

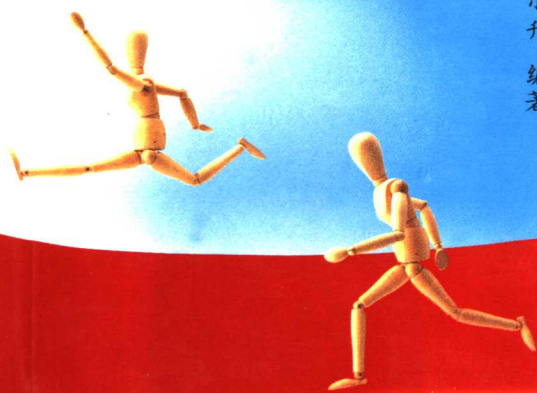
BUSINESS SPEECH AND ROADSHOW TECHNIQUE

商务演讲 及 路演技巧

助你成为一名成功的商务演讲者

后东升 编著

实用的演讲技巧
有效的路演方法



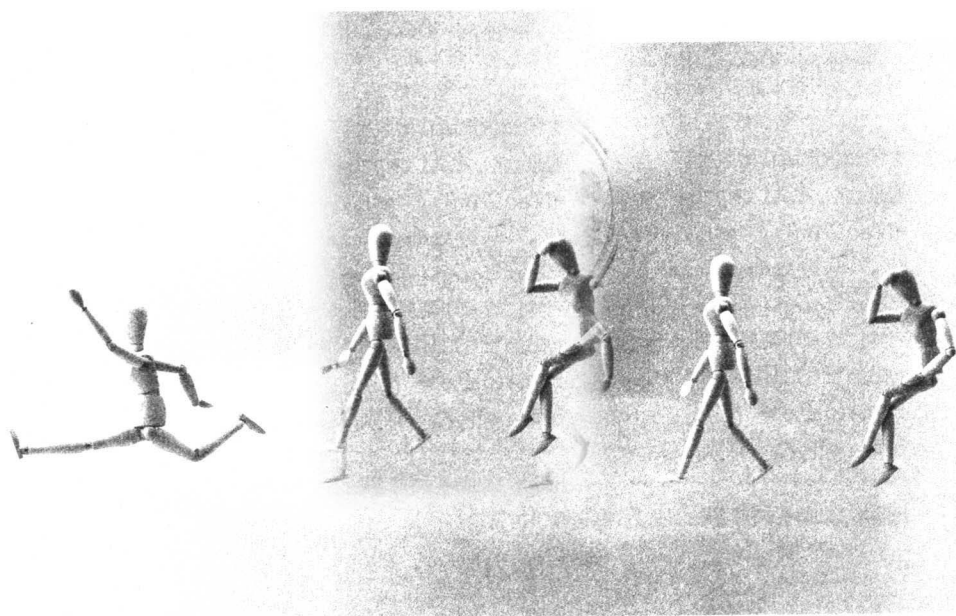
 中国纺织出版社




商务演讲 及 路演技巧

BUSINESS SPEECH AND ROADSHOW TECHNIQUE

后东升 编著



 中国纺织出版社

内 容 提 要

本书针对“商务演讲与路演”内容展开介绍，分别阐述了商务演讲的基本特点与主要类型；如何准备、开始一场商务演讲；商务演讲的临场发挥与现场控制技巧；路演的由来与作用；路演的分类以及成功路演的完美策划等。本书实例与技巧相结合，能帮助你成为一名成功的商务演讲者。

图书在版编目（CIP）数据

商务演讲及路演技巧 / 后东升编著. —北京：中国纺织出版社，
2005.12

ISBN 7-5064-3537-3/H·0102

I.商... II.后... III.商务-演讲 IV.H019

中国版本图书馆CIP数据核字（2005）第116953号

策划编辑：曲小月 特约编辑：杨 婕 责任印制：刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址：北京东直门南大街6号 邮政编码：100027

邮购电话：010-64168110 传真：010-64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

三河市新科印刷厂印刷 各地新华书店经销

2005年12月第1版第1次印刷

开本：710×1000 1/16 印张：14.5

字数：183千字 印数：1—11000 定价：25.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社市场营销部调换

