



专业
演讲者

高级沟通系列





专业 演讲者

TOASTMASTERS INTERNATIONAL

P.O. Box 9052 • Mission Viejo, CA 92690 • USA

电话: 949-858-8255 • 传真: 949-858-1207

www.toastmasters.org/members

© 2011 Toastmasters International. 保留所有权利。“Toastmasters International”、“Toastmasters International”标识及所有其他“Toastmasters International”商标和著作权均属 Toastmasters International 独家所有, 未经准许不得使用。

Translated 12/2011 from English Rev. 5/2011 书目编号 CS226G



打造杰出领袖人物
的摇篮

目录

如何使用本系列	4
简介	5
第1单元：主题演讲	6
第2单元：娱乐演讲	11
第3单元：销售培训演讲	17
第4单元：专业讲座	24
第5单元：激励型演讲	31
附录	35
如何将自己定位成一个专业演讲者	35
作业完成记录表	42
Toastmasters 教育课程	43
教育荣衔要求	44
高级沟通员 (AC) 荣衔申请表	46
高级沟通系列列表	48

如何使用本系列

该系列的每本高级手册假定你已了解演讲的基本知识(结构、声音、手势等),但并不一定你已完全掌握这些技能。如要回顾部分演讲原则,请参阅《**胜任沟通**》(书目编号CS225)手册。这些高级手册围绕以下四个原则编制:

▶ 每本手册内各单元的难度逐级增加,从概述主题开始,随着学习的不断深入,其内容的专业性也将随之增强。

▶ 每个主题包含前面单元学习的内容,假设你会用到这些技巧,无论它们是否适用于该部分。

▶ 各单元提供的信息比完成每个特定作业需要的信息多,从而为以后的演讲提供观点。

▶ 你不仅需要阅读手册中各单元的内容,而且还要准备和发表演讲,从实践中学习。

请确保做到

▶ 至少通读每个单元两遍,充分理解其内容。

▶ 阅读时在页边空白处做笔记。

▶ 标出关键段落。

▶ 必要时重复学习单元内容,直到对该主题的掌握程度满意为止。

▶ 只要你愿意,随时可要求召开评论讨论或座谈,特别是当极少会员完成《**胜任沟通**》(书目编号CS225)手册时。

▶ 以下情况下,每本手册最多获得 Toastmasters 分会外两次演讲的评分:

1) 文教副会长事先同意

2) 一位 Toastmasters 评论员出席,完成单元书面评论并给予口头评论

3) 达到所有单元目标。

▶ 完成每个单元后,请文教副会长在手册的“作业完成记录表”上签名。

▶ 完成相应手册并达到本手册未列出的其他要求时,可申请铜牌高级沟通员、银牌高级沟通员或金牌高级沟通员荣誉。

简介

成为专业演讲者的最佳途径是首先成为有才能的业余爱好者。公共演讲的专业精神体现在演讲者在准备、承诺和热忱中所反映出来的态度。作为专业演讲者宣布和介绍你时，听众期待的是专业的表现。

专业的演讲关注听众一般从未注意到的要素。应隐藏自己所做的努力。你的目的是让自己正在做的事情看起来简单。你要在听众面前发挥才能，了解自己的技能并为之努力。成为一位专业演讲者不仅在于你现在有多优秀，而是取决于你一直都非常优秀，这就要求准备周详，对每项技巧和细节进行排练。

时间、耐心、努力工作和宣传是成为专业演讲者所必不可少的。你的成功或认可取决于两大要素：第一，营销和宣传工作的效果；第二，你的才能。但如果演讲者能力不够，单靠营销和宣传是无法维持的。最后，你必须能够感动听众获得新的理解，触动他们的强烈情感，让他们还想再次听你演讲。

如果演讲者在讲述重要的信息时充满自信，并用独特有效的方式讲述出来，便可脱颖而出。讲述自己熟悉的内容，这一点至关重要。如果你在销售部门工作，就讲述与销售相关的内容。如果你在技术领域工作，演讲就应围绕技术话题开展。演讲的话题和标题都应具有吸引力。

你还会发现，在专业演讲者的节目（尤其是以融合娱乐和重要信息为目标的节目）中，幽默和娱乐元素十分突出。

专业演讲者必须多才多艺，让演讲内容适应所面对的许多不同听众。还要学会针对听众调整素材内容。标准演讲不会每次都适用于各个听众群体。基本概念可能相同，但演讲内容必须根据听众的需求和兴趣量身定制。

本手册将带领你学习体验专业演讲者的五类演讲，即：“主题演讲”、“娱乐演讲”、“销售培训演讲”、“专业讲座”和“激励型演讲”。

与其他手册单元所介绍的简短演讲相比，专业演讲向前迈进了一大步。专业演讲的时长和目的各异，但一般在 20 分钟至一个小时或以上。本手册中的单元反映了这一现实，与你的以往经历相比，专业演讲需要更多的材料和准备。

根据自己的能力，专业演讲的回报可能会很大。只有秉承奉献精神、努力工作、态度专业，你能站上讲台并一直坚持下去。

第1单元

主题演讲

什么是主题演讲？

主题演讲启发听众灵感，让听众产生热情以达成目的。因为主题演讲的目的是启发灵感，其处理方法必须与其他类型的演讲有显著的区别。

此类演讲必须适合该团队或组织。根据仔细分析，了解听众，这对编写演讲内容和特定团队对演讲的接受至关重要。提前了解听众的以下几方面，可帮助你确定主题、定制演讲内容，包括该团队、组织或事件的特定参考：

- ▶ 组织和聚会的目的
- ▶ 是否只有男士或女士，还是两者都有
- ▶ 多少人参加
- ▶ 平均年龄、背景、职业、教育程度、宗教
- ▶ 特殊爱好
- ▶ 为什么来听演讲
- ▶ 他们对演讲主题的了解
- ▶ 他们的一般看法
- ▶ 你想获得他们的什么信息

作为主题演讲者，你必须告诉听众，同情、共同经历和理解等纽带将你和他们联系在一起。演讲应传达个人尊严、专注优秀的风格。适当使用幽默对主题演讲的成功也很重要，听众希望演讲者能给他们带来一丝轻松。为了启发听众，需要表达共同的信念、价值和情感。

满足听众预期

准备主题演讲时，需要确定特定场合的精神和气氛。计划演讲、组织思想并构建此文，这些过程都与其他类型的演讲有所不同。虽然你是演讲者，但仍应通过内容的原创性和平台风格来满足听众预期并保持他们的兴趣。

演讲开场白要表达听众的普遍感觉。你的近期目标是与听众建立关系。建立关系的绝佳方法是回应主持人和介绍人（参见第39页的“与听众建立关联”）。一定要记得感谢介绍人。利用此机会让听众适应你和你的演讲。演讲开场白的目标是激发听众听你演讲的欲望。建立关系或双方感觉良好时，任何可让你或话题与听众产生共鸣的演讲词都会起到很好的效果。根据场合不同，可选择幽默或严肃的方式。介绍致谢后，演讲开场白应明确说明要讲的内容。使听众对演讲主题感兴趣、

为了启发听众，需要表达共同的信念、价值和情感。

执行简介：
主题演讲者与听众建立关系，以唤起他们的注意力。不管是欢乐的、严肃的，或是介于两者之间，演讲风格都要符合当时的气氛。展示自己的自信和权威，引起听众的兴趣。使用戏剧化的表达方式，使抽象的观点具体化，激励听众将你的观点用于他们的生活中。

目标：

- ▶ 识别主题演讲和其他类型演讲的基本区别。
- ▶ 学习如何评价听众的情感，建立情感关系。
- ▶ 学习和运用成功主题演讲所必需的专业技巧。
- ▶ 培养演讲风格和演讲方式，有效激励和感动听众接受你的观点，就像在集体重申他们自己的观点一样。
- ▶ 时间：15至20分钟，如果分会计划允许，可以延长

展示时效性和与他们的关系，唤醒听众注意。开场白应具有以下四个特征中的一个或多个：

1. 设置悬念、激发并完全抓住听众的兴趣。
2. 将听众引向要讲的内容。
3. 将听众的注意力引向主要目的或想法。
4. 展现个人风采。

开场白的指导原则是要支持你的观点或主题。不要使用与此次演讲不相关的材料。比如，不要使用与所讲观点无关的故事或范例。开场白应表明你的态度、信念和站在这里演讲的理由。

需要确定特定场合的精神和气氛，通过原创内容和台风满足听众的期望并保持他们的兴趣。

提升高度并赋予含义

作为主题演讲者，应通过支持听众的价值观达到鼓舞人心的效果。阐释他们的信念。这个世界充满了差异和党派之争，因此，激励一个团体的内容并不一定会吸引其他团体。事实上，其他人可能会理智地退出或完全反对。

发表主题演讲时，必须充满激情、活力四射。话题应迅速转移。专业演讲者在 25 分钟的演讲中通常会包含 10 个 2 分钟的小故事、奇闻轶事或其他形式的支撑材料。

用听众的话语表达，从他们而非自己的兴趣出发。为确保清晰明确，一定要对可能含糊或容易混淆的术语加以定义。在定义中加入生活和趣味。在一个视听场景中描述主题。用小说家在描述场景或情节时所使用的的方法来描绘生动的文字图片。勾画一幅心理场景，让听众在自己的脑海里看到，激发他们对目标的强烈情感。

介绍抽象概念或想法时，应立即进行戏剧化处理，或给出特定具体的示例，其形式多种多样，包括：引用、示例、个人经历、事实、统计数据、笑话、奇闻轶事、感言、类比、幽默或深奥的事件。为了让演讲清晰明确，应始终尝试举例统计数据，让听众理解其含义。一个非常有效的技巧是给出参照物后将两者对比。

为听众提供逻辑方法来理解演讲信息。除将其思想集中在主题和场景外，应采用以下任意模式组织内容：

- ▶ 利用对未来的可能猜想对比过去与现在。
- ▶ 对比前后情况。
- ▶ 从生命阶段的不同视角讲述话题：童年期、青少年期、成年期和老年期。
- ▶ 说明问题，给出解决方案。
- ▶ 对比优缺点。
- ▶ 思考话题的政治、经济或社会层面。

为了让听众清楚理解你的观点，需要在演讲中给出提示标志和信号，即观点之间的过渡。过渡让演讲具有统一性，将所有内容联系起来又保持了听众的兴趣。连续使用简短句子让演讲支离破碎而又呆滞无趣。词语、词组和段落之间的关系以连接词和短语表示。也可使用动态表达，由于措辞非常出乎意料，从而抓住听众的注意力。可采用以下示例：“这个观点希望大家能牢牢记住”、“在这个重大的抉择时刻，我们必须头脑清晰”或“为了保护本区域的星座”。

从讲台的一个区域移动到另一个区域时，停顿是一种过渡。另一种有效的过渡方法是总结或重新聚焦在一个主要观点上，让听众举手表决。也可以改变步伐表示过渡。从幽默素材转移到严肃或重要信息时，该方法尤为有效。

