

怎样把握客户的心理，让现场销售易于被接受

如何设计演讲剧本才能让销售过程

如果你不想：不敢上台演讲，上了台不会讲，讲了也白讲
演讲是提高销售业绩的有力法宝

如何在演讲中定位自己的形象，让自己成为营销界的活招牌

如何设计演讲剧本才能让销售过程

金克成

著

「淬炼」十年千场会销经验
系统改善现场演讲成交能力

口才如金

快速提升会销业绩的演讲技巧

如果你 **不想**

不敢上台演讲！
上了台不会讲！
讲了也白讲！

如果你 **想**

业绩翻番！
得到可复制的现场演讲成交技巧！



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

演讲者应该怎样调整自己的心理，自信地进行现场演讲

怎样把握客户的心理，让现场销售易于被接受

如何设计演讲剧本才能让销售过程

果你不想不教上台演讲，上了台不会讲，讲了也讲不好，演讲是高风险的职业，演讲是高风险的职业，演讲是高风险的职业

何在演讲中定位自己的形象，让自己成为营销界的活招牌

演讲者应该怎样调整自己的心理，自信地进行现场演讲

口才如金

快速提升会销业绩的演讲技巧



金克成 著

演讲者应该怎样调整自己的心理，自信地进行现场演讲

怎样把握客户的心理，让现场销售易于被接受

如何设计演讲剧本才能让销售过程

果你不想不教上台演讲，上了台不会讲，讲了也讲不好，演讲是高风险的职业，演讲是高风险的职业，演讲是高风险的职业

何在演讲中定位自己的形象，让自己成为营销界的活招牌

演讲者应该怎样调整自己的心理，自信地进行现场演讲



北京大学出版社 PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

口才如金: 快速提升会销业绩的演讲技巧 / 金克成著. —北京: 北京大学出版社, 2013.6

ISBN 978-7-301-22209-6

I. ①口… II. ①金… III. ①口才学—通俗读物 IV. ①H019-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第 036433 号

书 名: 口才如金: 快速提升会销业绩的演讲技巧

著作责任者: 金克成 著

责任编辑: 宋智广 王 妮

标准书号: ISBN 978-7-301-22209-6/F · 3559

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 新浪官方微博: @北京大学出版社

电子信箱: sgbooks@126.com

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672

编辑部 57421655 出版部 62754962

印 刷 者: 北京佳顺印务有限公司

经 销 者: 新华书店

787 毫米 × 1092 毫米 16 开本 16.25 印张 220 千字

2013 年 6 月第 1 版 2013 年 6 月第 1 次印刷

定 价: 39.80 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn



很早之前我就计划着要把这本书写出来供大家借鉴交流之用，之所以时间比预期稍晚了一些，一是因为大部分时间都在全国各大城市做演讲，二是因为一直以来我对作品的质量要求比较高。可喜的是，几经波折后，这本书终于完稿并与大家见面了。

我们都知道，随着社会的不断发展，演讲能力已经逐渐成为我们获得成功的关键因素。就如同有句话说的一样：“这个世界上所有的问题，归根到底都是人和人之间的问题，只要解决了人和人的问题，其他的问题都能迎刃而解。”而要想把这个根本性的问题解决好，就需要有优秀的演讲和沟通能力。

国家领导人需要经常做演讲，让人们接受其施政纲领；企业高管需要经常做演讲，让员工理解他的经营策略；老师也需要经常做演讲，让学生喜欢自己的课，从而让他们好好学习；销售人员也需要做演讲，让客户对自己的产品感兴趣。可想而知，大家学习演讲的迫切性越来越强。

面对人们的这一需求，如今市面上教演讲口才的书越来越多，甚至已经达到了泛滥的程度。这些书的水平参差不齐，很

很大一部分都是在滥竽充数，不能给渴望提高自己演讲和沟通能力的读者带来真正的益处。

面对这种情况，我一直都希望把自己十几年来演讲的成功经验分享给各位有志于此的朋友，让大家获得真正的提高，并且也在不断地寻找使这项工作的范围和效率都最大化的方式。

我曾尝试尽量增加自己的演讲场次，结果自己几乎天天都在蓝天白云间飞来飞去，还创下一年演讲 110 多场的纪录。尽管如此，我的工作所产生的效果也并不能让我满足。以一场培训 500 人为计，一年下来，我最多只能与大约 5 万人分享自己的经验并使他们受益。

然后，我又想到可以通过标准化的方法将自己的经验和认识呈现在大家面前，于是我便请了专业的团队来录制演讲光盘，并将其推广到各大书店。但是这样的传播范围和速度仍不能让我满足。

