

大傻瓜

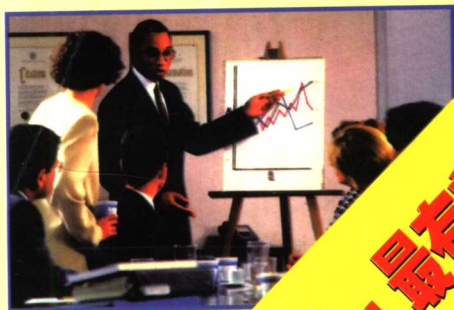
The COMPLETE



完全傻瓜手册

成功的商业推介

- ▲为您提供迅捷而便利的帮助，使您完整全面地安排您的推介
- ▲实事求是的建议，在您与听众之间构架起理解的桥梁
- ▲克服紧张情绪不二法门



琳·克萝杰 / 著

[美] 西蒙斯-舒斯特公司授权

红旗出版社

最简单·最有效

大傻瓜

THE COMPLETE



完全傻瓜手册 成功的商业推介

琳·克萝杰 / 著
[美] 西蒙斯—舒斯特公司授权

红旗出版社

图书在版编目(CIP)数据

成功的商业推介/(美)克萝杰著;向桢译.-北京:
红旗出版社,1999.1
(傻瓜丛书)

ISBN 7-5051-0312-1

I. 成… II. ①克… ②向… III. 推销 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 38320 号

完全傻瓜手册⑧成功的商业推介

琳·克萝杰 著 向 桢 译

本书由美国西蒙斯—舒斯特公司授权出版
中文简体字版权属红旗出版社所有

Copyright © 1997 by a division of Simon & Schuster, Inc.

Published by arrangement with the original
publisher, Macmillan USA.

出	版:红旗出版社
地	址:北京沙滩北街2号 电话:(010)64037144
发	行:新华书店
印	刷:河北省枣强县天洋胶印厂
	880×1230 32开 13.25印张 369千字
	1999年1月第一版 1999年1月北京第一次印刷
印	数:1-10000册
书	号:ISBN 7-5051-0312-1/Z·99
定	价:23.80元

版权所有·翻印必究

前言

试想一下,如果让你站在一大群人面前,进行推介说明,你会怎样?是激动不已,还是吓得要死呢?我常常看到,问卷调查的结果是,对许多人而言,公开讲话比死还可怕。我虽然不敢苟同,但是,面对那常常出现的恶梦:傻傻地站在一大群人面前,没有幻灯片,没有讲义,甚至没有衣服——我想,如果不能说公开讲话、抛头露面象死亡一般可怕,至少可以说,它与毒蛇、蜘蛛相比,其可怕程度是毫不逊色的。

在演讲方面拥有丰富经验的人,无一例外地都拥有过在讲台上受难的悲惨经历。我的“讲台之灾”发生在一次午餐会之后。那次,有数百位扶轮国际的成员参加那个倒霉的会议,而我将在午餐之后发言。这时,那位会议主持人走到我面前,告诉我一个不幸的消息——由于某些原因,会议的进度将要被拖延,而惯例是,1:00时,会议应当准时结束,因此,我将不得不把我的讲话内容删去一部分以挤出那要命的10分钟。“我的天啊——这可怎么办?”我一边强颜欢笑,“愉快”地享受着我的午餐,一边绞尽脑汁,提纲挈领地拣出那些非说不可的话,以尽量精简扼要的语言,表达双倍的内容。

12:35的时候,轮到我上场了。但是,我实在是太紧张了,以至于没有注意到时间问题,急匆匆地走上讲台,对着观众一通狂轰滥炸——完全忘掉了公开演讲的基本规则,即放慢语速、呼吸、停顿,我鬼迷心窍,脑子里一片空白,只剩下那刚刚压缩删减而成的推介说明以

