# The Presentation Secrets of Steve Jobs

著 卡迈恩 • 加洛

一个人可以拥有世界上最伟大的思想 – 完全与众不同、别出心裁，但这个人必须能够说服足够多的人理解他的思想，如果不能，那么他的伟大思想就不足为奇了。

-- 格雷戈里 伯恩斯

在这个世界上，无论产品本身有多么伟大，如果没有一个强有力的品牌宣传者宣传并推动它，它的价值将无法显现。如果你不能吸引别人的关注，你的产品将永远失去成功的机会。你的听众不会关注 – 他们不能理解，也就不会感兴趣。人们不会重视那些无足轻重的事物，演讲要能唤起听众的梦想、活力和激情。一旦你仔细了解了乔布斯是如何精心的组织素材和发表演讲的，你会发现，你也可以具备超凡的能力。乔布斯的支配力和控制力激动人心，绝对超出常人。

你的效能取决于你通过语言和文字与他人交流的能力。 -- 彼得 • 德鲁克

乔布斯的几个技能：

* 策划电影 – 精心策划故事或概念
* 播放电影 – 将故事和概念娓娓道来
* 推销梦想 – 用新奇的新产品或新功能点燃听众的激情
* 策划高潮 – 给观众留下难忘的人生体验
* 电影谢幕 – 使听众成为忠实客户和传道者

乔布斯是一位艺术家，并与所有的伟大的演员一样，一刻不停的排练直到近乎完美。乔布斯的演讲非常像一出戏剧表演 – 策划精心，彩排充分，信息量大，娱乐性强，同时对观众有着很强的激励效果。

第一幕：将故事娓娓道来（7个场景），产品背后激动人心的故事； 第二幕：留下难忘的人生体验，有冲击力，观众“必须拥有”的体验；第三幕：精益求精，反复练习（肢体语言、口头语、服装）。

回答一个问题：你在推销什么？最鼓舞人心的沟通大师都有着共同的品质 – 无论是针对高深莫测的产品还是日常用品，他们都能阐明其中的价值和意义所在。长久的激情和感召力是一种使命感：WILL TO POWER。痴迷于一种愿景，用自己的表演来描绘大家值得努力奋斗的目标。**富有感染力的激情，感染并驱动众人前行。**

第一幕 将故事娓娓道来（P3）

编织故事情节和设计情节，是使演讲富于说服力和感召力的最主要的第一步。事先策划好扣人心弦的故事内容，配备简短而引人注目的标题，方便听众跟随他的思路步入下一步陈述的内容，同时不忘记引入一个共同的对手，提供戏剧所需要的情节冲突，引起听众的共鸣。

### 场景1 模拟幕后

**做幻灯片之前，就完成构思，幻灯片的意义在于使你的主题思想在听众脑海中形象化**，可视化。

市场就是一座大剧院，上演的剧情与舞台表演并无二致。

伟大的戏剧或电影必须包含的元素：冲突、抉择、对手和英雄。在打开软件制作演讲材料之前，用线框图串联起情节。亲自考虑演讲的每一个步骤：编写描述脚本、标注；制作幻灯片；亲自演示；很多细节，比如现场照明情况。

所有的一切都是关乎纸和笔的，在开始阶段，你脑海中的勾勒出来的想法非常重要。演讲者要把大部分时间用于构思、画草图和拟草稿。一个 1 小时的演讲，建议花 90 小时去准备材料，其中包括 30 页的 PPT，但是只有 1 /3 的时间用于制作 PPT，最开始的 27 小时应当被用于研究专题，收集专家意见，组织观点和思路，与同事合作，以及勾勒出故事的轮廓。

#### 慎用项目符号

好的演讲的 PPT 不需要出现很多文字，也不需要项目符号和编号。在进行演示时，PPT 的项目符号和编号是沟通中最无效的形式！取消或者加工这些符号。

一旦我们清晰的说明了故事情节，幻灯片设计起来就很容易了。一定要记住：**激发观众想象力的是你精心设计的故事情节！**好故事是演讲成功的一半。

不要着急启动你的计算机，一张纸，甚至一张餐巾纸，都来的比打开计算机要适合勾勒想法。

#### 伟大演讲的九要素

准备材料，打磨动人的故事的三个步骤：写作 -> 素描 -> 制片。你创作底稿的时候，实际上是尽可能的拓展视野，因为写作在设计开始之前就明确了你的目的，而底稿进一步拓展 PPT 的表现力，其视觉艺术效果给你的听众带来惊喜。手持完美的底稿，那么素描和制片就成功了一半，文字底稿必须优先于其他工作完成：借助纸笔、思维导图、白板。

亚里士多德的演讲经典五要素：

1. 讲述一个故事或提出一个观点，激发听众的兴趣；
2. 抛出一个问题，必须得到解决或回答；
3. 对你提出的问题给出答案；
4. 描述采纳你的解决方案能带来的具体益处；
5. 号召听众行动起来。比如：现在就出去买一个吧！