为了尽可能地帮助更多的人获得全面的成长，这本书的写作便被提上了我的议事日程。

于是，我又对自己提出了新的疑问，我应该在书中分享哪些最有用的经验呢？

在我以往的学习经验中，常常发现这样的情况：有些老师的课程内容很有价值，讲述也很精彩，但对学员的帮助并不大，因为他们的课程让学员产生了一种感觉——你会我不会，你能做到但我不能，你讲得很精彩，但对我没用，换言之就是，你的成功经验对我来说是不可复制的。如果一个人的经验对另一个人来说是不切实际、不可复制的，那说得再精彩也是徒劳。

为了避免同样的问题出现，我在构思本书的具体内容之前就给这本书定了几个明确的目标：一是让人敢讲，也就是能够在台上放开来讲话；二是让人会讲，即能够将课程顺利完成；三是让人能复制，即能够轻松复制所学课程；四是让人能创新，也就是在复制的基础上超越原创者；五是让人会成交，即能够通过演讲锁定现场客户。总之，就是让读者在心智理念和技能方法上都得到提高，为读者提供公众行销演讲大师的系统养成方案。

在这些目标的指导下，我将这本书的内容划分为这样几个部分：

第一部分是“炼金术”，旨在帮助读者消除演讲的各种心理障碍；第二部

分是“表现术”，其目的是让读者在台上举止得体、操控自如，展现演讲大师的风范；第三部分是“表达术”，这部分的设置是为了保证内容的高价值，让读者不仅会“演”，还会“说”，旁敲侧击达成目的；第四部分是“设计术”，它涵盖了一场演讲从开头到结尾的系统设计方法，帮助读者按部就班地设计自己的演讲内容；第五部分是“行销术”，其重点在于阐释如何在演讲的过程中做好大范围的销售工作，帮助读者通过系统的流程锁定现场客户；第六部分是“大师的阶梯”，通过对成为公众行销演讲大师的五大步骤的讲解，让读者找到迈向行销演讲巅峰的路径。

这本书的命名是为了强调一个关键：“金口才”，“金”代表金式风格，也代表黄金品质。这本书里所教的内容是我个人风格的体现，这一点各位读者会在学习本书的过程中发现；这本书中所分享的技能方法都是黄金品质的内容，是演讲的精髓。

以上就是我设计本书内容的初衷和思路。我知道，想法和现实存在一定的差距，我希望这本书能够帮助读者获得相应的提高，如果读者能在阅读的过程中拥有正确的态度和方法，就更能帮助自己获得成功。

那我们应该用一种什么样的态度和方法来阅读这本书才比较合适呢？就这个问题，我提一些建议。

首先，我建议用整体性、系统性的观点来阅读这本书。所谓系统性的观点，是指关注不同事物之间互相统一和对立的关系，不一叶障目，也不断章取义。在本书的章节与章节之间，不同层次之间，不同论据之间都能一脉相承，在阅读时如果有整体性的思考、系统性的观察，就能发现不同部分内容之间的联系，从而更深入地掌握其精髓。

其次，在阅读这本书时应该用举一反三的思维。书中包含了很多观点和结论，为了说明这些观点和结论的内涵并证明其实效性，我从理论或实例的层面对其进行了论述。受时间和篇幅的限制，这种论述不一定能够涵盖所有，只是起到了抛砖引玉的作用。各位读者如果能有举一反三的思维，那将受益更多。

再次，我欢迎读者朋友们带着批判的眼光来阅读这本书。带着批判的眼光不是指看到任何一个观点都挑出很多毛病来，而是能够取其精华，用其中

《《口才如金：快速提升会销业绩的演讲技巧》》

优秀的内容为自己的成长助力，而不因某些缺陷否定其整体，又能找出其中对自己价值较小或有误的内容，而不盲信、盲从。

最后，我希望各位在阅读这本书时多提宝贵的意见和建议，促进我们的共同成长。

当然，这些其实都不如大家在阅读的过程中获得的真实感受来得真切、实际。但不管怎么说，这本书终究跟大家见了面，能够通过这样的方式和读者们分享自己的心得和经验，吾心足矣。

