

职场进阶
智慧丛书

逻辑、共情、语言的升格之道

三维表达术

曹茜
著



公众表达设计
与商务呈现教练的
18堂实战课

助你提升“言”值
带你玩转职场



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

职场进阶
智慧丛书



三维 表达术

曹茜
著



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

杭州

图书在版编目 (CIP) 数据

三维表达术 / 曹茜著. —杭州: 浙江工商大学出版社, 2019.1

ISBN 978-7-5178-3048-1

I. ①三… II. ①曹… III. ①语言艺术—通俗读物
IV. ①H019-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 274300 号

三维表达术

SANWEI BIAODASHU

曹茜 著

责任编辑 谭娟娟

封面设计 新艺书文化

责任印刷 包建辉

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电 话 0571-88904980 88831806 (传真)

排 版 新艺书文化

印 刷 廊坊市颖新包装装潢有限公司

开 本 787mm × 1092mm 1/16

印 张 18.75

字 数 198 千

版 印 次 2019 年 1 月第 1 版 2019 年 1 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5178-3048-1

定 价 68.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88804228

升维表达，玩转职场

互联网时代的到来，对人才综合能力的要求比以往任何时候都要高。一份针对职场中高管的调查显示，员工能够自信、清晰、准确地表达业务情况的能力，即能阐述自己的想法，输出工作结果，推销自己的企业，推销产品及推销自己的能力，是他们最为看重的。当你能很好地展现出高效业务能力的时候，决策者会听从你，客户会买你的东西，老板也会提拔你。

我们如何才能具备这样的能力呢？有一种逻辑说通、情绪融通、心门打通的技术可以教给大家，我称之为“三维表达术”，并用了18堂课来讲述相关内容。本书是提炼了这18堂课的精华并整理而成的。

逻辑说通，即有理。在逻辑上讲通，让对方听懂并能认可你的说法。有些人的工作可能只做了五分，但是在汇报时能总结到八分；有的人确实没有把事情办好，但他把道理讲通了以后同样能够获得别人的谅解。我们怎么才能掌握这种高效的表达技术呢？首先我们必须掌握的就是汇报式的说服。

我先给大家讲两种失败的表达情境。第一种情境是什么内容都当成重点去说，不愿意放弃任何一点。曾经有一位学员困惑地问我，每个季度的汇报他都会精心准备，无奈的是，每次领导都是听听就过了，很少和他有深度交流。他打开自己的一份汇报 PPT 时，我就知道了问题所在：这份 PPT 是他所在岗位的一笔业务账，虽然面面俱到，但由于什么都想说，不想遗漏任何细节，反而抓不住重点，最终只能给领导留下一个操作员的印象。这种感觉就像你去打靶，虽然每一枪都在靶上，但密密麻麻没有重点的着弹点，只会让人将你看作练习场上的新手，而不是专业的运动员。

第二种情境，由于对听众的心理分析不到位，表达者往往采用标准模板，不管是不是听众已经知道的信息，都会花不少时间细细讲解，结果浪费了表达的有效时间，到了听众真正想要听的重要部分时反而一笔带过，草草了事。说通对方的关键在于把握对方的需求。我的学员在探究原因时会解释说自己的计划尚在探索阶段，没有特别具体的实施步骤，我便告诉他，这时候就更需要设计自己话题的主线，用合适的逻辑结构凸显重点。

由此可见，大家在表达时的困惑首先暴露在内容上。本书将教给

各位如何选择汇报的重点，以及找到重点之后如何组织语言。

另外，优秀的汇报式说服体现出的是管理思路和工作方法。在培训课上我经常跟学员讲，汇报式说服就好像玩俄罗斯方块，虽然是同样的内容，但搭法的不同，会影响到最终所呈现的效果。

一般来说，讲话可以分为三段式结构，即开场、主体和结尾，因此，结合听众分析，层层铺垫地抓住听众的注意力，用内涵式、暗动式的方法引发听众对于讲话者所述内容的关注，也将是我们需要掌握的重点。

