

快速、简洁、清晰地传达信息是成功必备的能力

Small Message, Big Impact

The Elevator Speech Effect



电梯演讲 3分钟的呈现技巧

(美) 泰丽·舍丁 (Terri L. Sjodin) 著
高采平 史鹏举 译



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

快速、简洁、清晰地传达信息是成功必备的能力

Small Message, Big Impact

The Elevator Speech Effect



电梯演讲 3分钟的王现技巧

(美) 泰丽·舍丁 (Terri L. Sjodin) 著
高采平 史鹏举 译

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

Terri L. Sjodin: Small Message, Big Impact: The Elevator Speech Effect

Copyright © Terri L. Sjodin, 2011, 2012

All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form.

This edition published by arrangement with Portfolio, a member of Penguin Group (USA) Inc.

本书中文简体字版经由 Portfolio 授权电子工业出版社独家出版发行。未经书面许可, 不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何内容。

版权贸易合同登记号 图字: 01-2013-0767

图书在版编目(CIP)数据

电梯演讲: 3 分钟的呈现技巧 / (美) 舍丁 (Sjodin, T.L.) 著; 高采平, 史鹏举译. —
北京: 电子工业出版社, 2013.4

书名原文: Small Message, Big Impact: The Elevator Speech Effect

ISBN 978-7-121-19586-0

I. ①电… II. ①舍… ②高… ③史… III. ①演讲—语言艺术 IV. ①H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 028200 号

责任编辑: 马晓云

印 刷: 三河市双峰印刷装订有限公司

装 订: 三河市双峰印刷装订有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 720×1000 1/16 印张: 13.25 字数: 165 千字

印 次: 2013 年 4 月第 1 次印刷

定 价: 34.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

对本书的广泛赞誉



泰丽·舍丁的书为电梯演讲这一话题带来了新鲜、相关、及时的更新……而且她的现实、实用的方法有助于读者快速理解和运用这些内容，并看到真正的结果。很棒！

——Daniel Burrus

Burrus 研究公司首席执行官，

《纽约时报》畅销书 *Flash Foresight* 作者

这不只是一本“感觉不错”的关于演讲的书，本书实现了学术思想、逻辑结构和现实经验的独特结合。泰丽·舍丁不仅善于吸引读者的兴趣，还为读者提供了可以立即使用的信息和技能。

——Jerry Cox

Total Training Network/Peak Performers 公司总裁

无论 you 是一位向销售人员或公司股东做演讲的高管，还是向潜在客户和客户做演讲的顾问，泰丽·舍丁的这本书都能够指引你创建并做出简短、有效的演讲。她的书将帮助你实现转变，并清晰地表达信息，从

对本书的广泛赞誉

而使你对自己的内容和演讲信心倍增……我发现当我创建演讲稿时，我会不断地参考这本书……对于当今繁忙的专业人士来讲，本书是非常实用的。

——Jennifer A. Borislow

Borislow 保险公司总裁，特许人寿保险人，

2012 年美国百万圆桌会议的主席

演讲不是一切，不过演讲非常重要。不管是在工作中还是在生活中，影响力都至关重要。泰丽·舍丁的新书打破了关于销售和演讲的谬论，提供了新鲜且非常有效的解决方案，这些方法将帮助你通过有效的演讲吸引人们的关注，并为他们的生活增加价值。

——Todd Duncan

邓肯集团首席绩效官，《纽约时报》畅销书《用更少的时间更小的压力赚更多的钱》(*Make More Money in Less Time with Less Stress*)

和《时间陷阱》作者

能够讲述你的故事很关键……快速、简洁地分享信息是必备的能力。在本书中，泰丽·舍丁将教你如何做到这两点。

——Erin K. Casey

Success 杂志的特约编辑，*Zany Zia's Hats to Where* 作者

顾客总是被这样的信息所淹没：“买我的，买我的，买我的！”不过你能否向顾客证明他们应该买你的？泰丽·舍丁的这本书提供了一种简单易行的方法，教你一步步创建令人难忘、引人入胜的故事，从而使你