及“快些，再快些”的敦促……谢天谢地，我的推介已经接近尾声了，于是，我漫不经心地看了看我的手表——

“我的妈呀——才12:45!”我吓得楞住了，“我的任务可是把推介维持到1:00再结束呀！时间走得太慢了！”那时候，我还没有读过琳·克萝杰的精彩著作，因此无从获得灵感与教诲，猜猜吧，我做了什么——对于一个演讲者而言，没有比这更糟糕的了，简直比与蛇蝎同眠更糟糕，我在麦克风前僵住了。“对不起”，我说道，“我没什么可说的了。还有什么问题吗？”

沉默。似乎永远不会被打破的沉默，永远永远……最后，从房间的后部传来一声大吼：“绝不畏惧，永不放弃！”一生之中，仅此一刻，我深深地后悔写过一本以此为名的书——早知今日，何必当初！

所幸的是，这次滑铁卢并非致命的失败。此后，我在成千上万人面前进行了成百上千次推介演讲，甚至包括一些扶轮国际的会议。然而，我演讲得越多，对这个真理的认识就越发深刻：任何人，只要他（她）有某些重要的东西要说，就一定能够找出卓有成效地进行推介的技巧和工具，但是，无论你在这个方面做得多么出色，你都一定能从阅读这样的一本书作之中获益非浅。

对于任何一位试图在商业决策中出谋划策、施加影响的人而言，《完全傻瓜手册之成功的商业推介》都是一个不可或缺的灵感源泉。

您正在从事销售工作吗？事实上，这是个狡猾而难以回答的问题。在这个世界上，只有两种人：一种人深深地懂得自己在销售，并将其视为十分严肃的、重要的事情，且不断地学习各种技巧和方法，以使自己的推介更加卓有成效；而另一种人则并没有意识到自己在进行销售、推介，并没有努力去学习各种有效推介、推销自己的主张

与梦想的方法,而只是纳闷、怨忿——为什么在自己的一生之中,没有哪一件事情看来是成功的。任何从事“销售”的人都将从对问题的概念化思考、调查研究以及充分准备之中获得莫大的好处。

您是领导者吗?又是一道难题!你当然是领导者!不论是在工作中,还是在家庭里,抑或在一个社团里,我们都是领导者。本书中的观点和看法将大大地有助于您的成功——无论是在工作中向委员会推销你的主张,还是向老板要求提升的机会,抑或成功地组织一次家庭聚会。

《完全傻瓜手之成功的商业推介》是必不可少的力量源泉。将这本书从头至尾地细细读一遍吧,有必要的話,可以把重要的章节反复咀嚼回味。毕竟,你永远不可能知道,什么时候扶轮国际会向你发难,不是吗?

约·太

约·太 常常发表有关组织效率和个人成功的演讲,著有《绝不畏惧,永不放弃:一个关于勇气和毅力的故事》。

导 言

从某种意义上讲,进行商业推介也是一种挑战。你可能是一位卓然出众的推介者,然而,在你的生涯之中,这远非极致。在商战的沙场上,你可能是籍籍无名的后生晚辈,对克敌制胜之道并没有什么心得体会。在人前发言时,你可能总是窘迫不已、心慌气短。也可能,你不得不即兴演讲,腹中空空的你只恨自己为什么不是“嘴尖皮厚”。

然而,请铭记于心——如果你决心成为一个成功的推介者,那么,你总是能够如愿以偿的。你当然应该勤学苦练,但是,你更应当严格地遵循推介的不二法门,表现得极具专业水准,并且胸有成竹、准备充分。你可以进行选择,要么表现得局促慌张,要么表现得镇定自信(见第四、第十五以及二十、二十一章)。你必须作出判断,在这个房间里,谁是最重要的灵魂人物——是你,还是听众?

