

掌控你的听众，
让每一句话都有力量！

职场人必备的 商业口才

林伟贤 李尚隆◎著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

职场人必备的 商业口才

林伟贤 李尚隆◎著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

职场人必备的商业口才 / 林伟贤, 李尚隆著. —北京: 北京大学出版社, 2012.11

ISBN 978-7-301-21281-3

I. ①职… II. ①林… ②李… III. ①商务—口才学 IV. ①F715

中国版本图书馆CIP数据核字 (2012) 第 225537 号

书 名: 职场人必备的商业口才

著作责任者: 林伟贤 李尚隆 著

责任编辑: 宋智广 刘照地

标准书号: ISBN 978-7-301-21281-3 / F · 3345

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>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672

编辑部 57421655 出版部 62754962

电子信箱: sgbooks@126.com

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 13.75 印张 160 千字

2012 年 11 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 36.00 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

好口才才是通往成功的阶梯

口才，并不仅仅是发声，而是一门值得我们认真学习和体悟的学问。对于个人，口才和我们的前程息息相关；对于国家，“一言兴邦，一言丧邦”“三寸之舌，强于百万雄兵；一人之辩，重于九鼎之宝”。

在当今这个时代，事业的成败，既和个人的勤奋、天赋、机遇有关系，也和口才有很大关系，口才实际上已经成为职场人必备的一项基本素质，得体的表达是职场人追求成功的敲门砖。在内部和同事沟通，在外部和客户谈判，都需要清晰、得体地表达自己的需求，这就需要职场人具备良好的表达能力。

好口才是职场人的铺路石。同样一件工作，有的人说起来条分缕析，讲解透彻；有的人明明心中有数，偏偏说话颠三倒四，磕磕巴巴，词不达意，如果是这样和同事沟通工作或者向领导汇报工作，效果可想而知。

好口才可以提高个人的影响力。同样是表扬，有的人说出来，听者会很开心，工作上更有干劲；有的人说出来，却让听者感觉很虚伪，表面上应付一下，其实压根不领情。同样是批评，有的人说出来，如春雨般滋润心田，让听者心悦诚服，虚心认识到错误，并及时改正；而有的人说出来，却让听

者勃然大怒，不仅解决不了问题，还会恶化同事之间的关系。

说话，几乎人人都会，但是能说话不等于会说话，一句话是化干戈为玉帛，还是激起一场争斗；是取得成功的谈判，还是令谈判陷入僵局……这就要求职场人不仅能说话，更要会说话，有个好口才，才能说出“金饭碗”。语言的表达有无数种，能说会道的人如过江之鲫，所以没有哪一种说话方式是错的，也许只是说错了场合；也没有哪一种说话技巧是包打天下的，因为不同场合需要不同的说话方式。所谓好口才，无非在不同的场合都能说出得体的话。

我们一直关注演讲理论，并一直身体力行，在实践中去检验和感悟。我们不仅悉心研究了国际上知名的演讲理论，还研究了众多案例，并结合自身的实践，归纳了一套行之有效的商业口才培训体系。针对职场人的工作需要，本书从如何控场、成功演讲的秘诀、肢体语言的运用、听众是我们的上帝、口才在营销中的应用等几个方面阐述如何修炼口才，得体地说话。本书不仅有经过实践检验的理论，更有丰富的案例，有的案例甚至是我们的亲身经历。本书所讲解的方法和技巧，读者可以拿来就用，可以边学习边实践，在实践中锤炼自己的表达能力。

祈望本书能为读者走向辉煌的职场人生提供最有效的帮助。

§ 第1章 好口才从何而来 / 1

第一节 关键在于是否能打动人心 / 3

第二节 魅力表达，用心沟通 / 10

§ 第2章 从开场到结束的魅力掌控术 / 17

第一节 万事开头可以不难 / 19

第二节 轻松开场，谨记三件事 / 26

第三节 从容不迫地走上讲台 / 28

第四节 四点支撑的演讲 / 30

第五节 演讲主题与重点的梳理与整合 / 32

第六节 好演讲离不开画龙点睛的结尾 / 38

第七节 整体掌控，魅力全场 / 43

§ 第3章 演讲成功的秘诀 / 47

第一节 认真地准备，不断地练习 / 49

第二节 各种突发状况的危机处理 / 69

第三节 消除紧张方法多 / 73

第四节 做自己，最轻松 / 77

§ 第4章 善用语言和肢体的表达 / 81

- 第一节 用对词汇，事半功倍 / 83
- 第二节 出色演讲家的小助手——幽默 / 91
- 第三节 学会用肚子发声 / 102
- 第四节 你知道什么是“话谱”吗 / 104
- 第五节 掌握肢体语言的八字口诀 / 107
- 第六节 演讲是一门综合的艺术 / 111