##### 断言

###### 1/9 精悍的标题

你想带给听众的最伟大的想法是什么？必须简短易记，使用主谓宾的语序。比如“今天，苹果重新发明了手机”。

###### 2/9 激情声明

亚里士多德是公共演讲之父，成功的演讲者都有一种精神病态，对演讲主题充满激情，一般的沟通者很少对他们的话题表现出兴奋感。演讲者表现出的兴奋感，让人感到眩晕，那么就对了。这需要：1、对自己诚实，你要找到自己的热情，不屑于被外界认可的那种，你从一个地方到另外一个地方去述说你的理想；2、身体状态好，有旺盛的体能，这样你才能表现的心驰神往，让人为之倾心、着迷。

激情声明：我非常兴奋，因为此产品（公司、精神、功能等）\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

排练一场“激情声明”，用一句话简单明确的告诉你的潜在客户，为什么与他们合作让你感到激动不已。

###### 3/9 “3” 条关键信息

确定标题和做出激情声明后，写出三条你希望在场的听众接收的信息，要做到他们不翻笔记就很容易回想起来的内容。**要记住，你的听众最多就能记住 3 条**，每条你又要准备充分的素材，他们才能记住。

###### 4/9 隐喻和类比

有了关键信息和支持点（1:3 关键信息：支持点），接下来就要确定修辞手法，亚里士多德说隐喻是迄今为止最有意义的手法，比如“电脑就相当于是 21 世纪人类的自行车”。非常精彩的隐喻。类比是隐喻的近亲，比如“微处理器就是计算机的大脑。”这两个修辞极大的促进了听众的理解，在演讲中坚持**重复**使用。

##### 第三方证言

###### 5/9 与合作伙伴分享舞台

对相互支持成功的，对成功有所贡献的人，分享舞台。和员工、合作伙伴以及产品一起分享。

###### 6/9 提供客户证据

提供“客户证据”和第三方推荐材料是营销过程中一个重要环节。你的客户想听到成功案例，影响销售的关键是口碑。成功的产品发布会会邀请那些使用过测试版的客户，他们可以在现场为产品提供保证，在演讲中也可以提供客户的认可作为证据。引入客户的口头评价很简单：录制一段短片，嵌入你的网站或演讲材料，邀请客户亲自参加（或远程摄像头出现）。可以在产品演示环节或一项重要的销售会议。当你的客户看到对商品的评价出自他们信任并尊重的某份出版物、公众人物之口时，他们会心情舒畅的购买。

##### 多元化视听体验

###### 7/9 例证

当产品有 300 项功能，你在演示现场能做的，就只是找到 10 项功能进行讨论和展示、并不是要简单的罗列这些功能，而是**坐下来，向观众们一一解释**它们如何使用（WHY:HOW:WHAT）。你的产品能否自己展示优点呢？如果可以，让你的听众看到、触摸到（现场发产品、使用电脑给客户操作，用实物！）。

###### 8/9 加入视频剪辑

在演讲材料中嵌入视频有助于突出演讲的效果，比如广告片段、员工感言、产品介绍或该产品使用的场面、客户的肯定评价等。视频剪辑的长度不应超过 2.5 分钟。

###### 9/9 图表和道具

学习者三种类型：视觉型（多数人）、听觉型（听众）和运动知觉型（喜欢感觉和触摸）。一次精彩的演讲可以使用PPT、白板、图表等小道具。

幻灯片本身不会讲故事，让故事生动并打动观众内心的是你自己，PPT 是配合你讲故事。

比如，使用 2x2 二维空白表格。1996 年，Steve Jobs 回到苹果，当时苹果有40多种不同类型的产品，他精简了产品线，并说明：只要四个产品。

At the time Apple was making a bunch of different products for a bunch of different people, and none of it made any sense. After weeks of meeting with product people he had heard enough, writes Walter Isaacson in Steve Jobs. He shouted "Stop!" in the middle of a product meeting and said, "This is crazy." He went to a whiteboard and drew up the chart below which was a simple cross. At the top it had consumer and pro. On the sides it had desktop and portable.

表格

描述已自动生成

*By focusing on just four products Apple was able to start its comeback.*

不要急着将故事转化为数字形式予以展现，而是在模拟阶段多花时间，把计划写在：白板、便签、白纸上。

### 场景 2 回答那个最重要的问题

以“客户为中心”，从客户体验入手，然后再追溯技术寻找答案。客户永远不满足。你的听众在期待重要信息。我为什么应该关心你说这些？也就是，**你的产品如何改善他们的生活**。他们需要在幽默轻松的氛围中，了解新的知识。

