

《企业产品介绍与演讲技巧》

a) 课程教学大纲

课程名称：《企业产品介绍与演讲技巧》

课程性质：内训/公开课

教学时数：学时 6 小时（1 天）

课程对象：全体营销人员、研发人员

课程收益：“酒香也怕巷子深”，企业的产品是一个综合的概念，如何提高产品的附加值，是每个企业关注的核心问题，好的产品不仅要品质优秀，而且要有好的“包装”、在市场上要有好的口碑必须在客户中形成传播效应。想传播广就必须有“套路”，要找准客户的“痒点”、提炼出能打动客户的“卖点”，企业必须将产品故事化、生动化、具体化。所有的产品策划及研发人员必须具备演讲的专业知识与技能。

教学目标：从产品介绍与演讲技能入手，让参加培训的学员，做好产品演示的 PPT，掌握产品 PPT 的基本的规则与方法，掌握产品演说技能，把握对客户心理分析，以及产品介绍现场的“控场”能力、从而达到产品品质与价值的同步提升，让产品拥有更多的客户，产生好的价值。

教学要求：采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，要求讲师运用电脑多媒体课件和网络技术作为教学辅助工具，同时配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容。

第一部分：产品沟通的基本步骤

1. 步骤一：事前准备
2. 步骤二：确认需求
3. 步骤三：阐述观点
4. 步骤四：处理异议

5. 步骤五：达成目标
6. 步骤六：落地实施
7. PPT 制作的主要原则
 - 1) 每片最好 6 ~ 8 行
 - 2) 每行最好 6 ~ 8 个字
 - 3) 合适美观的字体和字号
 - 4) 美观的页面设计
 - 5) 每片最好一个主题
 - 6) 内容设计合理，有针对性
 - 7) 工具：卖点提炼技巧

- 8) 工具：5W1H

第二部分：产品的演讲过程

壹、 开场白

1. 称呼
2. 问好
3. 感谢
4. 自我介绍
5. 气氛调节

贰、 演讲内容

1. 阐明意图
2. 明确观点
3. 以符合逻辑的顺序演讲
4. 核心内容展示

参、 总结部分

1. 如何结尾
2. 结束时要集中听众的注意力—收缩性语句
3. 总结：回顾内容、强调重点、得出结论
4. 启发性问题

5. 工具：FBAE 介绍法
6. 工具：SPIN 介绍法
7. 案例：邦迪的产品故事化

第三部分：产品介绍会的“编”“导”“演”

壹、“编”

1. 活动策划
2. 主题确定
3. 专家讲解内容
4. 工作流程
5. 人员分工
6. 话术

二、“导”

1. 会场控制
2. 主持人

3. 对应服务
4. 会场布置
5. 吸引人的方法

三、“演”

1. 事前准备
2. 专业评审
3. 现场演练
4. 会议控制
5. 合作者

第四部分：人际交往中的沟通技巧

一、如何克服“怯场”

- 1、人人都会专“怯场”的
- 2、寻找热情而友好的面孔
- 3、不把听众“放在眼里”
- 4、运用语言暗示减压
 - (1) 深呼吸法
 - (2) 自我放松法
 - (3) 闭目养神法
 - (4) 凝视物体法
 - (5) 萨尔诺夫挤压法
 - (6) 撞击法（释放能量法）

二、演讲中的“手、眼、声、步”法

三、沟通中的“听、说、问”能力

1. “听”的能力
2. “问”的能力
3. “说”的能力
4. 如何赞美人
5. 工具：人际交往中的肢体语言
6. 工具：发音吐字的方法
7. 案例：邓普方在合肥残联