演讲风格适应场合

葬礼上的悼词和政治活动午餐演讲或会议开场主题演讲的方式截然不同。在前一个场合，演讲者要庄严，有些情况下还要崇高。该风格也适用于其他正式场合，如纪念活动和毕业典礼。演讲者的举止和形象、严肃的语气和演讲的礼节都反应了场合的重要程度。听众的印象和反应将建立在这些线索的基础之上。

场合的气氛和基调可能是非正式的，令人情绪高昂，心情愉快。如果是这样，演讲的风格也不应太过正式。重要的是要满足听众的基本预期。

在所有优秀演讲中，以下特征决定主题演讲的效果：

- ▶ 想法和内容
- ▶ 演讲者的性情
- ▶ 与听众的相似性
- ▶ 听众的影响

主题演讲者的目标是善于驾驭演讲风格和语言，动态手势、戏剧性变调和措辞运用自如。

主题演讲者的目标是在演讲风格和语言使用上更胜一筹，动态手势强劲有力，语调和措辞富有戏剧性。通过鼓舞人心的信息，你将成为表达听众情感的化身和媒介。使用“我们都理解”、“正如我们一起经历的那样”、“我们都知道”这样的措辞，强调感觉，鼓励更有力的认同。主题演讲中不存在混淆、疑问和不确定。成就、信念和价值观的肯定植根于深刻树立、众所周知且普遍接受的信念。

让听众牢记信息

结论的目的是唤起听众的赞同和理解，赢得他们的认同并使其支持自己所讲述的信念。这是你希望留给听众的高潮或终点，因此，以吸引人的有力话语结束非常关键。这是演讲要产生结果的时刻。结论应紧扣开场白，清楚说明想要听众使用所给的信息做些什么。

你的作业

准备、排练并发表 15 至 20 分钟的主题演讲。*与会议总主持人一起宣布，会员要代表哪种听众团体或组织。演讲应反应听众的情感，与特定听众建立情感关系。使用前面所介绍的专业技巧。你的风格和演讲方式应生动活泼，鼓舞听众。向听众展示你的热情，使其采纳自己的观点，就像在集体重申他们自己的观点一样。

*分会计划允许的情况下可进行较长的演讲。

评论指南主题演讲

标题 _____

评论员 _____

日期 _____

评论员须知：本单元旨在让演讲者准备、排练和发表 15 至 20 分钟的主题演讲（如果计划允许，可以延长）。演讲者应与总主持人一起安排，向会员宣布他们要代表哪种听众团体或组织。演讲应反应听众的情感，与特定听众建立情感关系。风格和演讲方式应生动活泼，鼓舞听众。除口头评论外，请写下以下问题的回答。

- ▶ 介绍出场后，演讲者说了什么、做了什么来激发听众的兴趣？

- ▶ 演讲者是否告诉听众，同情、共同经历和理解等纽带将他或她与听众联系在一起？

- ▶ 演讲者如何表现自信和权威（声音、语言、讲台）？

- ▶ 演讲者的语言和风格是否激励人心？请详细描述。

- ▶ 激励语气是否阐释或重新阐释听众的现有感觉？询问听众。演讲者是否表达了听众的情感？

- ▶ 演讲者是否利用合适的幽默素材营造轻松的气氛，满足听众预期？

- ▶ 演讲者是否使用文字图片和生动示例？

- ▶ 演讲者是否给听众留下在演讲结束后铭记于心的最终想法？该想法是什么？采用了什么结束方式来传达此想法？

- ▶ 你有什么积极建议，帮助演讲者改进他或她的表现？

第2单元

娱乐演讲

执行简介：

人们都喜欢听故事，特别是幽默故事。听众最喜欢有着通俗主题或信息且情节清晰明了的故事。幽默能增加故事的吸引力。在演讲内容中加入夸张、轻描淡写、扭曲定义、双关语、模仿和错误引导，为听众提供愉悦的消遣。

目标：

从个人经历和其他个人素材中提取幽默，娱乐听众。

以充分发挥幽默效果的方式发表演讲。

与听众建立个人默契，以达到最佳效果。

时间：15至20分钟，如果分会计划允许，可以延长

发表幽默型演讲的目的在于让听众融入有趣的消遣中。

大多数专业演讲者每次演讲时都缺乏幽默。我们需要能让听众笑的演讲者。娱乐是人类普遍需求，现如今，这种需求比以前更为迫切。但是，娱乐并不简单。最有效的幽默演讲者思维有趣，或将幽默元素融入到每个动作或每个细节末节。幽默的效果有很多种，从捧腹大笑到难以觉察的微笑。可能包含温暖同情的开怀大笑，也可能在嘲弄中抨击他人。幽默的目的在于通过诙谐有趣的方式陈述观点，娱乐听众。

发表幽默演讲的主要目的不是为了给听众提供见解和深刻理解，而是为了让他们融入有趣的消遣之中。这并不是说演讲一定毫无意义。而是说意义不应成为演讲的重点。

乐在其中

如果想要听众乐在其中，你就应表现得自己和他们一样快乐。不能看起来被迫或故作，否则就会失去效果。态度乐观而和蔼。不要纠结于某个问题，除非你拿它打趣。听众对争吵或说服没有兴趣，也很难忍受学术性事实论证。听众想要获得乐趣，希望你带领他们寻找快乐。

怎样才能让演讲诙谐有趣？

幽默包括一些使听众感到惊喜、出乎意料的创意。可将其形容为一列脱轨的思想火车，可为听众留下比到达终点更大的满足感。

幽默大致可分为笑话和故事。笑话通常是两个或三个人的简短谈话，妙语为高潮，或者只包含妙语，称为俏皮话。俏皮话是当代戏剧的基础元素。俏皮话伴随着劈啪声或嘶嘶声，产生奇闻轶事和故事中所缺乏的即时自然的感觉。电视单口相声演员经常说一连串的俏皮话娱乐听众。他们非常有趣，但演讲者如果讲一连串不相关的笑话，不超过五分钟听众就会厌烦。

作为专业演讲者，如果在众多幽默故事中偶尔穿插俏皮话来保持节奏和动力，就更能吸引听众的注意。故事和事件经常比笑话长，包含更多背景细节，还包括妙语。但和笑话不同，故事可以一个紧接一个，每一个都包含自己的妙语，直至听众笑累为止。一个故事可以包含多个符合故事的主题，以及帮助推动故事步入高潮的笑话。可以使用幽默强调要表达的信息。

不管是在讲笑话还是讲故事，要使用的要素基本分成几类。请逐项尝试，找出你所拥有的特殊才能：

- ▶ 夸张（他的头发真油，石油公司都想抽一些来炼油了。）
- ▶ 轻描淡写（父亲看到被撞坏的车，问借车的儿子：“你听说过事后避孕吗？”）
- ▶ 扭曲的定义（他们在小型学院分发特聘教授来取代现金。）

- ▶ **双关语**（几何学学生做有关圆的测试简直就像圆周率一样简单。）
- ▶ **仿效**（他想把他的蛋糕吃了，还想把你的那份也吃了。此处仿效“鱼和熊掌兼得”。）
- ▶ **误解**（医生要求新足球队员打赤膊（误解成脱到腰部），所以他 把裤子脱了。）

创建自己的演讲素材

创建和呈现幽默时，不仅仅是简单地想出或找到笑话的问题，还要适合演讲内容。事实上还有个办法。先想好要表达的信息，找到清楚的故事线，编写基础故事或对话，然后寻找可以添加幽默的地方。

经常使用幽默的专业演讲者，能够编写原创材料或至少改编他人的材料，以适合自己的风格和主题。听到或在笑话书上发现一个好故事时，首先要从原因中分离出主题或讲述主题的上下文。主题通常是固定的，而背景却可以改变，以适应你的特定演讲需求。比如，故事主题可能是“赌场失利”，而背景可以是 Herman 叔叔玩轮盘到你如何在股票市场损失一百万。搜索素材时，寻找特定主题来阐述观点。讲述故事时，使用的背景不一定要与听到的一样。

改编故事，使之符合自己的目的，反复练习，并在朋友面前试着讲述。特别要确认听众的兴趣，注意时效性、简洁性，并查看是否适合自己的风格。编写故事前后的精彩过渡。

务必仔细检查，确保幽默不会冒犯任何听众。对没有把握的部分，请将其省略！大多数专业演讲者不会在演讲中加入不合适的幽默。演讲者对其听众负责，幽默质量应反应此项责任。真正优秀的“纯粹型”专业人士将备受欢迎。了解听众。大多数情况下，你的目标都是团结听众。

以下是专业演讲者的标准素材来源：

- ▶ **个人经历**。发生在我们所有人身上的有趣和好玩的事情，或经过修改可达到此效果的事情。但是，通常最好避开有关家人的故事，除非非常有趣。
- ▶ **一般阅读**。这是引用和观点的绝佳来源。必须广泛阅读，并不断获得此类素材。购买笑话书并通读（务必尝试每个笑话的措辞，以获得最佳使用效果。）
- ▶ **倾听他人说话**。人们都对他人感兴趣，因此，参加宴会、上街、在教堂或超市时请倾听别人说话。这些是可引用的原始素材的丰富来源。
- ▶ **跟踪新闻和趋势**。当前素材已在人们心中留下印象，因此是最好的素材。跟进最新事件、流行与时尚。

开始携带笔和袖珍笔记本，并充分利用。写下想利用的对话、故事、笑话和事件。整理好素材和欠佳的素材，收集杂志和报纸上的剪报，完善资料收集。根据与演讲需求相关的话题建立一个文件归档系统。

搜索合适素材用于演讲中时，请记住以下四点：

1. 自己能够理解。如果故事观点或例证自己都无法一眼看清楚，请弃而不用。
2. 自己也要喜欢。故事或笑话应符合你的人生观（可能会让你联想到自己）。如果不符合自己的个性，演讲时很可能效果不会太好。
3. 演讲时要能控制难点。一些素材要求有详细的事件进展或长期发展，才能达到效果。删掉此类选段会错失观点。除非具备一定的技巧和时间的，能够精彩地将其讲述出来，否则请避开此类素材。
4. 自己觉得有趣。如果你真心认为有趣，才能“推销”给听众。否则的话，听众更不会买账。

排练演讲和时间安排

发表幽默演讲时，演讲的好坏会造就或毁掉世界上最好的素材。提前规划要演讲的素材，充分练习，消除所有笨拙和失误的开场白。合适的时间安排很关键，也必须多加练习以求尽善尽美。

