

運用心理學
做好簡報
開場、內容、結尾完全指南



樹洞香港

Future Thinking, Present Impact



#THK

樹洞香港

Future Thinking, Present Impact

開場

做好開場, 引發觀眾興趣

A close-up, shallow depth-of-field photograph of a silver mesh microphone. The microphone is positioned in the lower right foreground, pointing towards the left. The background is heavily blurred, showing the silhouettes and out-of-focus faces of a crowd of people, suggesting a public speaking event or a stage performance. The lighting is dim, with some bright spots in the background.

公開演講 –
開場做得差，觀眾就不會理你再說什麼。
尷尬的演講，會令講者非常難受，你有類似的經歷嗎？

所以，要做好開場！三個你可以運用的元素

驚喜

- 以驚人的故事或知識，引發觀眾的好奇心

實用

- 清楚地解釋這個簡報對觀眾有什麼好處

共鳴（就如上一張）

- 以觀眾可能會遭遇的情景引起共鳴

開場技巧 - 自數不是（Accusation Audit）

- 於開場時不妨把觀眾有可能對你的批評一一說出來
- 這樣不但能避免失望，更能把解決困難的責任轉移至觀眾，因為你作為講者已經給予他們正確的心理準備。

如果你對演講缺乏自信：

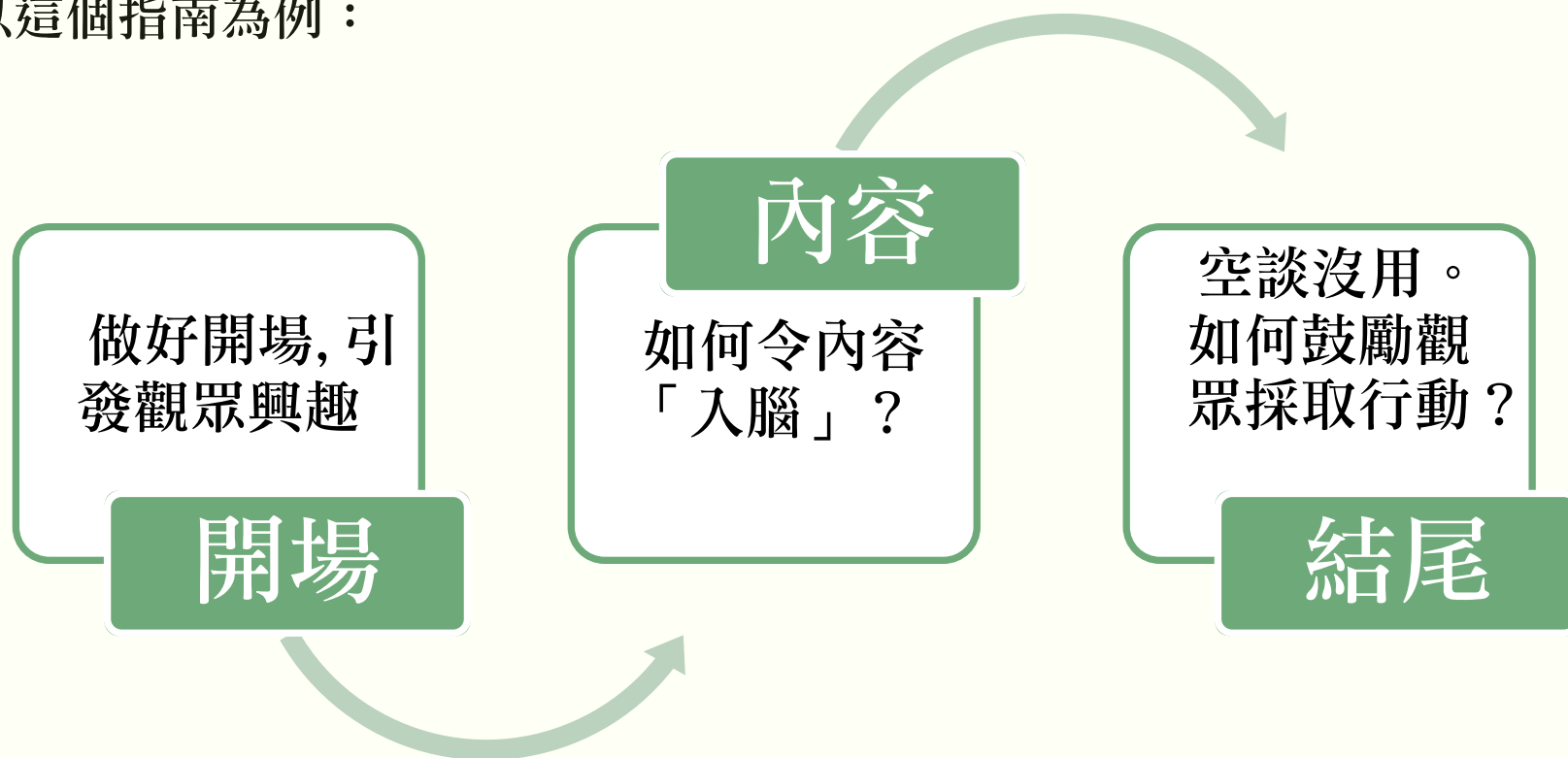
你可能覺得我說得有點悶，我也的確有些緊張。
但這個題目我真的很有熱誠分享給你。

如果你有個很困難的環節需要觀眾參與：

這個環節我告訴你… 參加者通常會超尷尬。
但自願參與這個環節的人，將是學得最多那一個。

開場技巧 - 內容簡介

開場時別忘記做一個內容簡介, 讓觀眾知道簡報的進度
以這個指南為例：





#THK

樹洞香港

Future Thinking, Present Impact

內容

如何令內容「入腦」？

根據心理學家 **Chip Heath** 和 **Dan Heath**，**SUCCES** 是令資訊「入腦」的六項關鍵元素。在簡報時，不妨運用這些元素包裝你的資訊。

SUCCES

Simple

Unexpected

Concrete

Credible

Emotion

Story

簡明 (Simple)

