



讓人買單的行銷簡報力

郭恒宏

行銷e學院創辦人

您是否覺得做簡報～

花很多時間準備，成效不佳？投影片設計雜亂，不夠專業？

訊息雜亂無重點，無說服力？上臺緊張沒自信，無影響力？

根據研究有近八成的職場人士不擅長做簡報，懂得簡報你就贏過對手。品牌策略專家 凱瑟琳·卡普塔（Catherine Kaputa）說：「行銷簡報力是要建立個人品牌最重要的能力」，「行銷簡報力」是學校不會教，老手不想教，職場最值得投資的技能；特別是在當今如此高度競爭、一切講求效率、資訊氾濫的科技時代，能在短時間內成功行銷公司、行銷品牌、行銷產品、行銷個人、打開知名度的簡報力，已成為職場上必備、且一輩子都受用的技能。「行銷簡報力」讓你的努力與實力可以被看見！

現在企業希望尋找的理想人才，都希望這個人才具備兩種能力：(1) 能把自己腦袋的想法裝進別人腦袋的能力，要能說出有說服力的簡報是非常重要的能力；(2) 能把別人口袋裡的錢裝進自己口袋的能力，也就是要讓人願意買單的行銷能力就更加的重要，因為全世界最遠的距離不是南極到北極，而是別人口袋裡的錢到你口袋的距離。這兩種能力的結合就是「行銷簡報力」，簡單來說就是「把話說出去，把錢收回來的能力」。「行銷簡報力」是帶有行銷目的的簡報，需要具有說服力才能達

到締結成交的目的，常用於職場場合的簡報。「簡報」不需要長篇大論，簡單扼要的內容反而能贏得掌聲！希望擁有好的行銷簡報力其實並不難，要先對簡報有正確的觀念，透過成功行銷簡報四步驟（4P）（規劃、製作、練習與呈現）來提升四種行銷簡報力，即(1)規劃力、(2)設計力、(3)說服力與(4)表達力（如圖1），已幫助許多大企業與中小型企業職場工作者獲得更多訂單、提升業務成交率、為個人創造更多升遷與加薪的機會，能有效提升職場競爭力！



圖1 成功行銷簡報四步驟（4P）

「行銷簡報力」的重要性

根據研究，有近八成的職場人士不擅長做簡報；美國一項調查統計，人們最恐懼的事情是簡報演說。所以，懂得做簡報你就贏過多數的對手，讓你在職場上出類拔萃。品牌策略專家 凱瑟琳·卡普塔



（Catherine Kaputa）說：「行銷簡報力是建立個人品牌最重要的能力」。暢銷書富爸爸窮爸爸的作者 羅伯特·清崎（Robert T. Kiyosaki）說：「你必須不計一切代價改善自己的演說能力，這是創業成功不可或缺的要素」。演說能力也是各行各業許多成功人士所共同具備的關鍵能力，所以有人說：「學會演講，讓你的人生不斷領獎」。

股神 華倫·巴菲特（Warren Buffett）是公認世界上最成功的投資者，他在與年輕人進行生涯座談時談到，他自哥倫比亞大學商學院畢業後，參加了溝通表達訓練課程，從此改變他的一生；從一個害怕公眾演講的人，轉變為出色的演說家。巴菲特建議年輕人，必須訓練自己溝通與演說的能力，除了要能清楚傳達意見，更要能感動人心。英國首相邱吉爾（Churchill）說：「可以面對多少人說話，意味著他的成就有多大」，說明「行銷簡報力」的重要性。

提升行銷簡報力是一項高投資報酬率的技能，雖然成功者不一定要有好的行銷簡報力，但擁有好的行銷簡報力的人顯然比較容易成功。許多人對簡報抱持「把簡報講完」就好的心態，而未思考簡報是有策略、有目的的溝通，而錯失許多好機會！對企業主、老闆、高階主管或重要客戶簡報時，時間通常十分有限，所以當有簡報機會一定要好好把握。別人對你或你公司的評價，經常是由這些簡報所決定的；特別是當產品（或服務）的差異性越來越小時，簡報能力顯得更為重要。一個好的簡報會令人留下深刻的印象；相反的，不好的簡報會影響別人對你的觀感，也可能會抹滅掉你平日的努力；所以每一次簡報都要全力以赴用心準備，讓你的努力與實力可以被看見！



何謂簡報

簡單來說，「簡報」就是「簡單」的「報告」，用簡單扼要的方式來傳遞訊息以達到目的（如圖2）。簡報是視覺與聽覺的溝通，無論是「開口報告」或「製作投影片」的簡報，都要用簡單扼要的方式來呈現。所謂「簡單」就是：

1. 化繁為簡：將複雜的東西先歸納整理並融會貫通，列出幾個簡單扼要的重點（以不超過三點最好）。PowerPoint的精神在於只講有力（Power）的點（Point），不談太多細節（但需要準備細節內容當補充資訊）、不偏離主題。
2. 容易理解：透過簡化刪除不必要的內容後，仍要讓人覺得淺顯易懂容易理解。要直接，不拐彎抹角，不要用雙否定（例如：這不是不可能、我不會不想去）讓人難以理解。
3. 通俗溝通：專業是要建立在通俗的溝通，而不是賣弄學問，要用對方容易聽得懂的一般對話來溝通，避免用詞過於艱深（如用文言文來表達）。