前 言

“演讲”在人们的生活中并不陌生。

政论家们的言辞精妙绝伦；教师们的口若悬河、展天地乾坤、博古通今；电视节目主持人、婚礼司仪等人的口吐莲花、妙语连珠……都令人们耳目一新、啧啧称赞，可见演讲的魅力之大。

随着社会的进步、时代的变迁，新的使命赋予了演讲新的内容与形式。

在向市场化经济的转型中，“商务演讲”应运而生，并得到了迅速的发展与广泛运用。

随着市场的不断发展成熟，整合营销的地位日益突出，传统的促销模式已满足不了企业竞争的需要，路演作为一种新的商务活动在现代营销中已受到越来越多企业的青睐。在城市的广场上、商场前、街道上甚至大学校园里，常常可以看到某些企业为推广其产品、招聘专项人才或进行企业形象宣传所组织的丰富多彩的现场演讲活动。场面之热闹，装点之华丽，无不吸引路人驻足观望、热情参与，这就是时下众多企业热衷的新型推广宣传模式——“路演”。

“路演”作为商务演讲的重要形式，通过和消费者面对面的交流来宣传、推广产品，相对于动辄几十万、上百万的广告费来讲，路演的费用要低廉得多，但对于提高产品知名度和促进产品销售却有不可估量的作用。因此，很多企业的产品或服务都开始积极采用路

演的形式。

本书针对“商务演讲及路演”展开篇幅，分别阐述了商务演讲的基本特点与主要类型；如何准备、开始商务演讲；临场发挥与现场控制技巧；路演的由来与作用；路演的分类以及成功路演的完美策划，等等。

本书以实例与技巧相结合，帮助人们掌握实用、有效的各类商务演讲与各种路演的方法，希望能对那些需要在公众和客户面前做演讲的人们起到抛砖引玉的作用，从而帮助您成为一位成功的商务演讲家。

编者

目 录

Contents

第一章 商务演讲——具有特定内容的演讲

形式 1

第一节 商务演讲概述 2

一、商务演讲的主要类型 2

二、商务演讲的组织方式 5

第二节 商务演讲的重要性及形式 7

一、商务演讲与机会同在 7

二、商务演讲的目的性 8

三、商务演讲的主要形式与具体用途 10

四、商务演讲切忌 10

第三节 商务演讲的分类与特点 11

一、会议型商务演讲 11

二、信息传递型商务演讲 11

三、娱乐型商务演讲 11

四、即兴商务演讲 12

五、说服型商务演讲 13

第二章 做好商务演讲前的准备 17

第一节 准备一篇精湛绝伦的商务演讲稿 18

一、“凤凰头”式的美丽开端语	18
二、商务演讲词要力求概念明确	18
三、商务演讲稿的主题安排与层次结构	20
四、商务演讲稿的修辞方法与语言艺术	25
五、商务演讲稿的几种常见的开头、结尾	27
六、巧设演讲稿的兴奋点	30
七、安排好演讲稿的高潮部分	32
八、拟定好演讲提纲	33
九、巧记演讲词	33
十、为即兴商务演讲打好腹稿	34
第二节 做好商务演讲的临场准备	36
一、妥善安排商务演讲现场	36
二、避免临阵怯场	37
三、商务演讲前的心理训练	38
四、商务演讲前的能力训练	41
五、做好商务演讲的现场准备	42
六、临场准备注意事项	44
第三节 规划一场成功的商务演讲	46
一、精心选择商务演讲方式	46
二、完美商务演讲的细节规划	47
三、成功商务演讲的准备步骤	48
第三章 商务演讲基本技巧	51
第一节 巧妙的开场白	52
一、了解、接近你的听众	52
二、开始即吸引听众	55
三、设问式开场技巧	56
四、运用视听手段吸引听众	56
五、叙事开场技巧	57

