

New
Riders



Designing the Conversation

Techniques for Successful Facilitation

沟通的技术

让交流、会议与演讲更有效

【美】Russ Unger Brad Nunnally Dan Willis 著
王雅欣 吴铭 邹鸽 译

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



沟通的技术

让交流、会议与演讲更有效

【美】Russ Unger Brad Nunnally Dan Willis 著

王雅欣 吴铭 邹鹄 译

人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

沟通的技术：让交流、会议与演讲更有效 / (美)
昂格尔 (Unger, R.), (美) 农纳利 (Nunnally, B.),
(美) 威利斯 (Willis, D.) 著；王雅欣, 吴铭, 邹鹤译
— 北京：人民邮电出版社, 2015. 2
ISBN 978-7-115-33168-7

I. ①沟… II. ①昂… ②农… ③威… ④王… ⑤吴…
⑥邹… III. ①企业管理—组织管理学 IV. ①F272.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第001363号

版权声明

Designing the Conversation Techniques for Successful Facilitation
ISBN: 9780321886729
Copyright © 2013

Authorized translation from the English language edition published by New Riders. All rights reserved.

本书中文简体字版由美国New Riders出版公司授权人民邮电出版社出版。未经出版者书面许可，对本书任何部分不得以任何方式复制或抄袭。版权所有，侵权必究。



本书旨在帮助读者有效提高职场中各类沟通交流活动的效果。书中融合了大量行业专家的集体智慧，其中的技巧可以帮助你更有效地和同事、客户、老板甚至是陌生人进行一对一、一对多的交流。从指导沟通前的准备工作，到处理复杂的个性问题，本书全面、详实地介绍了各种情景下的沟通方法、大量的提示、技巧和技术。此外，书中给出了大量商界沟通高手的现身说法。

管理人员、市场人员、产品经理、商业分析师、人力资源专业人士、设计师，以及咨询行业人员，都可以利用本书中的知识，确保每一次沟通——交流、会议、报告、演讲——都富有成效。

-
- ◆ 著 [美] Russ Unger Brad Nunnally Dan Willis
译 王雅欣 吴 铭 邹 鹤
责任编辑 赵 轩
责任印制 张佳莹 彭志环
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京铭成印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本：720×960 1/16
印张：14.75
字数：304 千字 2015 年 2 月第 1 版
印数：1-3 000 册 2015 年 2 月北京第 1 次印刷
著作权合同登记号 图字：01-2013-5723 号
-

定价：39.00 元

读者服务热线：(010)81055410 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

对本书的评价

一本关于建导的书？我本以为没有这个必要，但是在读完本书之后，我想起了所有我自己所学到的有价值的技巧——当然，有一些区别。幸运的是，从对会议的准备到处理复杂的个性，所有的东西都被涵盖在这本书内了。而这一切都以简短、直接的方式表达出来，并且还结合了大量的流行文化，让它们变成了生动、有趣的阅读。你将会笑对各种不安的类似的情境，并且对每章所提供的宝贵的建议表示赞同。

Stephen P. Anderson

独立咨询师和《怦然心动：情感化交互设计指南》（Seductive Interaction Design）一书的作者

作为一位用户体验的专业人士，你知道如何深入用户的大脑，去理解他的思维、需求和目标。这些技巧可以帮助你更有效地和同事、客户、老板，甚至是陌生人进行交流。这本书融合了大量专家的集体智慧，向你展示如何开展并建导更有意义的讨论。

Karen McGrane

Bond Art + Science的管理合伙人，《移动内容策略》（Content Strategy for Mobile）的作者

如果你要和用户、股东或其他人进行交流，那么你需要阅读本书。仅通过几个简短的章节，我就重新思考了自己该如何收集和利用股东和用户的反馈。

Shay Howe

The Starter League的设计师和前端开发员

这本全面、方便、易读的指南充满了提示、技巧和技术，这些内容可以让你很快地像专业人士一样开展督导。

Dave Gray

咨询师，建导师，《Game storming：创新、变革&非凡思维训练》（Gamestorming: A Playbook for Innovators, Rulebreakers, and Changemakers）一书的作者之一

