

TESTED

PUBLIC SPEAKING

埃尔默·惠勒销售课程 ②

销售演讲术

[美] 埃尔默·惠勒 著 陶尚芸 译



一本拿来就用的经验之书

抓住每个讲话的机会，一开口就吸引所有人！

销售大师的成功智慧与实战经验

球超过 125 所商学院和多家世界 500 强企业的指定销售培训课程



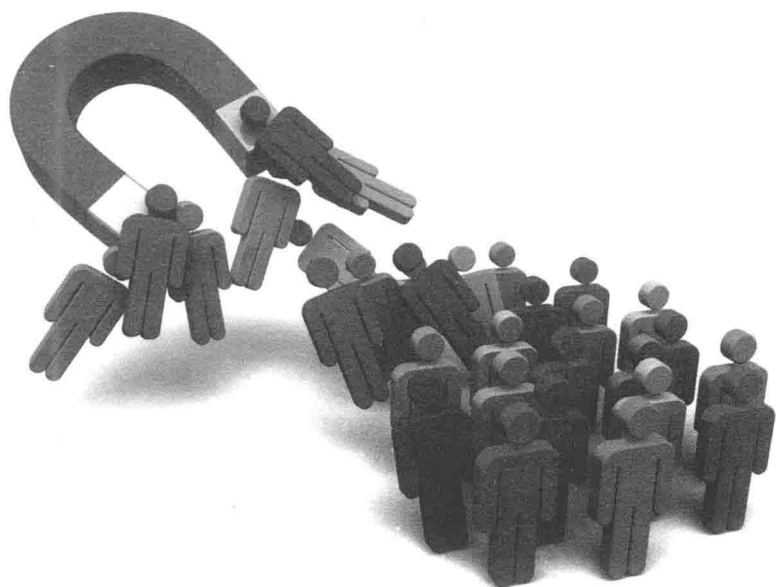
哈尔滨出版社
HARBIN PUBLISHING HOUSE

TESTED
PUBLIC SPEAKING

埃尔默·惠勒销售课程 ②

销售演讲术

[美] 埃尔默·惠勒 著 陶尚芸 译



哈尔滨出版社
HARBIN PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

销售演讲术 / (美) 埃尔默·惠勒 (Elmer Wheeler) 著; 陶尚芸译. — 哈尔滨: 哈尔滨出版社, 2019.2

(埃尔默·惠勒销售课程)

ISBN 978-7-5484-4372-8

I. ①销… II. ③埃… ②陶… III. ①销售 - 口才学
IV. ①F713.3②H019

中国版本图书馆CIP数据核字 (2018) 第256688号

书 名: 销售演讲术

XIAOSHOU YANJIANG SHU

作 者: [美] 埃尔默·惠勒 著 陶尚芸 译

责任编辑: 陈春林 韩伟锋

责任审校: 李 战

版式设计: 张文艺

封面设计: 申海峰

出版发行: 哈尔滨出版社 (Harbin Publishing House)

社 址: 哈尔滨市松北区世坤路738号9号楼 邮编: 150028

经 销: 全国新华书店

印 刷: 三河市兴达印务有限公司

网 址: www.hrbcbbs.com www.mifengniao.com

E-mail: hrbcbbs@yeah.net

编辑版权热线: (0451) 87900271 87900272

销售热线: (0451) 87900202 87900203

邮购热线: 4006900345 (0451) 87900256

开 本: 880mm × 1230mm 1/32 印张: 7.5 字数: 142千字

版 次: 2019年2月第1版

印 次: 2019年2月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5484-4372-8

定 价: 39.80元

凡购本社图书发现印装错误, 请与本社印制部联系调换。

服务热线: (0451) 87900278

出版人代序 /001

第一部分

惠勒演讲四大要诀

第一章 秀出亮点 /002

第二章 开场就抓住听众的耳朵 /007

第三章 以听众喜欢的方式去演讲 /012

第四章 做一个漂亮的收场白 /016

第二部分

惠勒演讲经验谈

第五章 用镜子来搞定练习 /020

第六章 身经百战后的经验之谈 /024

第七章 切忌说话假大空 /031

第八章 如何一鸣惊人 /038

- 第九章 不道歉，不解释 /042
- 第十章 演讲开始于登台那一刻 /048
- 第十一章 让听众在二者之间做出选择 /054
- 第十二章 让你的演讲亮点与现场表现相得益彰 /058

第三部分

唤起听众的共鸣

- 第十三章 “语言魔法”的源泉——勾起听众
兴趣的三大要素 /064
- 第十四章 不要琐碎，要有主旨 /071
- 第十五章 多多提问，积极互动 /076
- 第十六章 不要对着听众指指点点 /085
- 第十七章 不要穿奇装异服 /090
- 第十八章 当听众注意力分散的时候，你该怎么办 /095
- 第十九章 请拿自己说事儿 /101