你必须坦白直率的回答这个问题，这样就能抓住他们的注意力，自始至终的耐心倾听。你的回答要避免使用术语，尽量少用术语，简单的回答最重要的问题。如果你的产品能帮客户赚钱，或者省钱，直接说；如果能帮他们更快更轻松的执行特定任务，直接说。尽早的告诉他们，频繁、清晰的告诉他们。不需要让人猜测，在解释新产品和功能之前，先向人们说明它们将如何改善用户的体验。

**大脑是懒惰的肌肉组织，总是试图节约能量。**使听众的大脑紧张，他们就会失去耐心。

传播产品的福音，本质是热情的向人们展示你们一起如何改写历史。传播福音和现金流无关、和盈亏能力无关、和合作营销无关。这是一种最纯洁的热情的推销形式，因为你推销的是一个梦想，而不是一个有形的实物。

**避免使用堆砌的术语，反复的明确的回答最重要的问题，使用不同的形式，重复回答，保持一致。**

### 场景 3 我要成为救世主

要富有激情的演讲，重要的是你，不是道具！**你是整个演讲中最重要的，你的精神状态决定演讲效果。**

**在舞台上，表现出激情、活力和兴奋。**

是毅力将成功与不成功的企业家区别开来，而毅力来自于激情。

乔布斯会频繁的叫你的名字，不时的和你保持目光交流，用他那惯有的，激光一样的眼神注视你，他有如电影明星般极具催眠能力的双眼，但真正抓住你内心的，是他说话的方式 – 极强的语言节奏和令人难以置信的热情，这使得他无论说什么，都有无法让人抗拒的感染力。他的演讲充满激情、热忱和力量。

我们每个人都有人生目标，越早的树立目标，就越早的和周围的人区别开来，从而避免陷入和左邻右舍攀比，例如，为了追逐金钱而迷失人生目标。追随自己的内心和对工作的激情，金钱会如期而至。为正确的核心价值和使命感所鼓舞的人所赚的钱比纯粹以赚钱为目的的人赚的钱更多。在做一份你不感兴趣甚至厌恶的工作时，你很难缔造财务佳绩，激情 – 一种救世主特有的激情，让世界变得更美好的激情，才能使人精神振奋。

伟大的演讲大师之所以充满激情，是因为他们尊重内心的想法。他们语言成为释放激情的舞台，进而唤起听众的热情。唐纳德 • 川普说：如果你缺乏激情，你就缺乏精力，如果你没有精力，你将一事无成，最终一无所获。**所有的一切都始于激情，当你为客户或员工描绘一个更有意义更精彩的世界，使他们可以在你描绘的新世界中充分发挥创造力，共同创造一个美好的未来时，你的激情就可以唤起听众的热情。**

领袖天生对美好的未来心驰神往，如果你急于改变常规，迫切追求进步，并对现状极为不满，你就具备了成为领袖的气质。**你看到了一个更美好的未来，“目前是什么”和“未来是什么”的差距总是鞭策着你，燃烧你的激情，激励你行动起来，促使你不断前进。这就是领导力。**

乔布斯从来没有一心一意的生产电脑，他的内心真正的伟大的理想是 – 创建挖掘人类潜力的工具。他的热情在于设计出使客户工作时，心情更加舒畅的艺术品。为人类有更高的可能性，自我超越而奋斗。

乔布斯谈苹果文化：苹果公司的发展是一场不可思议的旅程。我们一起创造了令人惊讶的神话。使大家维系在一起的，是我们共同的目标 – 改变世界。一开始大家才 20 多岁，几乎没有人成家，一起疯子一样忘我的工作。大家感觉自己在从事艺术创作一样，最终形成了集体艺术作品，公司的文化精髓会延续，人们为之贡献创造力并惠及更多人。

**创建品牌：你必须满怀热情，追求梦想，敢于尝试一些未知的事情，坚持核心价值观。**

有些管理人员，不擅长表达情感，在公众面前描述他们的梦想时感到别扭，但是唯有激情和情感才能吸引和激励其他人追随你的梦想。沟通大师们对自己的产品充满热情，相信产品可以提升顾客的生活质量。他们敢于表达自己的情感。【BRING INSIDE OUTSIDE】

**没有任何技巧可以补充热情的缺少，不是你的产品，一些由技术支持的小玩意，而是你的热情，你的对这些小玩意能改善用户生活的热情，带给你对周围的人的影响力。**

Steve Jobs 经常激动的哭了，很频繁的，当他被打动的时候，他通过这样的方式表达自己。不论你在什么行业工作，不管是农业、汽车、科技、金融还是其他任何行业，你都能讲出一个有关自己的动人故事。在你讲述的时候，要和听众分享你的热情，这是一种感情，有穿透力的感情，打破偏见、局促、自私，直抵内心温暖的地方。

