情感的火焰，能够融化心灵的冰块；沟通是情感的纽带，能建立起相互的信任。沟通体现了人的一种气度，一种宽容，一种理解，更是一种工作方法。要把一件简单的事情做好，就是不简单，要把一件平凡的事做好，就是不平凡。因此，欣赏别人是一种境界，善待别人是一种胸怀，关心别

人是一种品质，理解别人是一种涵养，帮助别人是一种快乐，学习别人是一种智慧。

谢谢大家，我们的演讲结束！

沟通技巧演讲稿篇十

当消费者在卖场选购商品时，大多会左顾右盼，这时促销员要积极主动的上前进行拦截，因为，这时我们需要判断他们是哪一个品牌的忠实消费者？还是第一次来购买，所以我首先要询问，你好！你是来买 XX的吧！这时，她肯定会说我们来买 XX的，或者说我是来买某一品牌的产品！用询问的方法了解消费者的真实需求，从而对症下药！

当得知消费者的需求后，我们可以针对他们的需求做下一步的工作，如果他们一直使用某一个品牌，那我们可以说：哦，那个品牌也不错，不过，我们的产品在它的基础上又多什么新的功能、优势等，而且我们今天刚好有活动，所以我建议你，买我们这个品牌会更划算一些！

在和消费者沟通时，一定要换位思考，站在他们的角度上来给她们分析我们更多的优势，不能一味的站在我们想卖产品的角度上考虑问题；同时，帮助他们解决在使用惯用产品中存在的问题，拿奶粉为例：消费者说小孩子喝奶粉时出现腹泻等，我们就帮他们分析原因，查出根源；这个时候，消费者有种被关心的感觉，心理肯定很舒服！

解决消费者的问题固然能赢消费者的好感，很多时候，消费者对产品的了解特别是食用产品知之甚少，所以就是我上面说的，要做好一名最优秀的促销员应该先学会了解产品及侧面了解消费者家庭状

况；推荐适合消费者的频品牌，帮助他们解决问题！

作为消费者，永远都有想占便宜的想法，那么我们就要满足他们的这种想法，在介绍产品时，我们知道，很多时候消费者总想多要一些促销品，所以，如果在消费者犹豫不决时，可以给他们说：好了，这样吧，我看你也比较有诚意，我们也不想拉你这个客户，现在买的话，我们再多送你什么、什么礼品！这样，使消费者感觉自己又多得了些利益！

又着我们可以说：我们也知道那个品牌便宜，不过，很多消费者都反应，那种品牌存在的一些问题，我们的优势是哪些，而且，现在你也知道，一分价钱一分货，我们的产品虽然稍贵了一点，但很多消费者都觉得我们这个品牌很值得信赖！

有些消费者，在经过促销员分析后，还是对我们公司的产品半信半疑，这时我们的促销员可以给他们说：刚才那位大姐都买了3件或是说5件。或者说：你看，这是我记的客户报表，今天刚购买的5个客户，你可以打电话问一下，看我们产品是不是更好点？因为从消费者的心理来说，他们在没主见的时候，更愿意相信身边的人或是与同一个环境的人所说的话，所以，我们可以拿出实际的例子让他们看，以消除心理的顾虑！

当消费者在在购买与不购买这种选择的过程中，或者说不知道需要多少的时候，我们的促销员一定要立即帮他们做出要的决定。我们一定不要问：请问你要还是不要？我们一定要这样问你要3件还是要5件，然后接着说，其实要5件是最好，因为我们今天有活动，要

5 件的话，我们可以再多送你一些赠品！

据我的经验，消费者在听到这话的时候，很少说不要，他们会接着没主见的反问我，要多少呢？或是问他们身边一起来的人，要多少合适？这时，其实他们已经决定购买了，只不过还没有足够的理由说服她自己，因此，我们帮他们选择则是最好的促销方法！

当消费者有意向购买时，有的时候，他们只是想多要一点东西，或是觉得价格不合适，为了第一时间促使他们购买，那么我们的促销员可以这样说：你说那个价格真不行，昨天卖了一件比你这价格还要高，结果回去公司一算赔钱了，把我吵了一顿，你要是真想要，我只能说多送你一点礼品，就这还是偷偷送你，让领导知道了，肯定吵我！促销员如果这样说的话，消费者一是感觉已经在心理上占到了便宜，二是也会感觉我们干促销的确不容易！

其实这一招是根据那些卖衣服的经营者们学来的，我们在市场上随处可以，服装店外面有一个很大的条幅广告词：最后一天大甩卖！你要是明天去看、后天去看还是那句话！

有些消费者在第一次购买的时候，可能会观察一会儿再做决定，等到他们想买的时候，可能会说：我在这儿看，你们也没卖多少，或者说卖的不好。这是我们的促销员一定要警惕他们说这话的用意，意思是想让你肯定的说，卖的很好，如果促销员没明白他们说话的用意，认为就是卖的不好，那么，这笔生意肯定是完了。

当消费那样说时，我们要婉转的回答：其实在这里卖的说实在的，不如某某品牌，但是除了那个品牌，我们是卖最好的，或者说，卖的

不能说最好，我们这个店一个月也就是两万左右，这时消费者大都心里再想，一个月卖两万，其实并不少；或者说昨天一天卖了 6000 多元，昨天他们又没在，你想说卖多少就说卖多少？这也是一种渲染！

有些用户，心里很想买我们的产品，但是总怕买的比别人贵，总是说价格还是有点高，这个时候，如果说我们的价格在不可能更改的情况下，为了安慰他们的心理，我们可以说这个价格已经是最低了，不信你看我们的报表，全是统一价，你先说你要不要。这时他们肯定会说要，只是说价格高了一点。

这时，我们促销员接着说：你要是买的话，那这样吧，我在问问我们的领导，看行不行，如果他说就这价，那我也没办法帮你了，然后转身装作打电话，最后再给她讲，领导说了：这个价格已经是最低价了，那我实在没办法帮你，如果卖低的话，少的钱我得出；最后再将话题一转说：你就赶紧买吧，都是一样的价，我们不可能说骗你一个人！

沟通技巧演讲稿篇十一

尊敬的家长：

下午好！我是咱们黑羊小学的负责人刘社魁，非常感谢大家在百忙之中抽出时间到学校给您的孩子开家长会，这也说明每位家长对孩子的重视。首先，让我代表学校及全体教职工，对家长表示热烈欢迎，对大家关心教育、支持教育的行动表示衷心地感谢。同时也感谢各位家长对我校的信任。

今天邀请各位家长来的主要目的是邀请家长走进学校，走进课

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/786201102204010234>