请记住，无论何时，面对团体演讲都是在表演，专业演讲尤为如此。

你的作业

准备、排练并发表 15 至 20 分钟的娱乐型演讲。你的目的是取悦听众。演讲应有一个主题，按顺序简单生动地阐述自己的观点，并加入出人意料的转折，结构应清晰明了。

联系自己印象深刻的个人经历，应用并重新设计除个人经历以外的其他来源的引用、例证、故事、诗歌和示例，使之符合你的话题和个性。有效利用身体语言和发声多样性。如果愿意，可以假定你的 Toastmasters 会友代表某一特定团体，练习如何将演讲与他们的目的和兴趣关联起来（请务必将此告知会议总主持人）。

评论指南娱乐演讲

标题

评论员

日期

评论员须知：本单元旨在让演讲者准备、排练和发表 15 至 20 分钟娱乐演讲，让听众乐在其中（如果计划允许，可以延长）。演讲应按顺序简单生动地阐述自己的观点，并加入出人意料转折，结构应清晰明了。但在幽默演讲中，有可能不存在结构一说。除口头评论外，请写下以下问题的回答。

▶ 开场白是如何处理的？是否有效？如果无趣，为什么？

▶ 简要说明你所了解到的演讲稿结构（基本大纲）。

▶ 哪些迹象表明在演讲中听众很愉快？

▶ 演讲者使用了哪些特别有效的技巧？是否有毫无效果的技巧？为什么？

▶ 演讲者在演讲稿正文中使用了哪些技巧来营造和维持幽默语气和节奏？

▶ 结束语是如何处理的？是否有效？如果无趣，为什么？

▶ 你认为演讲者娱乐听众的最大优势在哪里？

▶ 你有什么积极建议，帮助演讲者改进他或她的表现？

执行简介:

寓教于乐!展示表演技巧,向听众传授销售概念和技巧。在演讲中加入幽默和叙述生动的成功故事,使抽象观点和技术信息具体化。与听众分享自己对如何培养一名渴望购买的客户的看法。

目标:

- ▶ 告诉销售人员(听众)如何使用计划好的推销词销售产品。
- ▶ 告知销售培训听众有关购买者和销售人员关系的人类体验。
- ▶ 使用销售情景中的有趣故事和生动示例。
- ▶ 激发销售人员对成功销售的渴望。

时间:15至20分钟,如果分会计划允许,可以延长

幽默有趣的戏剧性成功故事是销售培训演讲中的重要组成部分。

销售培训演讲

最常见的专业演讲情景之一是销售和营销培训会或销售集会。公司或企业邀请你参加此类会议,为其提供有关新上市产品及销售产品与服务的意见和灵感。销售培训是个大型的活跃场合。这类演讲的一个重要要求是了解一些销售相关知识。事实上,他们把你视为专家,因此你应具备一些销售与营销行业的背景和经历。如果没有,听众当中的职业老手很可能会察觉到并暴露你的缺点。

销售演讲是传达销售情景中有关购买者和销售者关系的想法与信息的方式。你的目标是给予激励和指导。虽然包含了许多信息型演讲的元素,但有些概念是销售培训演讲所特有的。可通过引入自己的经历或将他人经历改编成自己的经历,为听众讲授销售概念和技巧,鼓励他们取得成功。此类演讲的目的在于告诉听众如何激起客户的购买欲望。幽默有趣的戏剧性成功故事是销售培训演讲中的重要组成部分。视觉辅助工具和幽默也有助于传达抽象和技术信息。

虽然在本单元你将向销售员听众演讲或教授这些步骤,一旦有机会,还是应尽量让听众融入其中。让学习过程既有趣又能学到东西,这一点非常重要。因此,可在演讲中加入表演技巧和娱乐元素,但是,在使用表演技巧时应遵守以下原则:

- ▶ **与众不同。**演讲是否有效完全取决于对听众的影响,而对听众的影响靠的则是惊奇。
- ▶ **简单易懂。**不要单纯依靠大量素材和道具来征服听众。
- ▶ **保持自己独特的演讲风格。**培养自己的风格。避免模仿其他成功的演讲者。用多样、生动的语言展示自己的热情。以热情熟悉的姿态表明自己曾面临和解决过与听众相同的情况与困难。这意味着你有值得分享的重要信息。表现得与众不同,听众就会注意到你。风格来自于你的身份和做过的事情。自信,但不要自大。避免讲内部笑话,不要让任何人尴尬。建立自己与听众交流的独特方式,让这些人迅速成为你的朋友并建立起牢固的默契关系。
- ▶ **利用演讲模式或格式组织讲稿。**对比过去和现在的信息或销售情况。当代买卖心理学已取代了过去的高压、硬行销售技巧。
考虑使用以下三种模式之一:
 - 对比前后情况。例如,讲述这样一个故事,某销售员在第一次销售时,由于没有准备好演讲,失去了一宗销售,之后返回并充分准备,最终成功达成销售。
 - 说明问题,给出解决方案。一位采购代理让你一直等了两个小时,然后说给你五分钟时间,你会怎么做?
 - 比较优势和劣势,如对比吸引客户到销售环境中的优势与销售电话的劣势。

戏剧化购买者与销售人员的关系

开场白要吸引人，必须生动、有趣，并引向一个激励观点，如“现在，我向大家展示如何首先确认购买者是否具有资格，然后用解决问题的方法来销售，完全控制自己的潜在客户或客户”或“我们一起来看看销售过程中的重要概念和主要与人打交道的概念”。

销售人员的一个关键问题是自我形象。帮助他们理解和应用职业化概念。在自由企业体系中赞扬他们的价值和重要性。通过引用从家庭主妇到总统的示例，强调和阐释销售何以成为该系统的基础，因为每个人都参与了这样或那样的销售。也许是一个产品，也许是一个想法，但都包含劝说的过程。因此，销售人员对社会非常重要。

给他们逐渐灌输销售职业是个高度专业的活动的想法。在当今商界，对企业利润来说，优秀销售员的作用比以前更为关键。无论好坏，他们的成绩显著影响结果。

现在，销售员作为公司代表，越来越备受瞩目。他们与客户当中最了解和赏识购买产品或服务的长期益处处的决策者进行高层次的交互也十分常见。

向他们解释专业精神。专业人士知道销售情景中事情出错的原因以及相应的处理方法。销售培训演讲应在这样的前提下进行。告诉他们，其目标是了解销售和与他人打交道时发生了什么、他们应该说些什么、做些什么。强调其职责是与人打交道，销售过程是针对潜在客户而非销售员展开。

给出“五步公式”

1. 找出潜在客户的需求。他/她需要什么信息，如何获得？告诉听众，销售并非说服某人做不想要的事，而是让人们乐意购买。此观点旨在向客户展示，如果他们购买你的产品或服务，将会如何提升其自我形象和在他人心目中的形象。将你自己和产品或服务塑造成自我形象造型师。说明他们如何通过提问、确立和倾听来发现潜在客户在客户的需求、感觉和问题。有效推销是一个访谈过程，推销人员首先必须建立联系或关联，在彼此间形成了解。此面谈具有下述作用：

- 获取信息
- 澄清问题和原因
- 找出如何利用销售人员的解决方案解决这些问题

2. 赢得潜在客户的信心。告诉销售培训听众，人们会因为觉得销售员理解他们而购买产品。警告他们不要在试图奉承客户时表现得不真诚。称赞应真诚、具体，并与对方真正感兴趣的事情相关。通过询问一些发掘事实的问题，销售员将获得客观信息，与客户之间建立信任感和信心。记录销售人员说了哪些表示关切的话便是个简单之举。

销售员应提出一系列问题，发掘个人感觉、态度和情感，然后将客户引向可作为问题解决方案的产品。让客户意识到事情的实际情况和理想状态之间的差别。

提问过程中，销售员应倾听并了解客户的感受、想法和行

为，利用自己的知识和成长回应潜在客户的需求。目的在于，帮助人们作出成熟决策并采取切实可行的行动。

如果销售员认为销售是一场战斗，那么其价值观会反映在对潜在客户或客户的态度和行为上。他们可能会使用不友善的语气、充满敌意并具有掠夺性，潜在客户可能会将其视为敌对者。有效销售并不是战斗。应与潜在客户一起达成此目标，而非将其置于敌对位置。这是解决问题的积极方法。

有效推销是一个访谈过程，推销人员首先必须建立联系或关联，在彼此间形成了解。

通过发声多样性、形象化的语言以及听众建立温暖、兴奋的亲密联系来传达你的热情。

3. 推销是一种解决方案。告诉听众令潜在客户信服其解决方案的优势的方法。

- **证明。**人们针对自身的问题购买解决方案，因此，请说明展示并将其产品作为解决方案呈现的重要性。

提供如何向客户介绍基本详情的示例或趣闻。指出当潜在客户思想上认可该产品或服务，销售人员就能更有效地说服他或她购买。

- **推荐。**指出销售人员的角色是扮演好自己。他或她在与需要其推荐解决方案的其他人建立关系，其目标是通过寻求帮助帮助该潜在客户产生好感。该方法有助于潜在客户建立自我形象。

例如，“我有个问题，或许你能帮我解决。这是一项为 18 岁子女提供大学经费的计划。我们都非常关心子女的素质教育，但支付教育经费又是另一码事。如果你能提前且毫不费力地准备好子女的教育经费，是不是会感觉非常不错？这的确是个规划与前瞻性的问题，你觉得呢？”

- **计算。**建议销售培训听众小心使用花费、购买和付款等词。告诉他们要谈论投资和成本优势。“你为本次投资制定计划了吗？”提醒他们，人们具有购买冲动并通过理智作出决策，应站在购买者而非销售人员的立场上提供购买理由。
- **衡量。**说明一旦引起潜在客户的注意，下一步就是激发其对所售服务或产品的兴趣。潜在购买者真正感兴趣的是该服务或产品能为他们做些什么。告诉他们要推销益处，而非特色。特色与可衡量的益处之间的差别即所推销产品和该产品的任何优势或相关价值的差别。特色与事物相关。优势则与人相关。

听众的目标是要证明该优势所言不虚。其产品或服务如何让客户避开一些负面经历，如痛苦、不适、有失尊严或尴尬？如何提供可衡量的积极好处，如成功、赞誉、愉悦和认可，并且这些好处远远超过了成本？

说明将客户的情况与其他类似情况关联起来以及如何帮助他人获得积极结果并避免消极结果的重要性。这就是他们营造购买环境的方法，通过将购买者置于同等位置，让其心甘情愿地倾听和参与。

- **保证。**销售人员回答以下三个问题后，若潜在客户对其答案满意，方会接受此产品作为解决方案：(1) 有用吗？(2) 这是最好的吗？(3) 这会成为未来最好的吗？

已满足的需求不会激发人们的购买欲望。当现有需求受到威胁时，才会激发潜在客户的积极性。听众必须理解，购买动机始于一种感觉或情感，要帮助他人解决问题，必须了解他或她的感觉。同情心沟通法通过提问、倾听并在探索过程中引导他人来发现。该方法是理解和人类关系的基础，有助于人们更加欣赏自己。