在设计领域，我和许多小组成员一起制造产品。在产品的设计过程中经常会出现沟通障碍。沟通、合作以及建导技巧是改善围绕设计的谈话的关键。本书为我们提供了宝贵的、可运用的见解，这些见解对于提高建导技巧并改善我们与股东、小组成员、用户的会谈非常有用。

Aaron Irizarry

惠普公司的体验设计师

这是一本特别的书。Unger、Nunnally和Willis在书中为实用、便捷的建导给出了明确的指导。本书没有充斥着术语和枯燥的说教，而是达成了理论、技术与实用、案例的完美平衡。对于任何一名设计师的日常工具书单来说，本书都是一个很好的补充。

Matthew Milan

Normative的合伙人

由于充满了实用且发人深省的名言，从伏尔泰和靛蓝女孩（Indigo Girls），到宋飞（Seinfeld）、中国谚语和当代建导专家，对于那些想把他们的机智、智慧和知识带到讲台上来的人来说，本书是一个非常好的资源。Russ Unger、Brad Nunnally和Dan Willis详细地囊括了在建导研讨会和展示会、提供克服障碍的有用建议、提供使听众获得最佳体验的方法时，所会面对的潜在的机遇和陷阱。

Tim Frick

演讲家，《返回参与：内容、策略和数字设计技术》（Return on Engagement: Content, Strategy, and Design Techniques for Digital Marketing）一书的作者，芝加哥网络设计和数字营销公司Mightybytes的所有者

如果你不能与客户和用户交流，那么你可能设计出伟大的产品。所有的年轻设计师和产品经理都应该阅读本书，学校忘记教你的那些优秀事物，本书都会以清晰、易读和俏皮的方式加以呈现。

Christ

Boxes and Arrow的发布者

设计的训练可能与用户和界面有关，但设计的实践则涉及建导。Dan、Brad和Russ写了一本清晰简洁的手册，充满了提示、见解和多年的经验。设计师以及整个咨询行业，都可以利用这本书来确保你安排的每一次会议、研讨会、演讲或工作会议能顺利进行。

Austin Govella

Avanade的体验设计经理

买下这本书，读一遍，然后再读一遍。失败的项目并不是由于失误的技术选择、糟糕的设计或者恶毒的客户所导致的。它们之所以失败，是由于开展它们的人把它们引到了不同的方向上。本书将会教你如何与项目中的每一个人进行交流。与你的股东建导会谈并不能保证成功，但不这样做肯定会失败。

Rich Quick

Arnold Clark Automobiles公司的首席网页开发员

致 谢

Russ Unger

关于本书我有话想说。有这么一个说法，我没有亲自经历过生孩子的过程，所以不能假装熟知其中一切。但即便事实如此，在我看来，世上万物都将归为统一，万变不离其宗。我目前正在向着这一方向努力。不过这次我将两位非常优秀的学者拉入写书的行列中，他们在这领域尤为精通。

首先我要感谢我的妻子Nicolle和两个可爱的女儿Sydney和Avery，她们对我有莫大的帮助。她们为我的写作提供了温暖、笑声不断却又不乏空间的环境，我引以为豪并心存感激。我的母亲是一位伟大的女人，不论遇到何事，她总是在身后默默地支持我。她也许不是我身边最幽默有趣的人，但一定是对我人生具有卓越影响力的人。在我们的共同努力下，我圆满地完成了本书的写作。

Brad和Dan让我变成更加优秀的作家，他们笔下的章节总是让我欣喜不断、赞不绝口。如果你还未翻看到Dan原创的插画，那么你应该赶紧阅读。这些内容绝不突兀，而是画龙点睛之笔，起到了很好的衔接作用。每当我们的章节要阐明一个新观点时，我总是惊叹于他的才华和创造力，我相信你也将深有体会。

