

<<游戏比你会说话>>

图书基本信息

<<游戏比你会说话>>

前言

序 什么是管理 有这么一个奇妙的事实，越是深刻的道理其表现形式越简单，然而这正是它经常被人忽视的原因。

企业经营领域的道理莫不如此。

1963年，彼得·德鲁克(Peter Drucker)写下了一篇叫做《有效的经营管理》的文章，这篇文章中的思想直至今今天仍有着强烈的现实意义。

德鲁克写道：“我们需要的是能够帮助我们安排工作并且能够回答下列问题的简单的概念：管理者的工作到底是什么？他所面临的主要问题是什么？定义并分析这些问题的原则是什么？”对上述三个问题的回答揭示了管理的最根本的一些道理。

首先，管理者的工作到底是什么？我不能肯定..

<<游戏比你会说话>>

内容概要

在发言时怎样才能不使听众感到昏昏欲睡或者坐立不安？

别再依靠那些乏味的笑话了，你应该选用这些妙趣横生的互动游戏或活动：

打破僵局的游戏 创造和谐气氛的游戏 实用的玩笑和花招 开始会议的精彩游
听众智力测试

激发听众热情的活动 令人难忘的结束方式 书中的每个游戏都快速、有趣、富有创意、

简便易行、成本低廉乃至零成本，立刻行动，现在就去唤醒你的听众吧。

它们可以： 在你与听众之间创造一种和谐愉快的氛围。

暂时忘却单调的演讲，呼吸一点儿新鲜“空气”。

活动活动身体，加速血液循环。

引发热烈的讨论。

有寓教于乐的方式温习讲过的要点。

把思想开小差的听众的注意力吸引回来。

<<游戏比你会说话>>

作者简介

爱德华·斯坎奈尔（Edward E·Scannell）是全美演说协会的活跃成员，他在美国各地及海外部分地区举办过数以千计的讲座、研讨班和讲习班。

斯坎奈尔曾在许多普通机构及专业机构的董事会中任职，包括滕比商会、美国培训与发展协会、荟萃专业人士国际协会和全美演说协会。

1982

<<游戏比你会说话>>

书籍目录

序前言致谢第一章 开始会议, 介绍讲演者的精彩游戏 带姓名牌的集体照片 使期望目标一致 抛开你的烦恼 很高兴来到这儿 但我总是那样做..... 主观主义(主观主义想法的形成及其体现) 介绍特邀讲演者 起立鼓掌第二章 打破僵局, 让陌生人彼此熟悉起来的游戏 互相认识一下(一) 互相认识一下(二) 使新成员尽快融入集体 宾戈游戏 联想记忆 提一些创造性的问题 姓名牌联谊会 星座与行为方式 几个打破僵局的游戏 寻找共同点和不同点 集体握手第三章 吸引注意力的游戏 你是哪一类员工? 我们的观察力如何? 超感知觉——打破僵局一法 五个简单问题 国家销售代表测试 精神的力量 99.9%怎么样? 第四章 耐人寻味的人生故事 禅宗的公案(一杯茶) 狗鱼(火炉)综合症 列队行进的毛毛虫的故事 克服排斥变化的心理 乏味的玩笑第五章 听众智力测试游戏 第四项也同样重要 突破框框 开阔思维 一对夫妻买了一栋房子 等式测验 隐藏的正方形第六章 分组讨论的技巧 几种典型的分组方法 万能的分组方法 “66”技巧 激发创造力的自由讨论 利用扑克牌分级的技巧 让大家安静下来的好办法第七章 激发听众活力的游戏第八章 鼓励听从参与的游戏第九章 强调并复习要点的游戏第十章 余音不绝: 令人难以忘怀的结束游戏附录 最佳团队培训游戏

<<游戏比你会说话>>

章节摘录

在发言中使用游戏 显然，你可能已经在怀疑我们的前提——“游戏”了，你也许会认为，在现在这种新机械、新工具、小规模、合理精简或用随便哪个“时髦”的术语都能描述的时代，如果有人居然想在工作场所搞这种雕虫小技——游戏，供商业人员做的游戏，那他一定是在开玩笑！相信我们，我们绝没有开玩笑的意思。

实际上，我们对此事的态度是严肃的，我们也完全赞同“商务”世界确实容不得开玩笑的看法。所以，不管你是董事长、销售经理、业务主管还是任何一个有机会发言的人——不管代表你的公司还是代表你的部门——这本书都是为你写的！

发言 本节旨在区分发言的各种类型，并提供一些切实可行的建议，以使你的发言更有成效。

既然我们在谈及“发言”这个词时用的是它最常用的意义，我们就可以分下述几个领域进行讨论：

1. 说明：你的目的是不是“阐明问题或推销产品”？

有许多培训或教育计划都应归入这一范畴，因为它们提供的正是有关新技巧、新知识或新态度的认知性信息。

它可以采取在扶轮社（Rotary Club）或基瓦尼斯俱乐部（Kiwanis Club）每周一次的聚会上致辞的形式，也可以采取由首席执行官在公司引进新软件时对几百名员工讲话的形式。

不管是在何种场合，也不管面对的是何种听众，这种发言的主要目的都是提供信息。

著名未来学家马文·塞特隆（Marvin Cetron）为了进一步强调这一目的的重要性，曾说过，85%以上的新信息来自会议。

2. 激励或游说：有一种观点，认为促使我们行动起来的激励力量应该是发自内心的。

我们对此并无异议。

不过，“给我们的电池充充电”总是有好处的，就像遍布全球的大型励志团体所做的那样。

一些享有盛名的演讲者“做自己分内的事”，以激励他们的听众去做“更大更好”的事，这种情况屡见不鲜。

尽管这类发言在市场上也占有一席之地，但它们的效应通常持续不了太久。

听众一般在一两周之内就会恢复老样子。

不过这类发言还是很重要的。

3. 推进行动：这类发言的形式可以是某一酒店的销售经理游说协会管理人员或会议组织者，促使他们把即将举行的会议或年会安排在这家酒店，这也是一种“推销”。

其形式可以简单到两个人就某一特定问题进行讨论，以达成一致意见，并推进行动，也可以是一个人对整个购买团体或机构进行产品推销。

<<游戏比你会说话>>

编辑推荐

《游戏比你会说话》美国培训与发展协会主席爱德华·斯坎奈尔畅销全球的经典著作之一，111个易学易用适用广泛的游戏，使您的演讲、会议和培训即刻妙趣横生，效果倍增！

《游戏比你会说话》游戏特点：
易于应用：游戏时间短、易学易用。

费用合理：不需要为做游戏而购买任何东西，即使需要花钱，也只是一点点。

参与性强：能帮助人们集中注意力，帮助人们思考、反应、谈话，更重要的是，它能寓教于乐！

风险性低：《游戏比你会说话》中的任何游戏均经不同参与者在多种场合进行过多次实验，效果良好。

适应性强：几乎可以应用于任何场合，并且有助于强调你要在谈话中阐明的论点。

即使稍做改动，也能够保持原有的风格与特色。

目的单一：当运用游戏来阐释或说明一个主要论点时，收效最为明显。

<<游戏比你会说话>>

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>