

好口才才是练出来的！

只要开始，永远不晚！只要坚持，必定成功！

演讲 与 推销

口才全集

- ★ 提升表达、沟通、说服、演讲能力，成为说话高手
- ★ 更容易获得朋友，更容易受人欢迎
- ★ 更容易激发他人热忱，成为团队和企业领导
- ★ 更容易赢得客户，成为销售高手
- ★ 更好地处理抱怨，避免争端，与人保持融洽关系
- ★ 提高你的声望，帮助事业获得成功

汝 敏 ⊙ 编著

 中国城市出版社

演讲与推销 口才全集

好口才才是练出来的！
只要开始，永远不晚！ 只要坚持，必定成功！

汝 敏 ⊙ 编著

中国城市出版社

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

演讲与推销口才全集/汝敏编著. —北京: 中国城市出版社, 2008. 10

ISBN 978 - 7 - 5074 - 2039 - 5

I. 演… II. 汝… III. ①演讲学—通俗读物②推销—口才学—通俗读物 IV. H019 - 49 F713.3 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 134639 号

选题策划 徐昌强 (greatbook@sina.com 13661335586)
责任编辑 华 风
装帧设计 美信书籍设计工作室
责任技术编辑 张建军
出版发行 中国城市出版社
地 址 北京市海淀区太平路甲 40 号 (邮编 100039)
网 址 www.citypress.cn
发行部电话 (010) 63454857 63289949
发行部传真 (010) 63421417 63400635
发行部信箱 zgcsfx@sina.com
编辑部电话 (010) 52732085 52732055 63421488 (Fax)
投稿邮箱 city_editor@sina.com
总编室电话 (010) 52732057
总编室信箱 citypress@sina.com
经 销 新华书店
印 刷 北京集惠印刷有限责任公司
字 数 350 千字 印张 21.25
开 本 787 × 1092 (毫米) 1/16
版 次 2008 年 10 月第 1 版
印 次 2008 年 10 月第 1 次印刷
定 价 32.80 元

版权所有, 盗印必究。举报电话: (010) 52732057

前 言	 9
-----	---------

上篇 演讲口才

展现个人魅力与才华

第1章 演讲前的必要准备

整理演讲的信息	 12
选择演讲话题	 13
做收集材料的有心人	 14
只要一个主题	 15

第2章 掌握演讲的心态

做好精神的准备	 17
强化成功的心态	 18
捕捉观察的亮点	 19
情绪在自制中稳定	 20
克服怯场的心态	 21
树立演讲的信心	 22
在激情中燃烧	 24
掀起语气的波澜	 25

第3章 提高你的演讲技能

训练你的记忆力	 28
掌握口语表达的技巧	 31
在训练中提高表达能力	 34

把握形象化语言	 38
---------	----------

第4章 如何使演讲有一个好的开始

开场白的重要性	 39
引起听众的好奇心	 40
向听众阐明你的思路	 41
调动听众的热情	 43
取得听众的信任	 44
8种常见的开场白	 46
吸引听众的开端花絮	 51

第5章 如何说服你的听众

分析听众的特征	 55
讲一些听众关心的事	 57
与听众成为朋友	 59
唤起听众的共鸣	 61
正确恳切地赞赏听众	 62
让听众也参与到你的演讲中来	 63
演讲时应采取“低姿势”	 63

第6章 如何叙事、议论和抒情

用故事穿针引线	 65
倾情渲染真善美	 66
议论要以理服人	 68

第7章 怎样过渡更自然

采用平稳的过渡	 70
过渡使你的演讲更自然	 70
保持思路顺畅	 71
注意你的口头禅	 72
成功的“过渡”技巧	 72
过渡的三种形式:语言、声音和动作	 73
轻松过渡5法	 74

第8章 豹尾的力量

余音绕梁的结尾法	 76
让人有所回味	 78
拟定完善的结尾计划	 79
结尾不可仓促	 80
在引起共鸣的情感中收场	 81
实用的结尾	 83
加深印象,结束全篇	 86