圖2 簡報的定義



好的「報告」包含三個部分（如圖3）：

1. 形象：是指你的外表服裝儀容及態度給別人的感受。良好的形象可以獲得聽眾的好感，提升簡報的專業性。如果連打理門面這麼基本的事都做不到的人，沒有人會相信你是有深度的人。比爾·蓋茲（Bill Gates）說：「給人好的第一印象，只有一次機會」，強調形象的重要性。
2. 內容：內容要與聽眾相關、對聽眾要實用、有價值、有邏輯性與有說服力才能引起共鳴，讓人願意採取行動。
3. 表達：表達要有自信、清楚流暢，還要注意聲音語調要有抑揚頓挫，並配合適度的停頓，讓聽眾有時間可以思考、理解。



圖3 好的「報告」包含三個部分



成功行銷簡報四步驟（4P）

成功簡報是由四個步驟（4P）所組成，這四個P依序是規劃（Planning）、製作（Produce）、練習（Practice）與呈現（Present）。透過此系統性的步驟來學習，可達事半功倍的效果，快速提升行銷簡報能力（即規劃力、設計力、說服力與表達力），以提升你的職場競爭力！

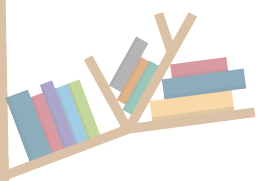
一、規劃（Planning）

成功的簡報表面看來輕鬆，其實每個環節都是經過設計規劃的，也就是作足事前的準備（Prepare），美國開國元老班傑明·富蘭克林（Benjamin Franklin）說：「By failing to prepare, you are preparing to fail.」意思是：「沒有做好準備，就準備好失敗」。簡報不是臨場反應，它是可以事先「規劃」準備的！「規劃」是準備簡報的首要工作，也決定了80%簡報成敗的關鍵。所以，先別急著打開電腦PowerPoint對著螢幕想內容，或者尋找之前的檔案來修改，這樣做可能會讓你的思緒更亂。如果你是一面想、一面製作投影片，容易侷限在投影片的設計表現，而影響你思考簡報的重點、邏輯架構與流程。先從紙上作業開始，透過「六問5W1H（Why、Who、When、Where、What與How）」的方向來做事先規劃（Planning），將大概的想法內容寫下來，以提升簡報準備的效率與效果。以下針對這六問5W1H分別來做說明：



（一）對象（Who）

規劃簡報首要之務是「了解你的聽眾」 Know your audience，在你接到做簡報的任務時，要先以聽眾的立場來思考（換位思考／同理心），了解聽眾的背景、問題與需求，來提出解決方案；因為你的簡報內容、方式、語言等，都可能隨著聽眾背景的不同而有所改變。因此，事前了解聽眾的背景是十分重要的。背景資訊如：年齡、性別、學經歷、教育程度、工作性質、興趣、語言及參加人數等，了解聽眾對這個主題認識有多少？聽眾可能面對的問題是什麼（例如：想創業但創業失敗率很高、業務與行銷團隊水火不融）？對簡報的期望、需求是什麼（例如：成為名利雙收的講師、實現財富自由）？簡報不僅是傳達訊息而已，而是要「預先判斷」聽眾想聽什麼。做簡報（Present）跟送別人禮物（Present）一樣（如圖4），送錯禮（沒有用的資訊）就是失禮，好的簡報讓人「受益匪淺」，不好的簡報會「害人不淺」；要先了解對方想要的，再給予想要的才能獲得認同。簡報的成功與否通常取決於聽眾的反應；所以重點在於了解「聽眾需求」而非專注在「演講者想講的」，也就是利他多一點，自我少一點。特別是越專業的技術人士，越容易陷入這種狀況而不自知，忘了聽眾的問題與需求。一般而言，對象為陌生聽眾、主管或客戶時其簡報型式及用語較正式，如對較熟悉的部門同事或朋友就不用太拘謹嚴肅。



了解你的聽眾之後，接著以簡報目的（Why）、呈現方式（How）與內容（What）的簡報思維架構，來更有效地規劃簡報（如圖5）。

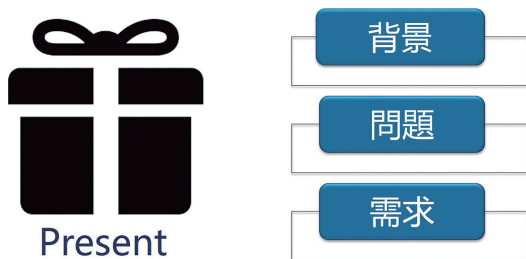


圖4 簡報=禮物 (Present)

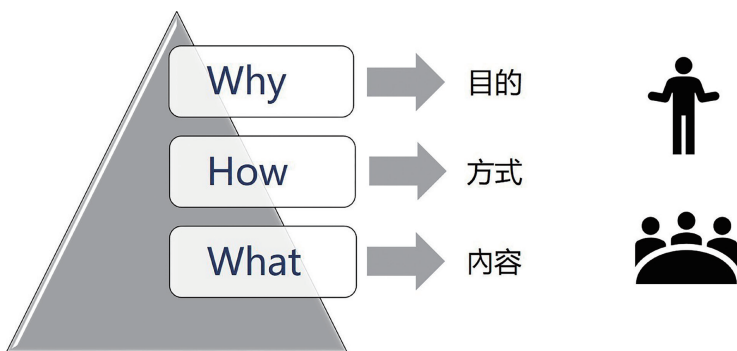


圖5 簡報思維架構

(二) 目的 (Why)

