

高效演讲

全彩版

Presentation Thinking and Design
Create Better Presentations, Quicker

[英] 爱德·胡维兹 (Ed Gruwez) 著
周蓓华 齐雨婷 宁霞 译

本书浓缩了奥美董事总经理的演讲培训课程精华
一本让你的听众全程不开小差、不刷手机、不中途退场的演讲宝典



机械工业出版社
China Machine Press

培训必读系列



Presentation Thinking and Design
Create Better Presentations, Quicker

[英] 爱德·胡维兹 (Ed Gruwez) 著
周蓓华 齐雨婷 宁霞 译



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

高效演讲 (全彩版) / (英) 胡维兹 (Gruwez, E.) 著; 周蓓华, 齐雨婷, 宁霞译.
—北京: 机械工业出版社, 2016.3

(培训必读系列)

书名原文: Presentation Thinking and Design: Create Better Presentations,
Quicker

ISBN 978-7-111-53099-2

I. 高… II. ①胡… ②周… ③齐… ④宁… III. 演讲—语言艺术 IV. H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 040315 号

本书版权登记号: 图字: 01-2015-3683

Ed Gruwez. Presentation Thinking and Design: Create Better Presentations, Quicker.

ISBN 978-1-292-01357-2

Copyright © 2014 by Gedecom NV 2014.

Simplified Chinese Edition Copyright © 2016 by China Machine Press. Published by arrangement with the original publisher, Pearson Education Limited. This edition is authorized for sale and distribution in the People's Republic of China exclusively (except Taiwan, Hong Kong SAR and Macau SAR).

All rights reserved.

本书中文简体字版由 Pearson Education (培生教育出版集团) 授权机械工业出版社在中华人民共和国境内 (不包括中国台湾地区和中国香港、澳门特别行政区) 独家出版发行。未经出版者书面许可, 不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

本书封底贴有 Pearson Education (培生教育出版集团) 激光防伪标签, 无标签者不得销售。

高效演讲 (全彩版)

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 董凤凤

责任校对: 殷虹

印刷: 中国电影出版社印刷厂

版次: 2016 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 170mm × 242mm 1/16

印张: 16.75

书号: ISBN 978-7-111-53099-2

定价: 65.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 68995261 88361066

投稿热线: (010) 88379007

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzjg@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东

赞誉

你是不是在工作中花了很多时间去听糟糕的演讲？你是否希望更有效地传达你的想法？如果你的答案是肯定的，那么这本书非常适合你。爱德·胡维兹发展了一套简单、有力的框架帮你设计和发表演讲。同时，他还解释了为何他的想法能产生效果。无论你认为自己多么有经验，我敢保证，这本书会帮助你成为更好的演讲者。

朱利安·伯金肖 (Julian Birkinshaw)，伦敦商学院教授

这本书妙在其简短精炼。爱德在设计演讲内容的方法上还真是一位大师！

弗朗西斯·佩纳 (Francis Peene)，法国富通银行

这本伟大的书将会颠覆你思考和发表演讲的方式。这些观点会让你的影响力达到最高值！

菲利普·范德沃特 (Phillip Vandervoort)，微软拉丁美洲运营总经理

终于有本书告诉人们如何用最简便、最有力的方法做好演讲了。事实上，这本书不仅介绍了如何做好演讲，还指明了如何将复杂的概念转化成干脆利落、令人信服的信息，这对任何想要在大规模组织内进行沟通的人来说都是非常有必要学习的。它是一本必读之书！

