



TBC

Times
Business
College / 时代
商学院

世界500强

对外

演示制作方法
与说服技巧

〔日〕前田镰利 / 著 范丹 / 译

以简单的资料
展现100%的说服力！

社外プレゼンの資料作成術

简洁&逻辑

激发感情

100%
“说服力”

产生共鸣

北京时代华文书局

世界500强
演示制作方法
与说服技巧

对外

〔日〕前田镰利／著 范丹／译



社外プレゼンの資料作成術

图书在版编目 (CIP) 数据

世界 500 强对外演示制作方法与说服技巧 / (日) 前田镰利著 ; 范丹译 .

— 北京 : 北京时代华文书局, 2017.4

ISBN 978-7-5699-1483-2

I. ①世… II. ①前… ②范… III. ①演讲—语言艺术 IV. ①H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 056525 号

Shagai Purezen No Shiryo Sakusei Jutsu

by Kamari Maeda

copyright © 2016 Kamari Maeda

Simplified Chinese translation © 2017 by Beijing Time-Chinese publishing House Co., Ltd.

All rights reserved.

Original Japanese language edition published by Diamond, Inc.

Simplified Chinese translation rights arranged with Diamond, Inc.

Through CREEK & RIVER Co., Ltd. and CREEK & RIVER SHANGHAI Co., Ltd.

北京市版权局著作权合同登记号 图字: 01-2016-6676

世界 500 强对外演示制作方法与说服技巧

SHIJE 500 QIANG DUIWAIYANSHI ZHIZUO FANGFA YU SHUOFU JIQIAO

著 者 | (日) 前田镰利

译 者 | 范 丹

出 版 人 | 王训海

选题策划 | 胡俊生

责任编辑 | 张彦翔 余荣才

装帧设计 | 孙丽莉 赵芝英

责任印制 | 刘 银

出版发行 | 时代出版传媒股份有限公司 <http://www.press-mart.com>

北京时代华文书局 <http://www.bjsdsj.com.cn>

北京市东城区安定门外大街 136 号皇城国际大厦 A 座 8 楼

邮编: 100011 电话: 010-64267955 64267677

印 刷 | 三河市航远印刷有限公司 0316-3088618

(如发现印装质量问题, 请与印刷厂联系调换)

开 本 | 710mm×1000mm 1/16 印 张 | 11.25 字 数 | 112 千字

版 次 | 2017 年 5 月第 1 版 印 次 | 2017 年 5 月第 1 次印刷

书 号 | ISBN 978-7-5699-1483-2

定 价 | 38.00 元

版权所有, 侵权必究

制作“能打动人心”的演示资料



能打动孙正义社长的演示制作技巧

销售、说明会、发表会、设计比赛、演讲会、IR……

企业对外发布演示时所需的演示制作技巧对于商务人士来说极其重要。无论多么优秀的商品或服务，因为其介绍方式的不同，客人或交易方的反应也会有天壤之别。能否完成优秀的演示并进行演讲，让人在短时间内理解内容并产生“想买”或“想积极商讨一下”的念头，其中的技巧将极大地左右工作成果，并影响个人的职业生涯。



为什么许多人都于潜意识中认为演示制作很难呢？

我最初也习惯于隐藏自我，而且由于性格内向，难以在人面前侃侃而谈，再加上不善言辞，更是害怕做演示。不过，幸好我最初进入某公司时所负责的工作是“无预约访问销售”，大部分情况下都要在客户门口进行推

销，为了得到客户认可，我开始拼命搜集纸制的销售资料来制作演示。

进入沃达丰公司工作后，由于属于外资部门，销售时经常需要前往其他公司使用Powerpoint等演示软件做演示演讲。面对已经进入无参考书籍的时代，我也曾做过各种尝试，但遭遇了连续的失败。我曾因在演示中塞入大量乱七八糟的内容而被尖锐地斥责“你究竟想要表达什么？”也曾因乱使用动画效果而被嘲笑，甚至遭遇过对方决策者拂袖走人的尴尬局面。