在写作的路途中我得到了很多人的帮助，有不同领域的专家及时提供创造性的建议，也有朋友一路上的鼎力相助。Brad Simpson (www.i-rradiate.com)是第一个支持并帮助我确保设计的元素尖锐有力的人，并为选择出版商提供了宝贵的指导意见。Gabby Hon, Arthur P. Doederlein教授和他的“那又怎样？”，Mark Brooks, Stephen Anderson, Jared Spool, Lou Rosenfeld, Laura Creekmore, Eduardo Ortiz, Tim Frick, Dan R. Brown, Fred Beecher, Adam Connor, Matthew Grocki, Steve “Doc” Baty, Christina Wodtke, Nishant Kothary, Shay Howe, Rich Quick, Austin Goveella, Matthew Milan, Todd Zaki Warfel, Eduardo Ortiz, Aaron Irizarry, #SubChiUX gang以及用户体验师们，他们帮助我拓宽思维，并以好朋友的身份帮我保持清晰的头脑，保证文中的笑点。校友聚集的Cranky研讨会也同时给予我很大的激励。

这些贡献者都是我见过的最为聪明的人，你应该将所有这些人的名字添加到你的常用搜索引擎中，向他们多多学习，并跟随他们的足迹不断进步。在写作过程中，他们让我更加睿智，对他们的帮助和支持我表示由衷的感谢。以下将他们的名字全部列举，无顺序之分：Scott Berkun、Christina Wodtke、Samantha Starmer、Dana Chisnell、Luke Wroblewski、Christine Cronin、Richard Dalton、Dan Roam、Nathan Shedroff、Eric L. Reiss、Cennydd Bowles、Andy Budd、Shay Howe、Aaron Irizarry、Brad Smith、Jennifer Jones、David Farkas、Steve “Doc” Baty、Nishant

Kothary、Margot Bloomstein、Tim Frick、Fred Beecher、Laura Creekmore、Bill DeRouchey、Nick Disabato、Dale Sande、Ross Belmont、Jared Spool、Chris Risdon、Josie Scott、James Macanufo、Rob Moore、Sunni Brown、Christopher Fahey、Marc Rettig、Jesse James Garrett、Alex Dittner、C. E. Lane、Eytan Mirsky、Erik Soens、Adam Polansky、Dave Malouf、Kate Niederhoffer、Peter Kim、Donna Spencer以及Jason Kunesh。

当然还有Jonathan “Yoni” Knoll，不为其他，只是想单纯地谢谢他这个人。

另外，出版社的好朋友们也为本书的出版做出了很大贡献。我想衷心地感谢Michael Nolan、Glenn Bisignani、Valerie Witte、Gretchen Dykstra、Mimi Heft、Katerina Malone、Patricia Pane、Danielle Foster、James Minkin和Margaret Anderson，很高兴和你们共事。

最后，我还要感谢信息建筑研究院、交互设计协会以及其他组织，没有你们的帮助，我不可能跟上上述许多知名人士取得联系。如果你对用户体验设计领域充满好奇，不妨去了解这些组织机构，加入并融入它们。

Dan Willis

我要感谢我的女儿和我的妻子，感谢他们给我的支持和帮助，尤其是妻子多年来对我的工作给予了莫大的帮助。有了Lanie和Eva，我的生命才变得更有意义。

为了完成本书写作，我收集了很多名人的言论。通过电话，我整理出了丰富的内容，这也让我自感谦卑。我将这些内容都放在书中，不过现在你就粗略浏览我剩下的致谢部分好了。我希望你们能仔细琢磨我所书写章节中知名人士的建议。我所书写的章节包括第8章、第13章、第14章、第15章、第16章和第19章。