如果你使用以信息为基础的方法来组织你的材料,以便策略地吸引听众的注意力,并且,如果你依循如何传达你的推介信息的指南行事,你定然会显得充满信心、准备充分,是位十足的专业人士。第十九章将帮助你认识到,为什么表现得信心十足、胸有成竹会使你看起来颇具专业水准,即使你事实上已经吓得要死要活了。

本书将带给你一个卓有成效的推介者所必须的指导和诀窍——而所有这些金玉良言又统统出自一位柔弱的女子作为一名商业推介者的亲身经历与感受,而她在第一次面对听众进行商业推介时,竟然吓得连自己的名字都忘了个一干二净!你看,对我们每一个人来说,紧张都是有待克服的,而我们中的某些人经过刻苦的努力,确实掌握了战胜紧张

的方法。本书就为您提供了一条捷径。

本书是如何组织的

本书分为六个部分,分别对应于一个初事推介者在安排和进行一次推介的过程之中必然经历的六个阶段:

第一篇将帮助您正确地理解推介说明在商业中的重要作用以及商业人士所作的形形色色的推介说明。对于启发人们对许多重要的问题进行思考而言,这不失为一种极其有效的、了不起的途径。

第二篇将告诉你如何才能纵观全局、正确地处理所有这些你希望推介给听众的信息,将它们加以合理地组织,以传达某个关键的、有战略意义的消息。同样,它也将带给你组织起具有强大的说服力的推介说明的可供选择的方案 and 办法。

第三篇则着眼于如何布置房间,以便有效地利用空间以及视觉辅助材料,帮助你从中获益。它将指导你如何准备视觉辅助手段以及何时使用分发的书面材料。

第四篇将帮助你做好充分的准备,整装待发。从如何着装才算得体,到如何方能克制你的紧张情绪。而当你在推介讲演之前要参加某些社交活动的时候,你可以从本章中找到某些相关的建议与忠告,教给你该吃些、喝些什么,以及饮食上的一些禁忌,以保证餐后的推介演讲得以顺利、成功地进行。

第五篇透彻地分析了绝大多数人在“推介说明”时所面临的各种挑战。你的确有必要神采奕奕、容光焕发,你的确需要运用各种各样的妙技巧,以使听众倾听你的推介、理解你传递的信息。本部分将细致地描述人们对你的期望以及如何才能满足这些期望。正是这个部分将帮助你克服畏惧、显得伟大而又了不起,即使你内心深处宁可与鲨鱼一道游弋于水中,也不愿意抛头露面进行推介。

如果你打算使用幻灯片,或者你想在好几个地方同时进行推介,你也可以从本书中得到关于如何使用设备和技术的建议。同样,本书也将为您提供值得信赖的指导,教给你何时、如何运用幽默,以及如何应付找碴生事的主儿。保你化险为夷,顺利过关。

第六篇则主要是教育你如何安排“提问和回答”式的会议以及如何从每一次推介表演中吸取经验教训、获得进步。你必须履行自己在推介会上所作的一切的承诺。并且,你应当让听众向你提问,这样,你必须懂得如何正确处理问题,才能使自己的举止保持镇定,使自己显得信心十足。你同样需要回顾自己的战果,并且反思一下,在什么方面,你可以做得更好一些。通过每一次推介表演,你都可以学到许多东西,并且使自己的下一次推介表演更有成效,更加成功。

你的商业价值在于拥有超凡脱俗而又极具意义的想法、主张,但是,除非你将这些主张推介给别人,向别人说明你的想法,否则,没有人会认识到它们的价值。因此,你应当将每一次推介说明当成一个为商业做出贡献的好机会,将每一次推介说明视为与希望创新者进行的重要的交流。

关注你的听众吧!帮助你的听众去理解你要传达的信息吧!只有这样,你才能成为一个“思路清晰、表达清楚、有趣的推介者,并且总是能把意义重大而又深奥难懂的观点阐释得清楚透彻,易于理解和应用。”

目 录

第一篇 三思而后行

第一章 你必须进行推介!

