

# 商务演讲与口才能力提升

培训师：鞠佳

**课程背景：**职场中，交流表达是必不可少的一项硬技能，在工作的方方面面，营销推广、客户接洽、职业沟通、工作汇报等诸多工作场景中，员工都需要能高效表达信息，挖掘需求匹配，呈现自我（产品）亮点，来促进工作的开展。最终，形成理性精准的表达，巧妙地用感性引发听众兴趣——通过一系列科学编排，提高临场应变能力，“四两拨千斤”，起到立竿见影的沟通表达效果！

**课程特色：**由知到行，落地实用，模型套路，即学即会

**学员对象：**中基层员工

**授课方式：**理念植入+案例拆解+场景模拟+团队讨论+实战演练

**课程时间：**2天

**开场导入：**

- 1.游戏破冰：短时间内如何传递大量信息？
- 2.即兴分享：演讲、沟通、汇报的共同点
- 3.案例展示：不同角色的名人临场演讲发挥
- 4.模型导入：MECE法则与结构化模型

## 第一模块：逻辑沟通与精准表达——整合丰富信息的理性客观化沟通

### 一、结论先行，树立明确的目标

- 1.案例讨论：职场沟通中常见的表达误区
- 2.问题挖掘：从客户角度，通常需要什么样的答复？
- 3.理念导入：职场沟通需要的精准明确式表达
- 4.模式对比：工作场景 VS 生活场景 的沟通模式区别
- 5.团队讨论：新案例中怎样表述才符合精准原则？

### 二、以上统下，寻找合适的论点

- 1.案例讨论：海量信息高效整合向对方表述
- 2.事实罗列：对若干事实进行归纳
- 3.理由塑造：形成上下一致的理由论点
- 4.匹配结论：与中心论点保持一致方向

### 三、归类分组，进行有效的统筹

- 1.案例讨论：小夏与客户沟通中的冗繁错误表达
- 2.理论植入：合并同类项的思维技巧
- 3.三五原则：分类以三至五为最合适
- 4.呈现方式：结构化图形呈现的不同方式
- 5.团队讨论：同样案例中的不同归类逻辑

#### 四、逻辑递进，形成递推的层次

- 1.层次构建：不同情况下的逻辑层次构建
- 2.通用逻辑：“现象-原因-方案”的逻辑
- 3.通用逻辑：“why-what-how”的逻辑
- 4.案例讨论：诸葛亮向刘备汇报的逻辑结构
- 5.团队讨论：三种场景下采用的逻辑表达

#### 第二模块：形象表达与感染共鸣——切实可行打动对方的感性表达技巧

##### 一、视觉化呈现，让客户受众一听就懂

- 1.案例展示：同样内容三种展现形式
- 2.理念植入：字不如表，表不如图
- 3.广告营销：采用视觉引导打动受众
- 4.文字传达：语言文字同样能构建场景化
- 5.大脑科学：为什么视觉化容易打动人？
- 6.团队讨论：结合案例创造视觉化表达形式

##### 二、口诀化表达，让听众喜闻乐见地接收

- 1.英文字母法：国际通用的标准模式
- 2.核心关键字法：中文浓缩表达的精妙

- 3.专有名词法：结合需要创造的新名词
- 4.顺口溜法：押韵对偶朗朗上口记忆方式
- 5.数字引导法：工作中最常用的理性记忆法

### 三、情节化引导，吸引听众兴趣渐入佳境

- 1.场景思考：开会与看电影的区别在哪里？
- 2.模型导入：《千面英雄》一书总结的套路
- 3.SCQA 法则：麦肯锡公司打动人的沟通术
- 4.案例展示：如何讲好一个故事嵌入新理念
- 5.团队讨论：根据场景使用原则增强感染力

### 四、性格化呈现，针对不同角色的表达

- 1、注重结果型：有结果的确式表达是关键
- 2、注重过程型：对环节流程的紧扣最吸引人
- 3、注重素质型：情感导向制造愉悦赢得青睐
- 4、案例思考：不同岗位不同角色的职业特征

## 第三模块：商务演讲与表达设计——环环相扣制造一气呵成的演讲节奏

### 一、虎头亮相精彩：如何设计开头？

- 1.开门见山式：直入主题强节奏式

2.金句启发式：高度概括全文提炼

3.悬念引入式：提问启发勾起兴趣

4.故事演绎式：讲好故事代入角色

## 二、猪肚内容充实：如何设计中间？

1.层层递进：衔接过渡要自然深入

2.紧扣需求：符合受众的需求痛点

3.模块层次：归类整理提供模块化的记忆

4.微观宏观：提供不同场景视角切换

## 三、豹尾闪亮收场：如何设计结尾？

1.画龙点睛：一定要有的金句，让受众记住你

2.前后呼应：逻辑层次上紧跟之前的素材内容

3.立意升华：对客观事实进行升华提炼形成普遍规律

4.情感渲染：引发受众的情感共鸣印象更深

## 四、整体的筹备：高效的演讲流程梳理

1.从受众分析到自我调整

2.从提纲策划到素材整理

3.从讲稿撰写到预演练习

4.视觉听觉辅助工具亮点

## 第四模块：说服感染与临场应变——针对特定场景使用匹配的沟通技巧

### 一、针对不同对象的多样表达

- 1.不同岗位：根据岗位特性明确需求
- 2.不同职级：根据上下同级找到痛点
- 3.不同用户：根据用户自身属性强调优势
- 4.收益成本：四象限法则形成四种沟通方向

### 二、临场增强说服力的技巧

- 1.逻辑三段论：前提-事实-结论
- 2.案例拆解：孔融为何劝说曹操失败？
- 3.模型导入：四步法逻辑说服模型
- 4.案例解析：关羽被说服的背后巧妙逻辑分析
- 5.实战演练：利用四步法逻辑模型解决场景问题

### 三、综合理性感性的三进阶说服术

- 1.大脑科学：从人类大脑三步反应顺序找规律
- 2.案例解析：生活中广告说服力的套路渊源
- 3.理论植入：“三进阶”式“情感-理性-利益”说服法
- 4.场景连接：小李如何劝说主管最为高效？

5.典故解说：诸葛亮使用“三进阶”法说服领导决策

#### 四、改变他人的行为决策非理性因素

1.错觉引导：使用对比选择方式影响他人

2.比例扩大：商业中使用频繁的比例套路

3.沉没成本：积少成多的说服术心理意识

4.钟摆表达：将缺点和优点合理编排的最佳表达