§ 第5章 听众才是我们的上帝 / 115

- 第一节 两招轻松调动听众情绪 / 117
- 第二节 让听众觉得他很重要 / 121
- 第三节 巧妙应对听众的负面反应 / 125
- 第四节 现场问答，不让听众带着疑问离开 / 131

§ 第6章 语言魅力源于人格魅力 / 143

- 第一节 做有魅力的人，说有风度的话 / 145
- 第二节 和负面潜意识说拜拜 / 153
- 第三节 容易让人接受的说话方式 / 159
- 第四节 创造精彩演讲的要素 / 169
- 第五节 赢得满堂彩的八大原则 / 173
- 第六节 自我评估，让你成为演讲高手 / 179

§ 第7章 魅力口才之会议营销 / 187

- 第一节 为什么要进行会议营销 / 189
- 第二节 会议营销的发言要点 / 191
- 第三节 鼓励听众做出反应 / 192
- 第四节 如何在现场打动客户的心 / 192
- 第五节 轻松应对“另类”听众 / 193

第六节 跟乔布斯学做简报 / 195

第七节 营销辅助——好钢用在刀刃上 / 205

后记 停止空想，直接行动 / 207

第1章

好口才从何而来

拥有好口才，可以自在沟通，富有感染力地表达，在事业上更容易成功；而不会说话，往往因为一句话惹恼了别人，甚至危及自己的前途。所以，职场人要认识到口才的力量，用心修炼，提高表达能力。

第一节 关键在于是否能打动人心

如果你拥有魅力口才，就可以轻松开口，自信说话，富有感染力地表达，自在沟通；如果你拥有优秀的口才，就更容易在事业上取得成功，获得财富。说话在生活和工作当中非常重要，有的人很会说话，所以人际关系非常融洽，工作上更容易得到同事的协助；有的人不会说话，往往因为一句话说错惹恼了别人，甚至有时候还危及到了自己的职业发展，所谓“祸从口出”，说的就是这个道理。

● 口才的力量

一个人开口说话是与生俱来的，我们出生以后的第一声啼哭就是一种口语表达。声音和文字一样，起着表达我们内心思想的作用，而声音所承载的口语表达，则比文字表达更为普遍和重要，因为我们的声音几乎无所不在。

虽然大家一生下来就会开口说话，但有些人说起话来吞吞吐吐、词不达意；而有些人却能口若悬河，吸引一大批听众。其实，良好的口语表达能力并非天生的，很多人小时候很腼腆，见到陌生人更是说不出几句话来，可经过一定的培养和锻炼，也能拥有良好的口才。以某讲师为例，他现在作为很多公司的咨询顾问，一年到头都要在公众面前演讲，还经常给各大企业做管理培训，口语表达能力非常强，更是公认的“快嘴”。然而在上大学之前，他

■ 职场人必备的商业口才

的说话能力非常糟糕，还有点口吃，说话的时候吞吞吐吐，半天也说不清楚一件事。上了大学以后，他的一位学长希望他能参加一个很重要的辩论比赛，在比赛前对他进行了专门的培训，整天让他不停地说话，不停地演练。最终，他不但圆满地完成了辩论的任务，而且后来说话的速度甚至比当年那位学长还快。

工作上，什么样的老板值得员工全心全意追随？我们认为，一个愿意和员工沟通的老板，更值得让人全心全意地追随。因为愿意和员工沟通的老板，不但可以让员工感受到老板在关心他，也能让员工有机会表达自己对老板的尊敬。为什么有些管理者所领导的员工能够尽心尽力、积极工作，而有些管理者所领导的员工却总是敷衍了事、得过且过？因为有的管理者特别会讲激励人心的话，以此鼓舞员工的士气；而有的管理者却拙于言辞，本意是想鼓励员工几句，结果却往往适得其反，不但没能鼓励员工，还打消了员工的工作积极性。

学校里，有的老师在和学生沟通的时候，讲话特别深刻，有些话甚至改变了某些学生的命运；而有的老师对学生的教导不但没有起到正面作用，还让学生产生了逆反心理，与他们的期望背道而驰。我们也常常看到，有些营销人员刚和顾客交谈了几句，顾客就没有耐心再听下去了；而有的营销人员却非常清楚如何吸引顾客、如何赞美顾客、如何给顾客提出及时的建议，因此创造了不菲的业绩。为什么基于同样的出发点，收到的效果完全不一样呢？为什么有的人很成功，而有的人却很失败呢？显然，是因为他们的沟通能力不同。