簡報思維架構首先要思考的是簡報目的（Why）：聽眾為何來聽這場簡報？你想達到的簡報目的？（如圖6）。也就是以終為始（Begin with the end in mind.）的觀念，先想清楚了目標，然後努力實現之。因此，應思考你希望聽眾聽完簡報後有什麼想法？要記住什麼？採取什麼行動？或做出甚麼決定？你要幫助大家解決什麼困難？也就是說要預先設定簡報「目的」，即使是別人要你做的簡報也不會



沒有目的；設定簡報「目的」可引導聽眾理解你的想法，最後能「相信」並採取「行動」，它會影響簡報準備方向與成效。

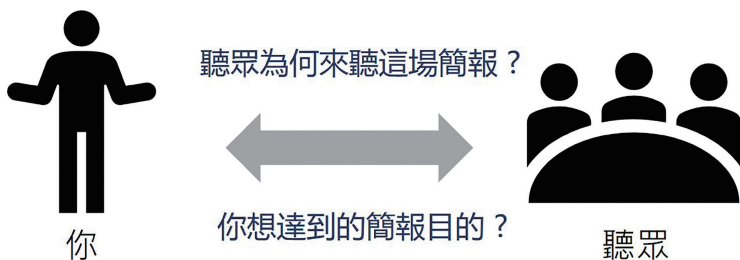


圖6 簡報目的 (Why)

(三) 方式 (How)

在清楚了解簡報目的後，接著要思考的是簡報方式 (How)：聽眾如何才會認同？你如何達成簡報目的？(如圖7)。用聽眾容易接受 (如對聽眾的好處)、精準表達、符合邏輯的方式來說，才能更省時省力達成簡報的目的。另外，要思考如何能讓聽眾留下深刻的印象？例如：你的論點要符合邏輯、有具公信力的數據；利用有趣的故事來增加吸引力與說服力；提供對聽眾實用的資訊，並告訴他們改變的好處等方式，都能讓聽眾留下深刻的印象。

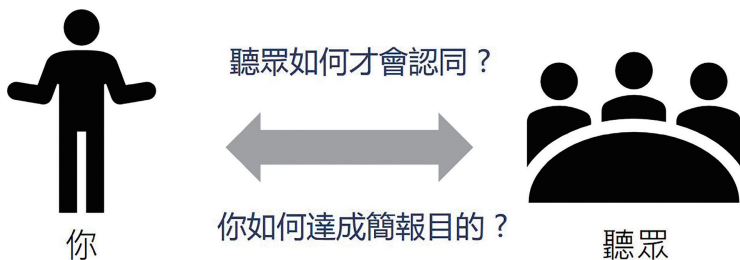


圖7 簡報方式 (How)



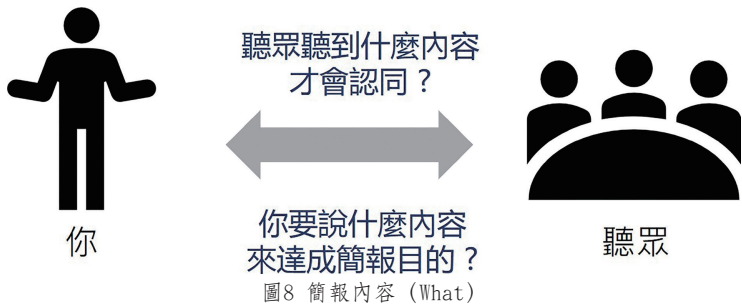
(四) 內容 (What)

想要讓聽眾採取行動，並非將你所知道的事情全部告訴聽眾；而是思考你想說的重點中哪些是聽眾想聽或一定要知道的？哪些內容是非必要的？可以根據簡報的時間來安排內容的呈現，最好是從重要的內容開始說。根據神經學專家研究發現，一般人的短期記憶，只能記住三件事，所以內容最好能歸納出三個重點。例如：引導聽眾說明「重點有三項」、「有三個思考方向」、「提出三個改善對策」、「給予三個建議」等。內容要簡潔有力，除了可以方便聽眾記憶，也可以讓聽眾不會因為接收太多重點而失去耐性。要建立簡報內容架構可以利用「便利貼」作創意發想，此時「先求有，再求好」，有想法就先記下來。思考的方向為：你想講什麼？聽眾想要聽什麼？以及為了達到簡報目的，還要多做些什麼？內容蒐集可透過Google、YouTube搜尋、閱讀報章雜誌或書籍、聽演講、請教專家等多種方式蒐集足夠點子或想法後，再進行重點分類、排序、抓重點、擬出大綱。簡報內容要精簡、明確、易懂、好記、有用、與聽眾相關、有說服力、可以幫助聽眾解決問題與創造價值的，最好能搭配有趣、創新的想法來吸引聽眾注意、引起共鳴。