人们需要最新的情报! —————	4
什么是推介说明呢? —————	6
为什么必须进行推介说明? —————	9
推介说明提供了分享和保护信息的可能性 —————	11
吸引听众参与到你的推介中来吧 —————	12
明确要点,表现深度 —————	12
把观点写下来,难道不是上策吗? —————	13
写作成文,耗时多多 —————	14
书面形式,过于正式 —————	15
傻瓜也要记住的是 —————	17

第二章 为什么要进行推介说明呢?

推介说明是传递信息的捷径 —————	20
现在的情况怎么样啦? —————	21
瞧一瞧,看一看——产品展示与说明 —————	22
商业计划及商业策略 —————	22
推销你的主意吧! —————	24
听着,我有个主意! —————	25

你或许应当考虑这个问题——	27
推介说明可以帮助你推销你的	
产品或者服务——	29
向公司外部的买家推销你的产品或者服务——	29
推介说明有助于阐释技术性较强的	
内容和项目——	31
傻瓜也要记住的是——	35

第三章 推介讲解的形式是多种多样的

有多少位推介者呀？——	38
“独奏”——	38
“二重奏”——	39
“三重奏”、“四重奏”、“五重奏”——	41
有多少听众呀？——	42
大庭广众之下的推介说明——	42
小型聚会上的推介说明——	43
一对一的推介说明——	44
推介是否正式呀？——	45
这是很正式的推介哟！——	46
这不是正式的，别太紧张过敏——	46
是“一锤子买卖”还是定期进行的推介说明？——	47
与听众的关系——	47
你是“圈内人”——	47
你是“圈外人”——	48
异地同时进行的推介讲解——	50
电话会议——	51
电视会议——	51

傻瓜也要记住的是—— 52

第四章 我没有进过表演学校！

商业推介并非公开演讲—— 55

卓有成效的商业推介所必备的特质—— 57

公开演讲所必备的特质—— 60

每一天，你都在运用推介的技巧—— 62

每天，你都在说服人们倾听你的推介说明—— 62

每时每刻，你都在交谈、会面中分享信息—— 63

傻瓜也要记住的是—— 64

第二篇 我谈什么呢？

第五章 了解听众是谁、决策者是谁，以及你想达到什么目的

谁在倾听呀？—— 68

谁是关键的听众？—— 69

谁是有影响力的人物？—— 70

听众需要什么样的信息呢？—— 74

什么东西会影响你的观点呢？—— 74

傻瓜也要记住的是—— 77

第六章 结构合理，屡战屡胜

选择适当的结构，满足听众的要求—— 81

突出信息—— 82

推介说明，意在告知—— 83

推介说明，旨在推销—— 84

“擒贼先擒王”，瞄准实力派人物—— 85

集中火力，攻克实力派人物—— 86

周详地考虑潜在的问题—— 87

周密地考虑每一个可能的难题与挑战，布

下“天罗地网”—— 87

傻瓜也要记住的是—— 92

第七章 以信息为基础的推介，百试不爽

以信息为基础，而不是以事实为基础—— 94

新闻记者聚焦于 5Ws—— 95

以信息为基础，强调的是知道什么，

思考什么，做些什么—— 95

以信息为基础来安排信息与事实—— 100

弄清背景、信息以及路线图—— 100

填上事实素材吧—— 105

傻瓜也要记住的是—— 111

第八章 怎样才能使一次推介说明成为一个统一的整体呢？

对以信息为基础的推介讲解，可以“大而划之”—— 114

首先应当打好框架—— 118

傻瓜也要记住的是—— 121

第九章 富有说服力的结构有助于推销你的主张

你有什么主张或者办法吗？—— 124

以听者之心来思量吧—— 124

对于游说的关键性回答—— 126

我为什么要听你的？	127
发生什么事了？	128
我们应当做什么呢？	129
我们怎样才能做到呢？	130
这样做的代价是什么？我们必须为此	
提供什么样的资源？	130
我们将获得什么样的好处？	131
我们怎么知道自己一定能够得到这些好处？	132
什么东西会出问题？	133
你希望我做什么？为什么？	134
你现在希望从我这儿得到什么？	134
你怎样才能准备好推介和提纲？	135
推介实例之一	135
推介实例之二	137
傻瓜也要记住的是	138

