

韓明文 X 今周刊

TED特刊重點摘要

商業簡報網 / www.pook.com.tw

如果，簡報是一種表達的能力，
那麼，TED簡報就是表達的境界

簡報4P方程式

Perfect = **P**lan + **P**repare + **P**ractice

致勝簡報的三階段十二步驟



一. Plan 計劃階段

STEP

01 確認自己真的有東西值得說

TED主辦單位提供即將演說的簡報者幾個建議，這些重點稱為TED Talk十誡，內容諸如：老梗不能一用再用、夢想得大、創見要新...。但是，在TED Talk十誡之前，應該有個第零誡，也就是TED的立會精神：值得傳播的想法 (Ideas Worth Spreading.)



STEP

02 快點做比做快點更重要

簡報是一種勞心密集型的工作，快點做比做快點更重要，多久之前開始將是簡報成功的關鍵。一場TED等級的簡報，一分鐘的演說時間，至少要花10個小時準備

1:600

STEP

03 分析目標對象

想要成功說服他人，就要知道關於需求的兩個秘密。秘密一、人們其實不知道自己要什麼。因此，真正的需求是：給他們所需要的，但卻不是他們所期待的。秘密二、人們其實不會告訴你真實需求。他們說出口的只是表面需求，他們沒說出口的才是真實需求

STEP

04 設定行動目標

任何美好的想法都必須落實到實現想法的行動，任何簡報到最後都必須是一個行動方案。許多TED講者都是採用CTA (Call to Action) 的方式進行結論，他們希望透過自己微小的力量，讓世界變得比上台之前來得更好



二. Prepare 準備階段

STEP

05 累積想法

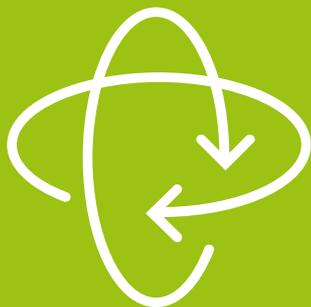
如何讓自己的簡報有趣？數量會是一切關鍵。想法遵循著大自然的法則，量變造成質變。首先你要產生很多差勁的想法，最後才能找到真正有趣的想法



STEP

06 形成主軸

簡報是什麼？簡報是你講的一句很長的話。主軸是一個既合乎邏輯又出人意料的切入點，以一句話的方式收斂所有想法。如此，觀眾才能理解全部內容之間的關聯性



STEP

07 組織想法

自主軸而下，找出簡報內容的三大重點，每個重點再向下延伸出各三個次要重點，採取三點二階的方式組織想法，就能涵蓋簡報的主要重點

STEP

08 製作投影片

使用投影片，就應該從提供觀眾脈絡、重點、證據的角度運用它。擔心忘詞、過度包裝、以大量資訊進行疲勞轟炸，都不是正確的使用方式。不要淪為投影片控，耗費所有心思加以精雕細琢，最後反而疏於口語練習

Present =



三. Prepare 練習階段

STEP

09 練習到100%面對觀眾

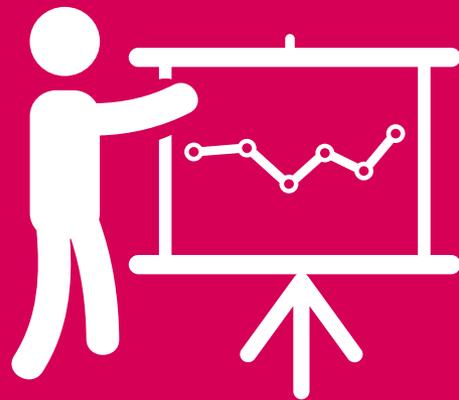
能夠吸引全場目光的簡報者，都是在別人看不見的地方，做了一些不為人知的事情。投影片只能使用簡報者5%的眼力，練習到只用眼角餘光看投影片就能講述的地步，你就能做到100%面對觀眾

100%

STEP

10 該怎麼上台就該怎麼練習

練習不是憑空想像，也不是在心裡準備。想跟講永遠是兩碼子事。具體化的練習模式就是：該怎麼上台就該怎麼演練。期待自己上台時，能有豐富的肢體語言與聲音表情，那麼練習時就該如此



STEP

11 使用備忘稿功能

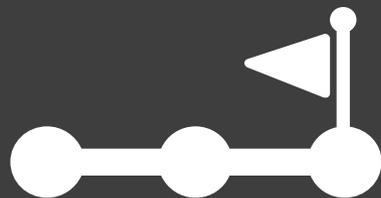
投影片是你的輔助工具，備忘稿才代表簡報者。專業講者不採隨機方式說話，他們口中所講的內容，都是經過精密計算後的話術

STEP

12 找到第一個聽眾

上台前，找個魔鬼代言人，給予自己嚴厲的意見回饋，就能針對缺點快速改進。如果無法取得他人觀點，身為簡報者，就代表你是自己的第一個聽眾，錄下自己的演練過程，就能發現自己所不知道的另一面





簡報並不是一種技巧，
而是一個接著一個的步驟組合

真正提升簡報技巧的方法，其實是自我改變的歷程。從跳躍的準備方式，到依序完成上述三階段十二步驟



歡迎加入 商業簡報網
粉絲專頁



講師簡介

韓明文

商業簡報網站長

暢銷書作者

專職簡報企管講師

500大企業指定簡報講師

鼎新電腦知識學院特聘講師

信瑞企管特聘講師



課程內容



簡報製作原則

邏輯性簡報建構法

商業簡報KPI

商業簡報整合技巧

STP技術性簡報法

高階簡報製作

商業圖表活用術

商業圖解技巧

企劃2.0

商業簡報網 韓明文

M 0930-096593

B 簡單X簡報、企劃+、圖表+、簡報+

W www.pook.com.tw

E mwhan@pook.com.tw