

<<口才>>

图书基本信息

书名：<<口才>>

13位ISBN编号：9787100044806

10位ISBN编号：7100044804

出版时间：2005-5

出版时间：商务印书馆

作者：王一多,《哈佛管理前沿》《哈佛管理通讯》编辑组

页数：172

译者：王一多

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<口才>>

### 内容概要

与客户沟通、和同事交流、向主管汇报、对下属下达命令，这些都是不同形式的演说，需要卓越的口才。

它们是管理人员工作中不可或缺的部分，也是日常生活中每个人都要面对的事情。

本书通过诸多演说实例，提供了磨练演说本领、提高演说技能、取得演说效果的切实可行的方法，能使你快速提高各种演说的能力。

了解听众需求 切题发表演说； 阅读听众肢体语言、读懂听众心思； 解决棘手演说的困惑； 使演说回味无穷、达到预期效果。

## 作者简介

尼克·摩根(Nick Morgan)曾任《哈佛管理前沿》的编辑。

迈克尔·哈特斯利(Michael Hattersley)曾是《哈佛管理通讯》的撰稿人。

约翰·戴利(John Daly)是大众传播学院的教授。

艾萨·恩格尔伯格(Isa Engleberg)《集体合作》(Working in Groups)一书的作者之一。

贝弗利·巴拉罗(Beverly Ballaro)在耶鲁大学、康奈尔大学和韦洛克学院教语言、文学及写作课。

理查德·比尔科(Richard Bierck)是金融方面的自由作家，以新泽西州的普林斯顿为主要工作地点。他的作品曾发表于《美国新闻与世界报道》(News & World Report)、《彭博个人金融》(Bloomberg Personal Finance)和《广场》(Parade)中。

朱迪思·汉弗莱(Judith Humphrey)是汉弗莱集团总裁，该公司是一个以多伦多为本部专门从事主管演说培训的公司。

谢里尔·怀尔斯(Cheryl Wiles)是独立演说教练，以波士顿地区为主要工作地点。她在哥伦比亚大学管理学院教授workshop课，该课程附属于哥伦比亚主管培训课程。

迈克·格伦比(Mike Grenby)是一位通过稿件辛迪加在各家报纸上发表金融方面文章的专栏作家，货币研讨会和活动的主要演说者，澳大利亚黄金海岸的邦德大学交际和媒体研究方向的助理教授。

约翰·克莱顿(John Clayton)是一位作家，在蒙大拿比灵斯落基山大学任教。

书籍目录

引言第一部分 为演说作准备 1. 三种最棘手的演说 尼克·摩根 2. 成功演说的关键  
迈克尔·哈特斯利 3. 组织一篇富有鼓动性的演说 尼克·摩根 4. 怎样组织一篇令人信服的  
演说 5. 克服怯场 约翰·戴利 艾萨·恩格尔伯格第二部分 发表演说 1. 让演说  
鼓舞人心 2. 五种吸引人的开场白 3. 开场就抓住听众注意力的六种方法 贝弗利·巴拉罗 4.  
你在听我讲吗 理查德·比尔克 5. 你是最生动的形象  
朱迪思·汉弗莱 6. 处理自由提问 7. 即席讲话 谢里尔·怀尔斯 第  
三部分 增强演说的魅力 1. 克服公众演说恐惧感的六种方式 迈克·格伦比 2. 演说101  
约翰·克莱顿 3. 吸引听众的演说 4. 让平淡的演说变精彩  
尼克·摩根 5. 演说十诫作者简介

## 章节摘录

书摘想赢取大订单必须先赢得信任。

这就需要通过为听众解决问题而不是炫耀专业技能来达到目的。

因此，对于重要的营销讲演，要以提问题的方式开始，先了解听众有什么问题，然后再去解决他们的问题。

当然，理想的做法是在试图取得大订单之前，已经对所涉及的问题进行了彻底的研究，而且已经找出问题所在以及解决这些问题的方法。

不要匆匆忙忙作出结论。

对待结论要像对待问题那样进行长时间的仔细研究，否则听众会觉得不可信。

要表现出不仅理解他们，而且感同身受。

你是在引导听众接受你提出的解决方案，所以一定要在开始时就表明对他们的问题有所了解。

如果产品或提出的方案引起了听众的不解，那么需要花相当长的时间来解释，以使听众建立起对产品和对你的信任感。

例如向爱斯基摩人出售冰就是个好例子。

P16

## 媒体关注与评论

书评关于“经理人下午茶系列”丛书 “经理人下午茶系列”丛书中的文章均引自《哈佛管理前沿》和《哈佛管理通讯》，每本书都收集了最前沿的管理理念和思维，借以帮助管理人员提高管理技能、增强领导能力，从而使其在商界更胜一筹。

本丛书编排简洁，通俗易懂，同时提供了权威的管理见解和方法，读后可使你取得立竿见影的管理效果。

关于《哈佛管理前沿》和《哈佛管理通讯》 《哈佛管理前沿》和《哈佛管理通讯》是全球知名的管理期刊，隶属于哈佛商学院出版公司六大支柱产品之一——《哈佛通讯》。

这两本杂志由哈佛商学院出版公司资深编辑和顶尖顾问群共同编辑，其中精选的文章锁定全球最新的管理主题，以讲管理故事的形式，为企业管理者及企业领袖提供深入浅出、具体可行的解决方案。

这些文章篇幅都比较短，讲述的都是全球管理领域的最新实践，以及新案例、新理念，每一篇文章都注重与读者的互动，有很强的可读性和实用性。

## 编辑推荐

“ 经理人下午茶系列 ” 丛书中的文章均引自《哈佛管理前沿》和《哈佛管理通讯》，每本书都收集了最前沿的管理理念和思维，借以帮助管理人员提高管理技能、增强领导能力，从而使其在商界更胜一筹。

本丛书编排简洁，通俗易懂，同时提供了权威的管理见解和方法，读后可使你取得立竿见影的管理效果。

关于《哈佛管理前沿》和《哈佛管理通讯》 《哈佛管理前沿》和《哈佛管理通讯》是全球知名的管理期刊，隶属于哈佛商学院出版公司六大支柱产品之一——《哈佛通讯》。

这两本杂志由哈佛商学院出版公司资深编辑和顶尖顾问群共同编辑，其中精选的文章锁定全球最新的管理主题，以讲管理故事的形式，为企业管理者及企业领袖提供深入浅出、具体可行的解决方案。

这些文章篇幅都比较短，讲述的都是全球管理领域的最新实践，以及新案例、新理念，每一篇文章都注重与读者的互动，有很强的可读性和实用性。

#### 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>