

英汉对照管理袖珍手册

商务演讲

本书中的各种技巧和
工具教你如何成为一名高
效的商务演讲人

John Townsend 著
严紫瑶 译

上海交通大学出版社



英汉对照管理袖珍手册

商务演讲

John Townsend 著

严紫瑶 译

Phil Hailstone 图

上海交通大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

英汉对照管理袖珍手册:商务演讲/(英)汤索德(J. Townsend)著;
严紫瑶译. —上海:上海交通大学出版社,2003

ISBN 7-313-03144-0

I. 商… II. ①汤… ②严… III. 商务-演讲-对照读物-英、汉
IV. F019

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 063652 号

责任编辑 汪 俪

英汉对照管理袖珍手册:商务演讲

严紫瑶 译

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 877 号 邮政编码 200030)

电话:64071208 出版人:张天蔚

立信会计出版社常熟市印刷联营厂印刷 全国新华书店经销

开本:890mm×1240mm 1/64 印张:2.875 字数:103千字

2003年1月第1版 2003年1月第1次印刷

印数:1~5050

ISBN 7-313-03144-0/F·442 定价:8.00元

版权所有 侵权必究

N 7-31



7313

© John Townsend 2002

This translation of The Business Presenter Pocketbook first published in 1999 is published by arrangement with Management Pocketbooks Limited.

版权合同登记号:图字:09-2001-428

读者意见反馈卡

感谢您购买本书,请您填写下表,以便我们今后为您提供更好的图书。

书名:《英汉对照管理袖珍手册:商务演讲》

请填写(或附名片):

姓名:

邮编:

E-Mail:

电话:

年龄:

职业:

地址:

1. 您认为本书采用英汉对照的方式对您的学习有帮助吗?

有

没有

2. 您希望本书采用何种方式?

全部中文

全部英文

英汉对照

3. 您认为本书翻译质量如何?

很好

尚可

较差

4. 您从何处购得此书?

书店 邮购 商场 其他: _____

5. 您是如何得知本书的? (请在画线处写上报纸或杂志的名称)

书店 朋友 报纸: _____ 杂志: _____

其他: _____

6. 您喜欢本书的封面吗?

喜欢 不喜欢

7. 您认为本书的价格:

偏高 中等 偏低

您的目标价位是: _____

8. 您认为本书的翻译有重大错误吗? 如果有,请填写或用其他方式与我们联系:

如有任何疑问和要求,请与我们联系:

上海交通大学出版社

地址: 上海市番禺路 877 号

联系人: 汪俪

电话: 021-64079204

邮编: 200030

英汉对照管理袖珍手册

英汉对照管理袖珍手册：思维技巧

英汉对照管理袖珍手册：提高效率

英汉对照管理袖珍手册：时间管理

英汉对照管理袖珍手册：团队合作

英汉对照管理袖珍手册：激励

英汉对照管理袖珍手册：决策

英汉对照管理袖珍手册：会议事务

英汉对照管理袖珍手册：个人成功

英汉对照管理袖珍手册：人员管理

英汉对照管理袖珍手册：缓解紧张

英汉对照管理袖珍手册：资产负债表

英汉对照管理袖珍手册：现金流管理

英汉对照管理袖珍手册：预算管理

英汉对照管理袖珍手册：做个面试者

英汉对照管理袖珍手册：做个培训者
英汉对照管理袖珍手册：新员工培训
英汉对照管理袖珍手册：绩效管理
英汉对照管理袖珍手册：商务计划
英汉对照管理袖珍手册：管理变革
英汉对照管理袖珍手册：做个管理者
英汉对照管理袖珍手册：项目管理
英汉对照管理袖珍手册：评估管理
英汉对照管理袖珍手册：影响力
英汉对照管理袖珍手册：问题行为
英汉对照管理袖珍手册：商务演讲

每册定价 8.00 元。

如需邮购，请将汇款寄至：

上海市番禺路 877 号

上海交通大学出版社读者服务部

邮编：200030

电话：021-64073140

请在汇款留言中写明所购图书品种以及数量。国内邮寄免收邮费。

目 录



组织演讲 (1)
演讲的大丑闻, 3W's-为什么-
什么-谁? 结构, 讲义



做演讲 (15)
引人入胜, 计时, 紧张, 声音, 着
装, 视线, 身体语言, 引导讨论,
对付提问/棘手的参与者, 值得
思考的东西, 十个要点



视听辅助设备 (51)
VHF 沟通, 活动挂图, 投影机,
LCD 放映机, 幻灯片放映机, 白
板, 大头针板, 录像机和 CDI,
音乐



演示清单 (117)
克服墨菲法则的途径



电视访谈 (123)
你所说的话, 你说话的方式, 如
何回答问题



记者招待会 (143)
争取时间, 引起共鸣, 控制局面



给出和接受反馈 (159)
如何给予和接受建设性的批评



复制的纲要 (165)
讲义卡, 清单, 反馈卡



ORGANISING YOUR PRESENTATION

组织演讲

ORGANISING YOUR PRESENTATION

THE GREAT PRESENTATION SCANDAL



Every year millions of wasted hours are spent giving and attending business presentations. Why wasted? Because most presenters haven't asked why. It's a downright scandal!