N

Small Message, Big Impact

在顾客面前争取到更多时间。

——Scott Hinkle

CIBA VISION 公司北美培训主管

泰丽·舍丁的这本书是一本简单实用的指导手册，教你用自己的声音有效地传达和沟通关键信息。泰丽·舍丁不但阐述了做简短演讲的明确方法，而且提供了真诚的发自内心的建议，告诉我们如何在生活中成为更好的沟通者。我要向所有想提高口头表达能力，并且想给世界带来真正的不同和影响的人们推荐这本书。

——Bill Hicks

哈特福德金融集团退休金计划事业部

在本书中，泰丽·舍丁将关键技能和好例子有机地结合了起来。所有想完善演讲技巧，并与听众建立真正联系的人都要读读本书。太棒了！

——Chris Kervandjian

美国 21 世纪房地产经纪公司首席运营官

在国会投票前的几分钟时间里，对泰丽·舍丁所写的内容的利用可能决定了一项法案能否被通过。以简单、令人信服的方式进行电梯演讲的能力是所有政界和商界人士成功的必要条件。泰丽·舍丁为各个行业中所有需要进行推销的人打造了一本必读书。

——Darrell Issa

美国国会议员 (CA-49)，美国监督和政府改革委员会重要成员

对本书的广泛赞誉

泰丽·舍丁用本书打出了“全垒打”。从计划到实施，从演讲到成功，她描绘了一条成为更好的沟通者的清晰路线。泰丽·舍丁提供了必要的实用步骤和技巧，我要向所有想完善沟通技巧的人推荐这本书。每个人都能够从沟通技巧的提高中受益。

——Kevin Maguire

得克萨斯大学运动员差旅管理负责人，美国商务旅行协会主席

泰丽·舍丁能够教你在发表讲话或传达信息时如何用自己真实的声音。她激励你创建自己的路线，不断地提高和成长，发挥创造力，保持昂扬的斗志，从而享受自己的旅程，最重要的是享受旅程！

——Tom Bradenett

Interstate Hotels & Resorts 执行副总裁

销售行业中的大部分人都会用信息将顾客湮没。泰丽·舍丁帮助销售人员构建实用、有说服力的论点，同时使用他们自然的风格和声音。

——Chris Nelson

Ameriprise Financial 公司开普敦分部副总裁

泰丽·舍丁的“小消息”对我们整个组织产生了“大影响”。她提供了一种专业的“说服力建立论点”的方法，备受潜在客户和客户的欣赏与尊重。第2章和第5章将改变你对演讲的认识，以及你现在需要采取什么行动改变自己的做法。相信我，它是有效的！虽然经济不景气，我们的销售额还是超过了上一年。

——Jerry Anderson

佛罗里达州斯佩里·范·尼斯的国际认证不动产投资师（CCIM）

对于每个有志于改进销售绩效和项目开发绩效的组织，本书是一本必读书。就步骤而言，这是一本简单易懂的指导手册。很棒！

——Dean Rodewald

Matrix Financial Solutions 公司副总裁

泰丽·舍丁又出新书了！她的新书提供了大量能够立即付诸实施的实用信息。我总是很难表达出清晰、简洁、令人信服的信息。这样的情况已经不复存在了……我最近使用了本书提供的指导方针设计了1小时的演讲，并做了有生以来最好的一次演讲。无论你是要完善自己的电梯演讲，还是要增强自己演讲的说服力，泰丽·舍丁的新书都能够对你的目标产生大影响。