目录

导言 学习的六重境界 / / 1

听过，但没有听到——知识不是耳旁风，“声声入耳”才是真 / / 4

态度不端正导致无法接收信息 / / 4

思维焦点导致信息接收障碍 / / 6

选择性聆听导致信息接收不全 / / 6

听到，但没有学到——没有免费的午餐，知识也靠揣摩 / / 7

传授者表达不准确 / / 8

接收者理解产生偏差 / / 8

学到，但没有做到——纸上得来终觉浅，实践才能出真知 / / 9

做到，但没有教到——让他人复制成功 / / 10

教到，但没有教别人也教到——知识不断层的秘密 / / 12

教到，也教别人教到——传道授业解惑，学习之最高境界 / / 12

第一章 炼金术：成功演讲的理念和方法 / / 15

接受失败的可能性是成功的开始 / / 17

接受失败是迈向成功的第一步 / / 21

预设底线：假如我失败，会是什么结局 / / 22

成功不是二分法，是完成百分比的过程 / / 24

认知偏差：不是成功，就是失败 / / 24

认知修正：成功是完成百分比的过程 / / 25

全然地放开自己，才能放开听众 / / 27

什么是全然的 / / 27

为什么要放开自己 / / 28

如何全然地放开自己 / / 29

“接纳力”让你在演讲时淡定自如，宠辱不惊 / / 30

演讲的三个陷阱 / / 30

提供许可 / / 33

在演讲中践行“八正道” / / 35

演讲者的外在透露其价值观 / / 35

演讲者的外在透露其过往经历 / / 36

演讲者的外在透露其现状 / / 36

演讲者的外在透露其性格 / / 37

完美的练习，带来相对完美的结果 / / 37

第二章 表现术：演讲就是先演后讲 / / 39

四大标准彰显舞台艺术 / / 42

四个“自”展现大师风范 / / 42

三个“合一”让演讲自然得体 / / 46

先演后讲，表现力重于内容 / / 47

让听众跟着你的节奏 / / 48

利用出场方式创造符合听众期待的形象 / / 50

你的出场方式由谁定 / / 50

五种经典出场方式 / / 51

如何通过音乐来强化自己的辨识度 / / 51

利用“特写镜头”让听众聚焦 / / 52

“定格”冲击听众视觉 / / 53

“重复”加深听众印象 / / 53

“夸大”形成戏剧力量 / / 53

无声的魅力：演讲中的身体语言 / / 54

利用身体语言化解紧张情绪 / / 54

八个经典问好动作自信开场 / / 55

利用身体语言增强表现力 / / 55

手势运用的“九原则” / / 56

身体语言的“禁区” / / 57

运用声音美化语言节奏 / / 59

语调变化 / / 60

语速变化 / / 61

语言节奏 / / 61

停顿虽小，能量不可小觑 / / 62

帮助听众理解演讲内容 / / 62

帮助听众梳理演讲层次和结构 / / 62

让听众融入其中 / / 62

利用情绪和表情变化让演讲绘声绘色 / / 63

保持内容、情绪、表情和身体语言的一致性 / / 64

你没听过的“三三四”法则 / / 65

演讲也要“加减挡” / / 65

第三章 表达术：如何让听众轻松接受演讲内容 / / 67

重新定义：推陈出新，达到预设目的 / / 70

预先定义：先入为主，解除听众抗拒 / / 73

由小及大：逐渐打破客户内心壁垒 / / 76

把握听众心理：从对立面讲起 / / 81

为什么从对立面讲起 / / 81

从对立面讲起的关键点 / / 82

大小结合：提升演讲的可信度 / / 84

“三分法”：让演讲更有条理 / / 85

先苦后甜的解决方案 / / 89

顺手牵羊：演讲中的“以一推百” / / 96

巧用数据：让人信服的数据魅力 / / 97

十字交叉：更具说服力的“四分法” / / 99

运用故事中的隐喻循序渐进，旁敲侧击 / / 101

由关联事物到表达事物：运用关联事物循序渐进 / / 104

先用 99% 的时间讲关联事物 / / 107

用 1% 的时间讲表达事物 / / 110

善用工具：坐上火箭直抵观众内心 / / 110

示范工具 / / 111

证明工具 / / 111

第四章 设计术：好演员，更需要好剧本 / / 113

自我介绍让听众对你一见钟情 / / 116

简洁、幽默的自我介绍让听众印象深刻 / / 116

设计自我介绍的十一种方法 / / 117

演讲设计也有原则可循 / / 123

原则一：新颖 / / 123

原则二：没有立场冲突 / / 124

原则三：焦点突出 / / 126

原则四：有思考空间 / / 127

原则五：强烈 / / 128

原则六：简洁 / / 129

