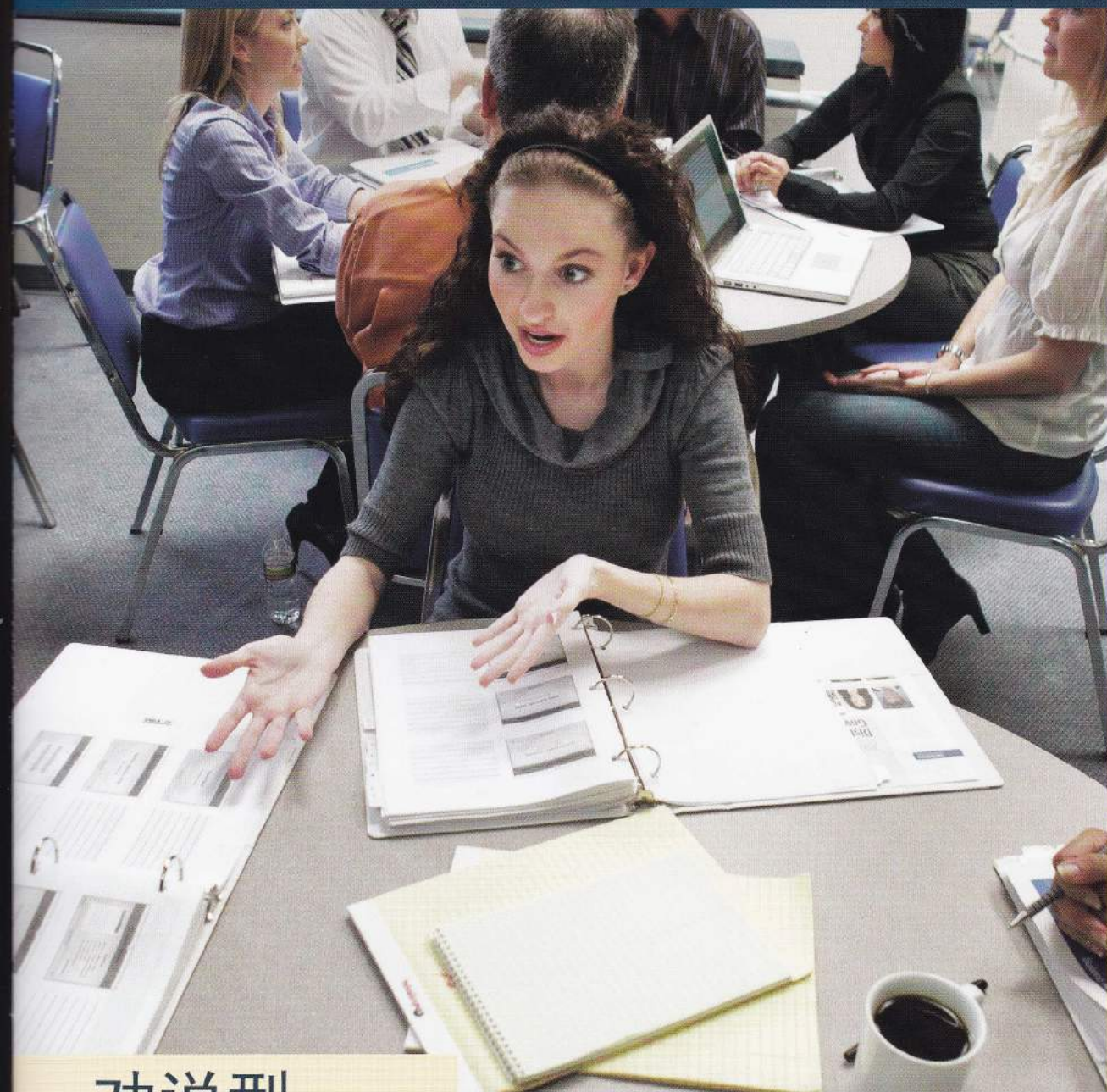


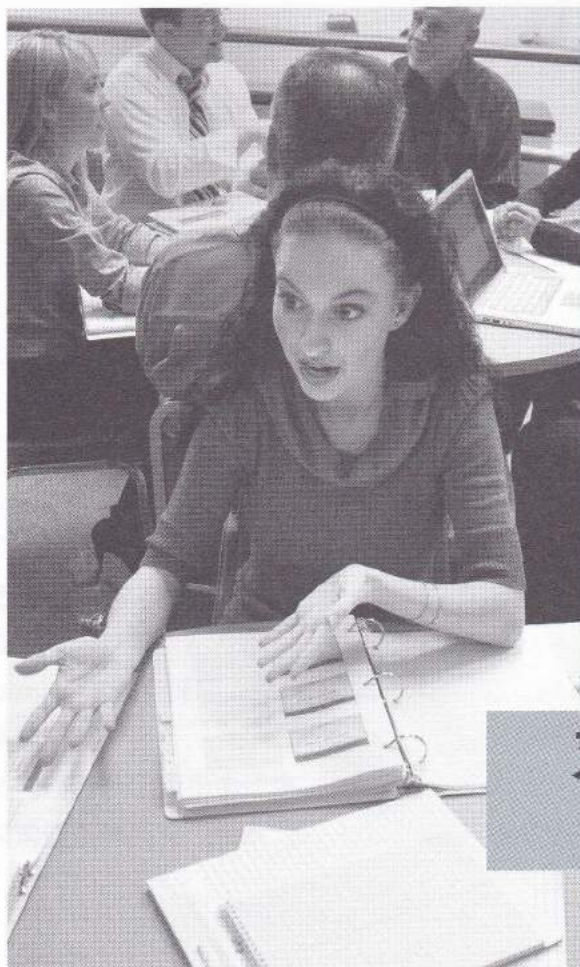
TOASTMASTERS
INTERNATIONAL



劝说型 演讲

高级沟通系列





劝说型 演讲

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 CS226I



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：有效的销售人员	6
第2单元：攻克电话销售	11
第3单元：优胜提案	17
第4单元：解决异议	21
第5单元：劝说型领导	25
附录	28
角色扮演	28
作业完成记录表	29
Toastmasters 教育课程	30
教育荣衔要求	31
高级沟通员 (AC) 荣衔申请表	33
高级沟通系列列表	35

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末列出的其他要求时，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衔。

简介

想一想认识的那些已在职业、社区和个人生活上达到目标的成功人士。是什么让他们如此成功？如果能找出他们共有的一个性格特征，那么这一点就很可能成为说服他人的能力。

想要成功，影响他人并劝说他人接受自己的想法、产品或服务的能力至关重要。劝说能力能帮助你获得一个新工作、升职、完成更好的交易以及销售更多产品。通过说服人们支持自己的提案和想法甚至是选为干部，能够改善所在社区。劝说技巧能改善个人、家庭和朋友的的生活：你可以说服伴侣去自己梦寐以求的热带度假、说服女儿更加努力学习、说服儿子学钢琴或说服最好的朋友与自己一起参加高尔夫球比赛。

