



大成文化
DACHENG CULTURE

大成培训书系

E 企业管理 Enterprise Management

培训 演示 技巧 与 配乐 全书

国内第一本
专业培训演示技巧
与配乐指导书籍
附赠超值培训
音乐光盘

- 培训师、企业管理人士的必备工具书
- 本书详尽介绍了培训中演示、配乐的常用工具和技巧,是引导受训人员进入良好学习状态的必需培训配备,能让培训师和管理人士收到事半功倍之效
- 简洁明了的演示图表和演示安排,能高效说明一切复杂的问题
- 在一支支震撼人心的乐曲之中,受训人员将爆发出极大的能量,跨越所有学习的障碍

● 陈龙海 杨小良 编著

广东省出版集团
广东经济出版社

**Enterprise
Management**

**培训演示技巧
与配乐全书**

● 陈龙海 杨小良 编著

广东省出版集团
广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业管理培训演示技巧与配乐全书/陈龙海, 杨小良编著.
—广州: 广东经济出版社, 2006.1
ISBN 7-80728-203-7

I. 企… II. ①陈…②杨… III. 企业管理—职工培训
IV. F272.92

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 146173 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团股份有限公司
印刷	深圳市希望印务有限公司 (广东省深圳市罗湖区东盛路 68 号辐照中心 7 栋 4 楼)
开本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印张	16.25
字数	242 000 字
版次	2006 年 1 月第 1 版
印次	2006 年 1 月第 1 次
印数	1~6 000 册
书号	ISBN 7-80728-203-7/F·1348
定价	38.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号

电话: (020) 83780718 83790316 邮政编码: 510100

邮购地址: 广州市越秀中路 125 号大院八号 邮政编码: 510055

广东经济出版社读者服务有限公司 电话: (020) 83801011 83803689

网址: www.jj1234.com

• 版权所有 翻印必究 •

编者的话

管理大师彼得圣吉博士(Peter M. Senge)说过：未来最成功的公司，是那些基于学习型的组织。有效的学习和培训正在成为企业发展的新的动力源泉。“谁停止变得更优秀，谁就不再优秀”成为许多企业的镇山格言。在这场学习型组织革命当中，新兴的培训师队伍正在逐渐成为时代的弄潮儿，在企业的日常管理当中扮演着越来越重要的角色。

然而，正如一棵树的高速成长，枝叶的日渐繁茂须要伴随着根部的深植与扩展一样，随着培训在企业预算中分量的日渐加重，面对实践中出现的各种各样的新鲜问题，企业管理者与培训师同样需要广泛地吸收养料，寻求更完善的解决途径。正如我们所看到的，国内的管理者苦苦受困于两大问题：如何以最小的成本组织最有成效的培训？如何培养自己的优秀培训师队伍？而培训师在实施培训的时候，如何使话语活泼生动从而使听众不至于坐立不安、昏昏欲睡？如何用最简短的话语和形式让受众最大程度地领悟所讲述的思想与理念？如何让讲授不流于理论空谈而具有更实用的价值？

.....

针对这一系列的问题，在长期的课程研发中，我们深切感到有必要为管理人员和培训者提供更多的培训、管理工具与素材，因此我们集中编创了这一套培训系列图书：

《企业管理培训游戏全书》

《企业管理培训故事全书》

《企业管理培训幽默全书》

《企业管理培训案例全书》

《企业管理培训演示技巧与配乐全书》



《企业管理培训经理全书》

《企业管理杰出员工训练全书》

《企业管理培训师训练全书》

《企业管理户外拓展训练全书》

我们相信：如果你是一个管理者或培训师，将这些游戏、故事、幽默和案例运用于你的管理培训与日常交际生活之中，那么一定能够使你谈笑自如，魅力焕发。即使是一名普通的读者，都能够从这套丛书中得到智慧的启迪和人生的乐趣。我们更相信，会有更多的企业培训师和企业培训管理者从这套丛书中得到灵感的火花，并且在培训课程开发和组织方面不断创新，完成从优秀到卓越的飞跃。

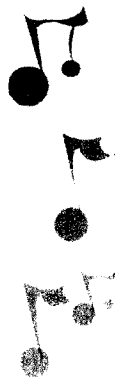
本套丛书历经几年时间收集整理而成，在编辑过程中，参考了国内外的许多书籍资料，并且得到从事管理和培训工作多年的众多朋友的支持与帮助，在此深表谢意。希望本套丛书能成为广大管理人员和培训师的最佳助手和工具，也希望读者朋友将它巧妙地运用于自身的工作和生活，使工作与生活更加丰富和完美。