同时，我还要感谢Cranky研讨会中的每一个人，组织中蕴含的能量、知识以及教职工和学生源源不断的支持以一种美妙而不可预期的方式改变着我。这个组织虽然很小但却非常活跃，我很荣幸能成为它的一部分。现在这本书已经完成，我希望开始组织筹划更多会谈，让我们共同见证Cranky大家庭的发展。

最后，我要感谢Russ和Brad，他们让我自由地在书中画上插图。上一次我这么干还是在高中的时候，当时在完成团体项目过程中我缩手缩脚，老出状况。我希望这次能成功。有时在讨论的过程中，我会时不时冒出一些奇怪的想法，插图中会出现很多丑陋肥胖的人，不过我的合作者们不仅没有批评我，反而对我进行鼓励。他们完全没有义务这样做。因此，我非常感激他们为我做的一切。

Brad Nunnally

写书是我一直以来的梦想。当Russ找到我跟我谈论有关写书的想法，并打算一起叫上Dan时，我突然意识到梦想要变成现实了。我深知自己将要跟两个最具智慧的人一同共事，在与他们合作后，我将变成一个更加优秀的作家和更优秀的人。在写书的过程中，我学到的东西让我受益终身。我对Russ和Dan的感激之情溢于言表。

在这儿我要特别说一下Dan和他的插图。在我看来，Dan的插图和说明将书中内容变成了统合的整体，插图传达出来的色调和信息让我不得不惊叹于Dan近乎完美的艺术创造。

另外，我还要感谢两个人，我深爱的妻子Kim以及我可爱的儿子Tristan。我庆幸你们见证我的生活，给予我莫大的支持。每当我工作到深夜时妻子的耐心和关怀总是让我愧疚不已，这是我送她多少礼物都无法还清的情意。而Tristan提醒我有时需要放慢脚步，放松一下享受生活了。儿子教我的这堂课帮助我渡过了项目中的各种难关。

我亏欠家庭很多，尤其是我的父亲和母亲从小就给我灌输爱人的思想。我还感谢我的岳父母，尤其是Ray “Opa” Schneider，每次周末我们家庭晚餐的时候他都关心地询问我写书的进展。这个简单的问题让我更加专注，希望有一天我能告诉他：“是的，我已经完成了。”

我还要特别感谢我的好朋友David Farkas，作为资深审稿人和乐于助人的贡献者，他通过各种即时通信软件为本书提供了理性的声音。

另外，我还要感谢在过去几个月的时间内耐心地和我一起工作，为我提供想法和建议的Perficient XD的同事们。我所在团队中的一些人非常能干，每天能和他们一起工作我感到很快乐。

同时，我要对用户体验社区的许多朋友和专业人士表示感谢，Diego Pulido、Eduardo Ortiz、Chris Avore、Gabby Hon、Jared Spool、Lou Rosenfeld、Jeff Parks、Chris Risdon、Adam Polansky、Fred Beecher、Nathan Verrill、Christina Wodtke、David Gray、Chris Baum、Eric L. Reiss、Andrew Hinton、Dan Shipton，还有这些年愿意和我坐下畅谈，倾听我的想法并表示支持的人们。认识你们，与你们相处让我变得更加聪慧。

对于Whitney Hess和Jonathan “Yoni” Knoll，我非常幸运能够和你们成为多年的好友，你们的指导把我带向了我做梦也想不到的轨道中。

我还要把感谢送给为本书贡献力量的专家Carol Righi、Kevin Hoffman、Adam Connor、Aaron Irizarry和Dana Chisnell，他们的贡献不可计量。

我很快意识到一本成功的书绝不仅靠写作团队就能创作出来，这是很多人智慧的结晶。

对于New Riders出版社团队，我很感激你们将书中内容汇总，核对书稿，并且督促我们在截止日期前上交。感谢Michael Nolan、Glenn Bisignani、Valerie Witte、Gretchen Dykstra、Mimi Heft、Katerina Malone、Patricia Pane、Danielle Foster、James Minkin和Margaret Anderson。