劝说能力还是领导力的重要部分。领导们能够用劝说的力量激励他人达到目标。

如其他演讲技巧一样，劝说也是可以学习的，只需练习即可。本手册将为你提供这方面的帮助。

在第 1 单元，你将学习销售人员销售廉价产品时所使用的劝说技巧。第 2 单元练习“电话销售”技巧。第 3 单元学习如何发表劝说型提案。第 4 单元练习说服听众接受自己对争议话题的观点的技巧。最后一个单元将学习影响听众与自己一起达到某愿景和使命的领导技巧。

前两个单元要求与同伴一起进行角色扮演。一定要阅读附录中的角色扮演信息。

这些任务都富有挑战性，但会为你提供不同场合说服他人的宝贵经验。

执行简介：

成功销售人员关注买方、拥有良好的聆听技巧、为买方创造价值、展现可信度并保持良好态度。通过理解人们做决策时的思考过程，组织自己的语言和行动配合该过程。提问题发现买方的问题或需求，然后说明自己的产品或服务如何解决该问题或需求。

目标：

- ▶ 学习在零售店销售廉价产品的技巧。
- ▶ 认识买方做决策时的思考过程。
- ▶ 通过提问了解潜在客户的信息。
- ▶ 用最合适的产品匹购买方情况。

时间：8 至 12 分钟

有效的销售人员

劝说是影响他人想法和行动的过程。销售职业中的劝说过程最为明显。每天，销售人员都在说服人们购买产品或服务。如果你不是销售人员，在与挨家挨户拜访的销售人员、电话推销员和店员打交道时，你就会作为一位消费者参与销售过程。很可能，你曾至少一次被特别优秀的销售人员说服购买其产品，即使并不需要或想要它！

本单元将介绍销售中的劝说过程，并练习在商店销售廉价产品的技巧。因为买方需承担的风险或现金投资极小，销售低成本产品与贵重产品或服务不同。（将在第 2 单元中学习两者的差异。）你将学习尝试在说服他人接受自己想法的情况下所能用到的基本劝说原则。还会在本手册的其他单元中应用这些原则。

成功销售人员的素质

全球大部分销售经理和零售店培训员认为，成功的销售人员与只求生存的销售人员之间存在几个素质差异。

- ▶ 关注买方。成功的销售人员关注买方及其需求。也许你曾遇到这样一位销售人员，他只注重产品给你留下印象，而忽略你的意见和问题。或者一开始就挑明，如果你现在从她那里购买，公司将会奖励她去夏威夷旅行。这些销售人员都只关心自己而非买方。
- ▶ 拥有良好的聆听技巧。成功的销售人员都是优秀的聆听者。他们不仅提供产品或服务信息，还聆听顾客的心声，鼓励他们提供有关自身需求、目标和问题的信息。
- ▶ 为买方创造价值。成功的销售人员希望以最可行、最有效的方式帮助顾客满足需求、达到目标。他们诚实展示产品，以及该产品将如何满足（或无法满足）客户需求和目标。
- ▶ 展现可信度。买方偏爱与自己尊敬和信任的销售人员合作。你的可信度通过自己的产品、竞争者的产品和行业知识整体体现。沟通技巧也会影响可信度；要能清楚表达自己的想法和积极简明地影响买方。可靠性对可信度也会产生一定影响。优秀的销售人员坚守承诺。
- ▶ 保持良好态度。成功的销售人员友好、有礼貌、有耐心。

买方需求

如上所述,成功的销售人员关注买方。也就是说,他们组织好语言和行动,随时准备影响买方。他们了解人们购买时的思考过程。无论交易量大小,都组织好语言和行动配合该过程。

Norbert Aubuchon 在其著作《解剖说服力》一书中描述了买方使用的五步思考过程。你在购买商品时,很可能也是遵循这样的思考过程:

1. **需求确认。**购买过程从买方有未满足的需求开始。
2. **认识重要性。**买方意识到了需求的重要性,必须有所行动。
3. **寻求满足。**买方寻找办法满足意识到的需求。比如,如果你觉得无聊,可能会去书店花几分钟时间找些书来读。如果需要新车,可能会花几周时间看看不同型号并试驾。
4. **选择评估。**一旦确定可行的选择,就开始研究搜集的信息并对比每项选择与自己的需求。
5. **作出决定。**考虑过信息和选择后,就开始做决定。你也许会决定购买某样东西,或决定这次什么都不买。比如,在书店看过侦探类、旅游类和历史类书籍后,决定购买一本旅游书籍。也许看了几周的车后,你认为买新车在当前的预算之外。

沟通技巧会影响可信度;要能清楚表达自己的想法和积极简明地影响买主。

认识到该过程并将其融入自己的交流内容中,说服他人购买产品的机会就更大。

销售策略

任何销售情况的第一步都是与买方建立密切关系。大家都偏爱与喜欢的人交易,因此,要让买方喜欢自己。做业务前先闲聊一阵,闲聊可让买方对你有初步了解。谈谈天气、当前活动、路上遇到的交通状况和其他公众普遍关心的话题。这些不具威胁的交流会让双方放松,便于你自然地过渡到业务。

下一步(销售工作的基础)是发现买方及其需求、目标。与其像许多销售人员一样销售,倒不如通过提问和听取买方的回答来发掘尽可能多的信息。你的目标是要从买方那里获得足够的信息,以便于介绍适合其需求和情况的产品。

获取所需信息最好的方式就是提问。当然,你不想用过多的烦人的问题轰炸买方,而通过提问几个精心选择的问题,更可能获得所需信息。比如:

你是做什么工作的?

进展的如何?

在什么时候、什么地方开展工作?

为什么这么做?

与谁一起完成?

有什么问题吗?

希望在哪方面有所改进?

买方的前四个答案可帮助你确定其当前状况,后两个问题则帮助你确定买方可能在经历的问题和希望看到的改进。

这些问题并不适合所有场合,有时需要适当调整。比如,假设你在一家电器商店工作,一位潜在顾客在看烤箱。你的第一个问题可以是:“你需要家用烤箱还是商用烤箱?”(列表中第一个问题“你是做什么工作的?”的一种问法)。随后可以问“现在用的是哪种烤箱?”(进展的如何?与谁一起完成?)“用了多长时间了?”“可以烤多少片?”“有多大?”(在什么时候、什么地方开展工作?)“只用来烤面包吗?”(为什么这么做?)“满意这个烤箱吗?”“该烤箱的工作状态如何?”(有什么问题?)“你希望新烤箱有什么其他功能?”(希望在哪方面有所改进?)