蒋爱芬 (I Fen Chiang)，纽迪希亚营运优化全球总监

爱德·胡维兹的书是必读之书，它能够帮助组织内任何级别的员工发表简洁、有力的演讲，同时大大提高制作幻灯片的效率。

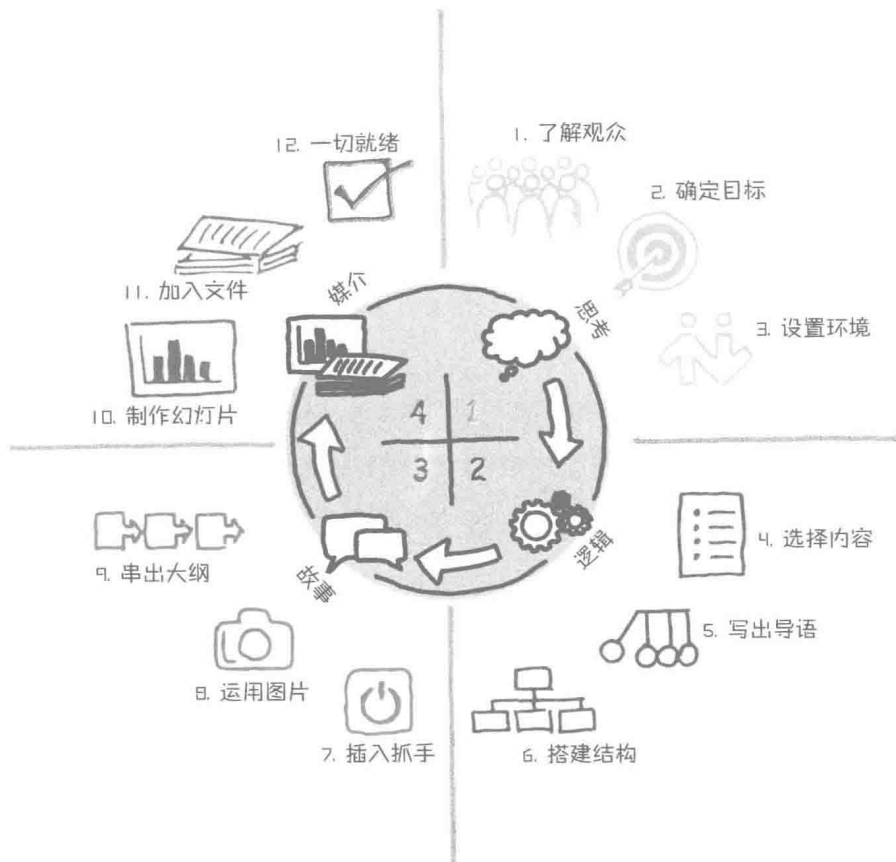
尼古拉斯·菲拉提夫 (Nicolas Filatieff)，法国富通银行客户及产品营销总监

使用爱德的书培训团队之后，团队成员演讲的质量有了显著提升。演讲变得更干脆利落、简短到位、令人印象深刻了。最重要的是，团队成员非常享受这个培训，它确实帮助他们更好地制作和发表演讲。

弗洛朗·爱德华 (Florent Edouard)，阿斯利康 (日本) 营运优化资深总监

特恩斯市场研究咨询有限公司 (TNS) 的使命是为商业领袖和政策制造者提供咨询服务，帮助他们做出更好的决策。能否有影响力地展示我们的研究结果、见解、结论以及建议，是影响我们服务质量的关键因素。TLSM 法使我们的工作更高效、更有条理，使我们的研究演讲和报告更有效。

多米尼克·瓦尔克莱 (Dominique Vercaeye)，
特恩斯市场研究咨询有限公司 (比利时) 总经理



作者简介

爱德·胡维兹，生于 1962 年，理科硕士、工商管理硕士。他先后担任通用汽车和沃尔沃公司的市场与发展总监，2004 年担任奥美内部沟通总经理。作为顾问，他主要从事大型企业的内部沟通、转型以及员工敬业度方面的咨询业务。

2010 年，因其客户被演讲质量困扰，爱德受此启发发展出一套方法，帮助经理人利用更少的时间制作出更精彩的演讲。该方法被证明非常成功，随后他进一步发展这套方法，并以扎实的科学研究为依据。

爱德同他的公司 To The Point At Work Ltd (www.tothepointatwork.com) 一起帮助组织更有效的沟通和工作。如今他主要讲授演讲设计和数字沟通设计，还经常在大会上发表演讲。他培训过数百位经理人，辅导过许多高管，帮助全球多家公司改善沟通文化。