另外，我还要感谢信息建筑研究院、交互设计协会等其他很棒的组织。这些组织内成员的智慧 and 相互之间的合作让我的事业成为可能。在用户体验领域，你再也找不到这么开放、友好、懂得关怀的人了。我希望你们能够不断融入并做出贡献，这样我们都能继续向前。

最后，我要感谢我已故的岳父Kevin Schneider。他是我的第二个父亲，我多么希望他能看到本书的出版，并且能够和家人再玩一次纸牌游戏。

前言

很难想象一个专业化角色没有与之对应的建导活动（*facilitation*，意指通过引导他人积极参与，形成活跃氛围，从而达到预期成果的过程，后文简称为“建导”）。当你在向他人展示自己的工作时，可能不会将“演讲”、“头脑风暴”或“访谈”等建导专业词汇挂在嘴边进行描述。然而，这项重要的软技术聚焦于处理和引导他人，是多数人工作的重心所在。

作为设计师，我们一直在思考人们与周遭世界沟通交流的方式。我们钟爱研究和观察用户的工作，因为他们进行的这些活动能把我们带入真实的设计活动中，为我们的建导工作塑形雕琢，增加自信心。在建导他人时要有技巧 and 练习，而建导工作确实是有效设计练习的基础。建导技巧帮助我们与他人合作，并从旁进行引导，由此保证他们提出的观点都能让大家听见，并为整个设计进程做出贡献。

本书的目标在于提供基本工具和情境，帮助你能够在典型常见的场景下更好地进行建导工作。就像绝大部分章节描述的那样，我们并未试图面面俱到，只是想要为读者提供一些关键信息和理念，帮助你更好地应对建导过程中的各项活动环节，而不是仅将眼光局限在本书中。通过书中案例，我们列出了相关领域中一些佼佼者的视角和经验供你参考。

然而，本书并不仅仅为设计师而写，关键在于作为设计师的我们总想做什么。本书在以下领域和人员中均有较强的实践价值：市场、产品管理、商业分析师、经理、人力资源专业人士等等。

我们倾尽全力详尽清晰地阐述不同类型的建导和活动，也衷心地希望得到读者朋友们的认可，并以此作为一个绝佳的起点。

本书受众

本书为建导工作提供了广阔的视角和入门级的指引，囊括了3种主要的建导类型：团体建导、一对一建导和一对多建导等。不论你是设计师、产品经理、市场营销人员，还是乐意和大家分享知识的人，只要你梦想成为更加优秀的建导师，那么你都能够从书中汲取有用的信息和营养。

本书描述的内容浅显易懂，我们的目标就是为你提供建导中需要准备的知识，并能在第一时间上手开始建导工作。在很多案例中，我们突出了那些顶尖专家和宝贵资源，这样能帮助你对自己最感兴趣的主题进行深入研究和探讨。不过我们的宗旨还是希望能帮助你尽快将书中信息运用到日常工作中。

本书使用方法

本书为丰富多样的建导类型提供了绝佳资源。书中每一章节的内容都包含了很多深刻的细节，里面的一些案例也被其他优秀的作者使用过，而这些我们都可以通过自学获得。

要掌握使用本书的最佳方法，请遵循以下几点。

- **每个人，几乎所有人**，都应该阅读第一部分“建导准备”和第五部分“建导后续工作”。在这两部分中，你将能获取最有价值的信息，包括如何计划和准备，清晰地意识到能影响你建导能力的多样化因素；同时当你完成建导活动后，如何有效处理可能发生的一切事情。
- **本书适用首尾阅读**（谦虚来说），在你阅读完第一部分和第五部分后，可以挑选书中最感兴趣的主题进行阅读。
- **如果你需要在团队建导方面有所提高**，书中第二部分“团体建导”将对你有所帮助。包括以下这些章节：第7章、第8章、第9章和第10章。
- **如果你正在进行一对一建导**，不妨翻看第三部分“一对一建导”，从中吸取有用信息。其中包括第11章、第12章、第13章和第14章。
- **如果你想要在整个团队面前与他们分享信息**，那么不妨进入第四部分“一对多建导”，里面包括第15章、第16章和第17章。
- **最后，如果你对书中专家的故事感兴趣**，不妨阅读第6章，里面详细介绍了著名人士是怎样为各自领域进行建导前准备的。而第20章分享了一些专家失败的个人经验。这些情景在当时可能是灾难性的打击，但现在这些故事在引发笑声的同时能够带来更多思考。

