



派力营销思想库
PILOT MARKETING IDEA TREASURY
传播专业营销 提供实战启迪
主编：屈云波

95

派 力 培 训 实 务 系 列

The Big Book

培训游戏大全

of Humorous Training Games

[美] 朵妮·泰百玲 莎丽·蔚丝/著 张振霞/译
Doni Tamblyn Sharyn Weiss

 企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

 Mc
Graw
Hill

麦格劳-希尔教育出版集团

派力营销思想库 95



派力营销思想库

PILOT MARKETING IDEA-TREASURY

传递专业营销 富创战略思维

主编：屈云波

培训游戏大全

朵妮·泰百玲

著

沙丽·蔚丝

张振霞 译

MBAC83/04

企业管理出版社



麦格劳-希尔教育出版集团

图书在版编目(CIP)数据

培训游戏大全/[美]朵妮·泰百玲,莎丽·蔚丝 著 张振霞 译,
—北京:企业管理出版社,2001.12

ISBN 7-80147-601-8

I.培… II.①泰…②蔚…③张… III.企业管理-干部
培训-方法 IV.F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 065693 号

Doni Tambllyn & Sharyn Weiss: **The big book of humorous training games**, 1st Edition
ISBN 0-07-135780-7

Copyright © 2000 by The McGraw-Hill Companies, Inc. All rights reserved. Printed in the United States of America. Except as permitted under the United States Copyright Act of 1976, no part of this publication may be reproduced or distributed in any form or by any means, or stored in a data base or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Authorized translation from the English language edition published by McGraw-Hill, Inc.

All rights reserved. For sale in the People's Republic of China only.

本书中文简体字版由企业管理出版社和美国麦格劳-希尔教育出版集团合作出版。

未经出版者书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

北京市版权局著作权合同登记图字 01-2001-4035 号:

书 名:培训游戏大全

作 者:[美]朵妮·泰百玲 莎丽·蔚丝

翻译:张振霞

责任编辑:韦红

技术编辑:孙振伟

书 号:ISBN 7-80147-601-8/F·599

出版发行:企业管理出版社

地 址:北京市海淀区紫竹院南路 17 号

邮编:100044

网 址:<http://www.ccc-ccda.org.cn/cbs>

电 话:出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387

电子信箱:80147@sina.com emph1979@yahoo.com

印 刷:北京市朝阳区印刷厂印刷

经 销:新华书店

规 格:880 毫米×1230 毫米 32 开本 9.75 印张 227 千字

版 次:2002 年 1 月第 1 版 2002 年 1 月第 1 次印刷

印 数:1-6000 册

定 价:26.80 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

学无止境

——以个人成长过程中的一点体会与读者共勉

“学无止境”，这是一个人人皆知的道理，但每一个人对这句话的理解程度和知行合一的程度却各不相同，正因为这种不同，使人世间大到国家、组织，小到个人的政治和经济地位产生了对应的不同。因此，尽管这是一个常识，我还是想在《派力营销思想库》和《派力管理思想库》2002 年版新书即将付梓之日，与读者——也是从事企业营销和管理工作的同行们分享一下我个人、一个再普通不过的专业人员十几年来成长过程中的一点体会，权作共勉。

初下海是 88 年末，在一个对办公自动化设备几乎一无所知的小地方靠自己一点电子学基础卖四通打字机、复印机和电脑之类的 OA 设备，从市场营销的专业角度来说，就是两大营销难题之一即“一个新产品面对一个新市场”。但最终我还是用“销售 + 广告”的方式花 6 个月时间打开了市场并使之持续增长，至今听我的继任者说我创办的这家公司已经是河南省最大的电脑软硬件经销商了。回忆起来，那时候关键是推销能力（勤奋、毅力和技巧），知道做点廉价的广告和软文宣传已算是很领先了。正因为这一点点尝试，鼓励我在 90 年 9 月果断地丢掉艰苦播种培育后即将大丰收的果子，重新回到大学教室希望能通过科班的管理学的学习，试试自己是否能改变自己的命运，有一个更大的天地施展自己营销的潜能。

管理学硕士课程的学习关键靠自己，因为当时中国大学管理学教育也没有多少积累。想来那时候读来读去也就是以菲利普·科特勒的《营销管理》为代表的一些最基础的教科书，更深

入细化的中外书刊根本找不到，只好利用自己有点钱、导师理解支持、又胆子大的优势遍访各类名人和刚刚有点销售和广告意识的名企，在当时算是会学管理学的学生了。凭着这三年积累的一点瓶底水，毕业找单位时还挑肥拣瘦、讲讲条件的。