投影片的「標題」要傳遞關鍵訊息，在清楚簡報內容後，要想一個簡潔有力的「標題」來吸引聽眾期待聽你的簡報，好標題要掌握明確具體、簡單易懂、引發興趣的三個原則來訂出，以下舉例說明這三個原則：



1. 明確具體：快速提升你的行銷簡報能力→讓90%客戶買單的行銷簡報力
2. 簡單易懂：圖解賺錢模式的策略性方法→圖解設計一門好生意
3. 引發興趣：敏感性牙齒的解決方法→敏感性牙齒一分鐘立即見效



(五) 時間 (When)

不浪費他人時間也是一種禮貌，要珍惜別人託付的時間。不好的簡報不僅是浪費自己的時間，更是浪費大家的時間。所以簡報前、中、後都要做好時間管理，要提前規劃所剩的準備時間與簡報的時間長度。在簡報過程中，要嚴格控制簡報時間，寧可提早結束也不要延遲。將心比心，當我們聽簡報時也不希望演講者拖延時間，所以「己所不欲，勿施於人」。簡報完成後，可預留問與答 (Q&A) 時間與臺下聽眾作交流，達到更好的簡報效果。時間管理是重要的簡報技巧，它是會影響簡報成敗的關鍵因素。在練習時要確實計算每頁、每個段落的時間，如時間被壓縮、被要求改變簡報



順序或加快、延後開始、聽眾發言太久、設備出狀況、中場休息太久等狀況，則要視情況調整簡報內容，時間要掌控得宜，可搭配計時器更能精準地掌握時間。如果沒有太多時間準備，則多專注在開場及口語表達的演練，別花太多時間在投影片的製作上，輔助的投影片就視情況簡單製作或甚至不需要投影片。因為「自己」才是簡報的主角，而不是「投影片」。此外，務必「提早」到現場準備（不能準時到，更不能遲到），如果臨時有不可控制的情況發生，還有些時間做應變處理。

（六）場地（Where）

確定簡報日期時間後，要先預定場地，儘可能事先作現場實地勘查了解場地的相關資訊。包括交通工具、地理位置（如是否有停車場？）、場地大小、座位型式、電腦及周邊軟硬體設備器材設置、檔案、多媒體影音與麥克風測試、空調或電燈開關控制、小組討論室、休息室、洗手間、飲水機、現場安排拍照等。儘可能早一點到現場，讓自己有充分的時間熟悉場地，確認一切準備就緒。

二、製作（Produce）

微軟PowerPoint（簡稱PPT）是全世界使用最廣泛的簡報軟體工具。Power與Point字面的意思是「有力的點」，也就是「只談重點，不談細節」。在完成簡報準備工作後，要思考需用什麼型式的「投影片」來輔助呈現。有人說簡報內容比較重要，投影片不重要！你覺得呢？在競爭的環境下，內容好是基本的！簡報更要注重



投影片呈現給人的專業的感覺，因優質的簡報，能有優勢的結果。使用投影片的目的不只是「視覺的效果」，更重要的是幫助演講者做「有效的溝通」，讓聽眾看到他們所聽到的以強化印象。

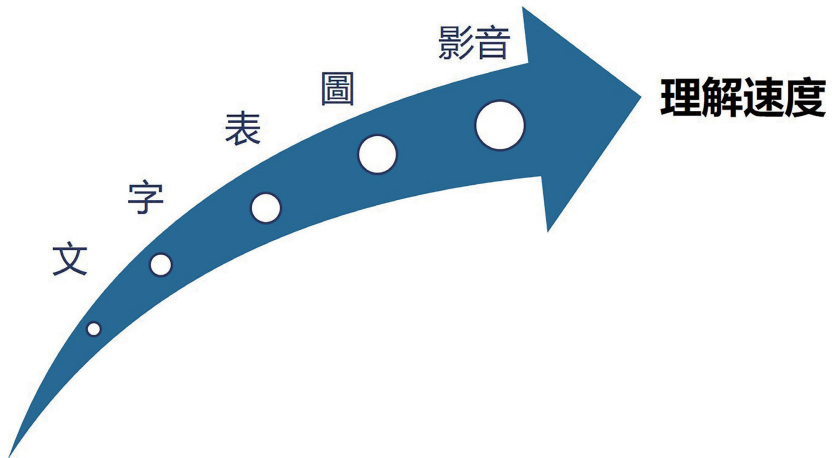
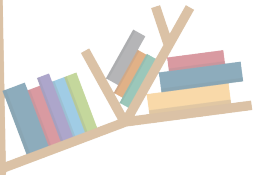


圖9 投影片理解速度

什麼是好的投影片？越好的投影片可以幫助聽眾理解的速度也越快。投影片是拉近演講者與聽眾距離的工具，讓溝通更有效率！但投影片不是提詞器，需要花時間熟悉內容。有些人不用輔助投影片當然也可以講得很精彩，但搭配好的投影片可以讓聽眾更容易理解，讓簡報更精彩。「少即是多」（Less is More），是投影片設計的基本法則，目的是讓觀眾聚焦在演講者身上，又能快速理解簡報內容。人類是視覺動物，對影音、圖像的理解速度都比文字或表格快。一般來說，文不如字（文字條列、關鍵字），字不如表（表格），表不如圖（圖文、圖表、圖解或圖片），圖不如影音（影像、聲音）（如圖9）。然而，文字的投影片類型一定比圖片差嗎？其實也不一定。原則上，越好的投影片讓聽眾的理解速度越