讲述一个故事或示例，说明在销售情景中，人们并非害怕购买，而是害怕被推销和犯错。如果销售人员不真诚，潜在客户立即就会发现并不愿意购买。销售人员必须摒弃输赢态度，互相解决问题，从而转成双赢局面。

4. 预测异议。向听众说明大多数异议从本质上来说都是一些疑问，能够通过解释和引导（而非争执和强迫）帮助潜在客户发现刚刚提出的问题。

用故事、幽默和具体示例向听众说明如何通过设身处地为潜在客户着想，提前准备好应对方案。应准备好澄清异议并将其转化为优势的答案。

鼓励他们巧妙应对异议，而非嘲笑潜在顾客。应使用“我们都知道”、“你同意”和“我能理解你的感受”等话语。

解释简单的“为什么？”问题通常能揭开真正的异议。异议经常被解读为购买信号和了解潜在客户想法的方向，如果能满意地通过解释消除异议，便可拥有一位购买客户。鼓励他们让客户形成一种已作出购买决定的感觉。

5. **致结束语。**强调结束语是演讲的目的，他们有一种强烈的愿望来将其实现。他们必须不断为此付出努力。

说明整个演讲实际上就是一个结束的过程。举例如下：“你正在提供一个解决方案，帮助潜在客户解决问题。假设此潜在客户有购买意愿。由此看来，在弄清潜在客户的想法并解决其矛盾时，你在扮演顾问的角色。结束语应覆盖整个演讲。但是，只有当潜在客户了解节省的钱和享受的益处并准备好时，才可完成结束语。从问题的两个方面进行论证，让潜在客户能够自行判断。

向听众解释说结束语的五大方法：

- **对比** - 让客户做小决定，如型号、颜色、安装方法或服务时间安排。
- **损失** - 让客户立即购买。强调如果潜在客户现在不购买，以后就享受不到这么多的好处了。鼓励购买者克服害怕情绪并了解推迟购买的损失。
- **意见** - 让客户就其将享受的好处发表意见。“在你看来，难道你不认为这会让你工作更简单吗？”
- **故事** - 故事通常是帮助理解的最佳工具，因为人们总是被已经从购买中受益的其他人的案例所说服。
- **示例** - 解释或说明购买该产品或服务的具体结果。提及已受益的其他人或团体。

给予指导

你的目标是通过让客户认识到所售产品或服务的价值，激起销售人员（听众）的销售欲望。通过表达你对服务或商品的尊重，以及在其陈述的各个方面观察、聊天和突出品质感来强调如何促进该过程。

告诉销售培训听众用尽可能多的美好关联物包装服务或产品。给出示例说明如何进行生动的形象的口头描述，用富有感染力的声音在客户脑海中勾勒出一片。

将销售过程描述成一幕人类互动的戏剧。使用强有力的行为动词和华丽的名词、形容词将含义可视化。比如“推销煎牛排的嘶嘶声，而不是牛排本身”。“用幻觉让客户眼花缭乱，就像鞋工断裂的擦鞋布一样。你知道他如何在鞋上来回抖动擦鞋布，发出劈啪声，仿佛这块布有生命一样？甚至还碰到鞋子，但你感觉鞋子已经变亮了。”

充当楷模，向听众展现你的热情和信念。甚至可以在语调和节奏上表现得像传播福音，如果适合你的风格的话。告诉他们给自己制定短期和长期目标。调整嗓音，并运用戏剧化的停顿。重复重要图片非常有帮助，给听众编一个咒语吧。

请记住，在销售培训演讲中，可通过自己的示例向听众传授销售技巧以及如何准备自己计划的销售演讲。使用视觉辅助工具让无形的东西变得有形，提供角色扮演机会，让听众参与表演。所用图表和标志要足够大，以便听众看到和解读。

你的作业

准备并发表 15 至 20 分钟的销售培训演讲。*目标是向听众传授销售概念和技巧的相关知识，鼓励听众取得成功。使用视觉辅助工具、幽默和戏剧性的成功故事，帮助阐明自己的观点。在演讲中加入表演技巧和娱乐元素。为听众提供指导，以便用于准备自己的计划销售演讲当中。

*分会计划允许的情况下可进行较长的演讲。

可以通过自己的示例，向听众教授销售技巧以及如何准备自己计划好的销售演讲。

评论指南销售培训演讲

标题_____

评论员_____

日期_____

评论员须知：本单元旨在让演讲者准备并发表 15 至 20 分钟的销售培训演讲（如果计划允许，可以延长）。其目标是向听众传授销售概念和技巧，鼓励他们取得成功。在演讲中加入表演技巧和娱乐元素，为听众提供指导，以便应用到其销售演讲当中。除口头评论外，请写下以下问题的回答。

- ▶ 演讲者使用的表演技巧有何独特之处？如何改进？

- ▶ 演讲者的开场白是否有效？为什么？如果无效，为什么？

- ▶ 演讲者是否为听众提供了一个销售系统？该销售系统叫什么？

- ▶ 演讲者如何使听众融入其中？使用了哪些技巧？

- ▶ 演讲者用什么方式解释购买者和销售人员的关系？

- ▶ 演讲者用什么方式解释处理购买者异议的方法？

- ▶ 演讲者的结束语是否有效？如果无效，为什么？

- ▶ 听众是否感觉从倾听演讲中受益？问问他们。

- ▶ 演讲者是否激励听众大胆走出去，成功销售？问问他们。

- ▶ 你有哪些积极的建议来改进演讲者的演讲？

第4单元

专业讲座

作为专业演讲者，总会遇到需要就专业领域进行一场讲座的提议，可能是有效倾听、时间管理、客户服务、销售与营销、组织发展、管理问题、激励他人或许多技术和概念领域。

在当代社会各职能当中，成人教育的重要性正逐步提升。因此，以成人学习为主要目的的组织内外团队会议数量已显著增加。这些会议称为讲座，具有非学术性质。由一位协调员组织领导，通过应用多种讲座演讲技巧，协助团队达到学习目标。

请记住，成人听众当中，有的需要作出决定，有的需要解决问题，这是他们参加讲座的原因。他们需要及时获得信息。因此，演讲素材必须与其需求和预期相关。你要认识到，听众认为自己的时间很宝贵。你的主要责任是在适当时间内进行一场高质量的演讲，提供相关信息。因此，一场好的专业讲座既要以问题为中心，具有娱乐性，又要关心听众的个人所得和成功。你希望指导听众将其个人经历带到讲座上，转化成新的学习观。

讲座应适应每类听众的特殊需求：高管、主管、技术员、演讲者、教育家、工程师、科学家等。目的是产生具体、有形的结果，让个人及其组织从中受益。

相互认识

如果团队的每个成员互不认识，那么可以从热身练习开始。让他们稍微了解对方，可能与该讲座相关的个人目标和期望以及希望完成的任务。如果团队人数特别多，让参与者向邻座介绍自己。对于10至15人的小团队，请每个人站起来与整个团队分享以下问题的答案：

- ▶ 你是谁？
- ▶ 你的职业或专业领域是什么？
- ▶ 为什么参加这次讲座？
- ▶ 希望从此次讲座学到什么？

该练习可进行有趣的变化，要求参与者两人一组，用五分钟时间从以上四个问题了解对方，然后按顺序让每个人介绍自己的搭档。

给听众确定方向

开始演讲时，需要迅速与听众建立默契并确定单一演讲目的。说明讲座的目标是让听众获得哪些技巧和知识。明确、清楚说明要教授的内容和目标，以便衡量结果。例如，“讲座结束时，你将学到九种有效的倾听技巧并能展示积极的倾听技巧。”设立目的或目标时需考虑三个要素：

1. 你的目的。
2. 想让听众记住的信息。

所教内容应具体，并向听众解释他们将会学到哪些技能和知识。

执行简介：

成功的讲座在开始时便会清楚说明目标，以便听众在结束时量化其所学到的知识和技能。请记住，讲座出席者面临一些难题，希望你能帮助他们发掘获得解决方案所需的信息。因为你是听众的行为榜样，所以请将所教的技巧和知识个人化。

目标：

- ▶ 计划并发布一场有具体学习目标的讲座。
- ▶ 用讲座演讲风格与听众联系在一起。
- ▶ 用讲座演讲技巧促进团队参与、学习和个人成长。

时间：20至40分钟

3. 哪些显而易见的结果会告诉你已达到目的。

设定目标使讲座有方向、有重点。如果没有目标，听众可能会对要学的整体概念有疑惑。分享学习目标有助于听众理解并准备好听一次成功的讲座。

说明学习目标时，将内容放在挂图或屏幕上，讲座结束时再次回顾该列表。

计划的演讲

演讲是以教学计划形式设计的讲座目标扩充版。设定实现目标的时限。预留休息时间和思考与反思讲座中涉及的原则的时间，以及发生意外事件的时间，如打断、新信息、尝试提供指示或有问题的听众干扰。

组织演讲内容，使其有逻辑、有顺序。除有开始、中间部分和结尾外，每部分还应使用过渡自然转向下一部分。过渡的形式可以是练习、介绍或总结评论。设定一个顺序，为自己提供某种记号或大纲。

- ▶ 设定并列目标，与听众分享演讲预期。
- ▶ 选择最能达成目标的方法：
 - **小型演讲** - 描述一种理论、典范或系列的简短清晰的演讲。
 - **讨论** - 引导或指导一个团队分享信息并解决问题。
 - **案例分析** - 解释问题的情况，包括充分的细节说明，使团队能分析其中的问题。案例是一个生活片段，需要诊断、对症下药并采取适当的治疗。
- ▶ 为议程的每部分分配时间。
- ▶ 评估该设计。是否可通过已选方法达成目标？你能否控制该设计？如果你是一位参与者，是否会喜欢？
- ▶ 调整设计，直到你觉得适合自己的目标，并且生动完整为止。

使用讲座技巧

学习动力来源于听众在讲座开始时缺乏技巧或知识以及所希望的最终结果。应用五大类型讲座技巧，让听众参与其中并提高投入度：

1. 有组织的经历是有特定重点的计划方法。可能是人与人之间（两个人之间）、小团队（三至五人）、团队之间（两个团队之间）、整个团队（练习、讨论、处理和分享信息，有限参与和交换）或一个人自省（没有互动的情况下提高自我意识）。

这些有组织的经历指学习活动，即达成学习目标的一系列计划事件。演讲时开展这些活动，能让听众参与理智和情感体验。作为领导者，体验开始前你就知道结果。

- 学习游戏和练习是有组织的活动，将听众分成几个小组，参与应用与所教概念相关的技巧。学习时鼓励高度竞争能增加情感投入。如商业管理游戏、模拟游戏和战争游戏。大多数游戏都是由专业顾问预先包装好的。
- 准备的录音为讨论目的提供灵活的起止方法。
- 需要一台数码录音机和足够多的显示器。
- 示范可用来阐明正确技巧或程序。这些示范几乎完全适用于技巧学习，可能包含（也可能不包含）参与者。提供建议的辅导、进行演习和解决难题都是示范方式。
- 阅读是提供信息的一种工具。要求参与者有能力挑选相关材料和阅读技巧。参与者读完材料后，鼓励其他人通过小组讨论评估此信息。