六、自嘲式开场	57
七、闲聊式开场	58
八、商务演讲开场白忌讳的几种类型	58
第二节 在演讲中说服你的听众	58
一、如何征服听众	58
二、吸引听众的技巧	66
三、语言技巧	71
四、身体语言的运用	77
五、着装技巧与个人魅力	84
六、商务演讲中的说服技巧	90
七、即兴商务演讲的说服方法	95
八、巧用三步阐明法说服听众	96
九、运用辅助设备,吸引听众注意	97
十、商务演讲禁忌	102
第三节 商务演讲的完美结尾技巧	108
一、结束语是捆扎“礼物”的彩带	108
二、在引起共鸣的情感热潮中收场	109
三、幽默式和赞颂式商务演讲结尾技巧	109
四、号召式和呼吁式商务演讲结尾技巧	110
五、引述式商务演讲结尾技巧	110
六、商务演讲的结尾不可仓促	110
七、重要提示	111
第四章 商务演讲的高级技巧	113
第一节 赢得听众心灵的通行证	114
一、使用具体、亲切的商务演讲语言	114
二、实话实说,以明事理	120
三、以情感人,引起听众的共鸣	122
四、点面结合,塑造可感意象与秉持本色	126
五、舒适的环境与安静的会场氛围	127

第二节 商务演讲者的体态语言作用	129
一、运用优美、适当的体态语言	129
二、用手势、动作和表情把商务演讲视觉化	130
三、用身体语言传情达意	131
四、商务演讲者体态语言的基本要求—— 准确适时	132
五、应避免的错误体态语言	134
六、让你的声音无法抗拒	134
第三节 商务演讲中的特别技巧	135
一、主动出击，先声夺人	135
二、悬念设置，呼应作答	136
三、委婉风趣、曲径通幽	137
四、减少干扰	138
五、巧妙引出商务演讲的论点	138
六、为你的商务演讲贴上标签	139
七、合理的组织结构	140
八、辅助物的使用	140
九、即兴商务演讲若干方法	142
第四节 商务演讲的风格优化与语言运用诀窍	146
一、巧妙运用沉默艺术	146
二、创新思维优化风格	146
三、巧用谐音，化平淡为神奇	147
四、巧设商务演讲话筒和漏斗	148
五、商务演讲的语言运用诀窍	148
第五节 走出商务演讲中的误区	149
一、走出论据不足的误区	149
二、走出商务演讲中修辞的误区	152
三、走出迟疑的误区	153

第五章 商务演讲的控场与临场应变技巧	155
第一节 商务演讲的控场技巧	156
一、被动控场	156
二、主动控场	157
三、控场的关键技能	160
四、有效防止听众开小差的技巧	161
五、自我形象控制与完美结尾	162
六、控场应注意的问题	163
第二节 商务演讲中的临场应变技巧	165
一、准备的演讲稿不适用怎么办	165
二、对待冷场的策略	166
三、巧妙补救商务演讲中的失误	167
四、对付哄场的诀窍	168
五、运用幽默制止恶意捣乱者	169
六、机智应对意外情况的发生	170
七、应对难缠的参与者	170
第六章 路演——最具感召力的商务演讲	173
第一节 路演概述	174
一、什么是路演	174
二、路演的主题和形式	174
三、路演的主要类型	175
四、路演活动的现场组织	176
五、户外路演——营销时代的宠儿	177
第二节 产品路演	182
一、产品推广会上的商务演讲四要素	182
二、成功路演的完美策划	183
三、产品路演的现场掌控	185
四、把脉现场路演——细节！细节！	188

第三节 财经路演	191
一、财经路演通知	191
二、新股上市路演	193
三、财经路演现场回答	196
第四节 招聘路演	200
一、发布招聘路演信息	200
二、企业代表在招聘路演现场的演讲	202
第五节 企业公关活动路演	203
一、产品检测路演	203
二、企业知名度的宣传路演	205
三、开发潜在客户的巡回路演	206
附录 经典商务演讲实例赏析	210
参考书目	222

第一章 商务演讲——具有特定 内容的演讲形式

演讲是人类交流沟通的方式之一，通过“一人讲，众人听”的多向沟通交流，传播信息，获得反馈，引导行动。这种交流沟通方式，效率高，传播面广，现场感强，影响力大，在许多方面优于其他交流沟通方式。企业商务活动是人类活动中目的性和行动性比较强的一种活动，对交流沟通的效率、影响力、反馈和行动的效果要求较高。因此，演讲在企业商务活动中运用比较普遍，企业商务活动中的演讲称为商务演讲。

