

# 《说服》

## 图书基本信息

书名：《说服》

13位ISBN编号：9787030153425

10位ISBN编号：7030153421

出版时间：2005-5

出版社：科学出版社

作者：杰瑞·魏斯曼

页数：253

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《说服》

## 内容概要

《说服:全球顶尖企业的商务沟通之道》以活泼的文字，深入浅出的分析了商业演示的内涵，提出以演示对象和听众的需要为突破点而进行演示的原则。作者用多个实例，一针见血的解析了听众的心理，并有的放矢地使用相应的演示策略和方法。《说服:全球顶尖企业的商务沟通之道》具有很强的实用性，作者介绍的商业演示策略为多家美国公司采用，反响极好。

《说服:全球顶尖企业的商务沟通之道》语言简练，幽默轻松，令读者富有兴趣。由于包括YAHOO！，COMPAQ等公司的实际应用，更使得《说服:全球顶尖企业的商务沟通之道》成为管理者和销售人士的宝典。

# 《说服》

## 作者简介

作者：(美国)杰瑞·魏斯曼 译者：陈亮 刘超 左科华 杰瑞·魏斯曼，全球著名的商务沟通大师，世界排名第一的商务演讲教练。因其神秘的培训班而闻名于世界。魏斯曼个人的客户名单读起来如同一世界一流公司名录，其中包括像雅虎、康柏、英特尔、Intuit、思科、微软等众多最具知名度的公司。魏斯曼的技巧已经帮助过400家公司客户精心制作其IPO路演演讲，并在股票市场上筹集到数千亿美元的资金。他还帮助另外400家上市公司和即将上市的公司制作和发布了大量关键的商务演讲。

# 《说服》

## 书籍目录

前言：以历史为序

导言：创造Aaahs!时刻的魔术师

第1章 了解你的听众

第2章 WIIFY的力量

第3章 获取创造力：脑力激荡的扩展性艺术

第4章 发现你的结构

第5章 抓住你的听众

第6章 视觉沟通

第7章 让文字说话

第8章 让数字歌唱

第9章 用图表使故事更流畅

第10章 赋予故事生命

第11章 个性化定制你的演讲

第12章 致胜一击

附录A 专业工具

附录B 演讲的自检对照表

致谢

# 《说服》

## 编辑推荐

在快节奏的当今世界，清晰，准确与高度简洁的沟通对每个商务人员来说都必不可少，《说服:全球顶尖企业的商务沟通之道》作者是世界排名第一的商务演讲大师杰瑞·魏斯曼，曾为微软、思科、雅虎等400多家全球顶尖企业CEO做过大量的商务演讲培训。在本书中，他浓缩这400多家公司数千场关键性商务演讲的经验精华，一步步地讲解了发表强有力演讲的艺术与技巧，强调以听众的利益为归依，把商业说服力渗透进故事编创、叙述结构，开场白、起承转合设计、幻灯片及图表制作等基本技巧中去，帮助读者掌握说服挑剔的听众，从而大大提高其商务沟通效果，赢得商业成功和个人发展机遇。

《说服:全球顶尖企业的商务沟通之道》已成为诸多全球顶尖企业管理人员和销售经理的培训宝典，并已经帮助杰瑞·魏斯曼的客户公司赢得数千亿美元的收益。本书是拓展个人发展空间的有力工具、打造优秀商务团队的必修课程，提升企业竞争能力的培训读本，适合于渴望提升商业说服与沟通能力的所有商务人员，特别是职业经理人、企业中层主管、销售经理、营销人员，也可以作为企业内部商务沟通培训教材和MBA商务沟通课程参考书。