■ 案例分析或历史记录解释问题的情况,包括充分的细节说明,使小型团队能分析其中的问题。案例是一个生活片段,需要诊断、对症下药并采取适当的治疗。通过提问指导分析,强化最佳答案。如果遗漏了关键信息,由你来补充。不同职业领域都有案例记录发布。

2. 无组织方法也许完全无组织,由团队决定练习内容和结构;或部分无组织,由讲座领导决定程序而非内容。

■ 互相提问是一种完全无组织的方法,让参与者完全融入学习当中。将听众分成几组,未指定任何领导。各小组计划一系列与讲座目标相关的学习活动供自己使用,然后予以实施。这是所有方法中最困难的一种。

■ 学习/辅导小组是互相提问的一个变体,增加一个组向另一个组教授学习内容功能。
3. 小型演讲指简短演讲,通常持续五至十五分钟。其目的是为团队提供理论框架,所含信息与讲座目标相关。

4. 讨论侧重于主题素材内容,为参与者提供机会获得信息。还可提供了解态度或他人价值观,以及影响个人行为的无意识价值观念的方法。

■ 小组讨论方法可用于解决问题以及生成想法。你的角色是通过使用解决问题的方法审查和筛选思想(俗称头脑风暴)。步骤如下:摆出问题、征求想法、审查与筛选想法、决定解决方案。

■ 小组讨论是一种讨论技巧,将听众分成最多六个小组讨论已提出的信息,促使全部听众参与。引导各小组向较大团队报告其结论。

■ 演讲/讨论会是问答环节之后的演讲。这种形式为听众提供活动,给他们机会仔细探索特定的内容元素。

■ 角色扮演是一种模仿活动,你指定一人或以上扮演角色。关键是要建立在真实情景的基础上。角色扮演通过摆出证据来解决实际问题、分析并提出解决方案。能激励讨论,是一种在行动中学习的方法。

■ 扩大型座谈小组包含一个或以上空席位。参与者认为已准备好时,参与详细描述信息或说出一种观点。必须设定程序规则并予以执行。

5. 处理集中于如何讨论以及讨论过程中发生了什么。人们如何表达?说了些什么?互动如何?他们是否听对方说话并叙述?是否在努力影响对方?是否有一人主导而他人静默?

关注听众

演讲过程中检查几次,看看听众是否理解并跟上演讲内容。“每个人都清楚这个观点了吗?”询问不同会员能否听到信息以及该信息对他们是否有益。鼓励听众进行有效陈述,通过练习强化所学内容。

每10或15分钟进行一次技巧或学习练习(如小组讨论、循环赛、角色扮演),让听众最大程度地参与,完全融入其中。记住,大脑的接受能力有限。

如果引用信息来源或引言,请提供准确的参考文献。听众可能稍后会询问从哪里可找到该主题的更多详细信息。准备好回答这样的提问。重复重点或用不同的话语陈述。不要过度重复和强调,但要确保观点清晰。

听众不仅直接学习你的演讲内容,而且还会学习你举办讲座的方式。

讲座型演讲可让你与听众互动表达的观点。介绍的问题或难题可令听众产生对某概念的不同看法、观点和感觉。从某种意义上说，你在邀请听众开始回答提出的问题。避免提“谁还没有理解？”这样的问题。这会让没理解的人感觉尴尬。确保给听众提的问题积极正面，让听众以积极的态度看待。激励参与者在演讲过程中对概念作出反应。让会员组成一组，给他们一个焦点和共同目标。

讲座风格

进行讲座时，你是听众的行为榜样。会员不仅直接学习你的演讲内容，还学习开展讲座的方式。因此，务必亲自展示所教内容的技巧和知识。例如，如果主题是演讲沟通技巧的特定领域，但你很难表达清楚，那么你将失去可信度。有几个特点必须加以展示，才能让演讲富有效果。

- ▶ **准备充分。**成为所讲主题的权威。准备工作包括研究、规划和排练。可能还需要望远镜或激光笔，如有必要，还需准备用于挂图和白板的彩色马克笔。为交流信息，必须拥有必要的工具。
- ▶ **展示自我风采。**不要试图模仿他人的风格。使用自己觉得舒适的语言。自己感觉自然的有效演讲风格也会令听众激动。
- ▶ **充满热情。**只有对自己所做的事情充满热情，才能将这种热情传达给听众。眼神交流。声音洪亮、清晰。速度不一且有高有低，并使用合适的手势。如果注意到听众注意力分散，请适当调整。改变音调或以练习带动听众的热情。通过不同的活动，保持学习环境的活力，驱散听众的疲劳感。
- ▶ **使用幽默。**让演讲趣味十足。幽默示例可以帮助听众放松，促进团队团结。幽默为你和听众提供另一种富有创造力、有意义且有趣的方式审视自己。
- ▶ **清楚、直接。**说明、支持和阐释主题内容，让听众轻松掌握和理解。
- ▶ **鼓励反馈。**询问听众对演讲要素的反应、感觉和想法。
- ▶ **态度积极。**你对听众的预期会影响他们对自己的看法。塑造积极乐观的感觉和行动，可向听众传达这样一种信息：所讲内容刺激、有趣且重要，他们将学习、成长并受益于此。

鼓励评论

从参与者那里获取反馈非常重要，可确保讲座有效达成学习目标。反馈还会帮你认识到讲座哪些地方有待改进。讲座结束时，分发一份简单的评估表，请参与者书面评论。可能还会要求对书面评论相应的评论点进行口头反馈。评论点应包含你在达成学习目标方面做的如何以及如何应对参与者对讲座练习的反应。

你的作业

计划、排练并发表一场 20 至 40 分钟的专业领域讲座。热场并向听众说明讲座性质和学习目标。演讲风格应提供一个反映所教内容技巧和知识的行为榜样。使用一种或以上讲座技巧强化学习过程。你可能想在本单元进行一场 Toastmasters International 的 *Success/Leadership Series* 或 *Success/Communication Series* 讲座。

评论指南专业讲座

标题

评论员

日期

评论员须知：本单元旨在让演讲者发表一场 20 至 40 分钟的专业讲座。讲座应具有具体的学习目标，在热场和开场定位时向听众说明。演讲者的演讲风格应具有行为榜样作用，反映所教授的技巧和知识。他/她应综合有效的讲座演讲技巧，促进团队参与、学习和个人成长。

▶ 开场时，演讲者如何与听众迅速建立默契并吸引他们的注意力？

▶ 演讲者是否向听众明确了具体的学习目标？这些学习目标是什么？

▶ 演讲者如何为听众树立行为榜样？

▶ 演讲者在与听众建立联系方面的表现如何（优秀、良好、一般、较差）？

▶ 演讲者展现了哪些行为或特征，如热情、准备充分、幽默、清楚直接、鼓励反馈？说出需要改进的地方。

▶ 演讲者是否在教授知识的同时娱乐了听众？讲座是否有趣并对听众重要？要求会员给出回答。是否可以帮助他们成长并从中受益？

执行简介:

激励型演讲者的目的是为听众提供达成目标的动力。通过生动表现、活泼的故事和热情,影响听众的信仰和价值观。给他们一个动机,并说服他们支持自己的观点。

目标:

- ▶ 了解激励型演讲的概念和性质。
- ▶ 应用四步激励法,说服和激励听众。
- ▶ 发表激励型演讲,说服听众在情感上承诺行动。

时间: 15至20分钟,如果分会计划允许,可以延长

激励型演讲

- ▶ 达到目标、成长和渴望成功是我们的本性。
- ▶ 我们都有对自己而言很重要的某些目标。可能是个人或财产安全、社会地位或职业提升、享受工作或单纯发挥自己的创意优势以及实现生活梦想。
- ▶ 成功的秘诀在于做失败者不愿做的事。
- ▶ 在任何行业,热情都是成功所必不可少的。缺乏热情的人通常缺乏自信,容易气馁。满腹热情能消除消极态度。
- ▶ 很多时候,我们趋向于变成想象中的样子,即自我实现预言。因此,脑海中充满积极目标和主张很重要。
- ▶ 在任何行业,坚持不懈都是获得成功的必要条件。

如何激励

首先,询问自己激励的目标是什么?因为要让他人如你所希望的那样思考、相信和行动,让他们喜欢。说服他人是你的目标。为了说服他人,需要引导听众进行三个重要步骤,即说服的三个关键:

1. 说明自己的提议,使听众在脑海中形成清晰的认识。确定听众理解了你的话。请记住,人们不会被你说的话说服,而是被自己理解的东西说服。要确定哪些内容能激励他人,必须从听众的视角看世界,理解其观点。
2. 排除任何互相矛盾的观点。积极奠定双方理解的基础。说服他人就是要使其改变态度和行为。为了顺利达到此目的,必须考虑到人们的需求满足情况,及其价值观和信仰会影响其最终行为。通常,如果人们认为改变有助于他们满足需求,则会更愿意改变价值观、信仰或行为。与个人改变相比,他们更愿意作为一个团队接受改变。

若纯属自愿而非强制,人们更有可能接受改变。如果你让人们参与实质性的改变,他们将会愿意为之付出。因此,请展示你的目标与他们的目标一致。

要有说服力,自己必须先被说服,并充满热情。热情具有感染性。清楚说明你与听众是一起的,拥有共同的经历和想法,但要保持你的领导角色。使用关联词汇,如“在我们的共同经历中”和“鉴于我们共同关心的问题”等。

3. 展示提议的优点。弄清示范会给听众带来什么好处。从中插入一个动机,可能是经济动机,也可能是无形的动机。

人们不会被你说的话说服,而是被自己理解的东西说服。

如何说服和激励听众

发表激励型演讲的第二个目标是让人们行动起来。你希望他们看到，通过坚持和个人的创造力能最好地实现个人目标。说服他们接受这种看法并行动起来意味着你必须激励他们。进展的如何？

请记住，演讲会影响人们的态度。演讲内容和方式可以改变人们的感知和行为。他们的积极性越高，就越想要一个动机，并努力使其实现。

▶ **吸引注意力。**开场白要振奋人心、充满活力且吸引听众的注意力。可以是独特的幽默或事、反问、悬念刺激、不寻常的事实陈述、视觉辅助工具或让听众自己热身（如适用）。不管采用何种方式，都要与演讲主题相关。

▶ **用华丽的描述性词藻和/或活泼的手势在听众脑海中勾画出生动的图片。**声音和身体展现出力量 and 魅力，以打动听众，使其流泪和大笑。使用有气势的词汇，营造戏剧性紧张效果，使其全身震颤。展现超凡魅力。用传播福音般的热情将他们吸引到自己身边来。