目 录

■ 第一部分 建导准备..... 1	5.3 没有工具? 无须担心 52
第1章 准备 3	第6章 练习 55
1.1 一切尽在计划之中 5	6.1 多加练习 56
1.2 那又怎样? 8	6.2 你怎样练习? 65
第2章 答疑解惑 11	■ 第二部分 团体建导..... 67
2.1 释放你的天性 12	第7章 研讨会 69
2.2 发掘为什么的潜在含义 12	7.1 研讨会的分类 69
2.3 何时询问为什么 14	7.2 定义目标 73
2.4 为何“为什么”这个问题 很重要? 16	7.3 设定预期 74
第3章 制定议程表 19	7.4 总结 78
3.1 亲爱的,我们先聊聊议程表..... 20	第8章 头脑风暴 81
3.2 草拟议程表 22	8.1 头脑风暴的价值 82
3.3 模板 25	8.2 如何建导一次成功的头脑 风暴 83
3.4 结语 31	8.3 什么塑造了一个好的头脑 风暴建导师? 86
第4章 个性筹备 33	8.4 头脑风暴能得到什么 88
4.1 营造愉快的气氛 34	第9章 焦点小组 91
4.2 参与者的不可预见性 34	9.1 焦点小组 91
4.3 阅读肢体语言 35	9.2 焦点小组:我如何 知晓? 96
4.4 识别并处理异常参与者 37	第10章 参与式设计 101
4.5 准备并了解不同个性模式..... 39	10.1 什么是参与式设计..... 102
4.6 危险时段 41	10.2 参与式设计须知..... 107
4.7 找到你的明星队员 42	10.3 多数人的力量..... 110
第5章 掌控环境 45	
5.1 你需要准备的工具 46	
5.2 他们需要准备的工具 50	