编者

2005年12月



目 录



第一部分 演示 / 1

第一章 培训师的烦恼 / 3

演示的烦恼 / 4

对症下药 / 4

理想的演示 / 5

优秀演示者的三项修炼 / 6

第二章 整理演示百宝箱 / 11

量体裁衣 / 13

各种各样的演示工具 / 14

考虑听众人数 / 20

选择演示工具 / 20

第三章 魅力内容设计 / 23

因人制宜, 考虑听众 / 25

内容构成: 骨·肉·水 / 27

直观文本: 强有力的观点 / 30

用图表说话 / 33

版面·内容 / 43

屏幕·距离·字号 / 46

恰当的底稿设计 / 47

第四章 制作PPT演示稿 / 53

掌握说服的力量 / 54

幻灯片制作的标准与原则 / 55

基本共识: 效率·空间·流程 / 78

重要技巧: 个性化桌面·快捷键·移动复制·选择 / 84

格式: 文字·线条·图形 / 88

重要原则: 文本·定量图表·定性图表·特效 / 91



第五章 精品PPT实例赏析 / 99

纯美艺术型 / 100

逻辑结构型 / 100

活泼生动型 / 103

第六章 沙场大点兵的战前准备 / 105

准备性模拟演练 / 107

演示风格的准备 / 111

形象设计与行头准备 / 113

演示工具准备 / 117

演示环境的准备 / 119

演示氛围营造 / 130

会场效果检查 / 132

上场心绪准备 / 134

第七章 现场演示技巧 / 137

先声夺人开场白 / 139

口头演示技巧 / 148

形体演示技巧 / 153

演示文稿演示技巧 / 163

画龙点睛板书技巧 / 166

底稿的应用技巧 / 170

现场问答技巧 / 172

演示时间的把握 / 178

结尾的艺术和技巧 / 179

演示技巧八大注意 / 188

第八章 演示者的场控技巧 / 191

用热情感染现场 / 193

保持轻松自如 / 194

激发听众的兴趣 / 197

吸引听众的注意 / 199

提高听众的感知效果 / 201



增强听众的记忆 / 203

让听众心悦诚服 / 204

让听众感动 / 210

第九章 总结陈词 / 211

演示前的准备问题 / 212

内容安排注意事项 / 212

PPT设计问题 / 213

现场设备问题 / 213

现场掌控问题 / 214

完美演示九条军规 / 215

第二部分 配乐 / 217

第十章 演示配乐原理 / 219

音乐·记忆 / 221

音乐·学习环境 / 221

α 波频音乐 / 223

最好的学习音乐 / 224

罗扎诺夫音乐课 / 226

音乐·暗示 / 227

音乐在学习中的使用 / 229

音乐在培训中的运用 / 230

第十一章 培训音乐指南 / 233

入场音乐 / 235

中场休息音乐 / 237

引导音乐 / 238

终场音乐 / 241

现场音乐氛围 / 242

培训音乐播放技巧 / 245

培训音乐曲目选用参考 / 247

编后语 / 249



第一部分 演示

presentation



第一部分 演示 presentation

第一章 培训师的烦恼 trainer's annoyance



演示的烦恼

你发现自己在渐渐的进入状态：没有了刚上台时的胆怯；学员们的
大眼睛不再折射出怀疑色彩的眼光，紧紧逼得你喘不过气；你思想的羁
马挣脱了束缚，你已经可以滔滔不绝了。

“太棒了我爱我自己！”你在心里叫道，拿起水杯想润润喉再好好地
加一把油。

就在那空当儿，你看到了让你很受伤的场面：坐在中间位置的那个
胖子，趴在桌子上已经睡着了，嘴角的涓涓涎水渗湿了手下的讲义；前
排的小瘦子拄着肘子正在“鸡啄米”……

你想发火，可是你知道他们才是你的上帝；

你想讲下去，可是不知道当他们从美梦中醒来时，是否会砸你一身
的鸡蛋；

你想结束授课走下讲台，可是面前晃动着“鱿鱼”和飞走的钞票；

……

每天都有数不清的培训演示在各大企业中执行，想想看，在旅行路
程所花费的时间，还要携带那些贵重的演示装备，这可真不是件容易的
事。许多演示专家都发现一个定律，那就是即使带着重量级的展示装备，
在有限的时间安装完毕，费尽心思整理出演示内容，但如果展示内容含
糊不清，再有礼貌的听众也会转身走开。想要改变，培训演示者就不能
仅仅是读出投影画面中的单调文字内容，而是要彻底设计出一个完全翻
新、难以忘怀的演示方式。