激励型演讲用比喻演讲，讲述人们处于逆境仍获得成功的生动有趣故事。一场45分钟的演讲至少要有15或20个两分钟的小故事。提出少数几个观点，然后用能唤起听众共鸣的故事来阐述。

作为专业演讲者，要利用业务范围之外的、与成就和个人成功努力相关的成功故事和事件。

用非常直观的措辞定义事情和概念。例如，高层管理工作具有一个奇怪的特征，即要求具备多种能力和几乎不可能在一个人上找到的性情。需要他们有能力分析、思考和权衡各选择并协调异议，行动迅速、果断。精通抽象观点、概念和计算，还要有同理心、人本意识

和公开演讲的能力。一位出色的高层经理必须是四种不同的人：“思考者”、“行动者”、“普通人”以及“负责人”。

▶ **生动诠释演讲。**如果在投篮，就把球投出去。如果在举重，就举起来。如果在赛跑，就要跑起来。如果在演讲，就要将演讲内容表演出来。用整个身体传达一种思想和想象。记住，不是你走向听众，而是让听众走向你。生动表现演讲内容时，使用手势是自然的结果。离开讲台，走向听众，接触听众。眼神交流。手和身体是两种神奇的乐器，能够演奏美妙的音乐。传达能量和力量的大动作手势有助于从视觉上激励和启发听众。让自己成为视觉体现和鼓舞的生动象征。

▶ **号召采取行动。**给听众一个强有力的结尾。讲述一个激动人心的故事，将个人成就和成功人格化。告诉他们自己也能做到，不要退却，不管个人目标是什么，都会获得成功。简单扼要地重述并将成功与每个人如何受益联系起来。他们想听到的内容与现实相关。你要做的就是向他们展示这种关系，你了解听众。

结束语要富有感召力和活力。根据他们所看重的要素，即重要性、个人价值、坚持获得的东西以及最重要的人类自我价值，从情感上触动听众。之后，甚至不用提出要求，他们就会自动给出承诺，这就是激励。

你的作业

准备、排练并发表15至20分钟的激励型演讲，旨在说服和激励听众获得个人成功。勾画生动的文字图片，使用活泼的手势并生动表现演讲内容。

如果你让人们参与实质性的改变，他们将愿意为之付出。因此，请展示你的目标与他们的目标一致。

如何将自己定位成一个专业演讲者

作为专业演讲者的形象

获得知名度的逻辑起点就是在当地俱乐部、民间和专业组织上发表演讲,而不收取任何费用。成为会外演讲团的会员并抓住每次演讲的机会。根据你的演讲者技巧和品质,开始在地方层面建立你的声誉,以便收到转介并受邀对当地其他团体演讲。因为你的声誉,最终,团体规模将会扩大,听众将会增加。此外,这些首次演讲的活动将为你提供训练的机会,增强并完善你的技巧和演讲。

在演讲生涯的任何阶段,人际关系并非一蹴而就。这是一个缓慢的过程,但如果果按部就班,便会取得进步。无论从事哪个职业,你所在的圈子是建立人际关系的最大机会。将此作为你的事业,了解所在领域的任何权威人士,然后亲自与这些权威人士接触。

结识可以让你参加演讲活动的联系人的秘诀就是交际。前往他们经常出没的地方并和他们会面。加入组织和协会,并成为其中的活跃分子。参加多人聚集的会议和活动并结识朋友和熟人。

拟定一份人员名单,罗列你所感兴趣的特定领域中对你具有重要意义的人员的姓名。将其当成自己的事情,制定稳定的后续计划,与他们成为朋友。结识商界和政界的大人物、决策者。

成为交际家。交际能力是使人员、事物、问题和事件皆服务于自身目标的一种艺术。有两种类型的交际能力:(1)有形的交际能力包括为别人做事,令自己感到愉快,绝不惹怒他人。(2)无形的交际能力是利用他人而不让其知道已被利用的一种做法。所有交际能力的关键均在于耐心。态度和蔼。表现出你的真心。走出去与人交往。改变方式,对人温和。真正地对他入感兴趣并用你的评价激励他们。

营销项目和数字媒体

一旦你赢得公众演讲者的赞誉并有据可查,则表明你已准备就绪,随时可开始自我营销的下一个步骤——通过电子营销、附赠促销品的直邮广告(如DVD、CD)、网站、博客、播客等。营销项目的结果至关重要。应以专业方式来完成,简洁并贴近主题,以你希望的方式来推销自己。营销项目即自我推销的广告,这不是一份简历,应包括简短的自我介绍及背景说明、专业领域、生动的演讲标题以及关于演讲内容的一到两句话的介绍。这通常有助于向听众表明你希望达到何种目标,如会议主题演讲、讲座、研讨会、饭后讨论等。指明专长的领域:

- ▶ 教育
- ▶ 娱乐
- ▶ 激励
- ▶ 启发

图形和/或照片对展现营销项目非常重要。发表几次重要演讲后,务必从委员会主席处索取证明信函。此外,建立自己的公共关系宣传资料袋,在演讲活动前发送给委员会主席。包括黑白光面照片(一张演讲时的全身照和一张大头照)和你印象最深刻的证明信函的复印件。如有新闻或杂志刊登过有关你的文章,请将复印件添加到资料宣传袋中。

记住,你处在一个竞争激烈的演讲市场,而且委员会主席拥有大量优秀的专业人士可供选择。因此,委员会主席通常在聘请演讲者时犹豫不决,直至他或她至少有机会听到演讲者的演讲为止。为委员会主席提供技巧范例的最佳方法是准备一份10到30分钟不等的现场演讲录音。复制录音并按要求将副本发送给已联系过的各个委员会主席。现场听众非常重要,因为委员会主席会受到录音中听众反应的影响,从而被演讲主题所感染。

有许多邮件列表可供使用,这取决于你所感兴趣的客户类型。许多专业演讲者倾向于企业和团体客户。定期会有一些廉价的目录发布出来,告诉你每次主要会议的举办地点、委员会主席的姓名、参与者的规模和有关团体的一般信息。其他目录提供贸易协会执行秘书的姓名和地址。

每天花10或15分钟写信给选定的团体(不要超过半页)。附上你的营销项目并按要求提供免费范例。

还应尝试其他任何可能的方式来打开知名度。出色的演讲者往往会发现他或她几乎拥有永不间断的职业生涯。这意味着他或她通过听众和口碑传播收到足够多的邀请,始终保持饱和的演讲状态。这种声名很少出现在演讲生涯的初期。因此,永远不要拒绝演讲和展示自我的机会。

许多专业演讲者自行安排其工作预约。少数工作通过代理处理。然而,如果通过代理处理,你会在谈判中失去控制。

确保设立一个与委员会主席达成协议的系统。应书写一封信函,详细说明你的需求及发表演讲前所需要的信息。发表演讲之后,记录演讲所面对的特定团体或组织,这样,即便在若干年后面对同一批听众演讲,也不会犯下讲述相同演讲内容之类的致命错误。

作为专业演讲者,听众希望从你这里得到什么

个性。演讲者必须推销自己。他们常常会有这样一个问题,试图将自己的想法强行灌输到其他人的头脑中,以获得他们想要的反应。一直以来,听众是否接收这些想法在很大程度上取决于演讲者的个性是否与听众相一致。

如果演讲者被听众所推崇和喜爱,即使事实恰恰相反,其观点被他人所接受的难度也会相对较小。受欢迎的演讲者发现其更容易达成自己的目标。乐观的个性就是一种资产。易怒的个性通常会是一种负担。

当听众眼中的演讲者具有某个个性特征,他或她的说服力将会增加。这些特征可以是性格、知名度、年龄、智力、自信、清晰思考的能力、机智、热情、经验、自制力、沉着、对主题的把握、对有效演讲概念的了解、英语和文学知识、听众的知识、有关听众的意见、主题和场合、演讲者的声音和外形以及以往的经历。

必须根据特定听众的看法考量乐观个性的所有标志。一个被甲听众认为平易近人的演讲者可能在乙听众的眼中有着截然不同的看法。

可信度。作为一名演讲者,应在特定听众面前表现出诚实、正直和守信。如果演讲者以良好的品行而著称,听众则会倾向于接纳此人。如果演讲者以油头滑脑和投机取巧而著称,听众则会对他所说的一切抱以怀疑的态度。让人生疑的演讲者发现很难或通常无法与听众建立融洽的关系。

受欢迎度。演讲者的受欢迎度取决于听众对其个性中其他特质的反应。然而,大多数情况下,受欢迎度直接与演讲者赢得听众好感的友善、迷人举止、优雅和谦逊有关。受欢迎的演讲者与不受欢迎的演讲者相比,其观点为听众所接受的阻力较小。

好听的演讲声音。听众认为好听的演讲声音具有以下几个特点:

- ▶ 悦耳动听, 让人感觉友好。
- ▶ 自然, 反映演讲者的真性格和诚恳度。
- ▶ 有活力, 给人以力量和实力的印象, 不至于听起来单调乏味, 毫无情感。
- ▶ 描述内容的多层含义。
- ▶ 音量适中、发音清楚、容易听懂。

积极的视觉印象。演讲者不仅利用声音交流, 更是调动整个身体与听众交流。如果听众认为演讲者看上去很有趣, 他或她开展演讲的任务就会变得更加容易。演讲者走向台前时, 便给听众留下了第一印象。如果印象较好, 听众就更容易接受他或她所说的内容。

演讲者应精神抖擞地走上讲台, 并适当地表示对其所作的介绍。

演讲者的可信度也受其着装方式的影响。你的服装应符合听众对你的期望。服装可传达一些非语言性的信息, 对听众产生直接和持久的影响。如果从任何方面流露出攻击性或不时宜的信息, 无论演讲者说什么, 都很难打动听众。以下是着装的基本原则:

- ▶ 不要穿任何在你说话时易于分散听众注意力的服装。
- ▶ 穿着高对比度的服装。达到这种效果的最佳方式是白衬衫搭配纯黑色下装。确保所选颜色从远至近看起来都具有很好的协调性。所选颜色应对听众产生正确的心理影响。深蓝色是任何演讲场合最安全的颜色。简单和对比的特征能帮助你快速获得关注并抓住听众的兴趣。

▶ 考虑听众将要穿着的服饰。你应穿的比听众更为体面, 以赢得他们的尊重。但是, 不要太过隆重, 这样会形成一种距离感, 显得颇为冒犯。不要过分打扮。另一方面, 如果你是一位女士, 穿得太过随意是一件很冒险的事。女士着装必须传达一种强烈、权威的非常语言性信息。精心准备的服饰应是演讲准备工作的一个关键部分。如果你看起来像一位优胜者, 那么成为真正的优胜者也会变得更为容易。个人形象对成功有着极大的影响。

为成功的形象做准备

如需面对特定的组织或团体听众进行演讲, 需提前做好准备。在与委员会主席接触和谈判时, 应就以下信息以书面形式达成一致:

- ▶ 抵达日期和时间
- ▶ 商定的主题
- ▶ 演讲格式和演讲时长, 包括问答时间
- ▶ 费用报销和会务安排, 包括酬金、出行方式、涵盖的自付费用、酒店退房程序、开票程序 (发票声明)、随行配偶的费用、所需旅行或相关会议费用的预支款。
- ▶ 出发日期和时间

你负责以下会议策划者或委员会主席的服务项目。

- ▶ 会议开始之前, 通知前往和返回会议地点的行程计划, 如有需要, 可申请特殊协助。
- ▶ 准时到达、精心准备并提供已商定的所有服务
- ▶ 及时有序地提供履历信息和照片
- ▶ 接受预约时, 如有任何特殊的会议室要求和视听要求 (包括麦克风、平台、不需要平台、讲台、投影仪、屏幕、桌子、舞台等), 请通知会议策划者。

- ▶ 涵盖商定的主题
- ▶ 预定销售营销材料和促销品前，需获得批准。

务必从会议策划者处了解特定信息，如果可能的话，这将帮助你关注重点并调整演讲，以迎合特定听众的需求。你将希望了解以下内容：

- ▶ 会议的宗旨和目标 - 你要完成的任务
- ▶ 主办机构的背景资料
- ▶ 侧重于在你前后发表演讲的话题和演讲者的计划概览。这将有助于你制作个性化、轻松的演示文稿并避免出现重复的素材。
- ▶ 出席的重要贵宾的姓名和职称
- ▶ 听众的人数和构成 - 男性和/或女性、代表和配偶、家庭办公室或现场、管理或销售人员
- ▶ 听众的年龄分布、大部分参与者的职业、收入及团体的整体教育水平
- ▶ 会议类型 - 讲座、开幕式、饭后讨论等

与会议策划者协调所有上述步骤后，就事先准备而言，你可以认为自己已处于有利位置。启程前往会议或大会之前，仔细检查，确保酒店预定不受影响。尽力提早到达并登记入住，这样就不会因超额预定错误而失去房间。特邀演讲者经常会出现这种情况。

检查要发表演讲的会场 - 座位、灯光、音响系统、任何配套设备。与委员会主席确认你就坐的位置，是否喜欢坐在贵宾桌，是否用餐，设计你进入、接近并离开讲台的方式。

与听众建立关联

当大会司仪用几句话描述你，确定你是下一个演讲者时，你才能开始进行介绍。有效的介绍是一种社交，包括站起来演讲之前你想要留给听众的印象。换句话说，你应该书写并掌控自己的介绍词，确保介绍人在介绍你之前，手上有一份副本。最好在演讲之前，花几分钟时间坐下并结识个别听众。与介绍你的人预先会面，确保他们能够念出你的姓名、其他名称、位置和其他信息。让其了解你是个什么样的人，而不仅仅是纸上的描述。介绍词应包括以下几个方面：

- ▶ 为何要面对特定听众演讲
- ▶ 为何有资格演讲
- ▶ 为何就特殊话题进行演讲
- ▶ 为何在特定时间对听众演讲很重要。

以下是三到四种致介绍词的现成方式。

阅读听众指读懂听众对你本人及演讲内容的接受程度的能力。这个概念类似于你对着一个人演讲，根据其回应方式，调整你的演讲内容和演讲方式。当然，你必须读懂听众的面部表情和通过肢体语言表达出来的各种情感。因此，你的目标是大多数听众。每位听众都有其独特的“团体个性”。每次当你站起来演讲时，你必须弄清该演讲对特定听众来说意味着什么。研究他们的面部表情和姿势的警觉性。如果在演讲过程中，他们突然看上去不耐烦，可能是你的演讲或风格极其无聊。

作为专业演讲者，学会如何察言观色并像舞台剧演员一样与之“互动”，这一点非常重要。你和你的表现与舞台表演一样有很多共同之处。如果不适合使用幽默，请不要使用。如果你感觉听众不会接受，则不要用夸张的语调大声演讲。如果有一个听众睡着了，不要理会。和未睡着的听众保持互动。他们才是听你演讲的人。

最出色的专业演讲者们研究出一套吸引注意力的方法,可抵消听众的消极反应。包括幽默、故事、戏剧化、停顿、活跃气氛、与听众对话(特别是激烈提问者)、表演技巧以及调整自己的风格使之符合集体情绪。

有效使用视觉辅助工具的技巧

耳听为虚,眼见为实。较之仅听到或看到的某件事物,既能听到又能看到的事物更容易被记住。因为你的目标包括让听众相信并帮助听众记住你所讲述的内容,视觉辅助工具在实现这些目标上作出了重要的贡献。

使用视觉辅助工具的七大指南

1. 边演讲边展示视觉辅助工具。希望听众将注意力重新转移到你身上时,盖上或关掉投影仪。听众无法同时集中精力于两件事情上。
2. 确保每位听众都能清楚地看到视觉辅助工具。应令会场后排的听众也能看清。放大字体,行与行之间留有足够的间距。通过遵循已知的七七原则,可确定视觉辅助工具是否清晰。一张幻灯片最多不超过七行,每行最多七个字。

3. 将任何一个视觉辅助工具上的信息量限定为一个主要观点。不要使用过多的文字。视觉辅助工具应该是所讲述内容的总结,而不是整个演讲。

4. 使用片语作为各个视觉辅助工具的标题,以对材料进行补充。例如,写上“增加开支”,而不是“图1”。

5. 演讲时请面向听众,而非面向视觉辅助工具。记住使用激光笔。即使听众在观看视觉辅助工具时,也要和他们保持眼神交流。不要逐字阅读幻灯片内容。释义以加深听众的理解。听众阅读的速度要快于你说话的速度。用你自己的话解释幻灯片上的内容。这将帮助你判断他们的理解程度。

6. 不要说的太多。无需在演讲中举例说明每一个观点。
7. 排练。没有什么比充分准备更为重要。知道怎样以及何时使用视觉辅助工具,反复练习,直到能够熟练运用。预测所有可能出现的问题,特别是涉及到设备时。

直接辅助工具

包括白板、纸板海报、挂图、物理模型和讲义。二维视觉辅助工具包括两大类:提前准备的视觉辅助工具和即兴的视觉辅助工具(均需提前规划)。

准备好的视觉辅助工具(物理模型等)

▶ 阅读前,请介绍视觉辅助工具。
▶ 确保支架的牢固性。

▶ 将视觉辅助工具置于足够高的位置,以便后排听众可以看清;请不要站在视觉辅助工具的前方。

▶ 在详细阐述前,请充分解释视觉辅助工具上的信息。

▶ 为了更容易看清,请使用颜色对比。

即兴的视觉辅助工具(白板、挂图)

▶ 以干净空白的视觉辅助工具开始(尽管你可能希望用浅颜色的笔稍后为听众写下你的计划)。

▶ 视觉辅助工具的展示时间应简短;切勿拖泥带水。

- ▶ 打印清晰，使用大号字体。
- ▶ 书写时，请站在侧面。
- ▶ 进入下一个要点前，擦掉白板上的内容或翻到新的页面。

投影辅助工具

包括幻灯片、基于计算机的视觉辅助工具和 DVD。前两项工具（单帧媒体）的指南包括：

- ▶ 确保设备正常运行，准备好备用灯泡。
- ▶ 随身携带视觉辅助工具、个人计算机、电缆、适配器和软件。不要将希望寄托在其他人身上，特别是航空行李，不要指望其他人能为你提供。
- ▶ 尽可能多的使用颜色。确保能够看清并阅读视觉辅助工具。
- ▶ 在屏幕上放映时，给听众留几秒钟时间学习每个视觉辅助工具。
- ▶ 投影仪开启后，在屏幕上保留视觉辅助工具。不要让听众对着白灯，以免使其产生视觉盲区。学会如何在需要时轻松调黑屏幕。
- ▶ 避免让房间内处于黑暗状态超过 10 分钟。你希望听众保持清醒。

作业完成记录表专业演讲者

单元 演讲标题 日期 文教副会长 签名

1. 主题演讲

2. 娱乐演讲

3. 销售训练演讲

4. 专业讲座

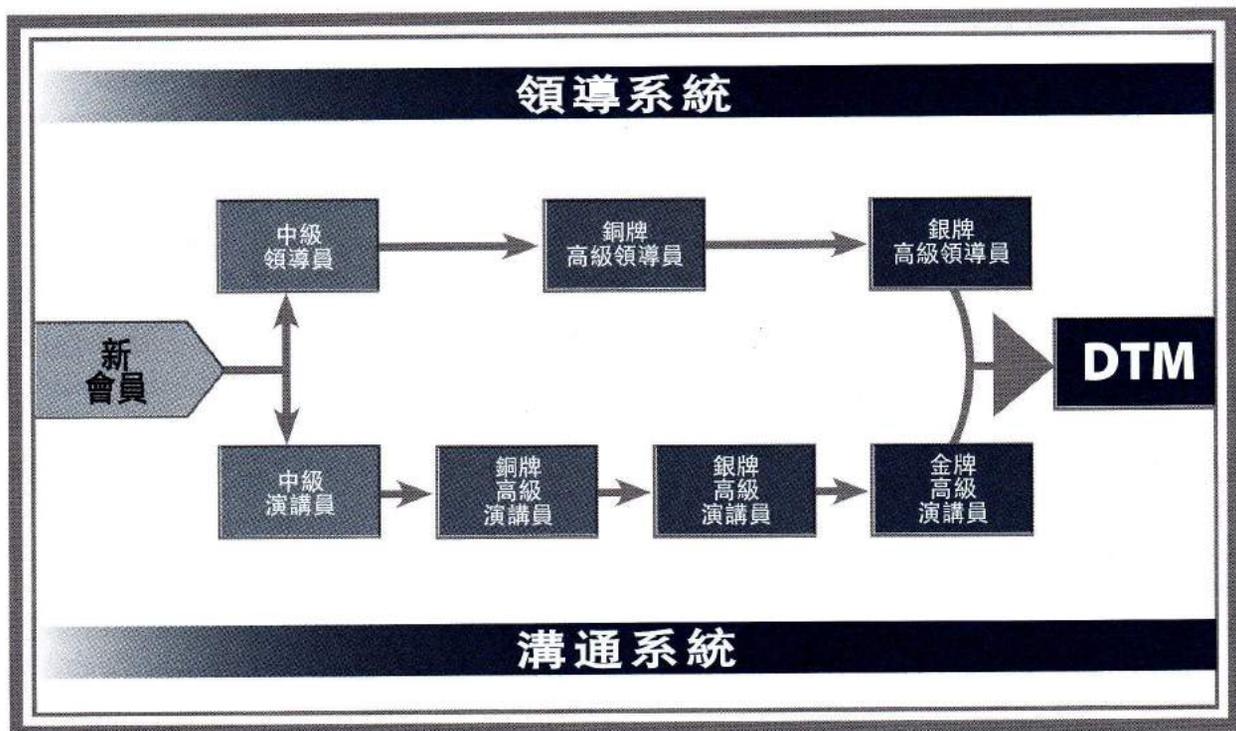
5. 激励型演讲

保存该页以核实本手册的作业完成情况。申请铜牌高级沟通员、银牌高级沟通员和金牌高级沟通员时，请提交相应手册中的作业完成记录表。

TOASTMASTERS 教育課程



Toastmasters 教育課程包含兩個系統: 溝通系統和領導系統。我們鼓勵你同時參與學習這兩個系統。它們並不會相互排斥, 你可同時參與學習。只需達成特定任務, 即會認可你的能力。下一頁將說明你能獲得的榮銜及其要求。下圖係兩大系統的榮銜升級制度。