积累了多次失败的经验后，我终于一步步地掌握了演示制作技巧。在沃达丰公司被软银公司收购时，我已经对制作演示充满了信心。不论是在销售活动中，还是在针对代理店的销售方针说明会上，我都被任命负责制作演示，并获得了一定的好评。这些演示技巧给我带来了巨大的机遇。

我在企业内演示制作选拔中胜出，成为软银公司的继承者培养机构软银学院第1期学生。当时的考题是要求站在孙社长的角度针对软银公司的销售课题做出事业计划。这对于普通员工来说的确是个难题，但我制作的演示很荣幸地获得了第1名。以此为机会，我被接连调派至公司的各个部门，参与了多种事业，职业生涯由此一片光明。

随后，孙社长让我制作企业对外演示。要制作企业顶端的演示，其压力又更进一层。孙社长经常会对我制作的演示做出严格指摘，让我反复修改。这也让我受益良多。众所周知，孙社长是个非常热忱的人，他对于如何将这份热情传递给听众有很深刻的研究。我从他的态度中学到了许多

东西，并以此确立了自己的演示制作技术。



演示不需要“圆滑的说话技巧”

本书将公开我所掌握的企业对外演示制作技巧。

企业对外演示有很多不同的种类，但本书所介绍的是以单个客户为对象的“销售演示”，以及以多个客户或交易方为对象的“说明会演示”。这是普通商务人士最常用的演示，也是企业对外演示的基础。只要能掌握这些技巧，就能触类旁通地应对其他演示制作。

本书所介绍的经验技巧都非常简单。

只要掌握几个要点，任何人都能实现演示制作技巧的飞跃性提升，从而制作出自信的演示。

首先我们来解开一些误区。

很多人认为“说话技巧”是做演示时的重点，我在年轻时也这么以为，因此不善言辞的我对此有强烈的自卑感。

但现在我的想法改变了。我认为对于普通商务人士来说，多余的圆滑反而不好。假如在销售中反复使用同一份演示的话，任何人都能将它背得滚瓜烂熟。而这实际上并不利于工作，因为客人往往会产生不信任感，怀疑“这只是营销用语吧？”所以，当我们熟悉演示之后，反而要故意加入一些当地的方言，让“质朴”成为自己的武器。

说明会也一样。当我在众人面前做完演示演讲之后，如果有人表示

“你口才很好”，反而会让我感到不安。因为这表示听众的注意力被我的“说话方式”吸引，并没有留心演示内容。如果表示“口才很好”的感想很多，那么也就意味着对于计划内容缺乏认同。而内容远比“说话技巧”更为重要。

我们既不是史蒂夫·乔布斯，也不是孙正义，仅仅是普通的商务人士而已。强行模仿他们只会画虎不成反类犬，让听者反感，甚至丢失演示重点。演示最重要的是向对方展现敬意和诚意，并在演示内容中体现你的“想法”。只要做到这两点，即使笨嘴拙舌也没关系，对方自然能感受到你的心意。



制作充满“感情”的演示资料

那么，决定演示成功与否的关键究竟是什么呢？

它就是演示资料。资料类似于演示演讲时的剧本，假如能准备好囊括了所有重点的资料，实际演讲时只要按照剧本走就可以了。无论你多么不善言辞，只要准备好完美的资料就能充满自信地应对。而优秀的资料必然能获得想要的结果，以销售演示为例，只需“3分钟”就能得到对方积极的回应。

企业对外演示资料的重点有2个。其一是“简洁&逻辑”。其二则是向对方传递“感情”。

首先来看第1点，“简洁&逻辑”是不可或缺的。演示最大的失败就是“难以理解”。拖沓而不得要领的演示无法让听众接受，如果内容塞满了无

关信息，会导致听众很难获取信息。因此要将所有细枝末节去掉，仅以最重要的情报构筑基础逻辑。

此外，文字过多，图表过于复杂，对方需要花10秒以上才能理解的幻灯片也不可取。每张幻灯片必须让人在一瞬间（最多2.5秒）内就能掌握内容。

这些都是演示资料基础中的基础。如果是企业内部演示的话，满足这些条件即为合格。因为提交演示的对象是公司内部的决策者，所以只要简明且具有逻辑性地说明“能否贡献利益”“能否实现”“是否符合企业理念”3个要点就能被采纳。