对症下药

想来一场令人印象深刻的演示，其实最重要的是放松心情，并且跟
听众维持互动关系。如何衡量一个培训演示的效果？标准是什么？我们认



为，首先应是现场的学习气氛，然后才是培训之后在工作中收到的实际效果。如果演示的现场就不尽人意，听众提不起学习的积极性，那培训的效果如何自然是不言而喻的了。

其次，无论是儿童还是成人，最容易接受的都是那些用生动的语言、形象和声音等媒体传递的信息。尤其是成人，更加依赖于通过“体验”来学习。他们已经不是靠机械的记忆来获取知识，实际上，生理的发展已经使他们渐渐地在这方面丧失了优势。成年人趋向于用自己的经历、已有的知识储备来判断、辨别理论、思想、观点的正误，因此，当他们学习新东西时，如果他们现有的经验和知识储备不能够告诉他们这是可以接受的新思维，而培训者又不能够充分演示，使他们“眼见为实”的顾虑得以消除，那么他们是断然不会服气的。实践也证明，一场生动形象而又能充分调动学员情绪的演示，远远要比一场枯燥无味、长篇累牍的演示的效果要好得多。所以在培训演示中，演示内容越真实，越形象，越生动，越有趣味，培训演示效果就越好。

企业培训的目的是为了提高员工的素质和工作能力，最终促进企业的发展。因此，在培训演示中应注重采用合适的，多样化的，有针对性的方法，达到事半功倍的效果。具体来说，培训者不仅要采取提问、分组讨论、让学生示范操作、让学生参与讲授、进行体验性操练、角色扮演、游戏等多种方法使学员参与到学习活动中来，调动他们学习的积极性，通过这种“体验式”的学习来增强认知，更重要也更基本的是，培训演示者要在演示内容的设计与表达、表现方面下足功夫，做到细致入微，力求通过生动、形象的演示有效地给学员留下深刻的观感触动，为他们接受新思维、记忆新资讯创造良好的基础条件。

理想的演示

根据以上的分析，我们认为，在我们的概念中，一场优秀的演示应该是：





◆ 一道可口的“菜”

“可口”二字道出了演示的过程必须得让学员“吃”得津津有味，“吃”得不腻味，“吃”完之后余香萦口，感觉还想“吃”。

◆ 一个好“广告”

一个良好的演示课程应该像好广告一样从声音、色彩、思想等方面给观众以听觉、视觉、心灵上的震撼，留有思考的余地。

◆ 一台好“戏剧”

在演示过程中，演示者不仅自己需要像演员一样全身心投入角色，将所要讲授的内容充分地以生动的形式演绎出来展示在听众面前，而且还要充分调动听众的情感，让他们也积极投入到角色中来真正体验课程的精粹。

◆ 一剂可以治病的“药”

无论如何，演示的内容总还是要比形式更重要，所以在演示过程中要注意不能喧宾夺主，不要为营造气氛而营造气氛，为活跃课堂而活跃课堂，甚至做得太过，使形式与内容相偏离了。

优秀演示者的三项修炼

一场优秀的演示应该是一道可口的菜，一个好广告，一台好戏剧，一剂可以治病的药。而烹调这道菜，设计这个广告，导演这台戏剧，开出这剂药方的又是怎么一个“高人”？

我们认为，一个好的演示者是多种能力的集大成者，不仅要有渊博、丰富的知识，更要有把这些知识生动、形象地进行描述的口语表达能力，娴熟自然的态势表现能力，以及将有关信息、观点以恰当的方式有效展示的技巧。

◆ 知识修炼

知识是演示中表达内容的物质基础。只有这个物质基础广博、坚实、深厚，才可能随处点染而尽得风流。因此，博古通今，学识渊博，往往是成功的演示者之所以成功的重要因素。

见识性知识

丰富的社会经验、生活常识，上至天文、下至地理，都是演示表达中不可缺少的辅助材料。乡土人情、风俗习惯，历史典故、轶闻趣事等都可以成为思想交流中精彩的浪花，如果能够信手拈来皆成妙趣，让听众听所未听，闻所未闻，于是如痴如醉，深感见识大长，不枉此行。这样博古通今的演示因此具有动之以情、晓之以理、纵横捭阖、深入浅出的神奇魅力。否则，演示将会变得单调、呆板和枯燥无味。比如有培训师是这么进行表述和演示的：

……我在成都住过一个酒店，他们写了封信给我。这个是成都黄河大酒店写给我的信（向听众展示一个信封），你看按照我们的写法，左上角（手指信封左上角）如果是你的地址，那么右下角（手指信封右下角）就不应该是你的地址，这个酒店是用自己的地址霸占了信封的上下两边。所以按照西洋的规矩，对方自己的地址如果在左上角，对方就是右下角。现在好像没有人去管它，但至少我告诉你是在上面底下，统统写自己的地址和自己的 Mark 的。结果把我这个余世维先生收的 3 个字缩小了，表示不配当先生，而且还括号，表示叫不叫先生都无所谓（自嘲，愤愤不平）。你认为他有必要把先生收三个字括起来吗？我懒得打电话去问他这是怎么回事，但是我不怪那个小姐，假如说是那个小姐打的，我要怪那个主管，甚至怪那个公司人力资源部门，因为这种事情一看就知道缺少训练，这样的信封也寄出去……