93年5月毕业分到中国长城计算机集团公司，满腔热情地想把这个大型IT企业的销售部门改造成一个所谓营销部门，但一个小兵、功夫浅又不谙国企世事，不到半年就被客气地赶出司门，被建议适合到欧美在中国的IT公司去工作。这一瓢冷水倒浇醒了自己的脑袋，检讨一下自己虽有点天赋潜质但确实只有瓶底一点水，于是守着在北京外版营销书刊多、名人多、名企多的条件恶补了半年更深入细化的西方市场营销知识。直至94年5月创办派力营销至今，仍保持着以各种方式学习和探索的习惯，不敢自满。

做咨询顾问是一个“教学相长”的好职业，也正因为此，初做咨询顾问的人赚钱少、又苦又累又受气却乐此不疲，94年5月至2000年2月，这是我及派力营销通过咨询、培训、编书、写文章帮助别人、建立“功名”和对中西方市场营销理解进步最快的一段时间，自认为瓶子里的水终于升到了半瓶，可以去边学边帮帮别人了。至今，派力营销主编的《派力营销思想库》和之后的姊妹品牌《派力管理思想库》能够笔耕不辍达100册以上之多，既有客观上贡献社会之意，也有主观上鞭策自己不断学习之愿。

2000年3月到科龙电器任主管国内外市场营销工作的副总裁也是客观上帮别人、主观上为自己——为自己在营销和管理实践（这次面对的是两大营销难题之二即“一个成熟产品面对一个成熟市场”）、企业二次创业和如何成为一个称职的企业领导者补课，毕竟，我只是做过数十个大企业领导人的参谋而没有亲自领兵打仗的经历，而这种经历对一个企业管理者和管理学专





家来说,却是必须的,因为管理学是一个应用性学科。因此,当朋友、记者和同事们问起我来科龙任职是否后悔时,我发自内心地回答说:面对一个刚刚开始进入二次创业阶段的大型家电公司,作为一个满载社会和众人期望的中国第一代高级职业经理人,我所面对的内外压力、工作量和难度可想而知,但我毫不后悔,因为在超负荷付出的同时,也得到了自己所缺乏的宝贵的东西,那就是亲自领导了“销售向营销升级”的营销实践、企业管理和领导实践、企业改革实践以及对西方领先的诸如品牌、ERP之类的经营管理理念和方法的深刻见识。客观地说,个人知识的输出可能远多于输入,但输入的却是自己最缺乏的和最需要的,从这个角度看,自己还是得多于失,因此心里十分平衡并有感激之情。我想,假如有一天我重新回到咨询顾问的岗位或是去做大学教授,无论是咨询、教学、培训,还是著书、写文章,一定会给别人提供比以前更多一些的价值。

快到四十不惑的年龄了,但还是觉得自己只是半瓶水里边又多了一点水,还有很多“惑”的东西(尤其是全球化视野),还得学下去,而且还得找与此阶段相适应的途径学得更快点。要知道,毕竟中国还是发展中国家,在全球市场的竞争力有限;即便是在中国国内,未来企业间和人才间的竞争可能要比任何国家都激烈,因为中国人太多、又个顶个的聪明,只要愿意接受市场经济的洗礼和全球化视野的开化,一定会冒出一批又一批精英分子来,但中国的机会资源和自然资源却太少,想象一下,可怕不可怕?想活下去,还想比别人活得好,不学习再学习,行吗?

好则,现在的学习条件比10年前好多了,就看你自己了。

屈云波

2002年元月



如何成为最受听众欢迎的培训高手？

——本书会帮助你

- 本书囊括了适用于常见培训主题的数十个原创的精彩游戏，这些主题包括如何激发创造性、常用管理技巧、如何应对变革等等。
- 通过游戏可以激发学员的学习热情。

50 个培训游戏

——让学员在欢声笑语中聆听你的教谕、汲取知识的养分

最近，关于人类大脑和思维的研究证实了大多数培训者共同的猜想：如果学习过程中充满了幽默和乐趣，学员就能更好地学习和思考。《培训游戏大全》给大家提供了 50 个原创的、经过实际运用的精彩游戏。它们涵盖了大部分常见的培训主题，包括管理技术、如何应对变革、提高情商、如何对付难缠的人等等。通过这些游戏，你可以把自己教授的相关知识深深地印在学员的脑海中。