第9章 临场变化,应对自如

出现哄场怎么办	 88
出现冷场怎么办	 90
适时转换话题	 91
如何处理听众的提问	 92
演讲时用词失当怎么办	 94
演讲词忘了怎么办	 95
出现意外怎么办	 96
演讲中的禁忌	 98

第10章 成功演讲的技巧

欲擒故纵的演讲法	 101
让悬念吊起胃口	 101
演讲要先声夺人	 102
充分展示自己的亮点	 103
提升演讲的主题	 105
掀起情感的波澜	 109
新颖独特的表述视角	 110

第11章 如何巧妙地运用修辞

委婉风趣,曲径通幽	 113
自嘲之中有神奇	 114
善用精当的比喻	 117
自问自答的魅力	 119

妙用典故	 120
巧用对比来说服	 121
活灵活现的数字语言	 122
巧用谐音	 123
当啰嗦时且啰嗦	 125
运用哲理性的语言	 125
富于气势的排比	 126

第12章 怎样进行即兴演讲

即兴演讲的特点	 129
精巧选材是关键	 131
从整体上把握演讲	 133
让现场具有可感性	 139
即兴演讲的技巧	 141

第13章 特别场合的演讲

怎样进行公开辩论	 156
竞聘时的演讲	 157
就职演讲	 159
婚礼祝词	 161
祝酒献辞	 162
面试时的应答	 163
电视和电台演讲	 164

第14章 完善你的台风与个性

错误的演讲态度	 166
注意仪容外表	 167
根除你的一些坏毛病	 167
保持良好的姿态	 168
保持和听众的视线接触	 170
运用面部表情来调节气氛	 171
麦克风的使用	 171
面对镜头,自然表露	 172

下篇 推销口才

金牌推销员的成功秘诀

第15章 口才是成功推销的核心

好口才可以自如地与顾客进行交谈	 174
好口才可以激发顾客购买欲望	 175
好口才可以消除顾客疑虑	 179
好口才帮助信任沟通	 180
好口才能够缓解推销气氛	 182
好口才才能导致实质性的转变	 184

第16章 学会倾听,善于引导

倾听的作用	 186
倾听的类型	 187
耐心倾听	 189
善于倾听	 191
正确倾听应注意的四个方面	 192
实战中常用的八种倾听技巧	 193

第17章 好的提问推动成功推销

好的提问是推销成功的基础	 196
推销员常用的十种提问方法	 197
推销员面谈前的提问准备	 199
应避免的九种错误提问法	 201
提问时间的选择	 202
实战中优秀推销员的十种提问技巧	 202

第18章 推销口才的原则和策略

目的是关键,口才是手段	 206
有理、有据、有节	 207
说赢顾客不等于你有好口才	 210
说话要条理清楚	 213
掌握主题	 213

第19章 介绍产品的方法和策略

差距性介绍	 214
有效的产品介绍术	 215
产品介绍的AIDA理论	 215
站在客户使用角度介绍	 216
充实自己,积累素材	 216

第20章 拥有与众不同的开场白

唤起客户的好奇心	 220
让开场白把客户的目光集中过来	 223
和客户取得共识	 224
激发客户的兴趣	 225
建立顾客对你的产品的期待心理	 228
充满关爱的开场白	 229
出其不意的开场白	 230
空前绝后的开场白	 231

第21章 处理客户的反对意见

做好处理反对意见的准备	 233
寻找反对产生的原因	 234
有些反对意见不必当真	 235
不给客户反对的机会	 236
处理抱怨的方式	 237
如何处理价格异议	 239
如何处理“考虑看看”的反对意见	 241
客户说“没钱”怎么办	 241
如何处理“身体很好,不用买保险”的反对意见	 242
如何应对“不要”	 244