但企业的对外演示所需要的不只是这些。因为演示的对象并不是作为利益共同体的企业内部决策者。对方没有必须倾听你演示的“义务”，一旦失去兴趣，就懒得再听下去了。所以必须用实际表现去激发对方的情感，使其产生“对，就是这样！”“原来如此！”等情感共鸣。仅凭逻辑性是无法让企业外的人接受的。



以4个步骤激发“感情”

“传递感情”比单纯地制作“简洁&逻辑”的资料更为困难。但这也有“模板”，以此为原型就能制作出打动人心的资料。

其要点是注意对方“感情的波动”来构筑演示的整体大纲。大纲看似困难，其实不然。企业对外演示的大纲只要谨记一个流程即可：[①共鸣（产生“对对，我正为此烦恼”的共鸣）]→[②信任（认为“这个人

所说的话值得听”)]→[③接受 (承认“按这个人说的去做就能解决问题”)]→[④决定 (决定“好, 试试看吧” 或者“可以进一步详谈”)]。以让对方产生这4种感情为目标, 在演示中加入必需的要素, 这样一来就必定能打动人心。

当然, 我们需要每一张幻灯片都花功夫去传递“感情”。这也同样有“模板”, 就是以最少的文字来给人最强烈的印象, 用巨大的字体来显示极具冲击力的数字, 用全屏显示照片等图像, 直击对方内心……掌握这些“模板”, 就能制作出让人久久难以忘记的冲击性幻灯片。



让工作迈向“成功”的瞬间

本书将介绍这些实践性的经验技巧。

在参考本书的同时反复尝试制作演示资料, 就一定能逐步掌握这些“模板”。当你熟悉之后, 就能在短时间制成优秀的资料。我曾在自己开办的演示课程中指导过无数学生, 他们都在短期内进步神速。

重点是用心去猜测演示听众的想法。

“对方是怎样的人?”

“对方在烦恼什么?”

“对方希望听到怎样的话?”

“对方希望看到怎样的未来？”

想清楚这些，就是制作企业对外演示资料的最大要点。

你的演示是否打动了听众是一目了然的。对方的表情会发生变化，声音开始产生热情。当发现客户的这些积极反应时，作为商务人士也会充满了满足感。并且，顾客的直接回应也会打开你职业生涯中通向“成功”的大门。

本书将提供一些少见的经验，如果能帮各位开拓职业生涯的话，将是我最大的荣幸。

前田镰利

2016年2月

Contents

目录

前言 制作“能打动人心”的演示资料 001

第1章

企业对外演示要注重 “感情”



“企业内”与“企业外”演示的根本差别

..... 002

- 企业对外演示仅有“逻辑”是不够的 / 002
- 无法打动人心的演示不会被听众接受 / 003



企业对外演示资料由“4个部分”构成

..... 007

- 用开头抓住人心 / 007
- 用正文阐明“好处” / 008
- 销售演示控制在“3~5”分钟内 / 010

- ④ 以“课题→原因→解决对策→效果”来组成逻辑 / 013
- ④ 在“逻辑”的基础上加入“感情” / 014

- ④ “共鸣→信任→接受→决定”这一流程 / 016
- ④ 使其产生“对，这就是问题所在”的共鸣 / 023
- ④ 连续说明“功能→好处→前景”，使对方接受 / 024

- ④ 说明要有重点 / 027
- ④ 企业对外演示的每张幻灯片“平均约6秒” / 027
- ④ 根据听众的“视线”来对情报进行取舍 / 028
- ④ 将表现“依据”的幻灯片放入附件中 / 030