致谢

我把自己数年来，在管理咨询工作中积累的演讲设计经验和见解，写成此书。当然，如果没有参考、借鉴其他作者的智慧、论著，我是不能够把实践经验写成书的。本书在编写过程中，参考引用了数十本书籍、200多篇科学文献。有的时候，确实很难辨别出书中观点的出处。所以，如果我在无意中沒有指明观点出处，还请各位原作者见谅！我在本书结尾部分，统一给出了引用过的参考文献，如果需要更详细的信息，可以登录我的个人网站——www.edgruwez.com。

另外，我还想郑重感谢我的同事、朋友、家人、委托人，还有我的学员，感谢他们在本书出版过程中的鼎力相助。在此，我深表谢意。

还要好好感谢我的三个孩子：Valentine、Henri 及 Arthur。

同时，我还要特别感谢以下几位人士给予我的帮助和支持：

André Sainderichin, Kaat Vanseer, Dominique Vercreaeye, Charlyne Mercier, Christian Dekoninck, Clara Edouard, Frank Momoth, Geert Serneels, Ian Connerty, Glenn Vissenaekens, Graham Darracott, Joep Paemen, Jacques Gruwez, Johan De Pelsmaker, Jordi Kastelijjn, Julian Birkinshaw, Karin Vermeiren, Kris Geluykens, Manu De Cort, Nicole Eggleton, Paul Van Damme, Peter Saerens, Sylvie Verleye, Philip Vyt, Tim Smits, Tim Van der Schraelen, Joey Stoole and Vanessa Stoole.

本书中所使用的 PPT 截图已经获得微软公司、Gedecom NV 和幻灯

片设计公司 BVBA 的许可。

我们尽力找到版权所有者，当然，如果在此过程中，还是有所疏忽或遗漏，我们深表歉意。假如能够再版，我们一定会在致谢部分加上您的名字。

案例说明：书中有很多案例，确实是真人真事，但是出于隐私的考虑，案例主人公的名字以及细节部分我们做了一些处理。至于幻灯片，引用它们只是为了对使用原则加以说明，幻灯片中的内容并不属实——如有雷同，纯属巧合。

前言

法国富通银行的总监约翰·德·皮尔斯梅克，曾要求我帮他为富通总部找一些演讲培训课程相关的师资和资料。所有学员都是金融精英，他们此前都接受过演讲的培训。但是约翰觉得还不够，他对这门课的培训有更具体的要求。他要培训演讲本身的内容，而非演讲传达的方式：我该放哪些内容？我该怎么组织？我要怎样才能让演讲有效，进而给观众留下深刻的印象？他想让他的团队处于领先地位。

我很想帮他，但是当时市面上根本找不出能提供这种培训的讲师，我甚至都找不到和他想法比较吻合的书及方案。

因为演讲这门培训课程也是深得我心，最终我决定自己来做。经过摸索研究，参考已有的理论、文章，结合我自己的实际经验，我研发出了一套构建演讲内容的方法。没想到，这套方法大获好评。

接受培训的学员都说，这门课程极大地提升了他们演讲的效果。随着时间的推移，已经有数千位学员接受过这个项目的培训，结合授课实际经验和理论研究知识，我逐渐完善了这套构建演讲内容的方法。

两年后，我受邀给伦敦商学院讲授这套方法时，萌生了把这套方法编辑出版的想法。本书由此而来。

本书只是新瓶装旧酒？

作为一名培训师，我参观、访问过不同行业领域的组织机构：银行、电信、消费品公司、医药公司甚至是政府机构等，让我印象深刻的是，这些组织结构的工作人员每天都要做大量的幻灯片。

我看到他们很难做出一个逻辑清晰、内容有趣、让人信服的演讲，这也正是这些公司邀请我来做演讲培训的原因。很多经理人都觉得不合格的演讲不只是浪费时间，还会让人大为恼火，甚至会误导大家做出错误的决策。我觉得这很不可思议，其实演讲可以很容易做到切中要害：既简洁又不失完整，既让人信服又能鼓舞人心，同时还能娱乐观众。

确实，有很多不错的书都写过演讲这个主题，但大多数都只是局限于演讲传达的技巧，而且针对的是一大群观众。我通常把这一类型的演讲称作大会演讲。实际工作中的商务演讲其实是很不一样的。