这本通俗易懂的游戏手册给出了详细的游戏操作步骤。无论你是培训新手还是谙于此道的老手，对你都是有用的，能够使你的培训充满欢乐、幽默和创造性。本书每一章都给出了与某个培训主题有关的五个游戏，这些培训主题涉及的都是与商业活动相关的重要技能。每个游戏都包括了(1)理论背景知识，(2)幽默开场白示例，(3)游戏的步骤，(4)游戏中要用到的材料，(5)提问等几部分。贯穿整个游戏的还有一些在适当时候运用幽默的





小技巧,这会使你运用这些材料时更加得心应手。

《培训游戏大全》会帮助你发挥出你的幽默天分,帮助你吸引学员的注意力,把他们需要的基本技能非常到位地传授给他们!



引言:如何使用本书

在培训的过程中,你可以自然、得体、巧妙、恰当地运用幽默。最重要的是,这样做能够提高学员的学习效果。

大部分培训教员都知道,如果能够在培训过程中巧妙地运用幽默,可以使任何一个培训变得生动活泼。然而,很多培训教员都觉得自己不是天生的幽默大师。他们认为幽默是一种天赋。他们总是这样认为,如果一个人在小学、中学的时候就不幽默,那么他长大了自然也不会幽默。

幽默确实是一种天赋——但是我们每个人都与生俱来地拥有这种天赋。幽默的天赋并不能用你能够讲多少笑话、能够使用多少新奇的词语来衡量,而是要看你玩游戏的能力。任何一个人小时候都是玩游戏的高手。我们认为你现在的职业尽管是一个专业教员,但你在本质上仍然有从前那个孩子的影子。这就意味着,你实际上已经知道在学习游戏的过程中如何使用幽默,只是现在有一点儿生疏罢了。

《培训游戏大全》给出了 50 个原创的幽默培训游戏,它们会让你领略到以游戏的方式学习所带来的欢乐。在书中我们还给出了做好这些游戏的小技巧,它们可以帮助你更好地领会游戏中所教的内容,更愉快地享受游戏中的乐趣。在使用本书的过程中你可以根据自己的需要和培训进程的安排对本书的内容进行调整。例如,本书中的每个游戏都有一个“幽默开场白示例”,你大可不必把它背下来,甚至可以不用它。它只是给出了一个示例,开场白的目的是向学习的真实内容过渡,并且向学员发出这





样的信号，这些游戏不仅能够让你学到很多知识，而且非常有趣。我们在书中也给出了利用幽默来实现目标的方法。在书中我们还为你应答学员提供了幽默诙谐的“语言库”。

我们建议你提些问题，以帮助学员加深对游戏的理解。你应当注意到，只要换一种提法，这本书上的大多数游戏通常还可以。用于介绍或强调其他主题（在每个游戏的后面我们都给出了该游戏适用的其它主题，我们将它放在“适用的其它培训主题”小节中）。

如何使你成为一名幽默的培训者

写这本《培训游戏大全》有两个目的：第一，给培训者提供一些游戏方法，它们能够寓教于乐，可以借此教会学员很多商业技能。第二，增强培训者在培训过程中运用幽默的信心，让他们确信运用幽默是他们与生俱来的才能。这就是我们建议你从第一章培训自然幽默感的游戏开始的原因。

第一章的游戏说明了自然的幽默区别于做作的幽默的重要特点。自然的幽默应遵循以下原则：

1. 不要刻意地表现滑稽
2. 创造宽松的环境
3. 注重与听众的交流
4. 积极评价
5. 承认失误

接下来我们将简要阐述一下这几个原则，并提出一些实用的建议，供你在实践中运用这些原则时参考。



不要刻意地表现滑稽

刻意表现滑稽的培训者不关心听众，他们把培训课当成自己获得注意和认可的机会。但是我们要记住的是，一个培训教师不同于俱乐部里的滑稽演员。在教室里培训学员，目的不是娱乐，而是传授知识。