快，最好可以加深聽眾的印象。投影片類型各有各的特色，取決於什麼情況使用，所搭配的簡報想要傳遞的重點，選擇適合的類型或類型「組合」來製作投影片。

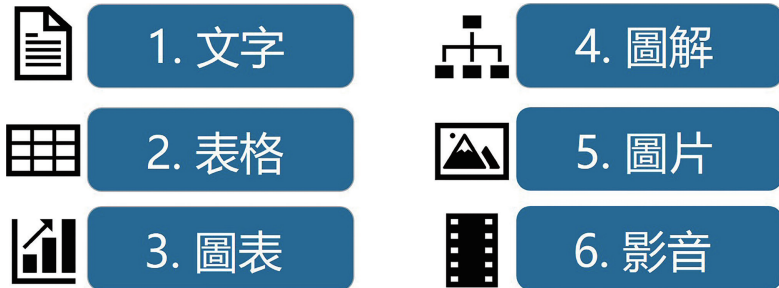


圖10 六種投影片類型

投影片類型是由六種不同的元素所組合而成，包括：(1)文字、(2)表格、(3)圖表、(4)圖解、(5)圖片與(6)影音（如圖10）

三、練習 (Practice)

有句諺語：「Practice makes perfect. Repetition is the mother of skill」，強調的是「熟能生巧」的觀念。簡報技巧亦是如此，上臺前要反覆練習，第一次的簡報不該是正式上場。知道不見得做得到，做到不見得做得好，所以一定要不斷的反覆練習！簡報的成敗與否在上臺前就已經決定，「你必須先很努力，才能看起來毫不費力」。藉由刻意練習可以發現缺點、改進缺點、熟悉內容並精準掌握時間，當遇到時間被壓縮時，也比較能在時間內有效傳遞簡報重點。熟練內容之後，才能讓自己心有餘力的專注在肢體動作、眼神交流、聲音語調、互動走位等。練習越多，自信心越強，表達會更流暢。練習不是在電腦前一直修改投影片，練習的秘訣是：「記住流程、不看稿、不背稿！」。上臺前的演練，勝過臨機應變；要怎



麼呈現就先怎麼練習，越接近現場的情況練習越好。許多人站在臺上後總是能夠展現魅力、侃侃而談，說出生動有趣的例子或故事，巧妙回答聽眾的問題，其實並非天賦異稟，而是透過不斷反覆練習而來。

對初學者而言可以寫逐字稿（可利用「備忘稿」功能），目的是要確認簡報內容是否通順符合邏輯，並控制簡報時間，但切記簡報表達要自然流暢，不要讓人有背稿的感覺。練習時，可以請家人或朋友當聽眾給你建議、用鏡子來觀察自己（至少要看到上半身）或利用錄音或錄影的方式來記錄簡報過程，不斷檢討改進，精益求精。若在練習時不方便開口，可以默想不發聲的做心理預演（Mental Rehearsal）；特別是在即將上臺前的練習（尤其是開場），可以讓自己提早進入狀況，幫助消除緊張，如能到現場演練或彩排更好。

有說服力

《簡報聖經》這本暢銷書的作者 傑瑞·魏斯曼（Jerry Weissman）說：「大部分簡報者都只想傳遞訊息，而不是說服聽眾」。簡報的目的往往是要「說服」聽眾採取行動，尤其是要說服客戶掏錢的行銷、業務、募資簡報更為重要。沒有達到目的的簡報，再精彩的簡報都是失敗的！對競爭更為激烈的職場工作者更是重要。演講者要比聽眾更了解這個主題，才有說服力，如果表達含糊不清、沒有邏輯，連自己都不太清楚就很難說服別人。



開場與結尾

簡報內容架構一般分為三個部分：「開場（Opening）」、「本體（Body）」和「收尾（Ending）」。「開場」和「收尾」雖然時間只佔少部分，但對簡報的影響極大。所以如果規劃或練習時間真的不夠的話，花時間在「開場」和「收尾」投資報酬率最高（如圖11）。