大会演讲



常规的商务演讲

走过行政办公楼的走廊，你只要偷瞄一眼，就会发现演讲无处不在，几乎每个办公室都在做。这类演讲通常面对的都是小范围的观众，比如专家、顾客、同事等。演讲目的也是多种多样，如卖东西、说服、警告、准备方案、展示策略、启动项目、培训员工等。

这本书首先是为需要在商务环境中做演讲的人士服务的——尽管大会发言人也能在后面章节中有所启发。

本书不关注演讲传达的方式，更侧重于演讲内容本身和演讲之前的准备工作——从最开始的一张白纸，到上讲台前的最后一刻。

演讲成功与否完全取决于准备工作是否到位。如果你的演讲内容是经过精心设

计的——遵从“构建法则”，演讲过程必定会极其顺畅。如果演讲的准备工作做得足够到位，在演讲过程中，你完全不用在台上去演，你只要做你自己，只要关心你的观众就可以了。

本书何以与众不同

本书的与众不同之处体现在以下五点。

1. 科学性。本书是一本实操性很强的书，它同时也借鉴、引用了大量的科学观点。你会发现本书经常会引用一些科学研究来作为理论依据，我的个人网站：www.edgruwez.com 也对此做了更为详细的说明。

2. 理智和逻辑。毋庸置疑，人类首先是情感动物。但是在演讲中，还有比情感更多的东西需要传达。没有严密的推理过程和逻辑结构，演讲里只会有泛滥的情感和一味的煽情，这不会是一场好的演讲。本书很好地做到了理智和情感的平衡。

3. 质量和速度。采用本书提供的方法，可以减少你在准备演讲过程中所花的时间，加快你的速度，但同时又不会损害演讲最终呈现出来的效果和质量。

4. 结构化的方法。要做好一场演讲，需要在同一时间段内考虑数百件不同的事情。有了结构化的流程步骤，对演讲内容进行结构化的设计，会让工作容易很多。

5. 完整性。本书不是选择性地给出一些建议，而是力图给出完整性的综述。当然，你不必全部都读，只要有针对性地读你关心的部分即可。

本书的框架结构是怎样的

本书分为两个部分。第一部分提供了很多重要的见解和观点。从演讲中的困难局面开始讲起，接着解释成功演讲和失败演讲的差别，由这些差别，再带入大脑工作的原理。对大脑工作原理有一些基本的理解，能让你更好地理解演讲，理清 TLISM 方法的逻辑思路。