生活中，有的人就很会说话，不论是讲故事还是安排事务，大家都愿意

听。为什么呢？我们注意一下就知道，这些人说话的时候，总是有声有色，讲到关键的字句时，会加强语气；讲到重要的问题时，会和听他说话的人互动，问一些相关的问题，引发听者的兴趣。如果一个人说起话来像读稿子一样，从头到尾一个声调，没有任何语气的变化，听起来恐怕会非常枯燥无味。

其实，不只是上台演讲或者推销产品，我们在生活中和朋友打的一个电话、在工作中做的一份简报，或者举行的一次会议，都需要有说话的技巧。无论你是企业的管理者，还是普通的工作人员，都难免需要与他人沟通，所以提升我们的表达能力非常必要，每个人都需要针对自己的说话能力进行一定的培养和训练。如果你的沟通能力很好，自然有助于建立良好的人际关系，维护和谐的工作气氛。

美国的牧师布道的时候，听众人数最多的达到十万人；而波兰天主教的教父演讲的时候，听众也有十几万人。这些牧师、教父的口才真的有那么好吗？为什么很多听众听了他们的演讲之后都大受影响呢？实际上，演讲成功不在于采取了什么特别的技巧，关键在于你说的话是否能够打动人心。教皇彼得二世曾经说过：“口才的力量，万夫莫敌，它比任何东西都有能力来统治这个世界。”因此，从某种意义上说，统治世界靠的是很多领导人以及各行各业有影响力的人的语言煽动作用来完成的。

1974年11月，《伦敦时报》对读者进行了一项问卷调查，问题是：“你们心中最大的恐惧是什么？”可能许多人会认为排在第一名的应该是“死亡”。但事实上，排在第一名的竟然是“演讲”，“死亡”排在了第二位。由此可见，就算对于普通人来说，演讲也是影响巨大的，并在我们的人生体验中排在最重要的位置。

● 因为感动，所以说服

既然演讲如此重要，为什么还有那么多人在公开表达自己的想法时，会感到难以启齿呢？一个最主要的原因是，在大多数人的成长过程当中，很少有机会在很多人面前表达自己的想法，因而缺乏在众人面前讲话的锻炼。并且，在我们国家，学校的正规教育当中也很少开设演讲方面的课程。因为没有经过正规的训练，所以，当我们需要站在众人面前演讲时，或者向陌生人表达自己的想法时，就显得有些词不达意，甚至还会感觉非常尴尬。这和我们学习过理财方面的知识就可以理财，而没有学习过理财方面的知识就没有能力去理财一样，做任何事情，没有经过一定的专业培养和训练，做起来肯定就会有困难。

现在的家长都希望自己的孩子有很多特长，于是让他们补习英语、学钢琴、练跳舞等，可很少有家长会让孩子学习演讲。在社会上，有“超级女声”等各种各样的选拔比赛，却唯独没有演讲比赛，“挑战主持人”勉强能和演讲挂钩，但是参选的范围却非常小，并不是大众参与的节目。这样看来，似乎大家都忽略了“说话”在我们的生活和工作中的重要性。所以，我更想在这里和大家谈一谈，如何练习说话，如何在公众面前表达自己的思想，如何让自己的言语变得更有说服力。

语言的说服力大致可分为以下几种不同的类型：

第一种，演讲型的说服力

如果你是一个很有说服力的人，并愿意把握在台上或在人群中演讲的机会，和大家分享你的感受和期望，你就比较容易参加更多的社会活动，也就

能拥有更加丰富的社交生活。想象一下，在某些场合中，或者是举行会议，或者是同业联谊，如果有人提议让你到前面给大家讲几句，那么你的机会就会比那些在人群中默默无闻的人要多一些，你就会有更多机会树立你在人们心目当中的正面形象，也有更多机会让更多的人认识 and 了解你，这对你的人际交往、事业发展，无疑都会有很大的帮助。

记得有一次某培训师在电视台做节目时，一位威海的观众举手问了一个相关的问题。于是，培训师便请这位观众到台上来阐述他的疑惑，以及他认为正确的答案。虽然这位听众在台上仅仅待了一两分钟，可节目一结束，立刻就有很多同行与他联系，探讨相关的问题，还有人和他达成了合作的意向。后来，听说他们的合作非常成功，有几个人甚至成了他最好的生意合作伙伴。所以说，当你有了演讲的能力，又有对大家说话的机会时，你的说服力就会相对应地得到提升，你的机会也就相应地增加。因此，大家一定要好好把握演讲型的说服力。

