

<<成功的商业推介>>

图书基本信息

书名：<<成功的商业推介>>

13位ISBN编号：9787505103122

10位ISBN编号：7505103121

出版时间：1999-01

出版时间：红旗出版社

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>

<<成功的商业推介>>

内容概要

在这本《完全傻瓜手册》之中，您将得到：关于如何安排一次推介说明的通俗易懂的全面认识。

关于如何安排有说服力并且有信息量的会议的策略。

关于如何安排您的宣传材料与视觉辅助手段的宝贵建议。

关于如何处理棘手的、对抗的问题的实用性建议。

为您提供迅捷而便利的帮助，使您完整全面地安排您的推介；实事求是的建议，在您与听众之间构架起理解的桥梁；克服紧张情绪不二法门。

<<成功的商业推介>>

作者简介

<<成功的商业推介>>

书籍目录

第一篇 三思而后行
第一章 作必须进行推介！

人们需要最新的情报！

什么是推介说明呢？

为什么必须进行推介说明？

推介说明提供了分享和保护信息的可能性
吸引听众参与到你的推介中来吧
明确要点，表现深度
把观点写下来，难道不是上策吗？

写作成文，耗对多多
书面形式，过于正式
傻瓜也要记住的是
第二章 为什么要进行推介说明呢？

推介说明是传递信息的捷径
现在的情况怎么样啦？

瞧一瞧，看一看 产品展示与说明
商业计划及商业策略
推销你的主意吧！

听着，我有个主意！

你或许应当考虑这个问题
推介说明可以帮助你推销你的产品或者服务
向公司外部的买家推销你的产品或者服务
推介说明有助于阐释技术性较强的内容和项目
傻瓜也要记住的是
第三章 推介讲解的形式是多种多样的
有多少位推介者呀？

“独奏”
“二重奏”
“三重奏”、“四重奏”、“五重奏”
有多少听众呀？

大庭广众之下的推介说明
小型聚会上的推介说明
一对一的推介说明
推介是否正式呀？

<<成功的商业推介>>

这是很正式的推介哟！

这不是正式的，别太紧张过敏
是“一锤子买卖”还是定期进行的推介说明？

与听众的关系

你是“圈内人”

你是“圈外人”

异地同时进行的推介讲解

电话会议

电视会议

傻瓜也要记住的是

第四章 我没有进过表演学校！

商业推介并非公开演讲

卓有成效的商业推介所必备的特质

公开演讲所必备的特质

每一天，你都在运用推介的技巧

每天，你都在说服人们倾听你的推介说明

每时每刻，你都在交谈、会面中分享信息

傻瓜也要记住的是

第二篇 我谈什么呢？

第五章 了解听众是谁、决策者是谁，以及你想达到什么目的
谁在倾听呀？

谁是关键听众？

谁是有影响力的人物？

听众需要什么样的信息呢？

什么东西会影响你的观点呢？

傻瓜也要记住的是

第六章 结构合理，屡战屡胜

选择适当的结构，满足听众的要求

突出信息

推介说明，意在告知

在介说明，旨在推销

“擒贼先擒王”，瞄准实力派人物

集中火力，攻克实力派人物

周详地考虑潜在的问题

周密地考虑每一个可能的难题与挑战，布下“天罗地网”

傻瓜也要记住的是

第七章 以信息为基础的推介，百试不爽

<<成功的商业推介>>

以信息为基础，而不是以事实为基础

新闻记者聚焦于5Ws

以信息为基础，强调的是知道什么，思考什么，做些什么

以信息为基础来安排信息与事实

弄清背景、信息以及路线图

填上事实素材吧

傻瓜也要记住的是

第八章 怎样才能使一次推介说明成为一个

统一的整体呢？

对以信息为基础的推介讲解，可以“大而划之”

首先应当打好框架

傻瓜也要记住的是

第九章 富有说服力的结构有助于推销你的主张

你有什么主张或者办法吗？

以听者之心来思量吧

对于游说的关键性回答

我为什么要听你的？

发生什么事了？

我们应当做什么呢？

我们怎样才能做到呢？

这样做的代价是什么？

我们必须为此提供什么样的资源？

我们将获得什么样的好处？

我们怎么知道自己一定能够得到这些好处？

什么东西会出问题？

你希望我做什么？

为什么？

你现在希望从我这儿得到什么？

你怎样才能准备好推介和提纲？

推介实例之一

推介实例之二

傻瓜也要记住的是

第三篇 强有力的支持 场地以及视觉辅助

第十章 你应当保证，“我已经将房间布置得舒适而有亲和力了。”