■ 第三部分 一对一建导..... 113

第11章 访谈 115

11.1 访谈的类型..... 115

11.2 访谈前的准备..... 117

11.3 开展访谈..... 120

11.4 关于访谈的最后思考..... 126

第12章 可用性测试 129

12.1 可用性测试的类型..... 130

12.2 准备测试..... 131

12.3 监督可用性测试..... 134

12.4 额外资源..... 137

第13章 电话销售 139

13.1 重新定义电话销售..... 140

13.2 重新定义销售员..... 141

13.3 人们会买什么..... 145

第14章 督导 147

14.1 督导的三种类型..... 148

14.2 你是什么样的督导师? ... 150

14.3 什么造就了优秀督导师... 151

14.4 如何设计成功的督导

会谈 154

14.5 支持督导者..... 155

14.6 采取行动..... 156

14.7 督导的价值..... 156

■ 第四部分 一对多建导..... 159

第15章 会议演讲 161

15.1 开始: 登台..... 162

15.2 专家小组..... 170

15.3 结束: 离合..... 171

第16章 虚拟研讨会 173

16.1 虚拟研讨会的麻烦..... 174

16.2 解决方法..... 177

16.3 展望未来..... 181

第17章 讲座 183

17.1 我们如何思考..... 184

17.2 我们如何学习..... 185

17.3 成功的讲座..... 186

17.4 为什么教学? 190

■ 第五部分 建导后续工作... 193

第18章 管好提问与回答 195

18.1 约定问答的简单规则..... 196

18.2 问答后..... 198

第19章 衡量成功 201

19.1 很久很久以前..... 201

19.2 成功的结果..... 204

19.3 从此过上了快乐的生活... 209

第20章 恐怖故事 211

20.1 真实的恐怖故事 211

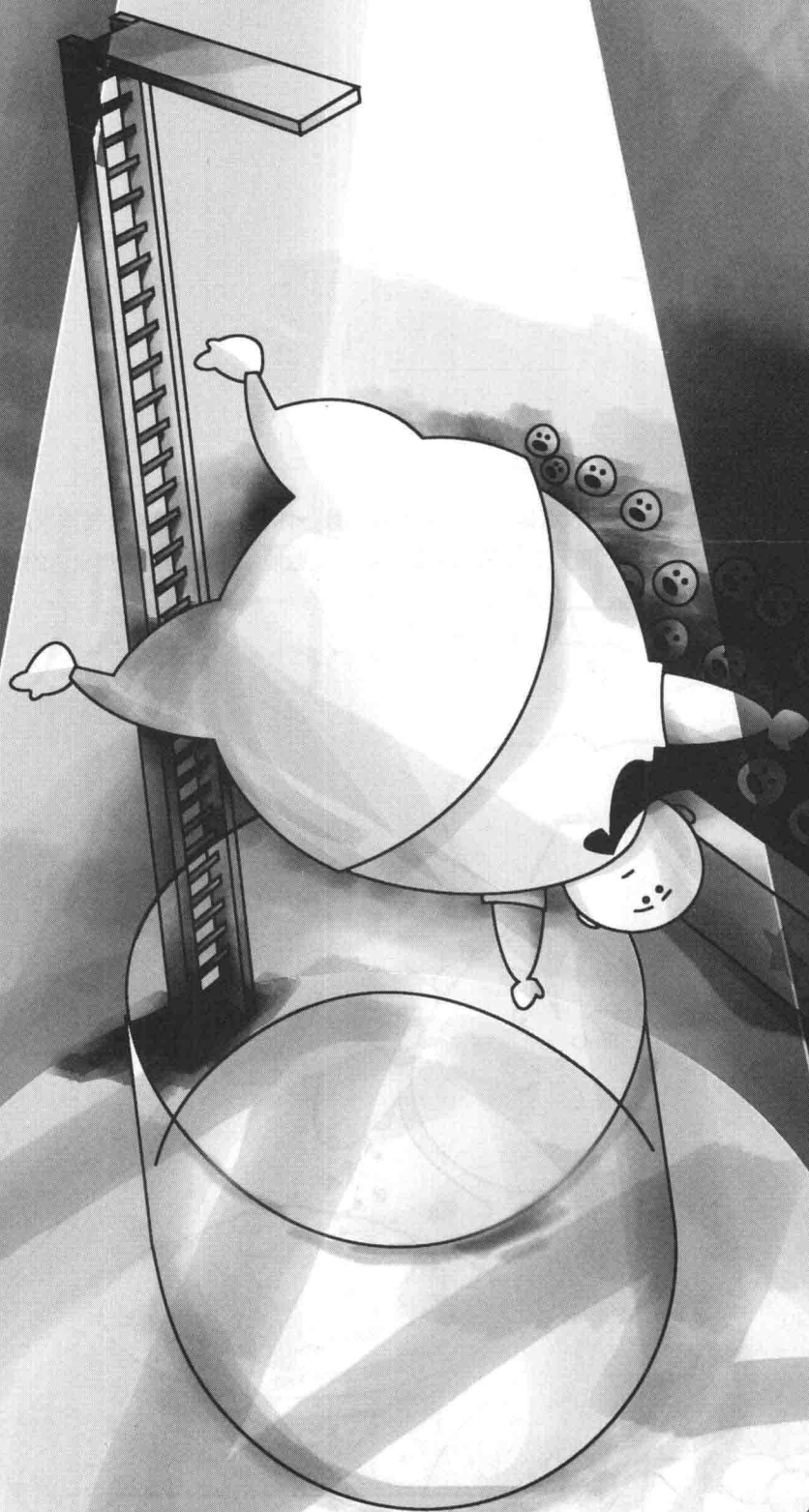
20.2 例外, 而非常态 223

第一部分

建导准备

在建导过程中，不论对象数量仅区区一人还是不计其数，你都必须熟知一些基本原则。在准备过程中，处理各种与内容、地点、技术和人员相关的问题能帮助你成为更加出色的建导师。





第1章

准备

是时候该完成收尾工作了。

——Tommy Stinson（美国摇滚音乐人，枪炮与玫瑰乐队的贝斯手）

汽车销售员：“看来这辆车应该加点汽油了。”

Kramer：“那么你觉得现在油箱里还剩多少油？”