- ④ “对象”不同，“课题”不同 / 032
- ④ 抓住目标所希望的“功能”“好处”“前景” / 033
- ④ 在说明会上重点讲解“最大公约数” / 035



首先确定演示的“思路”

..... 038

- 不要立刻使用“演示软件” / 038
- 通过手写来让“课题”和“好处”统一 / 039
- “理念”不清晰的演示毫无意义 / 041

第2章

诉诸“直觉”的 幻灯片诀窍



销售演示为“4 : 3”，说明会演示为“16 : 9”

..... 046

- 不同情况采用不同大小的幻灯片 / 046
- 幻灯片中不需要多余要素 / 047



封面必须加入“图像”

..... 049

- 用图像表达“感情”，进行口头说明 / 049
- 标题不要变成“文章” / 051
- 必须加上“销售对象企业名”和“日期” / 052
- 企业对外演示不需要页码 / 053

Lesson
10

关键信息选择13字以内的“重点词汇”

..... 056

- 不要用语言来进行“说明” / 056
- 除最关键的要点之外全部删除 / 057
- 用“单词”来唤起听众的感情 / 058

Lesson
11

用“信号效果”来提高幻灯片表现力

..... 060

- 以“一种颜色效果”制造冲击感 / 060
- 一张幻灯片最多3种颜色 / 061
- 正面信息用“蓝色”，负面信息用“红色” / 062

Lesson
12

以“黑体”为基础，有效利用“宋体”

..... 064

- 关键信息使用“黑体”是基础 / 064
- 负面信息用“宋体+红字”制造冲击感 / 065

Lesson
13

关键信息的字体采用“100~300”

..... 068

- 用“300”来强调信息 / 068
- 关键信息放在幻灯片中上位置 / 070
- 在关键信息的位置突出重点 / 070

第3章

“2.5秒”即可一目了然的图表制作方法



图表在“左”，信息在“右”

..... 074

- 图表和信息不能纵向排列 / 074
- 图像进入“右脑”，文本进入“左脑” / 075



“2.5秒”即可一目了然的图表制作方法

..... 077

- 遵循“一张幻灯片=一张图表”的铁则 / 077
- 将内容缩减至能表达基本意思即可 / 078
- 强调“数字” / 080



将“想要表现的部分”最大化

..... 081

- 饼状图用“一种颜色效果”加深印象 / 081
- “想要表现的数字”放在饼状图外 / 082
- 加粗“想要表现的折线” / 083



用定位图表突出“优越性”

..... 087

- 在视觉上表现类似商品的“优越性” / 086
- 通过“4个比较基准”来考虑定位 / 088
- 配合对方的需求选择“优越性” / 089
- 本公司定位放在“图表右上方” / 090

第4章

利用图像制作 “最佳幻灯片”



根据听众的“视角”来选择所使用的图像

..... 092

- 照片采用“全屏”是基础 / 092
- “对象”不同，有效的“照片”也不同 / 093
- 必须使用“1000px X 1000px”以上画质 / 095



正面信息的幻灯片用“彩色”，负面信息的幻灯片用“黑白色”

..... 096

- 整体由“黑白照片→彩色→照片”构成 / 096
- 用“深棕色”表现更深的感情 / 097



通过“编辑技术”最大限度地利用图像

..... 100

④ 用“微调功能”表现关键信息 / 100

④ 通过“删除背景”强调信息 / 101



利用“透射功能”给照片附加信息

..... 104

④ 能同时展现“照片”和“信息”的技术 / 104

④ 使用“带状透射”制作幻灯片 / 105



利用“多图像效果”让更多的人产生共鸣

..... 108

④ “多图像幻灯片”适合放在结尾处 / 108

④ “多图像”能更大范围地传递信息 / 109

第5章

演示资料100% 成功的“秘密”



第一张幻灯片就抓住人心的方法

..... 114

④ “30秒以内”产生共鸣 / 114