第一节 商务演讲概述

演讲最基本的组成形式是由“演讲者”和“听众”两方面人物组成。较为庄重的场合，通常由“主持者”、“演讲者”和“听众”三方面人物组成。在演讲过程中，总是一人在台上系统地把自己有准备、有组织的思想观点公开传向一定数量的听众。在这种“一人讲，众人听”的传播格局中，人们之间的联系并不是简单的单向式的，而是表现为一个多联系多层次多侧面的网络系统。

“商务演讲”是一种功利性和目的性都很强的演讲形式，虽然属于演讲的一种，但较之于其他类型的演讲，“商务演讲”的难度更大一些。因此，要想吸引并说服听众，达到自己预期的效果，就不得不掌握一些独到而又实用的窍门，以此来博得众人的掌声，达到预期的效果。

一个好的商务演讲应该达到四个目标：提供信息，让听众感到乐趣，动之以情，使听众行动起来。

一、商务演讲的主要类型

(一) 根据演讲方式来划分

商务演讲主要有三种类型：说服型、目的型、信息传递型。

说服型演讲区别于其他演讲的两个特点是：第一，它以阐述观点开篇并以鼓励行动（达成交易）结尾；第二，它总是试图引导听众去采取某种行动，通常是签订合同或者预约下次会面的时间。

目的型演讲是围绕参与者所参加的主题进行的。这种演讲的发言人试图通过抒发感想与听众形成共鸣，如颁奖典礼、欢迎贵宾、

接纳新成员、应邀作客、晚宴后以及告别仪式上的发言等，一般都属于目的型演讲。

信息传递型演讲是销售人员最常见的，同时也是最经常误用的演讲方式。有些销售人员在需要说服别人时却仅仅只做传递信息的工作。如果对全国的销售机构进行一次调查，你就会发现，大多数的销售人员都认为他们的推销演讲是属于信息传递型的。然而，无论在什么情况下，推销演讲都不应该仅仅是传递信息，而主要是以一种不偏不倚的方式反映客观事实，帮助听众理解信息，并促进合作，其主要目的是帮助听众学习和了解信息。

（二）根据演讲内容来划分

根据演讲内容的不同，商务演讲主要分为促销演讲和扩大企业知名度的演讲。

促销演讲：促销演讲是提高商品知名度的一种行之有效的方式、方法。成功的企业营销人员们，经常通过新闻媒体进行新闻发布或回答记者提问，以此来宣传自己的企业或产品并在商品交易会、行业协会和销售会议上作精彩演讲。

这种做法如果使用得当可以很好地提升企业或商品的形象，反之则可能损害企业或品牌形象。因此，挑选公司发言人时一定要慎重，同时也要充分准备演讲稿，以确保演讲的效果。

促销演讲成功的关键在于顾客评价。整个社会是个舞台，而销售工作人员面对的是他们的顾客——一些最具辨别力的观众，只有顾客会为销售人员的表演支付酬劳。但是，如果他们不欣赏你的表演，你可要当心了，因为你也许会一无所获！

推销成功的关键在于顾客的评价，他们是否认为你的演说能说服他们，是否认为你的产品或服务的确价廉物美。仅仅向顾客传达信息的演说谁都可以做到，不过这根本不能算是推销。而面对面的促销演讲可以让顾客获得第一手信息，并根据这些信息做出行为判断，最后促成交易行为的实现。

扩大企业知名度的演讲：不论企业的规模大小，几乎都有一些思路敏捷、善于辞令的“外交官”式的人员，他们能利用演讲与目标群体或目标公众进行有效的发言。具体来讲，这种以扩大企业知名度为目的的演讲有以下几方面的特点：