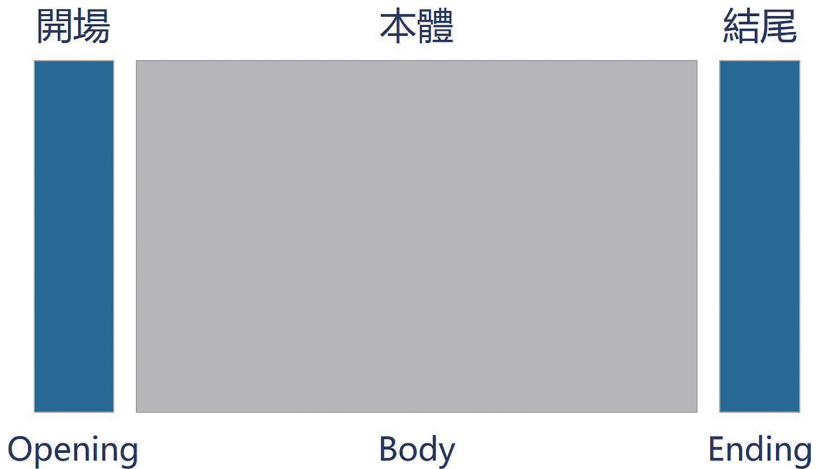


圖11 簡報內容架構

開場就是破冰，打破與聽眾之間的距離，與聽眾建立橋樑，並告訴聽眾這主題對他們的重要性、有何影響、激起聽眾的興趣、引起注意力或好奇心，先給聽眾留下好的印象，藉此拉近彼此的關係，讓聽眾想聽你接下來的簡報。好的開始是成功的一半，如果一開始就出狀況，後面只會更糟！簡報的「開場」就像在試吃，要先感覺好吃，顧客才可能買單，但不要刻意搞笑或講有顏色的笑話，反而引起聽眾的反感。以下是常見好的開場方式：



1. 說明簡報目的：如向客戶簡報公司的產品，你可以說今天簡報的目的是希望與客戶建立長久的合作關係、幫助客戶提升業績、解決客戶某些問題等。
2. 簡介簡報內容大綱：簡單介紹簡報內容大綱、重要性、內容與聽眾的相關性以引發興趣。簡報內容的順序很重要，要先說整體重點，再談細項內容。
3. 互動式提問（含自問自答）：問一個與主題相關的好問題，把聽眾的專注力引導到簡報議題。例如：
 - 開放型的問題：什麼是商業模式？什麼叫策略？
 - 封閉型的問題：有看過大健康產商業模式這本書的人請舉手？你認為人生的「方向」比較重要還是「努力」比較重要？
4. 熱門時事或話題：簡報如能結合相關熱門時事或流行話題，不用說太多解釋就能引起共鳴。
5. 幽默風趣：有趣、生動、活潑可以帶給聽眾愉快的感覺。
6. 表達感謝：向主辦單位、邀請人、相關協助人員表達謝意，讓人心情愉悅，留下好印象。

四、呈現（Present）

一場成功的簡報，除了內容要言之有物、符合邏輯、有趣、對聽眾有用之外，更重要的是演講者如何呈現簡報的技巧，讓聽眾印象深刻、容易接受演講者的想法，進而採取行動。有效提升簡報呈現技巧的方法，包括形象態度、肢體語言、站位走位、聲音語調與問答技巧等。

(一) 形象態度

比爾·蓋茲 (Bill Gates) 說：「給人好的第一印象，只有一次機會」，要有良好的形象態度，才能留給別人好的印象。一位著名研究溝通的學者 艾伯特·麥哈瑞賓 (Albert Mehrabian) 發現，影響別人對你的好感有三大元素，其比重分別為55%、38%與7% (如圖12)：

1. 形象、態度、表情、肢體動作：55%
2. 聲音、語調、語氣：38%
3. 言語內容：7%。

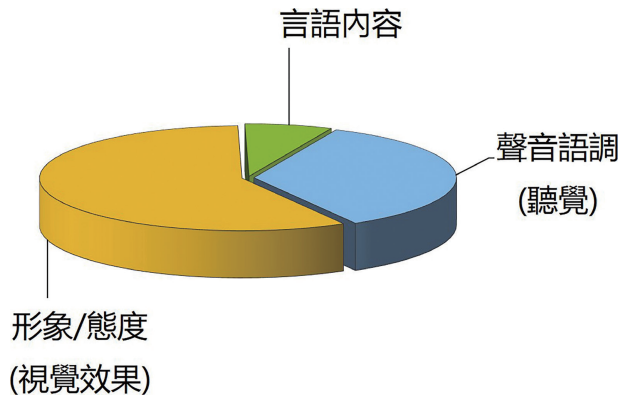


圖12 影響別人對你的好感

可見人是視覺動物，好的外在形象及態度（非言語部分）較容易給人好的印象。如果聽眾對演講者有好的印象，可以提升演講者的專業度及說服力。這就是有名的「麥哈瑞賓法則」 (The rule of Mehrabian)。許多錯誤解讀成溝通時內容的重要性只佔7%，上述的研究是如果希望別人喜歡你，說話內容再得體也僅佔7%，重點是你的外表穿著、表



情態度、肢體動作及聲音語調等。人與人之間的「第一印象」很重要，要以讓人感覺「專業」為原則。保持個人清潔衛生、充足的睡眠、整齊的服裝儀容（以專業、舒適為原則）與良好的言行舉止。常見不良的形象，例如：口臭、汗臭、狐臭、未刮鬍子、蓬鬆凌亂油膩的頭髮、掉頭皮屑、皺巴巴的衣服、沾到污漬的衣服、破牛仔褲、骯髒的皮鞋等。常見不良的態度，例如：對別人不在乎、漫不經心、一邊談話一邊看手機、過於高傲自大、擺一副臭臉、握手軟弱無力等。以上這些都是簡報呈現時要特別留意的。

（二）肢體語言

肢體語言（Body Language）包括手勢、姿勢與眼神交流。在臺上的一舉一動都必須是有意義而非隨性的，藉由肢體動作的展現，讓演講者看起來更有自信、更有表達魅力。展現肢體語言的重要原則是要自然流暢不做作。適度的喜怒哀樂表情可以幫助聽眾理解演講者所想表達的內容。知道「說什麼（What to say）」還不夠，還必須知道「怎麼說（How to say it）」，靈活運用肢體動作，讓你的表達更有說服力。以下針對手勢、姿勢與眼神交流做說明：

