



领导力译丛

主编 奚洁人

领导力译丛

演讲技巧

(第二版)

苏吉·西登斯 著

苏吉·西登斯 著

演讲技巧

(第二版) 刘芸 朱瑞博 译

19
05

PRESENTATION SKILLS



世纪出版集团 上海人民出版社



领导力译丛

主编 奚洁人

苏吉·西登斯 著

演讲技巧

(第二版) 刘芸 朱瑞博 译



世纪出版集团 上海人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

演讲技巧(第2版)/(英)西登斯(Siddons,S.)著;

刘芸,朱瑞博译.

—上海:上海人民出版社,2006

(领导力译丛)

书名原文: Presentation Skills

ISBN 7-208-06327-3

I. 演... II. ①西...②刘...③朱... III. 演讲-语言艺术

IV. H019

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第062638号

责任编辑 田 青

封面装帧 王晓阳

领导力译丛

演讲技巧(第二版)

[英]苏吉·西登斯 著

刘 芸 朱瑞博 译

出 版 世纪出版集团 上海人民出版社

(200001 上海福建中路193号 www.ewen.cc)

出 品 上海世纪出版股份有限公司高等教育图书公司



www.hibooks.cn

世纪高教 (上海福建中路193号24层 021-63914988)

发 行 世纪出版集团发行中心

印 刷 上海商务联西印刷有限公司

开 本 850×1168毫米 1/32

印 张 2.5

插 页 2

字 数 25,000

版 次 2006年7月第1版

印 次 2006年7月第1次印刷

ISBN 7-208-06327-3/F·1442

定 价 10.00元

编委会名单（按姓氏笔画为序）

主 任：奚洁人

副主任：王金定 崔玉宝 陈伟利

成 员：刘靖北 成旦红 张生新 宋 今

何立胜 郑金洲 周曦民 姜海山

赵荣根 夏健明 萧炳南

作者简介

苏吉·西登斯(Suzy Siddons)是一名资深职业培训师,专门从事信息技术、商业写作技能、项目管理、沟通与演讲、领导技能、销售技能以及培训师技能培训。她主持过几百个上述领域的培训课程和工作室,并参加过电视和无线电广播。她在牛津郡有自己的培训服务公司,负责向很多知名公司提供培训服务。她已出版多册商业书籍,包括英国人事与发展特许研究所(CIPD)出版的 *Delivering Training* (1997),以及培训手册 *Encouraging Positive Participation* (1999)。

出版说明

21 世纪,领导力已被公认为一种关键技能。

1

它不仅是领导干部体现自身素养、发挥领导才干的重要形式,而且是各层次各行业的每一个人都需要具备的人生技能。事实上,每一个人都具备领导的潜能,都可以通过学习来提升自己的领导力。

那么,怎样才能成为一名优秀的领导者?怎样培养领导技能以提升自己的综合领导力?如何进一步提高人生必备技能?“领导力译丛”给出了答案。这套丛书将帮助你应对未来自我领导与领导他人的挑战,帮助你不断提高自己的领导技能。译丛中展现的领导前沿问题与专家教授的应对技巧会使你面对未来信心倍增。

“领导力译丛”精选英国人事与发展特许研究所(CIPD)出版的“管理者塑型”(Management Shapers)丛书中的18种,囊括了几乎所有关键性的领导技能,如倾听、演讲、决策、评估、反馈、激励、谈判等,并对如何进行时间管理、如何有效开好会议、如何应对新官上任的难题、如何应对个人承受的工作压力等方面进行了简洁中肯的分析。每册书着重分析提升领导力的一个方面,从实用角度以简洁明快的风格展现了与该方面有关的一系列关键问题,同时针对性地给出了切实有效的提示及操作性建议。

“领导力译丛”由著名的国家级干部教育培训机构——中国浦东干部学院组织翻译。为领导干部以及企业、学校、非政府组织等各行各业的相关人员提高个人的领导技能提供了有益的参考,是一套实用性很强的案头必备学习资料。

© Suzy Siddons 1998, 1999. This version of *Presentation Skills*, first published in 1998, is published by arrangement with the Chartered Institute of Personnel and Development.

Simplified Chinese Character copyright © 2006 by Shanghai People's Publishing House.

ALL RIGHTS RESERVED

目 录

导言	1
----------	---

1 为什么要做演讲	3
-----------------	---

花在演讲上的时间和精力如此昂贵,为什么我们还要演讲呢?