第四部分

有新意才有吸引力

第二十章 演讲要有特色 /106

第二十一章 不要用长句子 /110

第二十二章 不要让你的演讲变成催眠曲 /116

第二十三章 说话不要“用力过猛” /120

第二十四章 不同的音调传达着不同的含义 /123

第二十五章 实话实说就够了 /131

第二十六章 如何让推销员们全神贯注地听演讲 /139

第五部分

调整到最佳状态

第二十七章 主持人搞砸了会连累你 /146

第二十八章 给主持人的一些窍门 /151

第二十九章 广播演讲也可以大放光彩 /156

第三十章 光说不练假把式 /162

- 第三十一章 不要让听众一听你要做收场白
就面露喜色 /173
- 第三十二章 要学会张弛有度 /177
- 第三十三章 在正式场合，请不要学街头演讲那
套 /182
- 第三十四章 如何招待演讲者 /185

附 销售与演讲之间的奇妙联系 /194



第一部分

惠勒演讲 四大要诀

秀出亮点

(惠勒要诀之一)

牛排的卖点是它的滋滋声！

无论你的演讲主题是什么，都必须有亮点。1916年，当民主党想要重新选举伍德罗·威尔逊当总统的时候，他们抓住了他第一次执政时的一大杰出政绩——“他让我们摆脱了战争的困扰！”这就是民主党所关注的亮点。

演讲的时候，要秀出亮点，也就是演讲的核心内容和中心思想。比如，你发表演讲的原因和动力、宗旨和目标。演讲的亮点往往涉及情感因素，可以为你赢得听众——这是无论花多少时间和金钱都买不来的情感支持。

它就像奶酪诱人的浓香、嚼饼干的嘎吱声、咖啡弥漫在空气中的醇香、腌黄瓜上的褶皱、酒杯中曼妙舞动的气泡，让你心生欢喜。

演讲的亮点总是可以引起听众的共鸣，并让他们回味无穷。



秀出演讲的亮点

如果下次午餐会上你要发表这样一篇演讲——《清除腐败分子》，那你一定要阐述为什么要这么做——你得给听众一个交代。你选择的亮点可能是：“这些腐败分子天天待在办公室里尸位素餐，每天要浪费 426 美元，这可是人民的钱啊！”

第一条演讲法则很简单——秀出亮点。

假设你的演讲主题是“超速驾驶的危险性”，那么，亮点就是这样的事实，即听众自己可能会被撞到，特别是晚上。某个莽撞的司机可能会撞死或撞伤他们的家人。当然，在表达上要好好修饰一下，恰当的表达可以让听众更容易接受。但是，首先你必须挖掘出亮点。

让我们举一个难一点的例子。假设你一直在埃塞俄比亚学习如何制造灰蓝色玻璃，商会想了解一下具体情况。

亮点是什么？

是这种玻璃很漂亮吗？是你自己的工厂可以生产这种玻璃吗？是可以从埃塞俄比亚廉价进口吗？

也许以上几点都不能引起商会的兴趣。上面提到的确实很重要——就像奶牛的蹄和皮。可是，这些都不是亮点。这就好比一位顾客在餐厅里点了牛排，餐厅却用里脊肉来蒙骗！你需要秀出亮点，让商会为你的点子买单。

对他们而言，亮点应该是：如果你兑现了承诺，就可以给这个小城注入新血液，带来新财富。现在，你已经挖掘出一大“亮点”——要让你的主张在情感上能够打动人。想听众之所想，才会引起他们的共鸣！

秀出亮点——这是演讲的第一法则。

始终围绕亮点

开始演讲之前，你应该准备一张纸和一支笔，然后坐下来，列出你的亮点——必须激起听众的共鸣，吸引他们的眼球，抓住他们的好奇心！就像饭店里牛排的滋滋声可以吸引顾客一样，你演讲中的亮点也要牵住听众的心。

但有一点需要注意：秀出亮点之后，请继续挖掘下去。你要从不同的角度去反复剖析，让它像一条生命线一样贯穿演讲的始终。

再拿制造灰蓝色玻璃为例，如果你想吸引听众中的广告人、出版商、印刷商或纸张经销商，那就可以谈谈营销手段等话题。你还可以谈谈商店销售、员工薪水等问题。所有这些话都呼应着你的亮点：注入新血液、带来新财富。

一旦你确定了亮点，就得继续挖掘下去。不要因为不善言辞而使你的亮点失去魅力。当你在心中想好了亮点是什么的时候，就简单直接地表达出来，不要拐弯抹角。



当顾客点名要牛排的时候，他们并不想吃汉堡或炒面。请直接上牛排——不要上大杂烩。

领带的颜色不能太多，否则会导致顾客“视而不见”。同样的道理，卖点太多会困扰听众的思维，导致他们“听而不闻”。

始终围绕亮点，听众才会跟上你的节奏。

如何挖掘亮点

现在你已经明白了什么是亮点，接下来就要知道如何快速地找到它们：戴上一副“发现亮点的眼镜”，站在听众的角度来审视你的演讲。

听一听他们内心的声音！

你心中认可的亮点，听众可能会认为是败笔。但如果你站在听众的角度来挖掘亮点，情况就会有所不同。他们想要什么？他们对什么感兴趣？

请培养你的“换位思考能力”——对着听众说“您”而不是“我”。“您”是一个亲切的字眼，“我”是一个小气的字眼。

做一个懂得“审视对方思想的人”！

让对方听到 he 可以获得的利益和优惠，你想要的结果自然会到来。

所以，如果你想挖掘出自己演讲中名副其实的亮点，请你

反问自己：“如果我是听众，我会对什么感兴趣呢？”