# 《说服》

## 精彩短评

- 1、嗯很棒的，改变自己的书。
- 2、不错
- 3、这本书不错，写如何做商业presentation的方法论，比较全面了。但是这些理论还是得持续的实践练习锻炼，演讲做presentation的能力才能真正提高吧。
- 4、作者的早期书了，很多后来的见解在这本里都有体现。
- 5、感觉一般般吧。我觉得，如果按照作者的做法来做，最大的可能也就是清晰的陈述出自己想要推销的产品，离说服还是有相当的距离。
- 6、道理基本熟知，主要是多练
- 7、佩服魏斯曼
- 8、很久以前读过，现在想来，其实读这种书无用，经验+情商吧
- 9、一般般，
- 10、可能工作上用得少 感触不深
- 11、任何想做好PPT的人，都应该看一看
- 12、好书应该给更多人看啊，为什么不进货？
- 13、#每天一本书# 第23天，《说服》，评分：4。本书讲述了讲故事的艺术、如何让观众响应号召、采取行动。这里强调练习：你需要在完成基本的准备工作之后，花费充足的时间来打磨和练习你的演讲。由此，练习之前所做的不过是“基本的准备工作”！
- 14、从素材到思路，算不错。1、说服：把听众所持的立场带到你的目标上，让听众理解、信任、行动  
2、思考what ' s it in for you ?对听众有什么好处，区分买点和卖点 3、脑力激荡法，找到所有的概念、想法 4、组织叙述结构：开场、内部连结、外部连结
- 15、嗯，书主要是用来指导商业演讲的，其实，平时也用得上，至少摩羯座用得上，呵呵，
- 16、从朋友那里借来，发现非常棒。可惜市面上都没有卖的。于是，占据着朋友的书，迟迟不还。呵呵卓越快进货吧
- 17、与其说是在说演讲，不如说是在教我们做ppt，思路清晰，简明实用。
- 18、这些书的确不错，但是主要是自己要act起来，不然的话看多少书都木有用处
- 19、读到一半放弃了，说白了就是个FAB法则
- 20、比较注重一些成功案例和技巧
- 21、演讲的精髓
- 22、presenting to win希望再进货
- 23、行之有效、有实质内容，可以算是本教人如何成功做好演讲和报告的教科书，有点复杂，除非平时工作经常接触这些，否则看一遍是不够的
- 24、建议想要改变自己的人看看这本书，希望能得到启发。
- 25、1，主题（目的）2，给你的好处3，逻辑清晰4，简要
- 26、是我喜欢的感觉，值得多看
- 27、1.了解你的听众，为听众着想，从A到B点；了解听众的需要  
2.WIIFY - 这对听众有什么好处  
3.获取创造力 - 脑力激荡  
4.发现你的演讲结构  
5.开场白 - 抓住听众  
6.视觉沟通 - 文字沟通 - 数字说话 - 图表  
7.赋予故事新的生命  
8.个性化定制你的演讲  
9.制胜一击  
10.如何制作好的PPT，如何讲好故事，反复练习，组织措辞
- 28、有感觉，但是还是和大部分营销类的书籍一样，都是很多实例。。。
- 29、说的不错，但也只是不错而已。不过为什么在书评里看到了刘润的名字？
- 30、前后花了近1一个月时间读完此书，总结如下：一句话表达不清楚你的主题，那么这注定是一场失

## 《说服》

败的演示。

- 31、：
- F715/2446
- 32、Presentation是一门技术活
- 33、如何进行一场让人记忆深刻的演讲。
- 34、MS跟一门课很相似呀。找来读。
- 35、时刻记住目的，讲好自己的故事。为更好的演讲提供了切实可操作的建议
- 36、书的下半截作者忙乎培训赚外快去了吧，没有好好写的赶脚呢。
- 37、对我来说，有点杀鸡用牛刀。最后面总结了全书。
- 38、一本讲演讲本质的好书
  