——选自《职业经理人常犯的 11 个错误》

在这个节段中，培训师结合自己丰富的生活经历，生活观察以及自然而然的感悟，表达自己的情感和观点就非常令人信服。

专业性知识

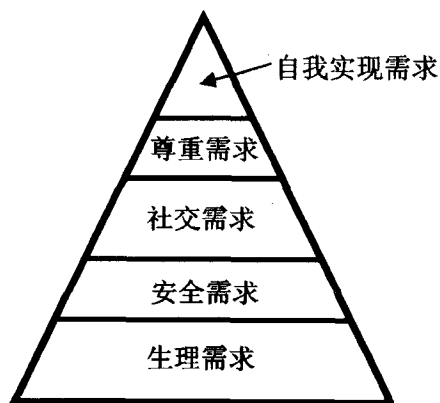
演示者不仅要对自己所要演示的内容知识有深刻的理解，有对前沿问



第一部分 演示

题的解决能力，了解此领域的历史沿革、发展现状和趋势、当前的“热门话题”和公共意识走向等，还要有相关领域的知识，领域的边缘知识，以及其分支的知识等作为信息的储备，能够随时拿出来在听众面前演示。如果缺乏必要的专业知识，就只能“以其昏昏，使人昭昭”，不可能给人以知识，启人心智。有培训师这么谈理论：

……在谈激励之前，首先要介绍马斯洛需求理论。马斯洛“人本心理学之父”，如果要列举有史以来最著名的心理学家，马斯洛必应名列前茅。他与弗洛伊德一样对人类产生了重大影响。而他的需求理论是研究组织激励时应用得最广泛的理论。他把人的需求由低层次到较高层次依次分为：生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求和自我实现需求五类。



生理需求（指向图第一层）是对食物、水、空气和住房等的需求……（举例说明）；

安全需求（指向图第二层）安全需求包括对人身安全、生活稳定以及免遭痛苦、威胁或疾病等的需求……（举例说明）；

社交需求（指向图第三层）社交需求包括对友谊、爱情以及隶属关系的需求……（举例说明）；

尊重需求（指向图第四层）尊重需求既包括对成就或自我价值的个人感觉……（举例说明）；

自我实现需求（指向图第五层）自我实现需求的目标是自我实现，或是发挥潜能……（举例说明）。

——选自《沟通与激励技巧》



这个节段的阐述，主要偏向于理论性，能否将理论的精华充分地提炼出来，并且结合实际生活中的例子，通俗易懂而又形象明了地展示在学员面前，是需要一定的专业知识的积累的。

◆ 语言修炼

即使在现时各种各样的演示手法层出不穷、体验式教练的传授方式如火如荼的情形之下，语言讲授仍然是演示中信息传递和沟通的主要方式。因此，一个优秀的培训演示者，最基本的应该具备扎实而牢靠的语言修辞知识、语言逻辑知识以及语言表达能力。另外，为了使自己的语言更加多样化和更具表现力，演示者应该随时注意从各种阅读性材料吸收良好的语言养料。再者，随着时代的发展和生活的演变，不断有新的更有活力、生命力和表现力的语言被创造出来，演示者要使自己成为一个诚恳的生活学习者，吸取时尚语言中的精华。

语言修炼要从哪些方面入手呢？语言修炼不仅包括语言表达的音质、音色、音调、语速、语气、语法、词语、句式、节奏，还包括语言表达时的神情、态势等等，只有积极训练、刻苦磨砺，假以时日，才能成就一个能够娴熟驾驭语言的优秀演示者。

……认为这是我的部门，“我的地盘我做主”。于是“普部之下莫非我土，率土之滨，莫非我臣”，很多人把自己的部门当老婆养，当儿子养。什么叫把自己的部门当老婆养，老婆那是不许别人插手的，一个家庭关系里面，男人和女人的关系里面只要有“第三者插足”，这会打仗的；还有就是把自己的部门当儿子来养，小时候宠爱有加，倍加呵护，青壮年的时候，严加管教，因为他有“青春骚动”，“荷尔蒙过剩”会惹麻烦，然后这个人成年之后，稍加指点，老了之后，自己老了之后就靠儿子养活了。引入到企业里面来，对一个部门刚开始疼爱有加，尽心尽职把它做好，慢慢慢慢部门完善，企业完善之后，倚老卖老。这是角色误区中间的领主角色……

——选自《做一个成功的上司》

这个节段，培训师引用了很多脍炙人口的语言，或是古代名言，或