情绪融通，即有情。人是感性动物，很多时候说话的逻辑是通的，但是对方的情感不通，双方依然很难产生共鸣。这一部分将向读者展示，什么样的演讲是好的演讲，我们从这些好的演讲当中，能够借鉴哪些说服的技术，拿来为职场所用。

试想你去观看一部好的电影，情绪势必会随着剧中人物的起伏而起伏。你因为某个角色哭，因为某个角色笑，就说明完全入戏了，你和这个剧中角色实现了情的共通。演讲也是这样，演讲者与听众之间的感觉是相通的。一些学员在跟我交流的过程中会说：“老师，我觉得我的文笔是很不错的，逻辑思维能力也挺强，但讲话总是干巴巴的，不知道该怎么做才能让自己的讲话让人喜欢听。”也有的学员会跟我说：“老师，我想让自己有气场，因为一上台我的气场就很弱，老被下面的听众带着走。”遇到这两种情况，你需要通过提升手、眼、身、法、步间的协调性，通过声音塑造提升自己的说服力，在讲话的时候体现身份契合原则，就能最终掌握控场和有效表达的能力了。

这部分内容还会教你借助一些辅助工具，比如用图像记忆法帮助自己降低忘词的概率，根据发言时长灵活增删所述内容，让自己真正成为驾驭全场的魅力演讲者。

另外，这个部分还会专门提到一个不可避免的重要表达工具——PPT。我经常跟学员讲，无论在什么情况下，你都应该能做到关上PPT讲演，因为PPT是给你的听众看的，它可以是你的提词器，但绝不是朗读稿，不要过分依赖它。如何运用好PPT，让自己更好地与听众建立联系，在做PPT演示时如何借助一些技巧展现自己的专业度，也是这一部分重点讲解的内容。

心门打通，即有心。营销人员是最懂得攻心的一群人，所谓“销售式说服”就是因为他们这一岗位的突出特性而得名。有的学员跟我说，有些领导讲完话以后，自己会觉得很振奋和深受鼓舞，产生一种强烈的工作动力；有的学员发现身边有一种能够让其放下防备的魔力之人，他们总是有办法让别人敞开心扉，变得愿意开口说话；还有学员跟我说，他觉得自己身边的一些同事太厉害了，他们有化腐朽为神奇的力量，明明是一些有争议的内容，他们却总有办法有效推进，而且还能够跟别人达成共识，自己却总是只能以争辩来结束跟同事之间的沟通。假如你有他们这些困惑，你是不是也想知晓其中的奥秘？

在销售式说服技巧这一部分，我将教你学习沟通和谈判的引导技术，实现跟领导、下属、部门同事及客户之间的有效沟通；我会教你怎么让听众听完你的表达后产生行动；我还会教你如何提升自己讲话

的影响力，更好地激励和鼓舞你的听众。

我希望这本《三维表达术》，能帮助大家掌握一套行之有效的话术技巧，掌握职场中不同情境的高效表达技术，帮助大家插上一双隐形的、强大的翅膀，从此笑傲职场！

曹茜

上篇
逻辑说通——汇报表达，你最广阔的舞台

第1课
汇报 / 呈现前的准备和结构设计
003

第2课
“十六字真言”表达技巧让人一听就懂
021

第3课
横切苹果，让你的表达更显价值
031

第4课
如何在头一分钟就掌控全场
055

第5课
黄金三句，为你的表达画龙点睛
065

第6课
抓住汇报时机，把握汇报语言
075

中篇
情绪融通——他山之石，可以攻玉

第7课

仪态站位：如何借用体态语言“说话”