(1) 由于是与听众进行面对面的直接接触，所以它是一种最直接、最有说服力的沟通手段；

(2) 能为演讲者与听众提供双向对话的机会，使双方保持有效的信息交流；

(3) 有助于证明企业参加社区活动和社会建设的要求和愿望；

(4) 为演讲者个人和企业赢得威望；

(5) 向公众宣传企业的经营理念；

(6) 为进行其他交流提供权威性的资料来源。

下面是一名成功企业家在某高校座谈会的演讲实录。在这里我们主要摘取他在企业的经营理念方面所作的发言：

下面我就“企业竞争力的本质是什么、我们应该怎么做”来讲一下。我认为企业竞争力最核心的就是这个企业是否在事业、人力、战略上保留有核心力量，还有在急剧变化的环境当中，有没有应变的能力。竞争力包括技术能力、营销能力、生产能力等，其中我觉得技术能力和营销能力是非常重要的。现在的世界，我们很难预测将来会怎么样，企业能迅速及时地应付市场的变化，对它的生存是非常有利的。企业有没有竞争力，换句话说，就是能不能创造更多的利润。

利润是怎么创造出来的？应该是以更便宜的价格买进，更高的价格卖出去，而且卖得更多。那怎么样才能卖得好呢？首先应该满足消费者在产品性能、品质等方面的要求，还有产品应该有很好的设计，企业应该有良好的品牌形象。这些条件全部具备以后，消费者才会心甘情愿地买你的产品。在生产方面，我们应该想尽办法降低成本，包括原材料、劳动力、工资、折

旧费等各种因素。怎么样降低成本？企业应该具备最基本的经营管理的能力。

我们认为，不管是销售方面，还是生产方面，都非常需要技术和营销的能力。最后的利润等于企业的综合成绩表。以三普电子为例，三普电子去年的销售额达到了476亿美元，利润达到了56.3亿美元。我们都比较熟悉的一家日本企业，它的销售额达到了630亿美元，利润只有9.4亿美元。还有一家美国公司，它的销售达到了266亿美元，利润是24.8亿美元，可以这么说，虽然销售额都很高，但是利润情况不一样。三普电子利润很高，而有一些企业利润比较低，当然还有很多亏损的企业。为什么存在这样的现象？我认为利润率不同，主要是由于市场营销能力、经营管理能力的不同引起的。

二、商务演讲的组织方式

虽然商务演讲对于新产品的发布与促销、企业知名度的扩大与个人威望的提高，起着至关重要的作用，但并不是所有的演讲活动和演讲者都能有效地完成预期目标。所以，企业在安排有效的演讲活动时，应该做好以下四个方面的工作。

- (1) 认真选择和辅导演讲人员；
- (2) 选择适当的演讲题目；
- (3) 为演讲者提供方便条件和具体的帮助，如提供幻灯片、电影、录像、磁带、图表等辅助设备和资料；
- (4) 采取适当的宣传措施，提高听众对演讲者的可信度。

作为演讲人员，如何做好商务演讲呢？一般来说，应做好以下几点工作：

1. 框架结构

要有一个轮廓清晰的框架结构，具体内容可以分为几点。

2. 素材

尽可能多地搜集素材，并将材料归类整理，如笑话、趣事、名

人名言、有趣的数据，并能灵活运用在适当的地方，为演讲增色。

3. 使用卡片

- (1) 在卡片的右上角标上数字；
- (2) 在第一张和最后一张上写上完整的句子；
- (3) 其他卡片上最多只能写五个关键词；
- (4) 用颜色来标记你想强调的词；
- (5) 在某一处提醒自己查看时间。

4. 使用设备

- (1) 检查电灯、电源、线路的连接、插座；
- (2) 检查开关以及一些移动部件，保证设备能在你使用那天正常工作，至少要确认两次；
- (3) 准备一些后备设备以防万一，并做好没有图像资料仍能演讲的准备；

- (4) 带全所需用的设备，不要丢失；
- (5) 学习如何使用话筒。

① 先用手指轻弹话筒，检查话筒的开关是否处在开启状态，并把话筒与自己的距离调到最佳位置；

② 即使是用话筒，也要声音响亮并运气发声；

③ 声音要有回声并能稍持续一阵儿；

④ 音调要定得比正常讲话时低一些，听众往往把可信度和权威性与一个相对低沉的声音联系在一起；

⑤ 尽量用降调结束陈述句，但不要减弱音量；

⑥ 放慢语速。