请注意,不要问答案只有一个字(是或否)的问题。最佳问题是以什么、如何、为什么开头的问题,因为答案长一些。

记住,不是只能问上述问题。认真聆听买方的回答,根据回答继续提问。这些后续问题也许会给你更多关于买方及其需求的信息。

解决买方的问题

发现买方的情况后,就能介绍可行的解决方案。

该解决方案就是你要介绍的产品或服务。该产品或服务必须能满足买方说明的需求,合适且令人满意。某些情况下,满足买方需求的产品不止一个。在这种情况下,为买方指出所有的解决方案。有时,你可能会意识到没有一件产品适合买方。如果是这样,坦诚说明。与其说服客户购买一件明知不合适的产品,还不如失去一宗销售。虽然可能失去这次销售,但保留了客户的信任与尊重。

与客户讨论解决方案时,一定要指出解决方案的特点。特点是该产品区别于其他产品的事实。比如,在上述情景中,烤箱能烤四片就是其特点。四片烤箱上的每两个插槽均可单独设定,也是它的一个特点。其他特点可能包括插槽宽,其中两个加宽。

虽然特点很重要,但并不是顾客购买产品的理由。人们购买产品,是因为产品所能带来的好处。好处是指该产品将为他们做什么。这些好处应与买方描述的问题直接相关。在四片烤箱例子中,宽插槽能烤百吉饼和其他糕点(通过提问发现,这些是买方喜欢吃的早餐)。宽插槽便是一大好处。

获得承诺

发现买方的需求和问题后,展示满足这些需求的解决方案(产品),并指出该解决方案的特点和好处,询问买方承诺。通过以下信号,可以知道已经到达客户准备承诺购买的阶段:

- ▶ 买方微笑或点头
- ▶ 买方的确定话语,如“听起来不错。”
- ▶ 买方提出有关价格、供应情况和服務的问题。

人们购买产品是因为该产品的好处。其好处是指该产品能为买方做什么,应直接与买方的问题相关联。

收到这些信号后,就是获得承诺的时候了。部分销售人员进行这一步时会有些犹豫,害怕客户拒绝或显得咄咄逼人。但如果不询问承诺,就有可能得不到。

开始以询问买方是否有任何问题并回答结束销售。如有需要,简要回顾产品特点 and 好处,然后微笑而自信地询问买方是否想要购买该产品。买方说“是”时,再次肯定他做出了正确抉择,继续销售。

你的作业

本单元包括五部分。首先,例会前选出同伴,一起挑选情景进行3至5分钟的角色扮演。你将扮演销售人员,遵循所述流程,销售从商店选出的一件低成本产品。你的同伴扮演潜在买方。也许是销售咖啡机、工具或玩具。不要排练。确定自己和同伴都阅读了附录中的角色扮演信息。

下一步,进行3到4分钟有关销售中用到的劝说过程的演讲。这会帮助听众更好地理解演讲目标并评论演讲。之后,简要介绍挑选的角色扮演情景和同伴。最后,与同伴扮演该情景3到5分钟。

与同伴、听众一起简短(2到3分钟)、非正式地讨论发生的劝说过程,作为总结。你可能想问,你可以怎么说或怎么做以更有效果,或其他类似问题。

评论指南有效的销售人员

标题_____

评论员_____

日期_____

评论员须知：此次演讲的目的是让演讲者和另一个会员进行角色扮演。演讲者扮演商店销售人员，另一位会员扮演潜在客户。销售产品由演讲者决定。演讲者首先简要介绍销售中使用的劝说过程，帮助听众更好地理解演讲目标并评论演讲。其次介绍角色扮演内容和同伴，然后开始角色扮演。最后，演讲者引导同伴和听众简要讨论角色扮演。建议演讲前先阅读整个单元内容。除口头评论外，请写下以下问题的回答。

- ▶ 演讲者对零售廉价商品时使用的劝说过程的解释如何？
- ▶ 演讲者能与买方建立密切关系吗？
- ▶ 演讲者提的问题有多大效果？演讲者如何使用后续问题引出更多信息？
- ▶ 演讲者做了什么，表达对买方的专注和关心？
- ▶ 演讲者表现出对所销售产品的了解程度如何？
- ▶ 演讲者的态度是否友善、谦恭、礼貌？
- ▶ 演讲者对获得买方承诺所做的工作有多大效果？
- ▶ 演讲者能说些什么使其更加有效？
- ▶ 演讲者在销售过程中的哪些行为特别出色？

执行简介：

销售贵重产品很有挑战性，因为潜在买方会比较犹豫，销售过程可能持续数周或数月。将自己定位为买方的资源，简化其工作、优化产品，更有可能做成交易。买方会将你看作是他们团队的一员，更加忠于你和你的产品。

目标：

- ▶ 学习电话销售贵重产品或服务的技巧。
- ▶ 认识买方假定的购买风险。
- ▶ 通过提问帮助买方发现现状中的问题。
- ▶ 成功处理买方的异议和疑虑。

时间：10 至 14 分钟

攻克电话销售

第 1 单元学习了销售廉价产品时非常有用的劝说过程。但销售贵重、复杂产品或服务（如电脑系统、软件、商业设备或机器甚至是房子和汽车）的方法又不同。在本单元，你将有机会练习电话销售贵重产品或服务时使用的劝说技巧，并学习如何成功处理异议。

危险交易

销售涉及的金额越高，潜在买方就会越犹豫和谨慎。人们在分配大额现金时，通常对自己推断的个人风险特别谨慎。购买失误的商业人士承担的后果可能不仅仅是坏产品或服务。其风险还包括失去上司和同事的尊重，降职甚至是失业。于私而言，犯一个代价高昂的错误可能意味着个人损失或长期困扰我们的麻烦。如果发现当地学校不符合自己的标准，便不会购买原本是桩好交易的新房子。因为自己的不理智购买行为，孩子们得上私立学校，也就意味着要取消家庭度假和付出其他牺牲来支付高昂学费。于公于私，不理智的购买决定还会影响买方的自信心和自尊心。风险太大时，潜在买方有充分的理由保持谨慎。

劝说过程时间不一，可能要数天甚至数月时间完成。第 1 单元学习了五步购买过程：需求、认识、寻求、评估和决定。购买昂贵、高风险产品或服务时，每个步骤更明显，时间也更长。通常，销售人员要应对购买端一名以上人士，因此在大多数机构或家庭，重要和昂贵产品的采购须经数人批准。同时，因为有较大风险，买方更有可能在购买过程中提出反对意见，销售人员要能巧妙回答，令买方满意。

电话销售

第 1 单元学习了如何提问以挖掘潜在买方信息。之后用这些答案帮助买方寻找最合适的产品。产品较为廉价，因而买方认为风险极小。销售的情况也不一样。买方已认识到新烤箱的需求，在寻找关于解决方案的信息。但在许多销售情况下，不是买方接近销售人员，而是销售人员必须寻找买方，即致电潜在市场客户。这类销售称为“电话销售”。

电话销售对销售人员是个特别的挑战，因为要努力使他人改变（接受新产品、服务或做事方式），这时买方也许还没意识到有这个需求或问题。

通常，人们对于探索考虑问题的新方式有所犹豫。对他们而言，现状良好，不愿做些事情来影响现状。有时日常工作太忙，没时间反思现状和确定改善的办法。如果你尝试告诉他们如何改善，甚至解释清楚这些改善如何有必要并影响他们，买方会习惯性反对，特别是风险很大时。人们只有在自己认为有必要改变或有利时才会改变。成功的销售人员发现，必须温和地鼓励买方自我发现改变有必要且有利，然后让他们认识到你能够协助顺利改善。

第 1 单元讨论了可信度，这是成功销售人员所应具备的素质之一。可信度通过自己的产品、竞争者的产品和行业整体知识展示。可靠性等良好的沟通技巧也会影响可信度。

销售昂贵产品时,可信度所起的作用更大。如果人们不喜欢你也不信任你,当然不会给你大笔钱或花很多时间跟你说话。如果他们怀疑你对自己和产品的描述虚伪不实,无法兑现承诺或仅仅是与你不合作,就更是如此。如果买方喜欢你、信任你,就想抽出时间给你,给你一些重要信息并继续从你那里购买。买方会信任你,如果你:

- ▶ 诚实介绍你自己、你的产品和经验
- ▶ 实事求是说明产品能和不能为买方做的事
- ▶ 与买方沟通,建议潜在问题,提供解决方案并迅速回答买方提出的疑虑
- ▶ 关心买方及其需求,而非自己和自己的需求

通过电话销售,在买方可能还未意识到有需求或问题时,销售人员努力说服他人改变。

成为资源

很多销售人员都过于关注销售产品或服务,将其当成首要任务,而忽略了买方。成功的销售人员将买方当成首要任务,自己的责任就是帮助和服务他们。

现在,销售人员将自己定位为买方的资源 - 该行业的专家。作为专家,你必须非常了解商业领域、趋势甚至是竞争者。还必须了解买方的业务(历史、产品和目标),能帮助改善其产品、生产力和质量,为买方省钱。努力为买方简化工作、优化产品并使其在上司、同事以及自己的客户面前表现优异时,买方就会把你看作是团队的一员,忠诚于你和你的产品。

关心地提问

第1单元讨论了找出买方及其需求与目标所应提出的问题。销售任何产品时,不管昂贵还是廉价,都要仔细组织问题措辞,避免买方产生反抗心理或感觉被操控。

“你不想省下几千美元电话费吗?”“如果我能证明这个小装置正是你所需要的呢?”是你可能听到的最常见的销售方法。这些问题会立刻引起买方的戒心 and 不安。如果他们肯定回答,也知道随后便有销售说辞。如果否定回应,看似他们未将公司或家庭的最佳利益放在心上。无论是哪种方式,他们都觉得自己愚笨和被操控了。作为销售人员,要避免将潜在买方置于这种境地。请记住,买方非常聪明。销售方法应反映这点,提的问题也是。

比方说,想象自己正在向企业销售 Quiknreliable 复印机。你约了 Zee 公司的 Spendthrift 先生。介绍完自己和互相寒暄之后,你开始提问。

你: Spendthrift 先生,请问你现在使用的是哪种复印机?

买方: 我们使用的是 Budgetwise 复印机。

你: Budgetwise? 我知道这个品牌。你使用的是 SLO 还是 SLP 型号?

买方: SLO 型号。我们已经用了 10 年了。

你: 是的,确实经久耐用。这种型号是单边复印机,一分钟能复印 10 页。这款机器用得怎么样?

买方: 非常好。工作状态不错。我们复印的东西不多,所以很适合。

你: 真高兴听你这么说。你似乎非常满意,没有任何问题。

买方: 机器工作状态非常不错。有时也出故障。一般在繁忙的时候,如我们为董事会准备年度预算和报告时,要复印成千上万份,我想是机器使用过度了。

你: 然后发生了什么?

买方: 技术服务工程师经常一天甚至更长时间不来,只能等到他来修好。这就耽误了一些事情。有几次我们只得将一些文件送到外面的店复印。

你: 这么说你喜欢这个复印机,但有时在关键时候出故障,又要等一段时间才能修好。有时候还得花钱到外面复印东西。

买方： 是的。但一年中只发生过几次。整体来说我们还是很满意的。

你： 需要校订文件吗？

买方： 是的。我们所有的报告都有几页。员工手动校订。

你： 我从报纸上了解到，贵公司正在扩大规模，要在其他地方开设几家办事处。这对你有什么影响？

买方： 我们的工作量会明显增加。我们将有更多的通信，我们还计划在半年度报告外增加月报。

你： 很不错。你的员工呢？工作量也会增加吗？

买方： 也许不会马上增加。我们只需要更努力工作，安排好时间。

你： 复印的情况会有什么变化？

买方： 我还没想过这个问题。应该会有更多复印工作吧。

你： 听起来要更忙了。有没有可能考虑再购买一台复印机或替换现有这台呢？

买方： 我想，如果价格合理又能更快复印（甚至能双面复印和校订），公司服务合同又好，也许可以考虑再买一台。你们的复印机如何？

你： 我们的复印机一分钟最多能复印 25 张，双面复印，一次校订 30 份文件甚至还能用订书机装订起来。我们保证，你打电话三个小时内我们的技术服务工程师就会赶到。这里是几个型号的宣传册。我认为 2FST 型号也许最适合你。

买方： 嗯。还能校订和用订书机装订？

你： 是的……（继续说与买方和其公司已知信息相关的产品功能和好处。）你还想了解哪些信息？

买方： 我想知道你所说的这个产品多少钱，是否有优秀的售后服务，还有这款复印机一天能处理的量。我要写进文件里让采购员审核。

你： 我可以给你写个提案，回答所有这些问题。还有什么其他信息是你或采购员想知道的吗？这里还有谁需要这些信息或我们应跟谁商谈？是否需要更多的宣传册？

如果能进展到这一步，很可能会做成交易。结束讨论时，回顾买方必须做什么以推动进展以及你要做的事。“Spendthrift 先生，你刚才说会跟采购员商谈并安排一次会议。我也会根据刚才的讨论起草一个提案……”。

请注意你（卖方）提问以“什么”或“如何”开头的问题的频率。通过这些问题，让买方在没有压力或被迫防卫的情况下考虑他的复印情况。日常工作过程中，买方也许并未考虑过太多有关复印机的问题，未来复印量会如何变化就考虑得更少了。在你的帮助下，他认识到了潜在问题并发现了解决方案。你甚至还未提到自己的产品，买方就表明准备考虑购买来解决问题。你也未对买方现有复印机或当前使用劳动密集的工作方法校订文件作任何负面评价。还要注意，你可以为买方提供资料。优质宣传册和其他产品材料能增加可信度，给买方提供更多信息以供日后参考，必要时也可展示给别人看。

但是，并不是每次与客户接触都能成交。有时，潜在买方坚持没有问题，对产品不感兴趣或你的产品不符合买方情况。聪明的销售人员会认识到这些，不尝试改变买方的想法。

解决异议

有时, 买方可能对产品有异议或疑虑。“产品太贵”或“对我们没用”是销售人员最常听到的评价。

通过认真倾听客户对你问题的回答, 证明产品确实能帮助客户, 能避免异议。如果产品确实不能解决买方的问题, 他就能合理反对。这时, 承认并优雅离开。如果已知产品存在的潜在问题, 承认问题, 解释并再次保证。比如, 如果已知产品价格比竞争者的高, 坦白承认后说明, 你的产品与竞争者的产品有何不同并且更好, 这些特点和益处如何使其值得付出更高的价格。

另一种避免异议的方法就是等待, 直到买方表明愿意考虑解决你帮助发现和阐明的的问题。买方认识到并承认问题存在前, 过早讨论产品可能会让买方产生防御和反抗情绪。

即使仔细规划, 还是有可能出现异议。不要忽略。认真倾听异议, 承认问题后仔细思考。有误解吗? 是否有些东西没解释清楚? 你可能想要提供额外信息或换种解释。

异议也许是隐藏问题或提问时未考虑到的方面的征兆。可能需要用“什么”和“如何”开始的问题进一步深掘, 利用答案发现隐藏的问题。

有时, 买方会提出不相干的异议。比如, 假如在销售汽车, 买方也在认真考虑某个型号, 这是你的最后一辆, 以后不会再进货。买方查看车子时说: “装饰看起来很单调。”与其防卫或反驳买方, 还不如说: “是有点。你想看一下光盘播放机吗?” 你承认了这个问题, 决定自己无能为力, 这样的小问题不可能妨碍销售, 之后继续销售。