2 选择题目,研究听众	7
-------------------	---

要使你的演讲积极有效,你就必须要讲听众感兴趣的话题。

3 撰写讲稿,准备提示卡	14
--------------------	----

不要向听众炫耀你的学识,要让他们知道,你可以解决问题,提供服务,作出决定或进行改善……

4 排练、发声和讲演	35
------------------	----

当我们紧张万分地搜寻合适词句的时候,本来清晰明朗的思路突然演变成一连串的

“嗯”、“哦”和结结巴巴。避免这种尴尬局面的唯一办法就是事先排练演讲过程。

5 做演讲 50

如果你以一成不变的节奏做整场演讲，听众会听得昏昏欲睡。把你的演讲看作一部交响乐，哪部分是慢板？哪部分是主题？哪部分是再现部分？

2

6 提问环节 56

任何成功的演讲末尾都要有一个提问环节。毕竟，听众安静耐心地听完了你整场演讲，现在也该轮到他们说话了。

拓展阅读 64

导 言

1

一篇精彩的演讲与餐馆的一顿美食有诸多异曲同工之妙。食客如饥似渴，厨师灵感迸发，或者至少应该合格称职。菜单通俗易懂，诱人胃口，并为所有就餐者提供丰富选择。菜肴美味可口，服务热情周到，环境舒适宜人，餐后也无不良反应。事先了解餐馆位置和就餐者到达时间则会大有帮助。

无论是美食还是演讲，其成功之处都在于顾客的态度。正如你不能强迫别人吃他们既不喜欢又不需要的东西一样，你也无法把单调乏味、难以消化或无关紧要的内容强加给听众。在整个演讲过程中，听众的态度、反应和需求都至关重要；如果没有听众，自然也无所



谓演讲了。

这本书就是关于如何做真正的商务演讲，
以及如何使你的每次演讲都引人入胜，发人深
省，令人难忘，富有价值。

1

为什么要做演讲

在我讲话时，我不介意人们频频看表，但我强烈抗议他们不断抖动身体以证明自己的存在。

——洛德·伯克特(Lord Birkett, 1883—1962)

3

演讲值得做吗

在这本《演讲技巧》的开篇就质疑演讲的必要性，似乎有些奇怪。然而，这种质疑或者从未做过或者力度不够。我们演讲时，往往从不考虑这种信息传递方式能带给别人什么，更别提思考一下听众到底想获得什么了。

一种昂贵的信息传递方式

稍作计算，可以得出一位报酬丰厚的商业

人士的时间大约价值每分钟 1 英镑。那么 20 个人花一小时听你演讲,就会用掉价值 1 200 英镑的时间,这些时间本来可以用在制造、销售产品,服务客户,或者经营公司上面。如果把他们所有听演讲的时间加起来(往往 1 周有 4 小时左右),那么结果每人每年要花费上万英镑,其数额之大令人瞠目。因此,你做的每次演讲都要对得起听众的时间,更不用说你自己花在演讲上和事前事后的时间了。

为什么要做演讲

既然花在演讲上的时间和精力如此昂贵,为什么我们还要演讲呢?在稍后的文字中,我列举出了做或不做演讲的理由。

在开始准备演讲之前,你需要考虑以下几个主要问题:

◎ 我可以用更有效的方式来传递信息吗?
比如说电子邮件、报告、小型会议、电话会议或

其他交流途径？

◎ 我有时间和精力来准备一篇精彩的演讲吗？

◎ 做这次演讲成本有多大？这个花费值得吗？

◎ 演讲的目的是什么？我希望听众听完演讲后做些什么呢？

☐ 做或不做演讲的原因

5

做	不 做
你需要对一大群人传达紧急信息	我们周四总是做演讲
你需要说服听众做出选择、改变主意、采取行动或传递信息，并且必须以面对面的方式	你要传达的信息已经为听众所了解，演讲既没有对它进行重新解释，也没有出现新的情况
听众喜欢、关心或者需要听你的演讲	听众对你的演讲不感兴趣或不需要听
你必须有效地同时向三四个人以上传授技能或传达信息	听众不知道为何要来听演讲，你自己也不晓得为何要做演讲
你有明确的演讲目标	你没有明确的演讲目标

如果你对上述问题的回答分别是“是”、“没有”、“太多”和“不知道”，那么你该认真思考一下是否有必要做这个演讲了。如果你回想一下



你职业生涯中做过的所有演讲，你很难说每个都值得你花费时间和精力去做。

那么，演讲有诀窍吗？演讲者能够一直取悦所有的听众吗？当然不能。演讲者所能做到的是让听众从内在（做出反应、思考和比较）和外在（讨论、发现或采取某种行为）两个方面接受所传达的信息。有效的演讲还能使每位听众都感觉有所收获，并且知道下一步该做些什么。

当然，要做到这些，演讲者必须要事先了解听众。这就是我们下一章要讲到的内容。

选择题目,研究听众

就是那些崇拜者和看客驱使我们做出了蠢事。

——赛内加(Seneca,约公元前4年—公元65年)

7

当你决定做一个演讲,一般来说你已经清楚要说些什么。演讲题目已经自行确定,或已由邀请你做演讲的人确定。接下来就是要对听众讲什么,讲多少的问题了。有时这也很明确,比如关于财务账目和销售数字的演讲。但即使是这样的演讲,你也需要决定是否只要出具单纯的数字还是要对其进行解释。因此,无论多么简单的演讲,都有很多不同的讲法。但是要使你的演讲积极有效,你就必须要讲听众感兴趣的话题。这就意味着你首先要考虑的是听众而不是演讲本身。