——Kevin S. Roe

验光医生、验光师，爱尔康视力保健、
验光和专业组织专业事务主管

本书将永远改变你的沟通方式！如果你靠嘴皮子生活的话，一定要读读本书。简单就是本书的力量所在！

——Randy Garn

Prosper 公司首席关系官，《纽约时报》畅销书作者

如果你没有做好准备，为什么要与人交流呢？泰丽·舍丁分享了创建电梯演讲从而最大限度地利用交流机会的秘诀。

——Liz Lynch

卓越关系网络中心创建者，*Smart Networking* 作者

对本书的广泛赞誉

本书帮助我梳理了一个我们正在开发的综合品牌的想法。有趣的是，源自电梯演讲的原则能够转移到更大的情境中去。

——Joe Calloway

《我就是与众不同！——超越产品挑战类比的成功实践》作者

本书指导你如何把握好敲开成功之门的最重要的3分钟，教给你做好电梯演讲的每一步！

——哈维·麦凯（Harvey Mackay）

前言



读高中和大学时，我就是演讲和辩论队的一员，正式地说，应该叫竞争性辩论术。通俗地说，我是一名“演讲极客”。回顾这些年，我意识到，有一位了不起的演讲团队教练是一件很幸运的事情。在泉谷中学（Fountain Valley High School），杰姆·卡福里奥鼓励我接受训练并参加演讲比赛。当我在橙色海岸学院（Orange Coast College）读大一、大二时，我有一位非常严格的辩论教练佩格·泰勒，这对我来说非常幸运。在她的指导下，我成为美国国家辩论联盟（NFL）林肯-道格拉斯式辩论的一名成功的政治辩手。我必须承认有时候她对我的要求非常严格，以致我因为无法达到她的要求而沮丧地痛哭，不过如果没有她创建的有说服力论点——“拒绝胡扯”指导方针，我就不会有今天的成就。

大三时，我转入了圣地亚哥州立大学，在那里我的教练是保罗。保罗向我展示了在演讲中如何找到属于自己的声音和风格，并帮助我进入了国家辩论联盟，我的课题是说服力演讲，大三、大四这段时间，我一直是该组织的成员。那些年的核心经典培训让我得到心灵上的愉悦，同时也为我的将来打下良好的基础，我后来把这些技能运用到商界，成长

为一名销售员并最终成为企业家。20多年过去了，当回首这些教练为我的一生带来的影响时，我的心中充满了崇敬和感激之情。要小心被你称为“演讲极客”的人，恐怕你是在恭维他！

第一次电梯演讲

我的第一次电梯演讲经历纯属偶然。我当时并不知道什么是电梯演讲，也不知道当时有没有这种说法。如果你看过我的书《新销售演说：推销演说的九大误区及如何避免》(*New Sales Speak*)，你应该熟悉这个故事。不过本书中的新版本有稍有不同的视角。

1987年，我在一家名为 Achievement 的公司做纯佣金制销售代表，这家公司聘请的专业演说家因能明确地阐述有效的销售技巧而闻名。我的工作是为向其销售团队推销培训和开发的课程。在2年的时间里，我走遍了美国的各个地方，在孟菲斯、辛辛那提、哈特福德、迈阿密、明尼阿波利斯和其他很多城市推销我们的课程。我的第一个负责区域是加利福尼亚州的橙县。我的职责是给我负责的区域内的公司打陌生推销电话，并争取会面和演讲机会。我的目标是用15~20分钟的演讲介绍我们的课程，并吸引人们报名参加。

在我的目标列表上，我最想争取却最难得到的一个潜在客户是一家大型房地产公司 Century 21 Emery。这家公司是由吉姆·埃默里领导的，是一家非常成功的公司，拥有9个分部，每个分部有50多位销售代表。我的目标是向每个分部的销售代表做一次演讲，不过他们的管理政策禁止外来的销售员在销售代表会议上做演讲。这扇紧闭的大门令我很沮丧，不过也激发了我的斗志。我不断地问自己如何越过这一障碍，甚至向其他区域的同事征求意见。不过我的同事帮不上忙。如果说他们发挥

Small Message, Big Impact

了任何作用的话，那就是劝我打消念头。

当我向来自 Achievement 集团的一位更有经验的销售人员征求建议时，他回答说：“别想了，泰丽·舍丁，你永远也到不了那里。那扇门是紧闭的。去找下一个客户吧。”