And the problem is, they get away with getting it wrong. All over the world it seems that corporate ritual calls blindly for speakers to stand up beside an overhead projector and bore the pants off passive audiences.

Very few of them have the insight (or is it the guts?) to sit down before they start to plan a presentation and ask 'WHY?'.

The result? Millions of hours of useless, droning, self-justifying speeches. Audiences who should be concerned, involved, motivated, simply blocking out the speakers and musing absent-mindedly until coffee or lunch.

②



组织演讲

演讲的大丑闻



每年数亿小时浪费于商务演讲。为何会浪费？大多数演讲者都未问一下为什么。这真是十足的丑闻！

问题是，演讲人和听演讲人没意识到错误。在全世界范围内，公司礼仪似乎都盲目地要求演讲人站在投影仪旁，忍受消极听众的叹气。

很少人能明智地(或者有勇气)在开始演讲前坐下来做个计划并问“为什么?”。

结果呢？就是时间长达数亿小时毫无用处、单调沉闷、自我辩解式的演讲。本应参与、介入、被鼓动起来的听众，却只是在妨碍演讲人，不专心地沉思直至喝咖啡或吃午饭的时间。



ORGANISING YOUR PRESENTATION



THE 3 W's

WHY?

"A wise man asks himself seven times 'why?' before acting."

- Why am I going to give this presentation?
 - To provide information?
 - To represent my function?
 - To entertain?
 - To fill up the agenda?
 - To sell my ideas?
 - To defend a position?
 - To be provocative?
 - Whatever the answer, keep asking 'why?' in other ways ...
 - What is the objective I wish to achieve?
 - What is happening **now** that I wish to change or clarify?
 - What will I accept as evidence that my speech has succeeded?
 - What must the audience do or think at the end?
-until it becomes obvious **what** your essential messages must be.

组织演讲

三个 W

为什么？



“聪明人在行动前会自问七遍‘为什么？’。”

• 我为什么要做这次演讲？

——提供信息？

——执行我的职能？

——娱乐别人？

——填补日程安排上的空缺？

——兜售我的观点？

——捍卫一个立场？

——引起争论？

• 不管答案是什么，不断地以别的方式问“为什么？”……

——我希望达到的目的是什么？

——我想改变或澄清的是什么？

——什么可以作为我的演讲成功的证据？

——演讲结束时听众必须做些或想些什么？

……直至重要信息变得清晰为止。

ORGANISING YOUR PRESENTATION



THE 3 W's

WHAT?

- Answering the question 'why?' properly will tell you **what** your main messages should be but, however intelligent your audience, they will neither want nor be able to absorb more than:
 - 4 or 5 Keypoints
- Since you have a lot of competition from other speakers (and television!) you need a **vehicle** to carry your message to the audience; after all, if your presentation is not memorable - why bother to speak? Good vehicles include:
 - **A mnemonic device** to link key messages together and help retention (an example is 'Bomber B' on page 10)
 - **An analogy, parable or example** to make a bridge between your messages and the audience's experience
 - **A series of slides** to 'package' your messages

组织演讲

三个 W

什么？



- 恰当地回答“为什么”将告诉你主要信息该是什么，但是不管听众有多聪明，他们都不愿也不能听进超过：
 - 4 或 5 个要点
- 由于有来自别的演讲人（以及电视！）的竞争，你需要一个将信息传递给听众的工具；毕竟，如果你的演讲不能做到令人难忘——为什么还要费劲地去讲？好的工具包括：
 - 记忆性的设备将重要信息联系起来并有助于记忆（例如第 11 页上的‘Bomber B’）
 - 类比，寓言或例子在你要传递的信息和听众的经验之间架起桥梁
 - “包装”你的信息的一系列幻灯片

ORGANISING YOUR PRESENTATION

THE 3 W's

WHO?

Once you know exactly **why** you are going to make the presentation and **what** your key points will be, you must ask, '**Who will be in the audience?**' - so as to customise your message and make it stick.

- Who are the participants? Level? Background?
- What do they already know about the subject?
- Are they really interested? (If not, I'll have to create the interest)
- What are their **WIFM's**? (**What's In it For Me?**)
- How fast can they absorb what I'm saying?
- What do they **expect** me to say?
- What is their mind-set (prejudices, attitudes, beliefs, etc)?

TIP

To be sure you have tailored your speech to the audience, play devil's advocate and ask, 'How could I best offend them if I really wanted to?'

⑧