第二部分详细叙述了构建演讲内容的四个阶段，给出了很多实际可操作的建议，帮助你理论知识运用到实际工作中。

目录

- III 赞誉
- VI 作者简介
- VII 致谢
- IX 前言

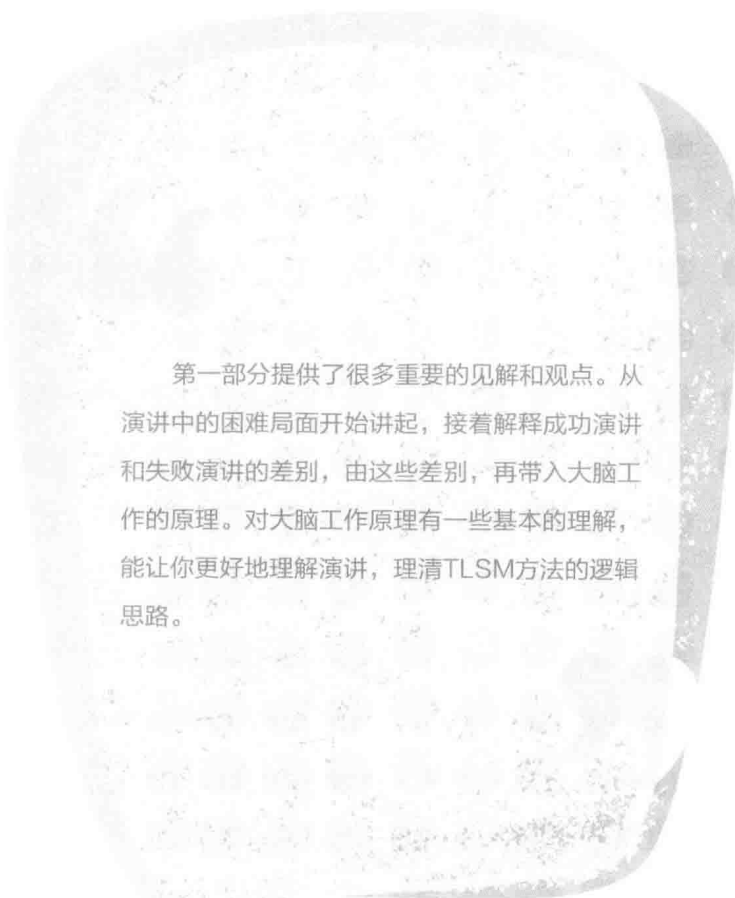
001 第一部分 更好地了解演讲

- 002 关于演讲的悖论
- 023 方案一：了解你的观众是怎么想的
- 036 方案二：运用设计流程

047 第二部分 构建演讲

- 048 阶段一：思考
-
- 052 第1步：了解观众
 - 063 第2步：确定目标
 - 073 第3步：设置环境

085	阶段二：逻辑
091	第 4 步：选择内容
105	第 5 步：写出导语
114	第 6 步：搭建结构
137	阶段三：故事
142	第 7 步：插入抓手
162	第 8 步：运用图片
173	第 9 步：串出大纲
188	阶段四：媒介
192	第 10 步：制作幻灯片
224	第 11 步：加入文件
228	第 12 步：一切就绪！
237	总结
239	附录 TLSM法一览
248	你希望组织内的员工做事情得心应手吗
249	参考文献



第一部分提供了很多重要的见解和观点。从演讲中的困难局面开始讲起，接着解释成功演讲和失败演讲的差别，由这些差别，再带入大脑工作的原理。对大脑工作原理有一些基本的理解，能让你更好地理解演讲，理清TLSM方法的逻辑思路。

更好地 了解演讲

关于演讲的悖论

演讲是一个奇怪的东西。一方面，我们的生活中需要演讲，它在商业社会中几乎无处不在，是辩论和研讨的基础，是战略规划进程中重要的一部分，更是商务沟通里的关键环节。另一方面，没有多少人承认，他们愿意花时间去听这些演讲。演讲总是冗长而无趣，而每个人都抱怨自己做幻灯片花了大量时间和精力。有些人甚至开始质疑演讲是不是促进沟通的有效工具。有些首席执行官、作家愈演愈烈，认为幻灯片会阻碍人类智慧的发展。幻灯片特立独行，会打乱对话、互动和思考的进程——这些人如是说。演讲是一把双刃剑。



演讲，究竟是什么

我的职业生涯始于通用汽车。我的上司是一个叫丹·杨的人，他是一个有着满腔热血的纽约客，总是能用个人魅力带领整个团队取得最佳成果。即便他生来就是个杰出的演说家，比起自己独自站在聚光灯下，他更愿意给我们些机会，看看我们能做些什么。他让我定期做演讲，使我的演讲技巧得以提升。

数年后，当我在另一家公司担任经理职位时，我的团队被选中演示一个重要战略项目。我的上司问我能不能做这个演讲，我答应了，非常认真、积极地做了准备。我自信这个演讲的内容极具说服力，幻灯片也很有感染力。不可能出错，我是这么想的……当我的上司在会议前一天告诉我，他想用我的幻灯片来做演讲，你可想而知我有多惊讶！对他来说，进行一次演讲也就等同于做一套幻灯片。

在我们往下讨论之前，先明确一下：进行演讲绝不等同于做一套幻灯片。演讲是一种行为艺术，在演讲时，一个个体对一群人讨论某个特定话题，并且运用各种辅助的材料来加深所传达的信息。辅助材料中最常用的就是幻灯片，确实如此，但是也并不总是这样。



“PowerPoint”这个词经常会引起误解。在这里让我澄清一下，PowerPoint 是微软公司持有商标的一款程序。