**找到自己的挚爱，然后满腔热情地去和他人分享。**

**创造梦，造梦，指引别人前进。世界需要领导者。**

### 场景 4 你需要一个短标题

使用一语中的的标题，将标题浓缩到简单友好。简单的幻灯片可以使观众集中注意力，过多的文字铺陈使听众疲倦，进而分心。

产品会有很多特色，但是只能用那个最有利、最吸引人的去传播。

只有简单的断言，才能通过重复，形成传染。在演讲时，先揭露标题，然后详细地解释标题，接着反复强调，直到观众完全了解。创建标题要从用户的角度看。标题不涉及细节，一句话讲一个故事。你的标题为你的听众提供了一个更美好的关于未来的憧憬，这和你无关，却和听众利益息息相关。

你说话，也要抛弃术语、累赘、琢磨不同的话。

### 场景 5 通向未来的路线图

**使用“3”的原则**，这样论点容易接受和跟随。每次演讲开始，都要介绍演讲提纲 – 包括三大部分，引导听众跟随节奏。

首先概述 3-4 个要点，然后回到第一个要点，深入解释了每一个要点后，最后汇总各要点，逻辑系统严密。这是确保你的听众和你保持同步，进行信息分享的简单秘诀。

你的幻灯片和你的叙述交相辉映，没有必要将幻灯片制作的过于复杂。

**创建一个要点清单，你想向听众介绍的产品、服务或什么。对清单的要点进行归类，最后剩下三大类或三组，这三组形成了你的口头演讲的路线图。根据三大关键信息，运用修辞手法以加强叙述效果，其中可能包含：个人的故事、事实、例子、类比、隐喻和第三方的推荐信息。**

一个三的案例：

Jimmy Valvano 的著名演讲，1993年，他说“对我来说，每天都应该做3件事情，生命中的每一天都不例外，第一件事就是开心的笑，天天如此。第二件事就是思考。每天你都应该静下心来，花一定的时间思考。第三件事就是感动落泪，无论悲喜，你应该尽情的释放情绪，直到感动的泪流满面 – 可以是幸福或快乐的泪水。想一想，如果一天里，你放声大笑过，你勤于思考过，你尽情哭泣过，那么你这一天就不曾虚度。若能持之以恒，生命就别有洞天。癌症可以带走我所有的体能，但是它不能触及我的思维，我的心灵，我的灵魂。生命中的这三件事 – 欢笑、思考和感动，将会持续下去。”

### 场景 6 如何描绘竞争者

**听众期待的，就是看到英雄与对手展开激战。**为每场演讲都树立强劲的对手，观众也视其为对手，现场随即因为矛盾和冲突的存在而变得群情激昂。引入对手，就位英雄出场做了铺垫。

*蓝色巨人将主宰整个计算机行业，引领整个信息时代吗？乔治 • 奥威尔的预言会成为现实吗？ -- 1984 年超级碗 APPLE 广告*

*欢迎你，IBM，我们不是开玩笑。欢迎进入这个自计算机革命爆发35年以来，最激动人心、最重要的商业市场、也恭喜你生产了自己的第一台个人电脑。电脑真正的力量回归人们手中，极大的改变了人们的工作、生活、学习、沟通和利用闲暇的方式……我们真心期待，在双方付出巨大的努力，将美国的科技传播到全世界的过程中，能保持基于理性的竞争。我们对这个承诺的意义和价值深以为赞，因为我们所做的一切将以提高个人生产效率的方式增加整个社会财富。欢迎你也承接这个使命。 -- 1981 年华尔街日报 APPLE 广告*

**这两个广告，内容十分大胆和理想主义。**

在演讲中，引入对手的概念，提出需要解决的问题，使故事有说服力，让听众可以团结在你周围，和共同的敌人作战。引入对手（或问题）唤起听众的正义感，使其紧密的团结在英雄（解决方案）周围。要用问问题的形式，尤其是反问，让听众思考，没有问题便没有思考，就没有铭记。

宗教 – 庄严高贵的传道，神秘的符号和仪式。商业上成功的公司，如同宗教一般：一群人有共同的愿景和明确的敌人。有一个明确的敌人为我们创造了一种机会，我们不仅仅可以清晰的表达并展示我们的信仰，而且还可以将我们忠实的信徒们紧密的团结起来……这种我们主动宣布挑战的策略会吸引我们忠实的客户，引发争议，提高忠诚度，并迫使我们展开思考、争论，当然会引起购买行为。

面对共同的对手就是大的背景，“不要从细节开始，要从问题的本质和关键信息开始”。

大多数企业家都不能讲出一个引人入胜的故事，因为他们直接跳到产品介绍环节，而没有说清楚问题。如果某个创业者还没有提出问题就抛出解决方案，就会让人觉得索然无味。投资者购买的是思想观念，因此，他们希望知道该公司的产品针对的是何种普遍性的问题，问题的解决方案，远没有问题本身具有吸引力。等到问题和解决方案确立下来，在考虑市场规模、竞争和商业模式等问题，投资者才会感到自然，容易接受。