第三篇 强有力的支持——场地以及视觉辅助

第十章 你应当保证，“我已经将房间布置得 舒适而有亲和力了。”

了解你的场地	143
检查仪器，带好备用设备或了解何处	
可得备用设备	146
布置好音响设备及照明设备	149
精心地设计小组推介的过程	150
有策略有技巧地安排角色	151

为推介以及衔接做好基础安排	152
仔细准备脚本以及记录	152
有时候,你非准备脚本不可哟	154
傻瓜也要记住的是	155

第十一章 视觉辅助手段有助于传递信息

何时使用视觉辅助手段,效果最佳?

用多少最好呢?	158
言简意赅,开宗明意	161
简要地概括行动步骤,突出关键术语	161
注意保持“水平方向的一致性”	162
突出重点词语	164
用图画和图表来阐释你的概念	165
为你的插图找个好题目	165
根据关键词,选择合适的图示	166
“简”为上	166
去掉一切琐碎的东西	168
将条目限制在“5”个以内	169
善用色彩,功效神奇	169
傻瓜也要记住的是	171

第十二章 仔细甄选视觉辅助的媒介

透明胶片是常见的辅助手段	174
透明胶片为你提供方便多多	176
透明胶片多用于非正式的推介	177
透明胶片多用于中小型的派对	179
透明胶片多用于中小型的房间	179

幻灯片便于携带,却难以控制	180
幻灯片适用于正式场合	181
幻灯片适用于大型场地和大型会议	181
电脑制作的幻灯片在推介表演时面临较大的风险	182
活动挂图使用方便,便于交流	183
活动挂图适用于关键时刻的非正式的会谈	184
活动挂图适用于交流性的会谈	184
水能载舟,亦能覆舟——多媒体技术的应用	185
多媒体本身就可以成为一场表演	187
有选择、有目的地使用录像	187
傻瓜也要记住的是	188

第十三章 提供书面材料

为什么要提供书面材料呢?	190
听众喜欢有所依循	191
书面材料可以使听众免去记笔记之苦	194
书面材料使听众开心满意	194
提供什么样的材料才好呢?	195
使用视觉辅助资料的复印件,每页安排三个视窗,效果甚佳	197
在书面材料上,可以补充额外的信息	198
加上原稿或者提纲,效果更好	200
什么时候分发材料为妙呢?	200
我在上面讲,听众在下面看材料,怎么办?	201
面对突如其来的提问,我该怎么办?	201
傻瓜也要记住的是	202

第四篇 整装待发

第十四章 整装待发

- 设计你的形象与风格—— 206
- 你想传达怎样的信息呢？—— 207
- 恰当着装，低调持重—— 207
- 在非正式的轻松氛围下，如何着装才算合体呢？—— 209
- 你是在发表声明吗？—— 209
- 好的形象，有助于维护你的信用与威望—— 210
- 推介派对是否正式？—— 211
- 与你的听众保持和谐统一—— 211
- 不妨穿得比听众稍微正式一些—— 212
- 着装的色彩，反映出你的品味—— 213
- 穿出自己的个性，自然地展示自我，但是—— 213
- 应当注意光线对着装效果的影响—— 213
- 注意服装的图案，格子的运用，制造视觉上的“幻像”，扬长避短—— 214
- 女士非要“包装”不可吗？—— 216
- 淡妆通常是必不可少的—— 217
- 浓妆艳抹，大可不必—— 218
- 选择饰物的要领：务必减少注意力的分散！—— 218
- 忌用活动或者闪光的饰物—— 219
- 傻瓜也要记住的是—— 221