<<成功的商业推介>>

”

了解你的场地

检查仪器，带好备用设备或了解何处可得备用设备

布置好音响设备及照明设备

精心地设计小组推介的过程

有策略有技巧地安排角色

为推介以及衔接做好基础安排

仔细准备脚本以及记录

有时候，你非准备脚本不可哟

傻瓜也要记住的是

第十一章 视觉辅助手段有助于传递信息

何时使用视觉辅助手段，效果最佳？

用多少最好呢？

言简意赅，开宗明意

简要地概括行动步骤，突出关键术语

注意保持“水平方向的一致性”

突出重点词语

用图画和图表来阐释你的概念

为你的插图找个好题目

根据关键词，选择合适的图示

“简”为上

去掉一切琐碎的东西

将条目限制在“5”个以内

善用色彩，功效神奇

傻瓜也要记住的是

第十二章 仔细甄选视觉辅助的媒介

透明胶片是常见的辅助手段

透明胶片为你提供方便多多

透明胶片多用于非正式的推介

透明胶片多用于中小型的派对

透明胶片多用于中小型的房间

幻灯片便于携带，却难以控制

幻灯片适用于正式场合

幻灯片适用于大型场地和大型会议

电脑制作的幻灯片在推介表演时面临较大的风险

活动挂图使用方便，便于交流

活动挂图适用于关键时刻的非正式的会谈

活动挂图适用于交流性的会谈

水能载舟，亦能覆舟 多媒体技术的应用

多媒体本身就可以成为一场表演

有选择、有目的地使用录像

傻瓜也要记住的是

第十三章 提供书面材料

为什么要提供书面材料呢？

听众喜欢有所依循

<<成功的商业推介>>

书面材料可以使听众免去记笔记之苦
书面材料使听众开心满意
提供什么样的材料才好呢？

使用视觉辅助资料的复印件，每页安排三个视窗，效果甚佳
在书面材料上，可以补充额外的信息
加上原稿或者提纲，效果更好
什么时候分发材料为妙呢？

我在上面讲，听众在下面看材料，怎么办？

面对突如其来的提问，我该怎么办？

傻瓜也要记住的是
第四篇 整装待发
第十四章 整装待发
设计你的形象与风格
你想传达怎样的信息呢？

恰当着装，低调持重
在非正式的轻松氛围下，如何着装才算合体呢？

你是在发表声明吗？

好的形象，有助于维护你的信用与威望
推介派对是否正式？

与你的听众保持和谐统一
不妨穿得比听众稍微正式一些
着装的色彩，反映出你的品味
穿出自己的个性，自然地展示自我，但是应当注意光线对着装效果的影响
注意服装的图案，格子的运用，制造视觉上的“幻像”，扬长避短
女士非要“包装”不可吗？

淡妆通常是必不可少的
浓妆艳抹，大可不必
选择饰物的要领：务必减少注意力的分散！

忌用活动或者闪光的饰物
傻瓜也要记住的是
第十五章 我不应当紧张！

平静冷漠，比紧张更糟糕
平静冷漠，是有风险的
活在剃刀边沿，未尝不是一种幸运
紧张之中，传递着热情与真诚
理清自己的情绪，知己方能知彼

<<成功的商业推介>>

很少有小丑式的推介者

记住，每一个听众都是有血有肉的人

调息以凝神

呼吸，吞咽 吞咽，呼吸

目光交流

听众抵达之前，要做好准备

熟悉机器设备

当听众到场时，你应当站在推介者的位置上

准备充分之后再开口吧

开始推介之前，应当环视一遍听众席

扫视四角

将视线凝注在一个人身上，直到冷静下来

告诉听众，应当关注什么

傻瓜也要记住的是

第十六章 在推介之前先用餐吗？

何时饮食为佳？

吃些什么呢？

忌食之物！

咖啡因把你刺激得跳起来！

<<成功的商业推介>>

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>