电梯游说：在 30 秒内，可以用几句话回答四个问题 1）你是做什么的；2）你解决什么问题；3）你如何做到与众不同；4）我为什么要关心。

实际上，要做好，除了对自己的产品的本质和功能纯熟，张口就来以外，还要快速的计算环境，找到好的入口，导入产品。没有一个提前的文本，一切都是随机应变。

在演讲环节，尽早引入共同的对手，在提出解决方案之前，先告诉听众，根本问题之所在，你可以为听众画出一张生动的图片，指出听众的顾虑，并剖析痛苦产生的原因，然后向听众提问：为什么我们需要这个？**花一些时间，详细的描述问题，使其具体化，并分析听众的痛点。**

### 场景 7 揭秘战无不胜的英雄

**英雄的出现，就是让人们团结在他周围，斗志昂扬的征服共同的敌人，英雄要更卓越、更有效率，积极打破现状的桎梏，激励人们拥抱创新，感受明天更美好的生活。**

一旦对手得以明确，接下来就是揭秘即将拯救世界的人物 – 凯旋英雄 – 的时刻了。英雄征服了敌人，赢得了在场观众的心，他的背影逐渐消失在夕阳下，留给我们一个更美好的世界。

很多经典的广告证明：引入问题并提出解决方案，其实并不需要太多时间。记住，在用广告妙语收尾之前，不要耽搁太多时间。

要剔除令人心烦意乱的数据、统计资料和专业术语。

第二幕 留下难忘的人生体验（P109）

把握好前 10 分钟，所有的注意力在前 10 分钟，这之后，不管你安排什么，人的大脑都开始有惰性了，倦怠了。这也是说，每隔 10 分钟，就要来点新的东西，不要一直讲，比如换一个人，播放视频、音乐。

听众听演讲，并不能学习什么深刻的，理性的东西。听众期待和能接受的，就是感官的刺激、感性的体验，听众在看的是你的表演。

### 场景 8 让 PPT 返璞归真

极简主义，禅学造诣。在演示重要信息时，要点提示是最无效的。包括大标题和小标题，编号，让你的听众看到之后，产生信息过载，大脑在这时工作非常辛苦。在幻灯片上，显示演讲者口述的一样的文本，效果就是非常差。演讲者是主角，幻灯片是配角！在保证可以脱离幻灯片的情况下，才使用幻灯片。幻灯片是增强视觉效果，而不是传达信息。你给听众的是情感，不要用太多理性的、说教的幻灯片折磨听众。米开朗基罗说，雕像本来就在那里，我只是去掉了多余的东西而已。禅宗佛教的核心原则就是朴素（kanso）。日本禅宗告诉我们，通过简单至纯的方式可以表达极度的美感，强有力的传达信息。朴素、摒弃杂乱、一丝不苟的设计理念和作风，是能唤起热情，长期热情的价值取向。

多余的、无关信息越少越好，一张理想的幻灯片包含一张图，同时配以简单醒目的线条箭头，将观众的目光聚焦在你希望他们关注的焦点上。观众不愿意在屏幕上找到认知信息的位置。

线条画、三言两语，加上丰富多彩的图片和照片，组成了乔布斯演讲幻灯片的大部分内容。

#### 留白

欣赏 Slideshare 幻灯片设计比赛中获奖者作品。

The World Best PowerPoint Presentation

<https://www.bestpresentation.net/best-powerpoint-presentation/>

#### 图片优势

删除带有项目编号的，统统删除。通过可视化的表现形式再现思想是强有力的，心理学家专门用术语来表述这个概念：图片优势效应 PSE，人们对图片的记忆总是优于文字。大脑皮层处理图片信息更得心应手。

#### 简明英语运动

清除口头或书面中，琐碎的表达。更准确、清晰，易于理解。简明的原则适合幻灯片，也适合言辞。**观众去现场是看你的表演的，而不是去读你的演讲稿的。**尽可能的为他们画图，一个简单的标题、几句简短的话，搭配精心挑选的图片或几何图形，简单的组合。使你的演讲更吸引人，让更多人记住它。

如果你无法简单的解释，就说明你根本没有理解透彻。 -- 爱因斯坦

### 场景 9 精心修饰的数字

联系背景情节，修饰统计数据，数据与读者建立关联。

“到目前为止，我们已经出售了400万部 iPhone 手机。如果你除以 200 天，那么意味着平均每天售出两万部 iPhone。”

“把 1000 首歌装进你口袋”，他没有说，iPod 的存储空间是 5GB。

“花一半的钱，快两倍。”

“iPod 和一副扑克牌同样大小。”

类比法是融入数据的好方式，因为类比是大脑理解事物的快捷方式。**用修辞手法装饰你的数字。**创意越复杂，就越需要修辞手法。不管你身处什么行业，单纯的抛出数据对周围的观众几乎没有影响，除非你赋予他们意义，将数据和你的听众相关的事物结合起来，进行比较，可以将数字的信息变得更有意义，更有影响力，最终也会更有说服力。