1. 手勢（Gesture）：配合適當的手勢可搭配內容強調重點來吸引注意、展現熱情（例如：用食指比出第一／No.1／唯一；用五個手指合併指向投影片方向或邀請某位聽眾發言；握拳鼓勵聽眾要全力以赴／要團結一致／一起加油等）展現自信與熱情。動作要自然不做作，幅度可



以大，但不要太急促（從容不迫）、也不用太多、太花俏、太誇張或太激動，雙手擺放的位置最好保持在腰部／腰際線以上（如圖13），不要雙手插腰、不要手插口袋、不要手放背後、不要將雙手放在身體前方敏感部位或將雙手交叉抱胸等不佳的形象（如圖14）。



圖13 手勢



圖14 形象不佳

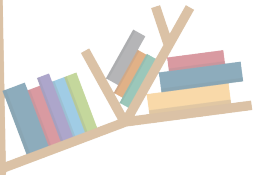


2. 姿勢（Posture）：姿勢是聽眾看到肢體動作的整體印象，要給聽眾穩重、輕鬆、自然的印象。要注意抬頭、挺胸、收小腹（不要駝背）；雙腳打開與肩同寬，重心平均分散在兩腳平穩站立（不要站三七步）（如圖15）或將手或身體倚靠在講桌或牆壁。如果場地較小或聽眾少的時候可以坐著講，臺下聽眾比較不會有壓迫感。但一般來說，站著講比較能展現肢體動作，也顯得比較專業。



圖15 姿勢

3. 眼神交流（Eye Contact）：演講者要對「個別」聽眾做適度的眼神交流，讓個別聽眾覺得你在對他說話（如圖16）。演講者也同時觀察現場聽眾的反應，眼神要真誠、友善、充滿自信，特別是對重要人士的目光接觸更為重要。適度展現笑容可以給聽眾親切、愉悅的感覺，自己的情緒也會比較輕鬆自在。要觀察聽眾對簡報內容是否了解，以適度調整簡報的節奏或內容。眼神交流時要眼裡有神，許多人在簡報時會盯著螢幕、天花板、地板，或是眼神不斷漂移、四處張望，讓聽眾感覺有距離、不夠專業。為顧及對所有聽眾的眼神交流，眼神移動方向可由場地後半部依【左-中-右】順序，再移動至前半部的【左-中-右】順序的眼神移動方向來進行（如圖



17)。眼神接觸時間過長會讓聽眾有壓力，過短讓人感覺不夠真誠。每次看大約1~2秒最恰當，最好不要超過3秒；如果你覺得緊盯著對方眼睛看有困難或覺得不好意思，可以看聽眾的額頭中央。另外，在開場時不要立刻開講，可以用眼神掃描聽眾1~2秒鐘的「定場」，吸引聽眾的注意再開場。

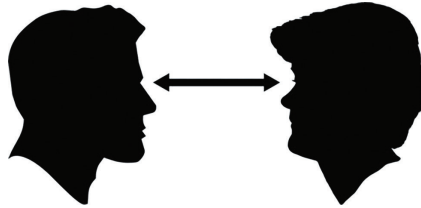


圖16 眼神交流 (Eye Contact)

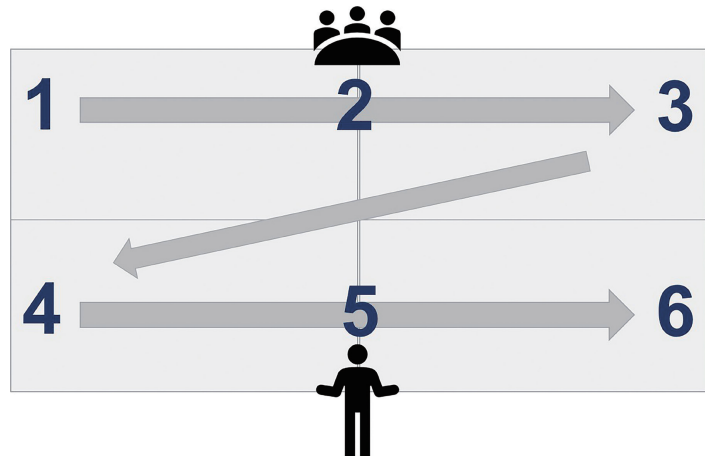


圖17 眼神移動方向



(三) 站位走位

做簡報時的走位是要與聽眾做更近距離的接觸，但走位不是任意走動或踱步（Pacing），而是有意義的與不同區域的聽眾互動。許多聽眾可能顧著滑手機、交頭接耳、精神渙散、注意力不集中等，建議要適度地走位接近群眾或是走近投影片，用手指指出投影片上的重點。演講者不要只是站在一個定點、不要一直站在講臺後面、不要擋到聽眾視線，更不要站在螢幕前面（變成大花臉，讓人覺得很可笑），可以在 PowerPoint 播放狀態下按「B」鍵將整個螢幕畫面變黑（按任何鍵即可返回原來畫面）（如圖18），讓觀眾把注意力集中在演講者身上。