✓ 「用簡單的詞語說話, 能令你聽起來更醒目」

✗ 「當說話內容包含大眾化的詞彙, 觀眾對你的智能認知會提升」

研究發現, 兩篇相同內容的文章, 一篇以簡單的詞語寫成, 令一篇以艱深的詞語寫成, 讀者會認為前者作者的智商較高。

建議行動: 用一個簡單、明白的主題貫穿整個簡報, 並且不斷重複。例如「如何推銷一顆蘋果?」、「令顧客快樂」、「做好簡報」等等

驚奇 (Unexpected)

- 如何令乘客留心聽飛行安全指示？這間航空公司是這樣做的：
- 「如果你人生入邊未搭過車，或者你未必識扣安全帶：正確嘅做法係將兩條帶嘅接口扣埋，解開安全帶你可以拉起上面個扣。離開你愛侶有50個方法，但依㗎飛機就得六個緊急出口，兩個前門、兩個翼側、兩個機尾，佢哋都着緊白光。」
- 驚奇的資訊，

Unexpected = What breaks existing pattern

具體 (Concrete)

如果你能用畫面、聲音、氣味、嗅覺、觸感等五感解釋事物，那就是具體的解釋方法，能留下更深刻的印象。

「我們有世界級服務」vs「如果你生日時光顧，我們會為你唱歌跳舞慶祝」

「高效能電腦」vs「這部電腦入面有部 V8 火箭引擎」

建議行動 1：儘量運用聲音畫面取代抽象概念

建議行動 2：避免不必要的「專業術語」，如有需要，確保觀眾明白術語的意思或先作解釋

可靠 (Credible)

- 我們傾向更相信、更易記住權威資訊
- 但當你不是行業權威的時候，如何製造可信觀感？有三種方法：

反面教材

Anti-Authority

- 當你找不到行業權威為你背書，另一個選擇就是反面教材
- 例子：因長年吸煙而患上肺炎的病人自白

巨細無遺

Super Detailed

- 非常仔細地描述某樣東西，能增加可信程度
- 例仔：向客人講解公司服務的每一個階段和當中的細節

善用數據

Statistics

- 當以具體的方式描述數據，能留下深刻的印象
- 這個測距裝置的精準程度，就像你向香港向台北射箭，箭能落在準星的 2cm之內

情感 (Emotional)

以下那一段信息更能令讀者慷慨解囊？



非洲有三百萬人處於
極度饑荒的狀態中，
生命面臨即時危險

你的捐款會落入
Mary 手中。她正處
於頻死邊緣，你的善
款會改變她的一生。



類似右邊的信息能平均籌款多一倍，因為個體的苦況能觸碰人的情緒。很多時候，情緒比起理性更能推動他人採取行動。所以如果你想觀眾坐言起行，不妨運用有強烈情緒的情景。

故事（Story）

- 人類的祖先習慣在部落生活，沒有當今的先進科技。日落之後，部落整晚都為在營火旁說故事。
- 這是為什麼我們對故事總有一股好奇心，就如同明星八卦，雖然和你完全沒關，但你總想會知道。
- 建議行動：運用真人或虛構故事表達你的訊息。如果你在教授管理技巧，不妨由一個失敗、沮喪的主管開始，述說他學習管理技巧的過程，和之後的轉變。