不要一次性抛出太多数字，仔细选择关键的数字。

### 场景 10 那些超酷的词汇

“令人难以置信”“酷”“棒极了”“魅力十足”，经常使用它们，这样的词汇带动情绪，激活想象。

**词汇少、不抽象、具体、简单，但是充满感情词汇。**术语和行话在演讲中，毫无意义，只会导致晦涩难懂，说服力会下降。尤其是公司的使命宣言，一定要简单。

简单，具体，感性！

永远不要忘记，你的客户就是你的营销队伍。用你的客户喜欢的话。

整理你的剧本，删除多余的语言、专业术语和行话。编辑、编辑、再编辑、删除、删除、再删除。

### 场景 11 舞台分享者

演讲是一出舞台剧，一幕交响乐，高低起伏，让人激情澎湃。

莫为历史所羁绊，放手而为创造绚烂。 - 诺伊斯，英特尔联合创始人

#### 大脑渴望变化

伟大的表演艺术家经常被认为是给与，他们帮助其他的角色在舞台上更加出色的表演。大脑渴望变化，伟大的演讲者将时间控制在 20 分钟内，乔布斯的演讲经常持续一个半小时，他的秘诀是加入示范演示、视频剪辑、引入重要的演讲嘉宾。

#### 人们为什么购买

**将客户的推荐整合到演讲材料中，最简单的方法就是将客户谈论产品的场面拍摄下来，编辑为不超过两分钟的视频片段，加入到你的演讲材料中。**

最佳销售工具 – 一位客户的认可。客户评价和推荐证明书都是很有说服力的，口口相传是影响采购决策的首要因素。成功的公司都清楚，信誉良好且满意的客户群是销售成功的关键。

#### 把功劳归于应得之人

公开的感谢员工、合作伙伴和客户，将功劳归于他们，坚持不懈的这样做下去。

“我想特别强调为这些产品孜孜不倦的工作的伙伴们，所有从事过今天的产品研发的功臣们，请你们全体起立好吗？来，让我们向功臣们致以雷鸣般的掌声。为他们喝彩，非常感谢他们的努力！我也要感谢你们的家人，在过去 6 个月，研发人员很少见到家人，没有我们的家人的支持，我们就无法从事我们热爱的工作，我们今天之所以带来这么惊人的作品，也要归功于他们，是他们给予我们理解。我们没有按时回家吃饭，是因为我们必须留在实验室里。为了即将到来的新产品推荐会埋头苦干，你们不知道我们有多需要你们，感激你们，谢谢你们。”

### 场景 12 应该用什么道具

增加现场观众的互动，比如和其中一个人一起完成一个任务，请他们配合，可以是提前安排好的。每个产品都包含着很多优点和功能，但是你在面向大众传播时，在开始，你只应该强调其中的一点。要打造出，这是“预告片”的感觉。绝不要一次向观众讲述排山倒海的内容，绝不让 PPT 显得杂乱无章，如果你的 PPT 充满了内容，证明你作为演讲者，在偷懒。

**“如果你的PPT和道具比你更吸引观众，那么你就是个失败的演讲者。”**

#### 策划激情一刻

1. 让你的听众配合着行动起来
2. 邀请别人分享舞台
3. 在舞台上充分发挥你的技巧

在规划阶段，为演讲材料设计一个产品演示环节。确保该环节简短有趣，并解决实际问题。全身心投入演示，全身心投入表演，特别是你的产品具备娱乐性质时，充分显示该产品带来的乐趣。

### 场景 13 让他们惊叹去吧

在演讲中策划激动人心的非常时刻。显示出你做演示的兴奋和幸福之情。人们会忘记你的话语，忘记你的成绩，但是他们永远不会忘记你带给他们的感觉。要把产品推荐会升华为一种艺术。

大脑对无聊的事情不感兴趣，只有引起情绪波动的事情，在大脑看来才是“大事”。扁桃腺遍布传递神经递质多巴胺，扁桃腺是处理情绪的区域，…… 当大脑检测到情绪波动的情况时，扁桃体就会向身体系统释放多巴胺。多巴胺有助于记忆和处理信息，其作用就想即时贴说“记住这个”一样。有很多技巧促使人关注，比如在说了很多话，一个沉默，一个长达 10 秒钟的沉默，会让现场严肃，紧张起来，一种无聊被一扫而空。

学会要吊起大家的胃口，讲故事，你可以变化着装风格、幻灯片演示和设计风格，但不变的是对戏剧的喜爱。一个简单的故事，就可以让听众惊叹，例如讲一个自己的故事，发布一些新奇、出人意料的消息，可以带给你的听众一个难忘的时刻。人们都渴望美好而难忘的时刻，讲这些美妙的情绪纳入你的演示文稿中。