你的作业

本单元包括五部分。首先, 例会前选出同伴, 一起挑选情景进行 5 至 7 分钟的角色扮演。你将扮演打销售电话的销售员, 销售自己选择的昂贵产品。你的同伴将扮演潜在买方。也许是销售办公设备或维修服务、健身设备或安全系统。可能的话, 你希望有宣传册或其他资料参考提供给潜在买方。

不要排练。确定自己和同伴都阅读了附录中的角色扮演信息。

然后, 进行 3 到 4 分钟有关贵重产品电话销售中用到的劝说过程的演讲。这会帮助听众更好地理解演讲目标并评论演讲。然后, 简要介绍挑选的角色扮演情景和同伴。最后, 与同伴扮演该情景 5 到 7 分钟。

与同伴、听众一起简短 (2 到 3 分钟)、非正式地讨论发生的劝说过程, 作为总结。你可能想问, 你可以怎么说或怎么做以更有效果, 或其他类似问题。

评论指南攻克电话销售

标题_____

评论员_____

日期_____

评论员须知：此次演讲的目的是让演讲者和另一个会员进行角色扮演。演讲者扮演销售人员的角色，对一位潜在买方电话销售贵重产品或服务。销售产品/服务由演讲者决定。演讲者简要介绍电话销售中使用的劝说过程，帮助听众更好地理解演讲目标并评论演讲。其次介绍角色扮演内容和同伴，然后开始角色扮演。最后，演讲者引导同伴和听众简要讨论角色扮演。建议演讲前先阅读整个单元内容。除口头评论外，请写下以下问题的回答：

▶ 演讲者对销售贵重商品时使用的劝说过程的解释如何？

▶ 演讲者对获得买方信息所做的提问有多大效果？

▶ 演讲者的问题对帮助买方发现的问题有多大效果？

▶ 买方主动谈论前，演讲者是否避免谈论产品？

▶ 演讲者对买方提出的异议和疑虑处理得如何？

▶ 演讲者能说些什么使其更加有效？

▶ 演讲者哪方面做得好？

执行简介:

如果你希望计划获得通过,必须用积极影响听众的方法表述想法,确定提案回答了下列问题:我的目标是什么?听众是谁?听众想要或需要什么?你希望听众做什么?计划是什么?结果会怎样?结束时请听众批准。

目标:

- ▶ 准备一份提案,提出想法或行动步骤。
- ▶ 用提供的六步方法组织提案内容。

时间:5至7分钟

优胜提案

劝说过程的另一个类型是提案。在公司和社区,提案是向一群人表达自己的想法,希望说服他们接受这些想法。比如,部门经理可能需要上司批准修改部门架构,因此他制定了一个提案。也可能是学校校长必须说服学校董事会购买新课本,向董事会呈递一个提案。设计工程师想要改善公司产品之一,起草一份提案呈交给老板。

如果你希望计划或项目获得通过,必须用积极影响听众的方法表述想法,而最佳办法就是仔细做一份提案。在本单元,你将学习创建一份肯定能获得批准的提案的六个步骤。

成功路线图

起草一份提案就好像计划一次自驾跨国旅行。没有路线图就很难到达目的地。如果问自己下列问题,就能确保提案成功:

1. **我的目标是什么?** 你的目标是整个提案的基础。问自己:“我想通过该提案实现什么?我希望发生什么?”把答案写下来。内容要精简、简单、有重点。假如老板让你想办法阻止之前一直困扰公司的盗窃事件。经过调查,你草拟了一份阻止盗窃的提案。“提高公司安全”这个目标对于一份有效提案来说太过模糊。
“安装安全系统防止公司盗窃损失”就比较清楚,突出重点。应该用少于25个字说明自己的目标。
只关注近期目标。也许最终目标是安装一个高科技系统。但如果只让你找出防止盗窃的办法,必须首先让管理层批准安装任何安全系统。在这种情况下,你的近期目标就是批准安装安全系统。管理层批准后,就可以准备和呈递有关红外线激光安全系统的提案。
2. **听众是谁?** 听众是你向其呈递提案的团体。应该是有权执行提案的人或团体。这些人了解提案主题吗?他们在社区或公司的职位是什么?这些人是否要向其他人报告?是否有应该考虑的任何其他影响他们的人(比如会计、系统分析员)?对听众了解的越多,所做的提案就越有效。
3. **听众想要或需要什么?** 其利益何在?如果想让听众接受自己的提案,必须用听众愿意接受的方式呈现。从听众而非自己的角度说明问题。比如,如果提案要求公司花一大笔钱,就要了解公司目前的财务状况和该提案的影响。预算有限还是已经提高?最近有没有裁员或招聘新人?该提案最终是否为公司节省资金?你还应考虑该提案对未来的计划。是否计划将其扩大?在市场上保持竞争力的计划是什么?提案应解决这些需求和利益,指出计划将如何影响这些方面。

做提案时,因为需要的信息可能无法轻易获得,确定听众的想法、需求和利益也许是最艰难的工作。也许要进行研究、阅读报告和与人交谈。用提问和倾听技巧找出所需数据。

4. **你希望听众做什么?** 提案的目的就是说服听众采取某些行动。你想让他们采取哪些行动? 提案应包括一个简单观点, 清楚、准确指出想要听众做的事。“要减少公司因盗窃造成的损失, 我认为要批准安装安全系统。”
5. **计划是什么?** 提案应包括所提计划如何执行的想法。内容不要太详细。信息太多会让听众喘不过气并感到困惑, 信息太少又只会出现问题与疑问。将自己放在听众的位置考虑问题。如果你是听众, 要做决策需要知道哪些信息? 提供合适信息量的关键在于, 做好准备回答谁、什么、何时、何地、为什么等基本问题。提供有帮助的支持信息, 适当时还包含成本。
6. **结果会怎样?** 提供计划产生的效益。“安全系统会减少或消除 80% 的盗窃事件, 公司每年将减少 5 万美元的存货损失。”一定要使收益与听众的需求、想法和利益一致。

如果想要听众接受自己的提案, 必须从听众的角度解决问题。

提案结束时, 请求听众批准。一般来说, 人们害怕进行这一步, 因为怕被拒绝。但正如前几个单元所述, 如果不问决定, 很可能就不会有结果。

如果可能, 提供一个时间范围。“如果你今天批准安装安全系统, 下周五就可以装好。”听众都喜欢知道如果批准提案, 何时能看到结果。

写完提案后, 仔细审核, 思考第 1 单元讨论的购买过程。人们在完成五个购买步骤前不会购买。你的提案应引导他们完成购买过程。如果提案没有这么做, 进行相应更改。

你的演讲

准备时, 切记要让你的演讲:

- ▶ **简单。** 避免复杂句子和技术词汇。
- ▶ **有逻辑。** 让自己的想法符合逻辑、有顺序, 让听众能够轻松跟上并理解信息。
- ▶ **有目标。** 指出提案的积极和消极方面。如果可能, 给出克服消极方面的建议。

提案应包含一个简洁的观点, 清楚地表明想要听众做什么。

你的作业

使用从自己专业或其他兴趣获得的材料, 设计和呈交一个 5 到 7 分钟的提案, 提出想要一群人接受的想法或行动。如果想请 Toastmasters 会友扮演一个角色, 请让会议总主持人提前说明角色内容。准备和陈述提案时, 请遵照上述过程进行。

评论指南优胜提案

标题

评论员

日期

评论员须知：演讲者要准备和介绍提案，提出想让听众批准的想法或行动步骤。建议演讲前先阅读整个单元内容。除口头评论外，请写下以下问题的回答。

- ▶ 提案的目标清晰程度如何？
- ▶ 提案对预期听众的针对性如何？
- ▶ 演讲者是否说明了提案的消极和积极方面？
- ▶ 提案是否结构组织良好、有逻辑？
- ▶ 演讲者的陈述效果如何？
- ▶ 演讲者能说些什么使提案更加有效？

- 提案对预期听众的针对性如何？

- 演讲者是否说明了提案的消极和积极方面？

- ▶ 提案是否结构组织良好、有逻辑？

- 演讲者的陈述效果如何？

- 演讲者能说些什么使提案更加有效？

执行简介:

有时,演讲者必须向听众演讲一个与自己观点不同的有争议的问题或话题。

进行这类演讲时要敏感而机智。认可听众的观点,然后表达自己的观点和优势。找出认同点。用故事和趣闻阐明观点、表达可信度,并使用幽默。回答问题时,保持冷静,积极回答,并以正面陈述结束。

目标:

- ▶ 准备演讲争议话题,说服听众接受或至少考虑自己的观点。
- ▶ 组织演讲语言,吸引听众的逻辑和情绪。

时间: 7至9分钟演讲, 2至3分钟问答时间

解决异议

有时,商业人士、政府官员和社区领导必须就争议问题或话题向持反对意见的人进行演说。这些情况都给演讲者以挑战。演讲者不仅要陈述自己的观点和理由,还必须应对与驳斥反对意见,让听众认同(或至少比较接受)自己的观点。在本单元,你将学习如何说服听众至少考虑(如果不接受)你对争议问题的观点,并回答听众可能针对该观点提出的几个问题。

了解听众

正如前几个单元所学,尽可能地了解听众对达成交易或使提案被接受至关重要。就争议问题或话题对听众进行演讲时也是如此。要取得成功,必须组织自己的谈话内容,解决他们的疑虑。比如,假如与老年人谈论为什么他们应给一个提高税收的提案投票。听众的问题是什么?主要疑虑是什么?假设你的分析显示,大多数听众为固定收入人群,没有多余的钱。因为过去几年,该城市减少了许多为老年人提供的服务,他们很不安。你的演讲内容应该解决这些要点。

组织演讲内容

准备这类演讲时要敏感而机智。如果太咄咄逼人,听众会争辩。如果不够有说服力,他们就会漠视。你想给他们留下一个真诚、友善和重视他们问题的形象,值得他们注意。

计划演讲时,一定要阐述:

- ▶ **自己在这个问题或话题的立场。**诚实、坦白地对待听众,谈话开始大约一分钟内告知他们你自己的立场。如果不告诉他们,会使其迷惑或产生不信任感。
- ▶ **反对观点。**当你认可他们的观点和其他人的反对观点时,听众会愿意聆听并考虑你的看法。使用较早搜集的有关听众及其疑虑的信息。认可这些观点和疑虑,仔细解释这些为什么不必要。可能时,用事实支持你的解释。要机智,否则可能会冒犯或激怒听众。
- ▶ **你的观点的优势。**听众想要知道,为什么他们要相信你的观点。指出你的观点的优势,也要用事实支持,巧妙处理。表示对听众和观点的尊重与关心。
- ▶ **认同点。**如果找到你和听众都同意的方面,听众会更愿意接受你的劝说工作。比如,听众是老年人,想要更安全、无犯罪的社区,你也希望如此。向听众指出这点,确定增加税收可提供这些的方法。
- ▶ **号召采取行动。**结束时让听众做些事情,不管是按建议的投票、写信给政府官员还是为你的目标捐款。无论演讲多有说服力,如果听众没有行动,你的努力就毫无价值。

强化信息

表达观点的方式与内容有同等重要的影响。你可以用下列方式强化劝说信息：

- ▶ **以故事和趣闻的方式阐明观点。**用示例、故事、趣闻、比喻和类比的方式支撑事实。
- ▶ **使用描述性文字。**在听众脑海里描绘强烈、生动的画面，帮助记住所说内容。
- ▶ **展示承诺。**不要害怕从自己的观点来表达信念。在适当的情况下，用声音和手势传达关心、气愤和担忧，必要时充满热情、心情愉快，但不要太过夸张。如果看起来很假，可信度就会减少。
- ▶ **调动听众情绪。**当你的信息有理有据时，感召力也会有所帮助。如果你对家长听众进行学校职能方面的演讲，你可以唤起他们对孩子的爱，以及他们对保护和培养孩子的渴望。同样，激发爱国心可能会帮助说服退伍军人。
- ▶ **使用幽默。**幽默能帮助你与听众建立联系。它是打破僵局的一个好办法，表示你没有把自己或该场合看得过于严肃。也有助于让听众感兴趣，缓和消极情绪，让他们更能接受你的信息。
- ▶ **营造可信度。**你的个人形象在很大程度上影响听众对你及所讲内容的看法。穿着整洁、衣服合体，根据演讲场合挑选服装。
- ▶ **维持眼神交流。**在大多数文化中，直接看着别人的眼睛代表真诚。演讲时无法面对别人的直视意味着不关心、不自信、不真诚或狡猾。与听众建立眼神交流的演讲者比不进行眼神交流的演讲者更加诚实、坦率、可靠、友好和熟练。注视每个听众，能够说服他们你是真诚的，是关心他们的。
- ▶ **注意自己的声音。**心理学家 Albert Mehrabian 发现，人们被演讲者声音影响的程度是真实演讲内容的五倍，因此，可将你的声音作为一种劝说工具。好的演讲声音应该洪亮、清晰可辨、善于表达，以让听众觉得有趣、悦耳、享受。练习演讲内容，特别注意这些音质特点。

通过承认听众和他人的反对观点，加强他们聆听和考虑你的观点的意愿。

回答问题

通常，此类演讲之后要回答听众的问题。问答时间的处理与演讲内容同等重要。对问题的不恰当回答会破坏演讲已有的积极影响。准备问答时期所投入的时间要与准备演讲的时间一样多。如果做到以下几点，就会成功：

- ▶ **提前预见可能的问题并准备答案。**
- ▶ **保持冷静。**不要生气或焦躁。即使人们对你很粗鲁，也要一直礼貌相待。
- ▶ **一次回答一个问题。**有时，一个人会问多个问题。只回答一个问题，确定所回答的问题能传达自己的目标。如果有人打断，忽略，继续说完想法后叫下一个人提问。
- ▶ **用积极的态度回答所有问题。**给出答案前，不要重复负面问题或言论。比如，有人问：“为什么你反对让老年人免费乘坐市区公车？”如果这样回答：“我反对是因为...”，会表达负面感受，暗示自己不关心老年人面临的交通困难。更好的回答是“我知道交通对老年人来说很困难。探访家人、朋友、医生、去购物、看电影和出去吃