我陷入了困境。我开始思考紧闭的大门和敞开的大门之间的区别。（坦率地讲，我从来没有见过哪家公司用醒目的标语宣称“欢迎小贩和推销员，快进来吧”！）唯一的区别就是进入大门所需要花费的时间和创造力！我知道打开这扇门并不容易。

我需要时间获得一些斗志……

我继续打电话、发邮件，仍然没有任何结果。我改变了策略，开始与 Century 21 Emery 的每位经理单独见面，不过这 9 位经理都对我说了同样的话：“如果你想进入这扇门，就必须得到吉姆·埃默里本人的许可。”于是我把注意力转向约吉姆·埃默里见面。我没有这样的好运。他有一位很好的秘书，善于过滤来自销售员的电话。

被拒绝的次数越多，我就越想进入吉姆·埃默里的公司。我猜测很少（如果有的话）有销售培训代表向这家公司的员工做过演讲，所以如果我能进入的话，这将是一个大客户。不过我怎样才能进入呢？

电影《华尔街》（*Wall Street*）给了我一些灵感。由查理·辛扮演的主角巴德·福克斯给他的潜在客户——由迈克尔·道格拉斯扮演的戈登·盖高送了一盒进口雪茄作为生日礼物。这一礼物最终帮助巴德·福克斯得到了与戈登·盖高面谈的机会。我想也许我也能想出这样的创意。尽管我当时还比较年轻、天真，显然也缺乏人脉，我还是决定买一支长茎白玫瑰，亲自送给吉姆·埃默里。当时我觉得白玫瑰是合适的，因为它代表正直。（我当时也缺乏资金，我们公司不给销售员报销这样

的费用。)

我能够想到的接近吉姆·埃默里的唯一合适的地方就是他办公室外面的停车场。早上 5:30,我穿着自己最好的套装,开始在他的停车位旁边站岗放哨,停车位上明显地标示着他的名字。我等了 1.5 小时,终于看到一辆车停下来。车里的司机显然是我要找的人。

“打扰一下,请问您是吉姆·埃默里吗?”我羞怯地问。

“是的,我是吉姆,”他回答道,“有事吗?”

“有一位年轻的姑娘需要您 10 分钟时间。”我说。(这不是最好的回答,不过这就是当时的情况。)

“她是卖什么的?”吉姆·埃默里直奔主题。

“我认为她并不想卖什么,”我拿出了那份显而易见的礼物,“我想她只是想送这朵花。”

他嘴角露出的笑容让我松了口气。他打开了我在礼物中附的卡片。卡片上写的是:“吉姆·埃默里先生,您只需要抽出 10 分钟时间。我肯定我有让您感兴趣的东西。”(回想起来,这条信息也没有说服力。不过他一定是被我的真诚打动了,他给了我一次机会。)

“我没有 10 分钟,”吉姆·埃默里说,“你有 2 分钟时间,我们从这辆车的位置走到那扇门。”

我真的没有时间细想。我在大学里学到的所有辩论技巧都派上了用场。本能开始发挥作用,我开始阐述自己的信息。在 2 分钟时间里,我用各种理由证明了如果他不和我谈话,他会有多大的损失,我在这 2 分钟时间里阐述的理由比我在之前 3 个月里向其他所有客户阐述过的理由还要多。

“好吧,”吉姆·埃默里告诉我,“我给你 10 分钟。明天 9 点过来。”

我听从了他的安排，用 10 分钟做了自己的演讲。不过，我们的会面持续了 1.5 小时。完全出乎我的预料的是，他向每位经理做了关于我的简单介绍和推荐，并允许我在他们的员工会议上做演讲。

这是我第一次经历“电梯演讲效应”。紧急、意外和自发的电梯演讲，使我得到向吉姆·埃默里做一对一演讲的机会，进而得到在他们的 9 个分部做演讲的机会，并最终完成了那个周期的销售目标。太棒了！