第三幕 精益求精 反复演练（P207）

精益求精，反复排练演讲内容，从而实现与听众之间水乳交融的情感沟通。学会像领袖人物一样谈话、行走及穿着打扮。

### 场景 14 塑造舞台形象

肢体语言和口头表达占观众印象分的 63% ~ 90%，不可抗拒的无穷魅力来源于这些，当然，语言文字也需要追求极致，但它的贡献比较小。

站在舞台上，你的气场要像旋涡一样有力，他的声音、手势和肢体语言无一不透出权威、信心和力量。

不要使用小纸条，一边看一边讲，好像大家没有注意到你用了小纸条，好像你的表演很流利，事实是，真的令人扫兴 - 这说明你的激情是假的。如果小纸条加上语气低沉，那么不要责怪起做离开的人。

站在讲台前，你要热情洋溢，看起来精力无穷无尽，有助于提升你的表演效果的是三大技巧：1）注重目光接触；2）保持开放姿势；3）频繁运用手势。

#### 注重目光交流

眼睛是传递信息的最有效渠道，不要在演讲时读幻灯片或注释，注重保持目光接触，虽然你可以运用注释，但是确保那只是一个关键词作为提醒，帮助你串联起来动作。

大多数演讲者把太多时间花在逐字阅读幻灯片上，平庸的演讲者基本上完全忘却了和听众保持目光交流。目光交流意味着诚实、守信、真诚和信心。避免目光的接触则意味着缺乏信心和领导能力，缺乏和听众的目光交流绝对会使你失去听众。为了达到和听众的目光交流，你需要提前几个星期就开始排练，要对每张幻灯片的内容了如指掌，排练越多，演讲内容就越了然于胸，和听众之间的交流也就易如反掌。大多数演讲者都是缺乏排练，熟练程度不够。

第二个有助于和听众保持目光接触的，是他的幻灯片赏心悦目，只有寥寥数字，甚至只是一个词。图像风格的幻灯片使得听众必须跟随演讲者解释图片，从而使听众保持了很好的目光接触。

#### 开放式手势

必须减少双臂抱肘、双手交叉胸前或是站在讲台后面、把双手插在兜里；要保持姿势的开放性。开放的姿势代表你没有和听众之间放置任何障碍。演示完产品的一项功能后，立即转向听众，和听众之间保持目光交流通畅。杰出的演讲者，更加频繁的使用手势，姿态和语言是密切相关的，手势的运用可以帮助演讲者更好的理顺思路。

不要害怕伸出你的手，你的肢体语言反映出你的信心，甚至超出你的文稿，手势反应了复杂的思想，并且让观众对演讲者充满信心。

#### 风度

音量变化（关键时刻提高），停顿，重复。

关键时刻语速加快，音量提高。演讲要不慌不忙，只有经过精心的多次的彩排才能达到这样的效果，彩排的要点就是掌握节奏，放慢速度，恰到好处的停顿，让听众准确的接收信息。

调整音调的抑扬顿挫，通过提高或降低音量，以及加快和放慢语速来传达情感。语气、语调、节奏富于变化可以让演讲自由呼吸，恰到好处的停顿往往比语言更能有效的传达思想。

#### 音量

呼吁、号召时自然提高音量、加重语气。音量、语速都是为了突出重点，避免全篇没有重点。

#### 语速

掌握：放慢语速，停顿并减低音量，提高语速，压低声音到耳语。

#### 领袖风范

肢体语言正是意识、思维的表达方式，也是暗示的表达方式；非语言因素是交流中最具决定性的因素，此次是语调等和语言有关的因素，排在第三也是最不重要的因素是实际的谈话内容。所以，是你的谈话方式赢得听众的尊重，比如永远表现出信心十足的一面，精力充沛和富有激情。人们永远都在对你评头论足，尤其是在初次见面的前 90 秒内，你的肢体语言和你的说法方式可能使你的听众受到一定的启发。

**将你的演讲录下来，观察你的肢体语言，仔细聆听你的语言表述方式，观看自己的演讲视频是提升演讲技巧的最佳方式。**

### 场景 15 让演讲流畅自然

乔布斯演讲的秘密：他每次排练的时间长达几个小时，提前数周开始准备，舞台的灯光等细节他都要过问。为了达到更精准的效果，他甚至连续多日进行排练。表面上的轻松，不拘小节和亲和力，来自于多天的彩排。主题演讲是你作为领导者的有竞争力的武器。排练到感到筋疲力尽。

每场演讲其实都包括一整套复杂和精细得令人难以置信的产品宣传、产品展示和企业啦啦队的团队配合，并锦上添花的伴有某些类似于宗教复兴的措施，大量工作人员承受着高强度的压力，演讲前进行数周的准备工作。恰到好处的演讲，是在幕后很多人默默的做着贡献。数百小时的工作，可能只是为了台上的 5 分钟。不管是在现场和产品经理交换反馈，还是 PPT，都需要演讲者亲力亲为。