好的开始是成功的一半：设计完美的演讲开场 / / 130

第一种开场：问两个问题 / / 130

第二种开场：从对立面讲起 / / 132

第三种开场：以回忆开场 / / 133

第四种开场：以热门话题开场 / / 134

第五种开场：设计一个悬念来开场 / / 136

第六种开场：以故事开场 / / 137

第七种开场：引用名人名言来开场 / / 141

第八种开场：用赞美开场 / / 143

第九种开场：以感谢开场 / / 144

第十种开场：借用演讲地点和环境开场 / / 145

第十一种开场：以前任演讲者及其演讲的内容或观点来开场 / / 147

重视演讲内容的构建设计 / / 150

构建主题框架 / / 150

补充部分不可少 / / 152

恰如其分的结论达到“点睛一笔” / / 154

虎头不蛇尾，演讲结尾不可小觑 / / 155

结尾的目的何在 / / 156

结尾的三步走 / / 158

三种方法完美收官 / / 161

第五章 行销术：成交要会“讲故事” / / 165

你想成功吗 / / 169

用 99% 的时间讲对方认同的事 / / 169

用 1% 的时间讲表达的目的：销售老师及课程 / / 171

真实才动人 / / 172

合理才对味 / / 173

提供可选择答案的问题 / / 176

成功的关键一步是成交试探 / / 178

给听众一个立即购买的理由 / / 180

不断地成交 / / 181

故事的力量：利用故事推动销售的七个步骤 / / 187

第一步：找到演讲目的或故事的隐喻 / / 188

第二步：找到三个以上的关联事物 / / 189

第三步：用 99% 的时间讲关联事物 / / 190

第四步：用 1% 的时间讲演讲目的 / / 191

第五步：必不可少的成交试探 / / 192

第六步：解除抗拒 / / 192

第七步：预防后悔 / / 193

第六章 成为现场成交演讲大师的阶梯 // 197

第一个阶梯：回到基本点 // 200

随时搜集素材，分门别类形成资料库 // 202

潜心研究设计，塑造完美演讲 // 205

精心策划带给听众惊喜 // 208

不打无准备之仗 // 209

从生活中来，到生活中去 // 214

只讲自己感悟和做到的事情 // 216

第二个阶梯：形象定位 // 218

外在形象：定位决定地位 // 218

内在形象：从像大师到是大师 // 219

第三个阶梯：形成自己的风格 // 221

给风格分类 // 222

找到自己的主风格 // 224

风格对照，找到模仿对象 // 224

在模仿中摸索自己的风格 // 225

完美的练习造就完美的演讲 // 226

用生命演讲 // 227

第四个阶梯：做到觉察与控制 // 228

觉察的重要性 // 229

学会洞察，明确自己的所言所行 // 231

学会控制，让演讲一帆风顺 // 234

第五个阶梯：成交，成交，再成交 // 240

让成交变成一种习惯 // 240

使成交成为自己的本能 // 240

让成交成为你的职业 // 241

后记 // 243

如何设计演讲剧本才能让
定本扎根客户内心

如何设计演讲剧本才能让

演讲是提升销售业绩
的关键

如何在演讲中让客户
产生共鸣

演讲是提升销售业绩
的关键



导言 学习的六重境界

如何设计演讲剧本才能让
定本扎根客户内心

如何设计演讲剧本才能让

演讲是提升销售业绩
的关键

如何在演讲中让客户
产生共鸣

演讲是提升销售业绩
的关键

王国维大师曾说，学习有三重境界：第一重为“昨夜西风凋碧树，独上西楼，望尽天涯路”，意为学习需要纵观全局，制定出完整的规划；第二重为“衣带渐宽终不悔，为伊消得人憔悴”，意为学习需要孜孜不倦、无怨无悔的态度，以严肃的作风对待这一神圣使命；第三重为“众里寻他千百度，蓦然回首，那人却在灯火阑珊处”，意为学习的灵感绝不是坐待就可以等来的，需要结合第二重境界中修得、积累的知识和经验，历经数次的实验探究，多角度分析获求答案。

大师自有大师的智慧，三句箴言字字珠玑，从方法、态度和灵感三方面横向揭示了学习的重点。不过，学习不仅要有横向的境界，也要有纵向的布局。只懂得横向，不了解纵向，便算不上是领悟了学习的真谛。

我们从出生起就开始了学习的生涯，吃饭穿衣、行走奔跑、读书工作、婚姻生育，至衰老故去，每一个时间段都有不同的学习任务，不同的人在不同的学习任务中所取得的成果也各异。有人三岁识字，有人七岁尚不能开口；有人读书名列前茅，有人却总是学无所成；有人事业顺风顺水，有人却处处碰壁、一事无成。究其原因，除了每个人的资质、努力程度、背景不同之外，很重要的一点是每个人达到的学习境界不同。达到的境界越高，人便越与众不同！