有幽默感的培训教师看到整个世界，包括学员在内，都蕴藏着令人愉快的要素。他们能够欣赏所有能带来笑声的事物，这些事物不一定来自他们本身，可能是来自周围的环境，也可能来自学员。通常，他们运用幽默的目的是使听众不过于严肃紧张，使课堂的气氛欢快轻松。他们的天赋不在于时时都能滔滔不绝地讲出笑话，而在于时时都会带来欢声笑语。这是你应该努力成为的培训者，能够和学员一起分享学习过程中的欢乐。

创造宽松的环境

当然，幽默的培训者也不是完美无缺的，他们允许自己犯错误。他们应该寓教于玩，而不是刻板教条。正因为如此，他们常常会发现，他们有很多主意可以选择，这些主意可能意味更深远、更富创造力、更不拘一格。总之，是解决问题的更好方法。

让我们来想象一下，在培训过程中，你不可避免地会遇到一些意外情况。比如，突然停电了；或许墙上的一个螺丝掉了下来；或许半数学员不知道来学习班的路，延误 40 分钟才匆匆赶到。

把这些情况当作发挥你的幽默才能，开发你的创造性思维能力的机会吧！通过引导大家开怀大笑，提高应对突发事件的能力，你将为学员创造出一个宽容、友好的环境。在这样的环境中，





学员会感到自己得到了尊重、信任。这同样也是一个能够激发学员思考的环境。

注重与听众的交流

几乎每个出色的喜剧明星都会同意这样的观点：观众中爆发的最大的笑声，常常不是因为那个最逗的笑话，而是来自他和听众会心交流的那个时刻。

这对出色的培训者来说，这是一个非常重要的信息。为什么？它说明要引发听众的笑声，不一定需要什么喜剧表演的天分。事实上，出现幽默的最佳时刻是在会心交流的环境下产生的。学员知道这其中的确有着令人激动的事情：在这样的环境中，发生的每一件事情都令人激动。更重要的是，他们知道他们中的每个人都是这个环境中的一分子，这就很容易产生自由轻松的笑声。你可以很容易地做到这一点。下面是一些方法：

- 真诚地对他们的看法做出反应，而不要敷衍了事地说：“嗯”，“我知道了”，“哦，很好”。

- 可以让其他学员来回答他们的同伴提出的问题。

- 在培训过程中要充分利用小组讨论的方式（这种方式还能够使记忆保持长久）。

- 将课程的部分内容提纲发给学员的团队，让他们给其他学员讲授。

- 将学员作为“客座专家”，充分发挥他们的作用。如果发现他们对某个题目有较深入的了解，或者是有较深刻的切身经验，能够用来说明某个题目，可以请他们讲一讲。

- 最关键的是，培训的设计不要显得信息过分密集。你会





问,如何运用“与听众保持交流”这个原则?所有研究都表明,信息过于密集的教学大纲只是看上去不错,实际效果未必怎么样。其中一个重要原因就是,它没有留出充分的时间让学员提问,而这种提问对长期的学习效果是非常重要的。在设计你的课程时,要注意留出足够的提问、回答的时间。

● 实施这个原则的最好方法就是:做你的学员伙伴似的好朋友。对他们的良好表现表示极大的赞许。你可以运用下面的技巧:

对他们的幽默总是报以开心的笑声(如果这个幽默不合时宜,处理技巧见后面)。

更好的方法是,将他们幽默诙谐的话大声重复一遍,以使全班的学员都听到(这会带来很好的效果)。

在休息的时候可以似乎无意地提及说某个学员提了一个很好的问题,或者说他做了一个很出色的回答。

只要能够发挥出学习过程中的主人——学员本身的积极性,就尽量运用你能想到的一切技巧,尽量多想,尽量多用。

积极评价

许多研究表明,如果头脑的想象力和相关的情绪处于很积极的状态,可以大大增强形象思维和创造性思维能力。所以,在和学员交流的时候,要让他们感受到积极、认可的氛围。这就需要你用一种积极的观点来看别人,这通常可以表现在:

● 使用积极的词语,比如:通常说“这很好,”而不是“这可以减少一些问题”。

● 自己出了洋相,幽默机智地承认。(关于这一点,更详细





的内容可见下面一条原则,即“承认失误”。)

● 最重要的是,要形成一种习惯性的兼收并蓄的态度:“告诉我你更多的想法”,而不要说:“我不敢肯定那样一定能行”。

所有这些行为都有助于学习环境的改变,使之能够更好地促进学员的思考积极性。这难道不是你想要的吗?