对问题的不恰当回答会破坏演讲已有的积极影响。

饭对你们很重要。但我们的城市公共交通系统已经负债运营，而这个城市生活着5万多位65岁以上的老人...”。

- ▶ **小心应对充满敌意的问题。**对全体听众而非提问者给出答案，回答后避免与提问者眼神交流。如此，这个人就没机会提问后续问题，回答问题后立即叫场内另一片区的人提问。
- ▶ **以正面陈述结束。**提问时段后，你之前所说的信息通常可能会被淡忘。以强有力的结束语终止问答时间，重申自己的立场。

你的作业

在本单元，要准备、排练并发表7至9分钟的演讲，提供建议后，说服听众接受或至少考虑你对争议问题或话题的看法。挑选一个通常不受欢迎的观点，确保听众都会反对。演讲完后，听众现场提问2至3分钟。

评论指南解决异议

标题_____

评论员_____

日期_____

评论员须知：此次演讲，演讲者要说服听众接受或至少考虑他或她对争议话题的观点。演讲内容要从理性和感性的角度感染听众。之后，演讲者现场回答听众问题。除口头评论外，请写下以下问题的回答。

- ▶ 演讲者就其观点的演讲内容的说服力如何？
- ▶ 演讲者引起听众理性和感性共鸣的效果如何？
- ▶ 演讲者使用故事、趣闻和幽默增加演讲效果的适宜程度如何？
- ▶ 演讲者看起来真诚、友善、关心听众？
- ▶ 演讲者的声音和眼神交流如何帮助达到演讲效果？
- ▶ 你觉得本次演讲的劝说程度如何？为什么？
- ▶ 演讲者能说些什么使其更加有效？
- ▶ 演讲者的哪些话语特别有效？
- ▶ 演讲者看起来对提问问题的准备程度如何？
- ▶ 演讲者积极回答所提问题的效果如何？

执行简介:

领导人必须具有说服力。通过演讲组织大家,敦促他们获得比独自能获得的更高的成就。通过与他人交流自己的愿景和使命,展现领导力,并说服他们采取行动。充满热情,讲述与所说观点相关的生动、激动人心的故事。

目标:

- ▶ 与听众交流自己的愿景和使命。
- ▶ 说服听众朝着自己的愿景和使命努力。

时间: 6至8分钟

劝说型领导

纵观历史,人们向来尊重站出来代表公众大胆说出其想法的人士,即使他们很少按照公众的意愿行事。几十年来,美国的黑人一直被忽视和虐待,直到民权运动领袖马丁·路德·金站了出来,在运动中与众结成同盟,引发了大规模的社会改革。慈善修女会特蕾莎修女致力于帮助穷人,宣传穷人的困境,感动了成千上万的群众在其道德信念和决心的领导下采取行动。

这些站出来发表演说的人,大部分都成为了领导者,因为他们能阐明并确认人们的感觉、希望和理想,然后统一并激励他们行动起来。领导者在本质上是劝说型演讲者。通过演讲组织大家,敦促他们获得比独自能获得的更高的成就。

你不必像马丁·路德·金或特蕾莎修女一样进行变革。普通公民集中力量朝着一个目标努力,就能像这些著名人士一样做出有价值的贡献。如果精通劝说演讲,就能在社区、工作场所甚至是 Toastmasters 分会促进大的变革。在本单元中,你将准备和发表演讲,激励听众帮助你达到目标。

激励型领导

大多数人都想要有目标。希望朝着对自己、家人和社区有利的目标努力。他们拥有一些模糊的变革想法,希望纠正不公平现象和改善每个人的生活质量。但每天要应对挑战,觉得自己没有时间或精力做这些事。经常觉得无力改变现状,不知所措。

领导者理解这些人和他们的生活,甚至可能自己也过着这样的生活。他们可以感受到这些人的想法、重视的事、他们的希望以及每天面临的挑战和挣扎。但主要的区别在于,他们的态度不同。领导人非常乐观,能跳出日常生活的困苦,想象存在的美好可能,也能表达人们的想法、价值观和希望,让他们看到可能性。有了信念的力量,就能统一群众,引导集体力量,朝着共同的目标努力。

这样的领导有几个特点:

1. **心怀愿景。**他们想象希望未来发生的事。愿景给了他们目的和方向,然后转化成目标、计划和行动。他们能在心里想象希望出现的情景。假如想要改善社区公园系统,从想象希望看到的公园开始: 大片柔软、绿油油的草地; 漂亮的树木、各色的花朵; 满是笑容的小孩在秋千和滑梯上玩耍; 情侣们手牵着手沿着弯曲的小路散步; 一家人在树下野餐。
2. **负有使命。**使命是愿景的简化版,是一个简短的陈述,定义领导工作的目的和基础。比如,如果想改善例会,你的使命也许是“组织良好、出席率高、参与人员乐在其中并准备好履行职责,会员热情支持,从而让所有会员达到自己设定的目标。”

领导者能阐明并确认人们的感受、希望和理想,能统一并激励他们行动起来。

3. **与他人交流愿景和使命。**只有领导者看到愿景和使命还不够,还必须让其他人也看到,说服他们达到该使命。必须积极沟通并解释愿景和目标,激发他人的兴趣,使其理解。
4. **说服他人采取行动。**领导者必须理解其他人的需求和想法,能在口头上将他人的需求和想法与愿景和使命联系起来。达到愿景和使命对他们而言意味着什么?有何益处?采取行动的好处超过现状的好处时,人们就会受到激励,帮你达到愿景和使命。

交流愿景和使命

遵循以下几条建议,发表能够联合、说服和激励一群人达到愿景和使命的演讲:

- ▶ **勾画生动的画面。**使用描述性的华丽文字。用非常直观的术语定义概念。
- ▶ **使用故事和趣闻。**讲述与所说观点相关的生动、有趣的故事。讲述他人克服困难达致愿景的真实故事。
- ▶ **引人注目。**用肢体语言、手势和面部表情给语言增添感情和重点。将语言用行动表示出来。
- ▶ **充满热情。**如果想让听众对自己的愿景和使命充满热情,你自己必须先情绪高昂。演讲时展现激情。你的热情表示,你非常相信自己所说的话。

领导者必须理解其他人的需求和想法,能在口头上将他人的需求和想法与愿景和使命联系起来。

你的作业

在本单元,自己挑选一个愿景和使命,然后准备、排练并发表6至8分钟的演讲,旨在与听众交流愿景和使命,说服他们与自己一起将其变成现实。用学到的所有技巧,使演讲变得有力。如果想让听众扮演一个角色,请让会议总主持人提前说明角色内容。