沟通系统

以下是每个沟通系统能获得的荣誉以其要求的简要说明。如需有关要求的完整细节，请查阅实际的荣誉申请表。

胜任沟通员 (CC)

要求:

- ▶ 已完成《胜任沟通》(书目编号 CS225) 手册

达到要求后, 请文教副会长在线提交 CC (胜任沟通员) 申请表, 或将填妥并签署好的 CC 申请表连同“作业完成进度表”一起寄到世界总会。

你将获得: 证书; 两份免费的《高级沟通系列》手册 (仅限首次申请者); 给雇主的信 (只提供英文证书和信)

铜牌高级沟通员 (ACB)

要求:

- ▶ 已获得胜任沟通员荣誉 (或胜任会员荣誉)
- ▶ 已完成《高级沟通系列》中的两本手册

达到要求后, 请文教副会长在线提交 ACB (铜牌高级沟通员) 申请表, 或将填妥并签署好的 ACB 申请表连同“作业完成进度表”一起寄到世界总会。

你将获得: 证书和给雇主的信 (只提供英文证书和信)

银牌高级沟通员 (ACS)

要求:

- ▶ 已获得铜牌高级沟通员荣誉 (或胜任会员或铜牌高级会员荣誉)
- ▶ 已完成《高级沟通系列》中的另外两本手册
- ▶ 主持 *The Better Speaker Series* 和/或 *The Successful Club Series* 中的任意两场演讲

达到要求后, 请文教副会长在线提交 ACS (银牌高级沟通员) 申请表, 或将填妥并签署好的 ACS 申请表连同“作业完成进度表”一起寄到世界总会。

你将获得: 证书和给雇主的信 (只提供英文证书和信)

金牌高级沟通员 (ACG)

要求:

- ▶ 已获得银牌高级沟通员荣誉 (或铜牌胜任会员或银牌高级会员荣誉)
- ▶ 已完成《高级沟通系列》中的另外两本手册
- ▶ 主持 *Success/Leadership Series*, *Success/Communication Series* 或 *Youth Leadership* 中的一场演讲
- ▶ 辅导一位新会员完成前三次备稿演讲

达到要求后, 请文教副会长在线提交 ACG (金牌高级沟通员) 申请表, 或将填妥并签署好的 ACG 申请表连同“作业完成进度表”一起寄到世界总会。

你将获得: 证书和给雇主的信 (只提供英文证书和信)



获得多个荣衔

每次会员希望获得沟通系统系列荣衔 (ACB、ACS 和 ACG) 时, 他/她必须完成每个荣衔的两本新的《高级沟通系列》手册。也就是说, 会员每次获得 ACG (金牌高级沟通员) 荣衔前, 必须完成六本不同的高级沟通系列手册 - ACB 两本、ACS 两本、ACG 两本。会员每次希望重新获得沟通系统荣衔时, 他/她可能要重复完成之前获得沟通荣衔时使用的手册。比方说: 如果会员为获得首个 ACB 已完成《娱乐性演讲者》(书目编号 CS226A) 和《知识型演讲》(书目编号 CS226B), 可能需要重复这些手册来获得第二个 ACB 或重复获得的任何其他沟通荣衔。

会员致力于得到单个荣衔 (ACB、ACS 和 ACG) 时, 无法重复完成任何《高级沟通系列》手册。比方说: 会员不能为获得同个 ACB 完成《娱乐性演讲者》(书目编号 CS226A) 两次。

领导系统

胜任领导 (CL)

要求:

- ▶ 已完成《胜任领导》(书目编号 CS265) 手册

达到要求后, 请文教副会长在线提交 CL (胜任领导) 申请表, 或将填妥并签署好的 CL 申请表连同“作业完成进度表”一起寄到世界总会。

你将获得: 证书和给雇主的信 (只提供英文证书和信)

铜牌高级领导 (ALB)

要求:

- ▶ 已获得胜任领导荣衔 (完成《胜任领导》(书目编号 CS265) 手册)
- ▶ 已获得胜任沟通员荣衔 (或胜任会员荣衔)
- ▶ 担任分会干部 (会长、文教副会长、会员副会长、公关副会长、秘书长、财务长或事务长) 至少六个月, 并在任期内参与拟定“会务成功计划”
- ▶ 担任上述职务期间, 参与地区总会举办的分会干部培训
- ▶ 主持 *The Successful Club Series* 和/或 *The Leadership Excellence Series* 中的任意两场演讲

达到要求后, 请文教副会长在线提交 ALB (铜牌高级领导) 申请表, 或将填妥并签署好的 ALB 申请表寄到世界总会。

你将获得: 证书和给雇主的信 (只提供英文证书和信)

银牌高级领导 (ALS)

要求:

- ▶ 已获得铜牌高级领导荣衔 (或以前的胜任领导荣衔)
- ▶ 担任过全任期的地区干部 (地区总会长、副总会长、公关执行长、秘书长、财务长、部总监或区总监)
- ▶ 已完成 *High Performance Leadership* (书目编号 262) 课程
- ▶ 成功担任过分会发起人、指导人或教练

达到要求后, 请文教副会长在线提交 ALS (银牌高级领导) 申请表, 或将填妥并签署好的 ALS 申请表寄到世界总会。

你将获得: 证书和给雇主的信 (只提供英文证书和信)

杰出会员 (DTM)

要求:

- ▶ 已获得金牌高级沟通员荣衔 (或金牌高级会员荣衔)
- ▶ 已获得银牌高级领导荣衔 (或高级领导荣衔)

杰出会员是会员可获得的最高荣誉。达到要求后, 请文教副会长在线提交 DTM (杰出会员) 申请表, 或将填妥并签署好的 DTM 申请表寄到世界总会。

你将获得: 奖牌和给雇主的信 (只提供英文证书和信)

ADVANCED COMMUNICATOR GOLD 金牌高级沟通员

- Received Advanced Communicator Silver (or Able Toastmaster Bronze or Advanced Toastmaster Silver) award
获得银牌高级沟通员（或铜牌胜任会员或银牌高级会员）荣衔

Club number _____ Date received _____
分会编号 接收日期

- Completed all projects in two manuals from the *Advanced Communication Series* (Attach the Project Completion Record from each manual.)
完成两本高级沟通手册。（每本手册均附有《作业完成记录表》。）
- Coordinated and conducted one presentation from *Success Communication*, *Success Leadership* or *Youth Leadership Program* (Presentation date may not be one used previously.)
协助并主持一次 *Success Communication*、*Success Leadership* 或 *Youth Leadership* 训练单元（演讲日期可能不是之前使用的日期）。

Workshop name _____ Date presented _____
训练单元名称 演讲日期

- Coached a new member through his or her first three speeches
辅导一位新会员完成前三次演讲。

New member name _____ New member number _____ Year coached _____
新会员姓名 新会员编号 辅导年份

CLUB OFFICER VERIFICATION 分会执委认证

确保分会执委签署申请表，并注明日期。会员不允许签署自己的申请表，即使他是分会执委

The Toastmaster whose name appears above has completed all of the requirements for this award.

以上会员已完成该项荣衔中的所有作业。

Club officer signature _____ Club officer name _____ Club office held _____ Date _____
签名 打印姓名 分会执委职务 日期

LETTER TO EMPLOYER (OPTIONAL) 给雇主的信（非硬性规定）

- Please send a letter about my award to my employer below.
请寄一封信（英文）给我的雇主或主管（如下所列），肯定我的成就。（请用英文打印或工整填写，公司名称请勿使用缩写。）

Company name _____ Supervisor name _____
公司名称 雇主/主管姓名

Address 1 _____
地址 1

Address 2 _____
地址 2

City _____ State/Province _____ Postal code _____
城市 州/省 邮政编码

Country _____ Email address _____
国家 电邮地址

AWARD APPLICATION SUBMISSION 荣衔申请表提交

然后，请当前分会执委在 www.toastmasters.org/members 网站上提交您的申请表。如果当前执委均不可在线访问，请邮寄或传真（其中之一）完整申请表。

Member Services, Education Awards
Toastmasters International
P.O. Box 9052 • Mission Viejo, Ca 92690 • USA
Fax: 949-858-1207

Translated 5/2012 from English Rev. 2/2011 书目编号 CS1226

高级沟通系列 列表



高级沟通系列训练你在 Toastmasters 分会外可能遇到的演讲场合演讲。以下包含五个单元的任何一本手册都可用于取得铜牌高级沟通员、银牌高级沟通员与金牌高级沟通员荣誉。

娱乐型演讲者 (书目编号 CS226A) 娱乐型演讲者总是倍受欢迎的。单元中讲述如何准备和发表娱乐型演讲, 寻找精彩故事或趣闻, 在演讲中融入幽默和戏剧元素, 以及发表餐后演讲等相关内容。

知识型演讲 (书目编号 CS226B) 信息型演讲是比较常见的演讲形式, 因此, 可能要求你改日发表一次此类型演讲。本手册包含以下方面的信息: 组织信息型演讲、为听众量身定制演讲内容、演示、报告以及就抽象主题发表演讲。

专业演讲者 (书目编号 CS226G) 职业演讲者能给许多听众做各种类型的演讲。本手册指导你准备发表专题演讲、娱乐型演讲、销售培训演讲、研讨会及激励型演讲。

劝说型演讲 (书目编号 CS226I) 成功人士深谙如何影响和说服他人接受自己的想法、产品或服务。单元中涉及销售产品、进行“电话推销”、准备优胜方案、说服听众考虑你对争议问题的看法、说服听众帮助实现愿景和使命。

讲述故事 (书目编号 CS226K) 好的故事能增强演讲效果, 令人过耳不忘。本手册指导如何讲述民间传说、个人故事、道德故事、情感故事及有关历史事件或人物的故事。

幽默演讲 (书目编号 CS226O) 使用幽默可让每位演讲者受益匪浅。学习如何将幽默趣闻、笑话融入演讲内容中, 以强化其开场白、正文或结束语。

欲获得最快服务, 请通过 www.toastmasters.org/shop 在线订购