085

第10课

“故事高手”四招养成记

141

第8课

如何让声音既有感染力，又有说服力

101

第11课

可视化讲稿：让你的思想跃然纸上

163

第9课

如何让你的听众享受一场视听盛宴

115

第12课

锦上添花：用图表和 PPT 征服世界

175

下篇
心门打通——销售式说服的魔力

第13课
如何在倾听的同时打破讲话僵局
193

第14课
如何通过提问获得有效信息
199

第15课
如何让对方肯定，愉快推进谈话
211

第16课
如何营造氛围，促进对话
219

第17课
魔术公式：如何让你的演说对象行动力飙升
229

第18课
开展令人不悦的话题，避免冲突沟通有妙招
239

附 录

附录1

如果没有了融资，美团下半场怎么玩？ 251

附录2

XX公司ERP应用集成系统科技专题总结汇报 257

XX公司ERP应用集成系统科技专题总结汇报（修改后） 274

上篇

逻辑说通——汇报表达，你最广阔的舞台

hi...



汇报式语言不同于日常语
言之处，就在于它需要一
番精巧的设计。本篇将介
绍从立意到准备，从汇报
开头到结尾的讲话思路
和一些范式。



第1课

汇报 / 呈现前的准备和结构设计

第1课中，我们来讲汇报 / 呈现前如何做准备。

在日常工作中，我们面对领导和客户，经常要做一些工作汇报或呈现，但是为什么有些人做完汇报 / 呈现，领导一言不发？为什么有些人说不到一半就被打断？为什么有些人做了充分的准备，数据翔实，内容具体，却还是被批评？

讲话要有针对性，要懂得有目标地舍弃一部分内容，尤其是在工作汇报 / 呈现的问题上更是如此。然而现实的情况却各有不同，一种情况是：“这都是各部门报上来的汇总，你说上会的时候哪个部分能省略？哪个部分我都不能省略。”可是，如果是季会、年会，或者是周会、例会的形式，一般不会只有你一个人向领导去汇报 / 呈现，你想力求全面，什么都说到，根本不现实，汇报 / 呈现的时长首先就限制了你说内容。

另一种情况是：汇报 / 呈现工作对一些人来说就是形式主义，到汇报 / 呈现工作的时候，要么就抓耳挠腮，苦思冥想，不知道从何汇报 / 呈现起，就好像自己压根没做过工作；要么就是年年岁岁一成不变地汇报 / 呈现，感觉就像把自己岗位上的那点事重复地介绍，只是数据有一些变动而已。这些人根本没有想清楚为什么要做汇报 / 呈现，而且通常说话也给人毫无目标的感觉。

一、定位一法：清晰表达目的，聚焦汇报 / 呈现重点

我们先来看看决策者对汇报 / 呈现者的十大抱怨：

- (1) 给出太多信息；
- (2) 漫谈；
- (3) 数据搬运；
- (4) 缺乏自信和热情；
- (5) 缺乏准备；
- (6) 对汇报 / 呈现对象的提问无预料；
- (7) 未考虑想从决策者那里得到什么；
- (8) 对决策者的反馈信息持防御态度；
- (9) 缺乏有执行力的形象；
- (10) 没有教会我任何新东西。

我们都知道，给出的信息、数据，翔实、全面，是汇报 / 呈现者要具备的基本修养，但如果抓不住重点，没有立意，就抓不住决策者的

兴趣点，决策者只会觉得你是一个做流水账的操作型工作者。那些能引起领导重视并参与讨论的汇报 / 呈现有什么特点？到底什么才是我们汇报 / 呈现的重点？为了说明这些问题的重要性，我们来看看下面这两幅图（见图 1-1）：



图 1-1 色彩的变化让主体得到聚焦

两幅图构图一样，之所以第二幅图中穿黄裙子的美女让你的目光更加聚焦，就是因为背景色彩灰色调的处理。在实际讲话的过程中，我们也不能点太散，不能面面俱到，而应该做到聚焦、突出，突出什么呢？突出清晰的一条主线，一定要有目的地进行诉求，只有这样，才能更好地引导听众。