上述内容可以总结为两句简单的话：

把演讲的亮点抛给听众。戴上一副“发现亮点的眼镜”，找出名副其实的亮点，然后继续挖掘下去！

牛排的卖点是它的滋滋声。

开场就抓住听众的耳朵

（惠勒要诀之二）

当你突然与听众面对面时，你只有 10 秒钟的时间来做开场白：前 10 秒的表现比接下来的 10 分钟更重要！如果你的前十个字不能抓住听众的心，那你可能要花 10 分钟去重新吸引听众的注意力。

你也有可能永远失去了听众的关注——所以请你务必小心你的开场白！

让我们拿上文提到的三句话为例：你已经找出这场演讲的亮点，开启演讲之旅的第一步——开场白。但如果你不能秀出新意的亮点，就可能会以失败告终，因为没有人喜欢冷的牛排。

下面就教你如何在 10 秒钟之内找出亮点。比如，上文中提到的演讲主题“清除腐败分子”，开场白可以这样：

“先生们，你们的妻子今天浪费了 63 美元，你们自己也是！”

一鸣惊人！

这就是你演讲中的亮点，撬开听众的内心，让他们惴惴不

安，他们也就不会昏昏欲睡了。

关于“超速驾驶的危险性”的演讲，开场白可以这样：

“由于车祸，年底之前，你们中有一个人可能会丧生，三个人可能会终身残疾！”

全场哗然！

听了这样的开场白之后，谁还会昏昏欲睡呢？

但是，关于“灰蓝色玻璃”的演讲，确实有点难度。那是一种大家不熟悉的产品，而且外表平淡无奇。你怎么能把它讲清楚呢？如果你的听众从来没有见过灰蓝色玻璃，那你可以试一试以这种方式来吸引他们的注意力：

“我的口袋里有一个东西，大家都没见过。准备好了吗？（停顿片刻）请看这里！”

然后，你从口袋里掏出灰蓝色玻璃的样品。听众都在注视着你，都在专心听你的发言。你成功了，因为你遵循了公众演讲的第二法则：

简单直接地道出开场白。

10秒钟之内让听众耳目一新

假设听众都知道灰蓝色玻璃是什么东西，那你就可以用这句话来唤醒他们：

“你们在布兰克斯维尔银行的存款将会上升到 35 万！将有

2200人得到就业机会！人们的购买力也会大大增加！你们会赚更多的钱！”

你瞧！你的亮点又让大家惊讶不已。秀出亮点——记得一定要新鲜火热！

要学会这种简单直接的表达技巧，把亮点表达得恰到好处；要学会使用“电报体”语言，让听众关注你的每一个亮点。你的亮点一定要便于表达和传播，易于消化和吸收。

做到上面所讲的，你的演讲就不会拐进死胡同。

你的演讲要有特定的目标听众。有些人喜欢群发邮件，他们的邮件往往送不到他们期望的对象手里。所以，请把你的亮点传递给你的特定听众。

全程保持亮点

当你站在听众面前的时候，他们没时间听你的长篇大论，所以不要以下面的话语来开场：

“请原谅我冒昧地……”

“和你们在一起我很高兴……”

“我必须为我的准备不周而向大家道歉……”

“看到这么多可亲的面孔，我想起了一段往事……”

“我还不习惯当众演讲……”

“时间不允许……”



如果你上面的陈词滥调作为开场白，那你就失策了；你的听众在听你做进一步演讲时就已走神。当你站在那儿演讲的时候，不要吞吞吐吐，不要结结巴巴——别管那些细枝末节，它们好比牛蹄和牛皮。请摆出美味多汁的牛排！要趁着这些牛排还在滋滋作响的时候就把它们端出来。

当听众坐立不安，弄得椅子吱吱响的时候，你应该知道，你的“亮点”已经失去魅力了——这时候你需要加大力度了。不要使用“如果”“而且”或“但是”等词汇，这对推进你的演讲没用。你可以这样说：

“我家的狗最近被人下毒了，你家的狗可能就是下一个受害者！”

“你守着这一大堆美食，难道还会饿死吗？”

“你认为怎样才能不再为钱的事而焦虑呢？”

对于这样的话，有谁会从心理上抗拒呢？这些话就像火箭一样直击他们的大脑。

汉堡发不出滋滋声

汉堡不像牛排那样发出滋滋声，不能让人直流口水。所以，演讲的时候，请带给听众牛排般的精神佳肴。他们来参加你的精神盛宴，从来不是为了汉堡。他们在回家的路上可以吃到汉堡。