第22章 成交有技巧

营造气氛,利用环境促成成交	 245
把握机会促成成交	 247
总结固定句式促成成交	 250

几种销售成交的口才技巧	 252
成交时应注意的几个问题	 261

第23章 推销口才的诀窍

强调商品	 264
引导提问	 265
创造需求	 266
避免否定性话语	 267
沉默也是一种口才	 268
提示需要	 269
记住几个关键词	 270
幽默语言的妙处	 271

第24章 推销口才的禁忌

切忌急于求成	 273
寻找“说”的内容	 274
切忌精神涣散	 276
不要忽视信用	 277
不要过度坦诚	 280
不要在交易之后消失不见	 281
切忌东拉西扯没有重点	 282

第 25 章 推销在于攻心

赞美你的顾客	 284
增强顾客的自信	 287
抓住情感的心结	 288
用满腔热忱感动顾客的心	 289
积极表达自己的情感	 291
每一个顶尖的推销员都要有一颗感恩的心	 292

第26章 电话推销

电话推销的基本要素	 294
利用电话开拓客户	 296

懂得处理拒绝	 298
对老客户的电话销售	 300
把客户当朋友	 302
将错就错	 303

第27章 应对不同客户的推销口才

对不同的顾客采用不同的推销方式	 304
对待“话痨”型的顾客	 304
对待寡言型的顾客	 306
对待“吹牛”的顾客	 308
对待不撞南墙不回头的顾客	 309
对待冷漠型的顾客	 311
对待不同年龄的顾客	 312
对待疑虑重重的顾客	 314
对待事事皆通的顾客	 315
对待不同性别的顾客	 316
对待性急的顾客	 318
对待爱争论的顾客	 319
对待似懂非懂的顾客	 319

第28章 推销不同产品的口才

如何推销家用电器	 321
如何推销药物	 322
如何推销耐用商品	 324
如何推销汽车	 326
如何推销玩具	 327
如何推销保险	 328
如何推销书籍	 331
如何推销服务	 332
如何推销房屋	 333
如何推销服装	 334

为什么有的人整天忙忙碌碌却无所作为？

为什么有的推销员辛辛苦苦却业绩平平？

其中一个重要原因就是他们没有好口才，不善于不动声色地与人沟通，更无法运用口才推销自己，说服别人。

世界华人首富李嘉诚说过：“我一生最好的经商锻炼就是口才，这是我今天用 10 亿元也买不来的。”美国杰出政治家兼思想家富兰克林也说：“要想获得事业上的成功，必须具有应付一切的口才。”可见，炼就好口才是成功的奠基石，它是任何金钱也难以买到的真本事。

口才实际上是人们通过语言来表达个人思想感情和说服别人的一种说话艺术。它可以充分展现个人的魅力和才华，无论是演讲，还是推销产品或推销自己，口才都是成功的关键。

口才犹如飞鸟的翅膀，使你在人生的道路上越飞越高，越飞越远……因此，从某种意义上说，口才是你演讲的引玉石、办事的敲门砖。口才的优劣也是个人表达能力和综合素质的具体体现。

口才的特性之一，就是它完全可以通过学习和训练逐渐获得并提高技巧。基于此，本书从实用性出发，针对办事说话、演讲和推销这两大最常见的口才难点，

精心选取了大量的演讲和推销口才的典型事例，通过学习和训练，使你学会说话办事的方法和技巧，提高语言表达能力和自我推销能力，最终使你的说话更吸引人、打动人，使你的推销更上一层楼。

本书在写作过程中，得到了刘建辉、李平、何诚斌、钱伟、贾茹、刘林、任修瑾、孙三宝、陈谦逊、刘世强、宋立志、钱可华、朱明杰的大力帮助，在此一并表示感谢。

最后，希望本书成为读者朋友练就好口才的有力工具，成为你提高个人表达能力的好帮手，让你拥有终身受益的看家本领！

上篇 演讲口才

展现个人魅力与才华



第1章

演讲前的必要准备

■ 整理演讲的信息

演讲口才是一门语言逻辑巧妙运用的学问，更是一种机智幽默激励人心的艺术。说它是一门学问，因为每篇演讲词都是深思熟虑写成的讲稿；说它是一门艺术，因为它是一种把道德伦理、社会政治、艺术熔为一炉并与语言巧妙融合为一体的一种人际交往方式。