第二种，简报型的说服力

不管从事什么行业，都需要把本行业的成果展示给公众。假设你是某一家高科技公司的业务员，你需要通过简报、幻灯片或PPT的方式，向客户介绍你们公司新产品的功能和特长，以激起他们购买的欲望；假设你是一名医生，你需要从电脑里调出相关的资料，向病人介绍病情，这样才更具说服力。简报型的说服力在我们工作中非常重要，是我们每一个上班族都应该具备的能力。或许，别人可以夺走你的任何东西，但是永远没人能夺走你的能力。如同你一旦学会了游泳，就永远会游泳一样，就算你十几年没下过泳池，一旦某一天有人把你推到水里去，你还是很快就会恢复游泳的能力。说话也是

一样，只要你掌握了这种能力，当你需要的时候，这种能力马上就会自动显现出来。

第三种，会议型的说服力

假设你在一家大型公司上班，每次中高层的管理会议都有两三百人参加。有没有这种可能，你在公司里待了十多年，老板却不认识你？这种可能肯定会有。如果你在公司十多年里的大型会议中从来没有说过半句话，没有表达过自己的任何意见和建议，哪怕你在勤勤恳恳工作，对公司也一直忠心耿耿，可是一旦老板要裁员，你却很可能是第一批被裁掉的，因为老板根本都不知道你，更不知道你的工作表现如何。在很多公司，都有一些员工的创意特别好，时常会想出一些新颖的点子来，但他们并不敢向上司表达自己的想法，只会在底下把这些点子说给一起工作的同事听。结果，同事勇敢地向上司说出了这个建议，取得上司的好感，得到了重用。而真正想出点子的人，却失去了提升的机会。所以，我们一定要练习自己说话的能力，尤其要具备会议型的说服力，勇于向大家展示你的想法，发挥你的影响力，这样你才能获得更多的机会。

第四种，娱乐型的说服力

如果你有能力在大家面前讲个故事、说个笑话，使现场的气氛很快轻松愉悦起来，你就会成为各种聚会里最受欢迎的人之一。因为人人都喜欢可以带给自己欢乐的人。如果你想要拥有这种说服力，最好平时多准备一些笑话和有趣的故事在自己的脑子里，以备随时随地都能娱乐大家。麦当劳找王力宏等人拍广告之前，一直没有请任何明星拍他们的产品广告，他们只用麦当劳大叔——一个小丑来拍广告，因为麦当劳大叔是一个能给大家带来欢乐的形

象，人们对能带给自己欢乐的人的印象都会比较深刻。

第五种，感动型的说服力

娱乐型的说服力会让大家开心，让大家快乐；而感动型的说服力，则可以感染大家的情绪，让大家激动，让大家心动。如果你是销售行业的人，就会更明白，有时候推荐产品，要调动的不是顾客需要这个产品的心理状态，而是顾客对这个产品有某种感觉的心理状态。当顾客被这个产品感动时，成交的可能才比较大。因此，也就有了“买东西不是买东西，而是买感觉”的说法。

中央电视台2006年春节晚会中有一个节目叫《千手观音》，当我们看完这个节目后，听到主持人介绍表演节目的人都有听力障碍时，是不是被深深地感动了？这也正是此节目后来成为公认的优秀节目的原因之一，因为感动，所以喜欢。能够感动别人是一种非常重要的能力，如果你能感动周围的人，你就会具有一定的影响力，而你能感动的人越多，你的影响力也越大。马丁·路德·金就因为一句“I have a dream…”感动了许多人，而成为全球最有影响力的黑人领袖之一。所以，如果你是一位管理者，一定要学会讲故事，用你的故事来感动你的员工，让他们尽心竭力地跟着你，贡献自己的才能。

现在有一门很流行的管理课程叫“故事营销”，就是教大家如何通过讲故事成为有影响力的人。世界知名的奢侈箱包品牌LV就一直在卖故事，讲他们的品牌如何从一个小皮匠受到女王的赏识而起家，讲他们与“泰坦尼克号”的故事，等等。无疑这些故事足以吸引人们的好奇心和注意力。肯德基同样在卖故事，讲的是肯德基创始人哈兰·山德士如何带着配方寻求合作伙伴，