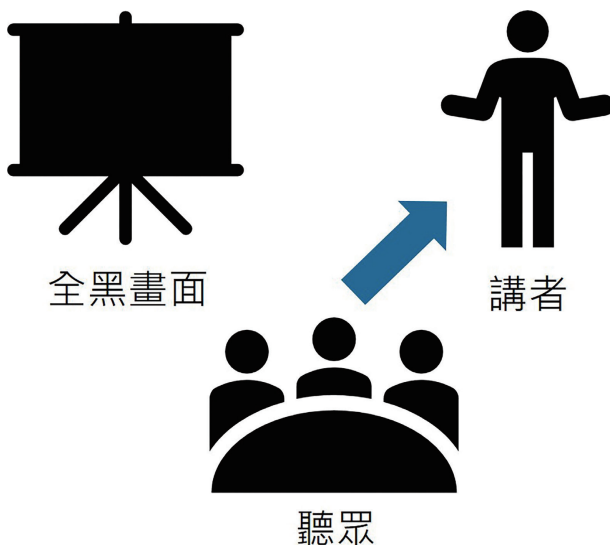
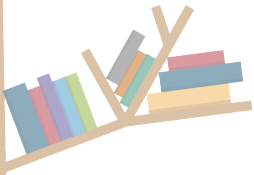


圖18 按「B」鍵將整個螢幕畫面關掉



(四) 聲音語調

聲音的音質是天生的，要改變不容易；但節奏韻律、音調／語調高低、音量大小、語速快慢、停頓等技巧是我們可掌控的。聲音的表現是一種習慣，只要經過不斷練習與修正，聲音是可以有很多變化的。可以向專家學習，透過收聽不同廣播節目主持人的發音、朗讀練習、跟述（Shadowing）等方式清楚地表達每一個字來練習咬字發音，提升表達力。簡報時的聲音表現要注意以下五個部分（如圖19）：

1. 節奏（Rhythm）：聲音要有抑揚頓挫，過於平淡的敘述會讓人感到昏昏欲睡。節奏練習：人生有方向，就不怕困難與挑戰；只要找到路，就要全力以赴。
2. 音調（Pitch）：可運用於強調重點或表達情緒時提高或降低音調（如老闆要鼓舞員工士氣，對員工說：讓我們一起努力達成目標，好不好！），藉由音調的上揚來帶動氣氛與情緒，這也是經常在選舉政見發表會上經常被運用的技巧。音調練習（音調上揚）：真是太厲害了！真是不可思議！我拿到錄取通知了！
3. 音量（Volume）：用較大的音量可以強調感受（例如：我們一起加油好不好！）；音量較小可以強調重點，讓聽眾更專注（例如：我跟你說一個小秘密）。音量可因應場地大小做調整，特別是較大的場地或要做較長時間的簡報時可使用麥克風（建議用無線）輔助，以確保音量可以讓坐在後排座位的聽眾也可以聽得清楚。音量練習：讓我們一起擁抱變化追求卓越（大聲）！我真的非常生氣（大聲）！我感覺身體不太舒服（小聲）！



4. 速度（Speed）：簡單的可說快一點，複雜的或對生手則放慢速度說，重點是要讓聽眾能了解簡報內容（視情況調整速度）。一般而言，建議每分鐘約250個字。速度練習：時間用在哪裡，成就就在哪裡，經常練習抱怨，你就會變成抱怨專家；經常練習簡報，你就會變成簡報專家。
5. 停頓（Pause）：可以用來強調重點、引起關注，同時可以讓演講者與聽眾有時間可以思考。要避免用贅字（例如：「嗯」、「啊」、「這個」、「哪個」）作停頓語，當要思考接下來想表達的內容時，就直接「停頓」即可。原則上，人數越多停頓應該越久。

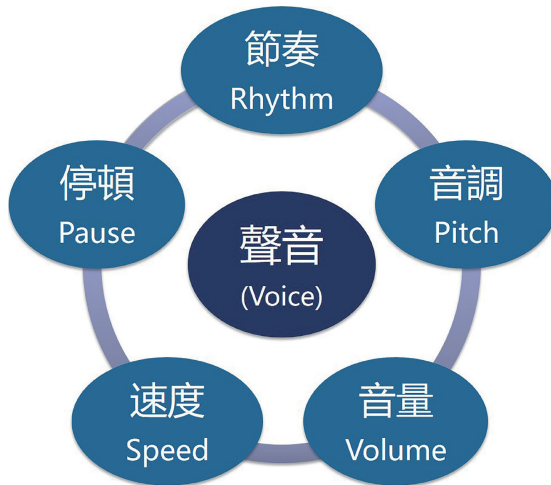


圖19 聲音語調



結語

最後，要跟各位一起勉勵的是：「不上臺永遠是聽眾，只有上臺才能出眾」，要為自己創造上臺的機會，且每次上臺都要保持熱忱並全力以赴；「上臺一小步，人生一大步」。要提升簡報力並不難，學習正確的簡報觀念，搭配「成功行銷簡報四步驟（4P）」，你也可以成為讓老闆滿意、客戶買單與同事尊敬的簡報達人，為自己在職場上創造更多意想不到的機會。