一次成功的演讲，可以对人类历史进程产生重大的影响，也可以对日常生活中人们的交往与思维方式有深刻启示，从而提高人的口才素质和自身魅力。要学会演讲，就要从了解信息出发。

演讲与信息的关系十分密切。演讲的信息主要指演讲的内容和材料。演讲活动实质上就是传递和接受信息的过程。演讲信息不仅是演讲的内容和材料，而且常常是演讲者萌发演讲动机的重要原因，演讲总是为一定的目的和动机所驱使，为演讲而演讲是不可取的。可以说，信息是萌发动机的激素。

印度总理尼赫鲁之女甘地夫人，在其自述中记载过两次截然不同的演讲经历：一次是她在英国学习时，应邀参加一次会议。会上，英国国防部长克·梅农突然当众宣布请她讲话。她毫无思想准备，惊恐万分，只得在哄堂大笑中结束了她的前言不搭后语的“演讲”，并发誓今后不再在公众面前讲话。另一次是在南非，东道主要她在招待会上演讲。她执意推脱说：“不行，我一句话也不准备讲，只有依了这条件，我才赴会。”招待会定于下午四点举行，整个上午，甘地夫人参观非洲铁路工人生活区，铁路工人生活艰苦的情况深深地触动了她，使她“心有所结”，如鲠在喉，非一吐为快不可。当主持人宣布“尼赫鲁小姐不讲话”时，她竟改变初衷，一跃而起，主动滔滔不绝地讲了起来，而且讲得非常成功。

甘地夫人的两次演讲,生动地表明了信息与动机的关系。有了不吐不快的冲动,再经过大脑对接收信息的加工整理,知道自己想要突出的是什么,将其巧妙而生动地表达出来,便铸就了一次成功的演讲。在南非,如果没有整个上午的参观访问,没有铁路工人生活的大量信息促使她萌发演讲的动机,并给她提供演讲内容,她怎能一跃而起并且获得演讲的成功呢?

信息是动机萌发的基础,而动机一旦产生,就必须围绕动机进一步收集和整理信息。

动机来源于对信息的理解,演讲动机实际是演讲的最初目的。动机产生后,由于对信息的进一步收集和整理,所萌发的演讲动机也会逐步明朗化、具体化。因此,收集和整理信息的过程,也是演讲的目的逐渐明朗化、具体化的过程。

■ 选择演讲话题

萌发了演讲的动机,就基本上确定了演讲的最初目的。根据这个最初目的,必须选择议题,确定中心。这个环节非常重要,它直接决定着演讲的主题和价值,影响着演讲的成败。

选题就是选择话题,确定谈哪方面的内容。演讲者总是通过阐述、分析、论证议题来表情达意的。选题的基本原则应当是:

1. 顺应历史潮流

演讲的目的在于宣传思想和激励大众。因此,选题必须紧紧抓住人们普遍关心的问题,抓住社会现实中急需解决的问题。比如思想政治方面的重大问题,与现实社会息息相关的社会风气和道德修养问题,以及反映科学文化发展动态、推动科学文化事业发展的课题等等。要讲出新意,演讲者必须考虑演讲的环境、场合、现实状况,以及自己对该问题的历史、现状的了解程度,并给以科学的分析、综合和解释,符合历史发展的规律。

2. 内容有的放矢

选题要有针对性,要能深刻影响听众,极大地感染听众。由于民族不同,性格各异,职业有别,年龄差距,以及生活环境和文化修养不同,演讲的听众存在着很大的心理差异、风格差异、感情差异等。选题时应考虑不同类型听众的需要,根据不同民族、不同职业、不同层次的听众的知识水准、兴趣爱好、风俗习惯等来确定。只有选题适合听众的心理、愿望,才能调动听众