彩排的情绪也是从失望低落到兴高采烈，作为领导者，你对周围人和事，可以是没有耐心的 – 要求周围的人和自己更加的卓越。如果彩排成功，甚至狂吼：太棒了，就是要这种效果。 专注的态度要近乎神经质 – 疯狂的追求品质和卓越。

领导者，无一例外的要不断完善自己的技能，可以反复的练习，精益求精。如果你想在即兴发挥时表现的自然流畅，事先反复的练习是必不可少的。自然流畅是反复练习的效果。

只要你接受一个简单的原则：反复的练习。你的演讲就会自然而然的从平庸中脱颖而出。那种被人认为是天生的魅力，都是来自于付出常人难以想象的努力。

#### 录制演讲进行回看

使用摄像机录制自己的演讲视频，从回放中吸取教训：

* 目光交流 文档注释会破坏演讲者和听众之间的亲密关系，使演讲者看上去缺乏魅力和自信。
* 肢体语言 你的表现是开放还是保守、怀疑。
* 少用口头禅 慢一点说话。减少“啊”“那么”
* 语音表述方式。注意音量和音调适当的变化，确保听众的注意力集中在演讲内容上，演讲不要急匆匆的。
* 充沛的精力 演讲时，你看起来是不是充满活力和热情的样子，为与你的听众由衷的分享故事是不是感到兴奋？这些表现出来了吗？我们都喜欢团结在精力充沛的人周围，他们的精力感召着我们，他们总是鼓舞人心，让人觉得妙趣横生，意气风发，声音透露着激情，步伐显露出轻快，脸上总是洋溢笑容。精力充沛让你受人欢迎，受欢迎让你在沟通时易于说服人，许多商业人士低估了激发听众所需要的活力。精力是抽象的，你很难描述清楚，可是你一看到它，就会意识到它的存在。你要在演讲时，表现的“过火”，才可能达到对活力的最低要求。

#### 即兴演讲 5 个准备步骤

1. 预先确定可能会遇到的常见问题；
2. 将问题分类；
3. 为该分类的问题准备精彩的回答；
4. 仔细聆听并确定关键词，这个关键词帮助你识别分类；
5. 看着他们的眼睛，信心十足的根据分类答案回答。

针对不同的分类，做小型演讲。

#### 克服口头禅

1. 对着听众做演讲，一位听众用筷子敲打水瓶，发生一次口头禅就敲一次，作为提醒；
2. 录制演讲视频，并当着其他人的面播放，如果你确实想改善演讲技巧，用这个方法，哪怕只有 5 分钟，可能你已经感到羞愧难当了。观看自己的演讲视频有助于克服一些问题。

### 场景 16 你应该穿什么

着装风格力求简单，也需要在演讲中始终如一。乔布斯穿的很简单，但那些可都是名牌，出自知名的时尚公司。衣着要考虑到你的定位，你想作为领导者出现，那么就要比周围的人略胜一筹。你的鞋子要比周围的人亮一些，你的裤子也要更平整。简单说，就是比周围穿的都要好一些，和文化场合协调。

不要根据你目前的职位穿着打扮，如果你要打扮成叛逆者，请打扮成一个处境优越的叛逆者。

### 场景 17 扔掉讲稿

自信从容的与观众互动，主要是目光交流，而不是同他的幻灯片：因为演练充分，完全可以将讲稿扔一边。知道自己讲什么的人，不需要 PPT。

#### 抛开底稿的五个步骤

1. 在幻灯片的注释中，使用完整的句子写底稿。这不是写长篇大论的时候，尽量用完整的句子简单写出你的想法，不超过 4 ~ 5 句。
2. 突出显示或强调每个句子的关键词，然后联系演讲。不用担心磕巴，或者忘记某个要点，根据需要憋一眼关键词，唤醒你的记忆。
3. 从你的底稿中删除多余的词，只留下关键词，再次练习演讲，这次只使用关键词提醒自己。
4. 每个幻灯片只留下核心思想，记住这个核心思想。问自己一个问题：什么是我希望听众离场时仍然记得的内容？
5. 整场练习，不在借助注释，仅仅使用幻灯片作为提示。

每张幻灯片，只有一个主题，让你容易串联故事，记住线索和唤醒记忆。

### 场景 18 乐在其中

利用舞台、视频，做一点别出心裁的东西，让你显得不同，有文化，有趣！因为首要目标是乐在其中！A GAME! 营造一种幻觉。

即便遇到始料未及的情况，也必须做到处变不惊。当示范不能顺利的进行时，保持自信和冷静。WILL TO POWER! **任何错误，只有当他影响了你的，让你沉溺其中，让你过度分心，让你情绪不良，最终影响了后续的分享，才叫错误！**台下的听众，是想了解你的产品、服务的知识，如何帮助他们改善生活质量。不要因为一点小错误而生气、气馁，那显得很没有自信。在舞台上，可以漫步，要面带微笑，准备两个笑话。

喝彩：再来一个 / One More Thing（P269）

**相信自己！**