评论指南劝说型领导

标题

评论员

日期

评论员须知：此次演讲的目的在于，演讲者与听众交流愿景和使命，说服听众帮忙达到。建议聆听演讲前先阅读整个单元内容。除口头评论外，请写下以下问题的回答。

▶ 演讲者传达愿景和使命的效果如何？

▶ 演讲者如何将愿景和使命与听众的需求、想法和希望联系起来？

▶ 演讲者是否使用故事和趣闻来加强劝说信息？

▶ 演讲者还用了哪些其他工具（手势、肢体语言、面部表情等）让演讲更有说服力？

▶ 演讲者是否说服和激励听众行动起来？

▶ 演讲者能说出什么使其更加有效？

▶ 演讲者哪方面做得好？

角色扮演

在角色扮演中,你将扮演特定情景中的自己或其他人。你必须表现得正如自己(或他人)身临其境一般。

你也许会认为像演戏,但其实不是。演员是要将作者的想法带到现实生活中,影响和娱乐听众。在角色扮演中,参与人员不必担心听众,只需关注自己。其目标是正如身临其境一样思考、反应和行动,尽可能地接近这些角色。

角色扮演包含两个基本要素:一个情景和一套角色说明。情景角色扮演发生的情形或环境可能有所限制。

例如,情景可以是:你为一个小公司工作了几年。对一个新产品产生想法,希望将该产品销售给现有客户。角色说明将针对你和潜在买方。你被描述成一个努力工作的职员,非常了解自己销售的产品。潜在买方性格定义为胆小、温顺和小气。在这样的情景下,你必须努力影响买方购买你的一种新产品。你的同伴必须按照定义的买方角色做出回应。

双方都必须妥善应对对方的回应。角色扮演结束后,分析互动情况,确定你可以怎样说或怎样做以更有效果。

角色扮演的目的是给你一个机会学习和练习在无威胁的环境下与人互动。本手册的角色扮演单元给你机会学习和练习应对挑战和现实生活中劝说情景所需要的技巧。角色扮演对每个人的好处:帮助你作为一位沟通者更好地理解劝说过程,听众则可观察互动并从中学习。

在本手册的前两个单元,你将参与角色扮演。你可以选择角色扮演发生的情形或情景,规定每个参与者的角色。不能排练或用其他方式讨论。在会员面前真实演讲的行为和话语应该自然。

作业完成记录表劝说型演讲

单元 演讲标题 日期 文教副会长 签名

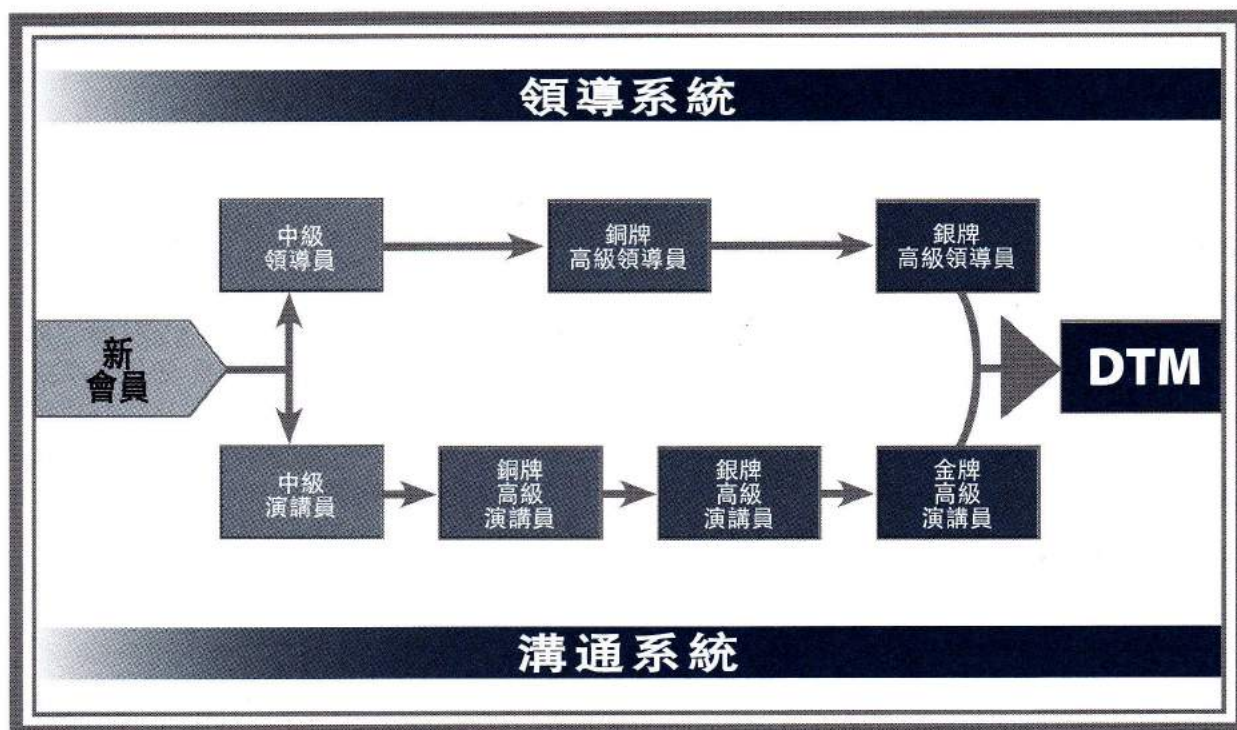
1. 有效的销售人员			
2. 攻克电话销售			
3. 优胜提案			
4. 解决异议			
5. 劝说型领导			

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。





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。

沟通系统

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 高级沟通员 AWARD APPLICATION 荣誉申请表



世界总会收到你的申请之时，你必须是在以下所列分会的当前会员，才有资格申请该荣誉。

Member number
 Club Name
 Club number
 District
 区域
 Date
 日期
 Name
 姓名
 Permanent address change?
☐ Yes
☐ No
 Phone
 电话
 Address 1
 地址 1
 Address 2
 地址 2
 City
 State/Province
 州/省
 Postal code
 邮政编码
 Country
 国家
 Email address
 电邮地址

勾选正在申请的荣誉。然后完成以下相应部分。

☐ Advanced Communicator Bronze
☐ Advanced Communicator Silver
☐ 铜牌高级沟通员
☐ 银牌高级沟通员
☐ Advanced Communicator Gold
☐ 金牌高级沟通员

ADVANCED COMMUNICATOR BRONZE 铜牌高级沟通员

☐ Received Competent Communicator (or Competent Toastmaster) award
☐ 获得胜任沟通员荣誉 (或胜任会员荣誉)

Club number
 分会编号
 Date received
 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》。)

ADVANCED COMMUNICATOR SILVER 银牌高级沟通员

☐ Received Advanced Communicator Bronze (or Able Toastmaster or Advanced Toastmaster Bronze) award
☐ 获得铜牌高级沟通员 (或胜任会员或铜牌高级会员) 荣誉

Club number
 分会编号
 Date received
 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》。)

☐ Conducted two presentations from The Better Speaker Series and/or The Successful Club Series (Presentation date may not be one used previously.)
☐ 主持 The Better Speaker Series 和/或 The Successful Club Series 中的两场演讲 (演讲日期可能不是之前使用的日期)。

Presentation name
 演讲名称

Date presented
 演讲日期

Presentation name
 演讲名称

Date presented
 演讲日期

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,可能要求你次日发表一次此类演讲。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