- 39、看看
- 40、垃圾书 叙述太啰嗦 非常浅显的道理却反复唠叨个不停 看了70页看不下去了~~不知道怎么有人会大力推荐这本书？！
- 41、不是关于沟通而是关于演讲的书，这两个差别还是很大的
- 关于PPT方面，全面而且实用的好书
- 42、授课、演讲、销售必读
- 43、大道至深
- 44、演讲的实用教材。。。适合初学者。。
- 45、太懒没学好
- 46、其实我也只是断断续续看。。。
- 47、很好的入门教材 口语化练习感受颇深
- 48、理解，行动行动行动~~~
- 49、对presentation很有用
- 50、和影响力很像
- 51、作者将自己从事编剧等生动描述行业的经验与商业契合得到成功。可以从这本书中得到些许经验。
- 52、老生常谈。但是结构清晰立据充分就是了。
- 53、最大的问题是没亮点。
- 54、比较经典，一生的发言演讲都离不开这几个基本的，从听众出发，讲好处而非性能
- 55、演说的核心要素：1、B点（你的目的）；2、WIIFY（给对方带来的好处）；3、罗马柱（所有阐述点和关键核心点）；4、结构流程（如何组织演说的内容，结构、顺序？）。

# 《说服》

精彩书评



## 章节试读

### 1、《说服》的笔记-第150页

图表的应用一定是辅助性的，不能用过多的数据堆砌，在版面上有个好玩的原则从左到右

### 2、《说服》的笔记-1

1、无论是正式的演讲发言，所有的交流都有一个共同点——把听众从他们在你开始演讲时所持的立场（我们称之为A点）带到你的目标（我们称之为B点）上去，而这一动态的转移过程就是说服。

2、把一位听众从A点带到B点面临的挑战：听众缺少信息（uninformed）他们对你以及你的业务知之甚少；充满疑惑（dubious）他们怀疑你的业务并准备质疑你说的一切；充满抵触（resistant）听众处在一个与你的目标对立的位置上，并决意保持这种位置。

3、商务演讲的五宗罪：缺乏清楚的要点——听众往往听完了演讲还不知道演讲者要讲的是什么；没有说出听众的利益所在；缺少一个清楚流畅的叙述结构；太过于细节化；太过于冗长；

4、实践为听众着想原则的一个基本做法是，展示好处而不是性能。

### 3、《说服》的笔记-2

1、要做到一切为听众照相，一个关键的要素是要不断的问这个关键的问题：这对客户有什么好处，通常要用：WIIFY来表示：what's in it for you?

2、性能不等于好处。

3、在构造WIIFY时，要看清楚自己的听众：“这对你有什么好处”中的“你”是谁，远离错误的你，要把我们以及我们的故事推销给成分复杂的多个听众群体。每个群体都有各自的偏好、目标、倾向、兴趣和需要。

### 4、《说服》的笔记-第73页

演讲要让右脑发挥作用，跟着意识流走，不要让左脑横加干涉。

### 5、《说服》的笔记-第17页

多数演讲的问题：

- 1.缺乏清楚的要点。
- 2.没有说出听众利益所在。
- 3.缺少清楚流畅的叙述结构。
- 4.太过细节化。
- 5.太过冗长。

### 6、《说服》的笔记-第69页

演讲的五个关键要素

- 1.故事编创
- 2.图表设计
- 3.发布技巧
- 4.演讲专业工具
- 5.问答技巧

## 7、《说服》的笔记-第1页

## 8、《说服》的笔记-3

1、左脑控制逻辑功能，与结构形式次序排列有关，倾向于以一种现行的一次性处理一件事情的方式运作，右脑控制创造性功能，与思想概念有关，本质上是非线性的。右脑会根据一种无法以逻辑解释的连接方式在各种想法之间跳跃。演讲是一个创造性的过程，必须从运作右脑开始。

2、口语语言是左脑控制的，不怎么关心逻辑语法或者句式的规则，也不关心连贯性，而书面语言的产生倾向于左脑控制——逻辑、语法、拼写和标点。

3、在“为听众着想”时，要从3个角度分析听众：身份——听众包含哪些人？身份角色是什么？知识水平如何？

4、当进行脑力激荡时，要保持右脑起支配左右。

5、clustering要将写满白板的40-50个概念减少为5-6个罗马柱，每个柱子下面有一组下属概念，这样就不必花时间从细节层面去组织众多概念，而是从35000英尺的高度组织它。

# 《说服》

## 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：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)