看到电梯演讲的效果之后，我开始不断地尝试这种做法。现在回想起来，我意识到那是我对电梯演讲效应的最初认识。当时我还找不出一个确切的名称来描述它，也没有真正认识到它的因果效应，不过我学会了不断地利用这一工具得到面谈机会。

这是本书背后的故事。谁能想到，若干年后，这样的小信息会对我的生活产生如此大的影响！

1990 年 11 月，我创建了舍丁演说咨询公司，一家新兴的公众演讲销售培训和咨询公司——最初设在我家的一间空房子里。现在，我们的公司设在加利福尼亚州的纽波特比奇。

20 多年来，我目睹了演讲的发展演变。显然，对听者的时间和注意力的争夺越来越激烈，在短时间内创建有吸引力的演讲的能力已经变得非常必要。这些年来，我开始举办专业的培训班，教人们创建并做有效的 3 分钟电梯演讲。

我承认，即使过了这么长时间，我仍然在享受这一过程，当人们学会如何创建有吸引力的谈话要点后，他们的心态所发生的改变总是让我感到欣喜。我经常看到人们临时学会了如何创建有说服力的信息，然后他们以全新的热情和明确的使命感走上街头，他们轻松流畅地表达了自己的信息，结果他们实现了目标。“我得到了工作。”“我得到了会面机

会。”“我得到了我们需要的捐助。”“我的生意成交了。”由于采用这一工具而在个人身上发生的转变和取得的成绩着实令人惊叹。

我对电梯演讲的信仰在过去这些年里变得如此强烈，于是产生了写书的愿望，希望本书能帮助你创建自己的信息，加快学习进度，传递一些有价值的建议，在学习过程中保持清醒的头脑并节省时间。

现在，通过本书，你将得到我在培训班上使用的一些资料，并让电梯演讲效应为你所用！

无论你的目标是什么，无论搞定一个大客户、得到理想的工作、成为公司的顶级销售员，还是见到能够帮助你梦想成真的人，希望本书能够助你实现梦想，并享受其中的快乐。

目 录



引言：概念 电梯演讲+蝴蝶效应=电梯演讲效应 1

一次简短的谈话可能会引发更大、更重要的合作或销售机会，这就是电梯演讲效应。3 分钟的电梯演讲有可能就是脱颖而出、获得机会的关键。做好电梯演讲的重要性可见一斑。

I 电梯演讲：小消息能产生大影响 7

电梯演讲在许多领域都很有用，掌握在 3 分钟时间内传达有说服力的信息的电梯演讲技巧，能帮助你脱颖而出。电梯演讲的目的是引起听者的兴趣，从而获得进一步合作的机会。

2 明确意图 19

先明晰自己的意图才能达到演讲的目的。信息性演讲的目的是传达信息；礼仪性演讲的目的是宣传某种价值观，从而引起听者在

情感上的共鸣；说服性演讲的目的是希望听者能够采取某种行动。
Monroe 煽动序列程序帮助你在信息性和说服性之间找到平衡。演讲中要表达自己真实、热情的声音。

3 基本的核心大纲..... 35

演讲的基本结构至关重要，它使你的讲话观点突出、逻辑清晰。演讲的基本结构包括引言、正文的谈话要点、结论和收尾。演讲的基本结构不是僵化的，应根据环境适当调整，创建任何自己感觉舒服的演讲路线。

4 优秀演讲者的 3 个标准..... 45

要成为一名优秀的演讲者，最重要的是满足 3 条标准，这 3 条标准是：演讲中是否包含了清晰、有说服力的论点；对谈话要点的阐述是否生动活泼、引人入胜，是否具有创造性；表述是否真实，是否使用自己的声音，而不是呆板地复制信息。

5 创建有说服力的论点..... 51

演讲应该具有有说服力的论点，即主张、理念、产品、服务或事件，演讲中应该清晰阐明能给听者带来的价值，为什么要选择与你合作。整合大量的信息，在电梯演讲中创建关键的、有说服力的观点。同时应控制演讲的节奏，在各部分间进行合理的时间分配。