承认失误

专业喜剧演员(或者自然的幽默培训者)都会承认,每个人都有出洋相的时候。

你作为一个培训教员,也必须承认并接受这个事实。好在如果你能够诚实而优雅地处理好这样的局面,你会收到意想不到的效果:一、能够加深学员对你的尊敬;二、可以塑就学员接受风险的习惯。如果某项活动不能按照预先设想进行,我可以教你一个简单但有一点儿歪聪明的办法:马上向学员承认自己的失误。然后,以一种“大无畏”的精神感谢学员能够勇敢地提出不同的正确批评。作为一个训练有素的培训者,你还可以利用这种情况作为试路石,探究学员更深层次的需求、动机、恐惧和风格。

如果你能够万无一失地做到这些,我向你保证,你即使不会成为讲笑话的大师,也会被认为拥有幽默的天赋。下面我们来讨论一个不能回避的话题。

不恰当的幽默

关于什么是不恰当的幽默,已经有很多书作了说明,我们在这里就将它浓缩为一个简单的原则:

具有贬低意义的笑话只能针对自己或者和你自己具有同一





属性的那一群人。

这其实很简单。例如：

● 莎丽 (Sharyn) 和朵妮 (Doni) (本书的两位女作者) 可以很安全地拿女人开玩笑，但不会拿男人开玩笑：“如果一个男人在森林里演讲，而周围却没有一个女人听，他还会出错吗？”

● 我们拿培训者开玩笑比拿工程师开玩笑安全：“要有多少个课程设计教师才能够完成一桩绑架案？6 个。一个绑架人质，另外 5 个拟敲诈留言。”

● 如果把某个字的读音搞错了，你可以说：“哦……阅读障碍症。”

● 如果你暂时想不起下面的内容，你可以说：“大脑短路。”

一些自嘲的幽默确实能拉近你和学员的距离。但是我们建议你不要用得太多，不要让学员觉得你需要“治疗”。

记住：不要拿任何一个学员开玩笑，不管他提出的问题多么幼稚可笑，伤害他会拉大你和学员的距离。如果你让一个学员难堪，其他所有学员都会不信任你。这一点你必须牢记在心。

现在就让我们出发吧！好好享受吧……



派力简介

派力营销管理咨询有限公司是中国真正走专业化道路并专注于市场营销功能的营销管理咨询机构，公司意在运用当今世界先进的营销理论、技术和经验，为国内外各类企业提供高水准、专业化和可操作性的市场调研指导、营销战略规划、品牌策略规划、营销管理咨询、营销人员培训、营销知识传播和职业经理人俱乐部等市场营销管理功能系列服务。

为什么要聘请营销咨询顾问？

- 提供企业自身所缺乏的专业知识、经验和见识；
- 协助企业诊断、调整和完善原定的方案；
- 提供公正的局外人看法；
- 为营销管理部门提供论据，证实原定方案切实可行。

为什么要选择派力营销？

中西结合 + 团队协作 + 全程服务 + 脚踏实地

联系方式

地址：北京市朝外大街 22 号泛利大厦 1602 室 (100020)

电话：(010)65887818

传真：(010)65886372

E-mail: pilotbj@public.bta.net.cn

xiaodiyana@sina.com

历史与发展

派力的过去

派力在 1994 年 5 月由三位中港营销实战专家和咨询专家携手创建,由高级营销咨询顾问屈云波先生任第一任总经理,迄今已经历了近 8 年多扎实的探索和艰苦的创业。创业伊始,派力即以“传播专业营销,伴您健康成长”为职业使命,以“帮助客户真正建立能实现近、远期目标的市场观念和营销管理基础,并经得起时间检验”作为自己的职业要求,以“踏踏实实做人,扎扎实实做事”作为自己的公司理念。派力强调“敬业是一种美德”!

派力的现在

派力目前是中国大陆规模最大的专业营销管理咨询和培训机构之一!

派力目前是中国大陆业绩最好的专业营销管理咨询和培训机构之一!

以《派力营销思想库》、《派力管理思想库》(图书出版)和“派力营销培训中心”(培训)为代表的“派力营销知识传播工程”在中国几乎所有的职业营销经理人和市场营销专业的大学师生中具有极其深远的影响。

派力的未来

派力将会继续以自己踏实的态度、进取的精神和丰富的学习和实践机会,再用 3 年时间(即在 2004 年)发展成为具有国际水准的、有一定规模的专业营销咨询公司和中国营销界的权威发言机构。