汽车销售员：“仪表显示为空。”

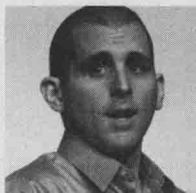
Kramer：“你知道吗？每次Jerry把车借给我开的时候，我总是发现车快没油了。但不管怎样，我才不想给它加油呢！”

汽车销售员：“所以你是想知道你借来的汽车还能够开多远吗？”

这是《宋飞正传》（Seinfeld）的一个场景，Kramer试图了解当汽油表盘显示E甚至更少时车还能行驶多远的距离。扪心自问，我们其实都想知道汽车“没油”到底意味着什么，而上述这一场景清晰地反映了Kramer想知道在不给Jerry的汽车加油的情形下，汽油表显示为E的汽车到底还能行驶多远。

Kramer想做好充分准备。

作为一个建导师，你也应想方设法让自己事先做好充足准备。



专家面对面：Scott Berkun

Scott Berkun是《创新的神话》(The Myths of Innovation) (O'Reilly, 2010)、《演讲之禅——一位技术演讲家的自白》(Confessions of a Public Speaker) (O'Reilly, 2011)和《脑热症》(MindFire) (Berkun Media, 2011)这三本畅销书的作者。他的博客网址是www.scottberkun.com，也可以在推特上@berkun。

我认为可以运用用户体验式的方法来演讲。在定下大致清晰的目标后，将大体的框架或者粗略的几张幻灯片整合在一起，站起身，尝试着进行演讲。在前几分钟的练习过程中，我迅速发现了需要修改的内容，于是我将相应内容进一步改进，之后又重新开始练习。我一直不停地循环上述操作过程，直到自认为没有任何内容需做修改为止。

演讲过程基于预定的流程和框架。在练习过程中，我们很容易发现幻灯片中内容或观点的衔接不当之处，而我们要做的就是尽早对其进行纠正。因此，在听众面前演讲之前，要确保对演讲的前5~10分钟内容进行反复多次的练习和完善。

当谈到准备时，你必须意识到，作为一个建导师，你要竭尽全力真诚地展示会谈的计划和主题，并指导故事的展开。就算不总能完成所有工作，但至少你在为此而精心策划。不得不说，这是一项十分艰辛的工作。

什么故事能够吸引观众迅速融入场景，同时又能保证他们不在中途迷失或被背景故事中的无关角色分散注意力呢？好的故事能够让听众深信不疑地跟随演讲人的思绪切换至当下的场景中而不需要回头重新思考。但不排除这种现象的发生，即带领听众回顾之前的信息试图共同验明事实的真相。

这表明，每一个成功故事的背后都少不了精心策划、充分准备的逻辑架构和叙事流程；同时也说明准备充分、自信满满的建导师能令听众沉浸其中。

本书将要介绍的内容同样万变不离其宗。精准的计划能更好地将纷繁复杂的信息资源整合合并结构化，形成一则或一系列故事。而这一流程能帮助你将信息更清晰明了、简洁直观地呈