結尾

空談沒用。如何鼓勵觀眾採取行動？

結尾 – 問和行動有關的問題

- 人總是傾向喜愛自己控制自己的行動 – 而不是被告訴怎樣做
- 故此可以用問題鼓勵觀眾思考要做什麼

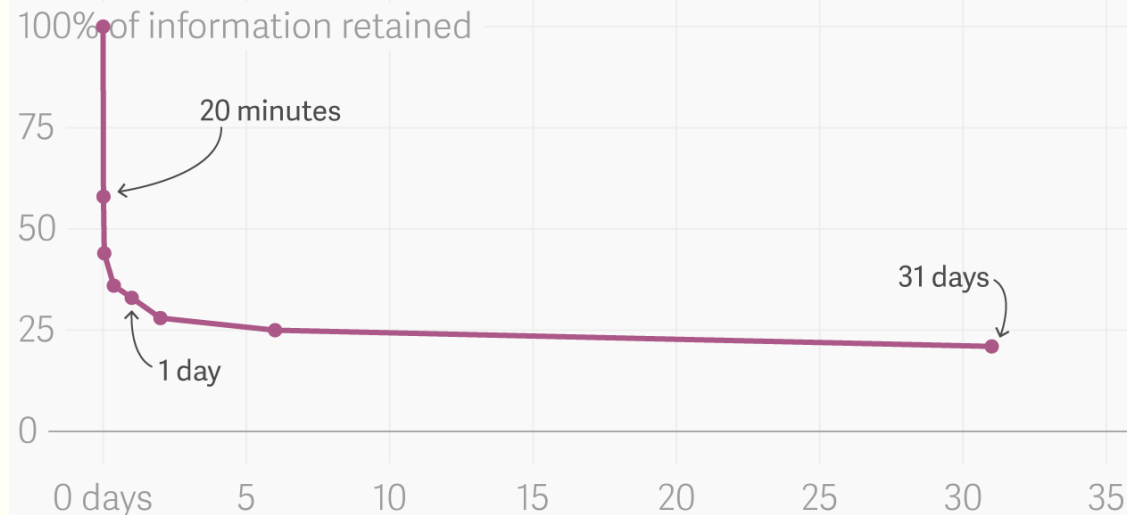
「你會怎樣運用這份指南幫助你下次演講？」

「如果問題X 發生，你會怎樣處理？」

結尾 - 附上 Todo List/Checklist

- 在1小時之內我們只會記住少於50%的資訊
- 故此在簡報結束之前復述建議行動便相當重要

Hermann Ebbinghaus' forgetting curve



△ T L △ S | Data: Hermann Ebbinghaus



#THK

樹洞香港

Future Thinking, Present Impact

BONUS

指南清單 – 你的簡報夠清晰嗎？

■ 開場

- ☐ 你有應用驚喜/實用/共鳴其中一項元素嗎？
- ☐ 運用《白數不是》技巧進行期望管理
- ☐ 簡略介紹整份簡報的內容

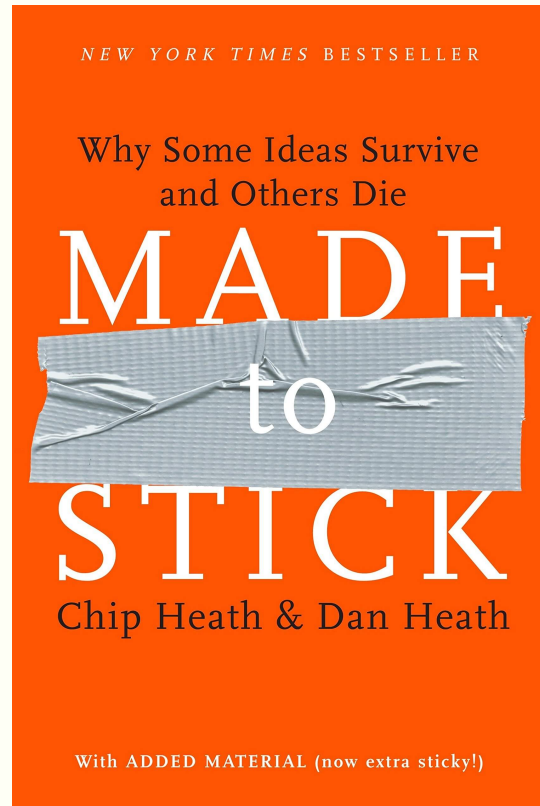
■ 內容

- 你運用了多少個 SUCCES 元素包裝內容？嘗試至少包含其中兩至三個
 - ☐ 簡明
 - ☐ 驚奇
 - ☐ 具體
 - ☐ 可靠
 - ☐ 情感
 - ☐ 故事

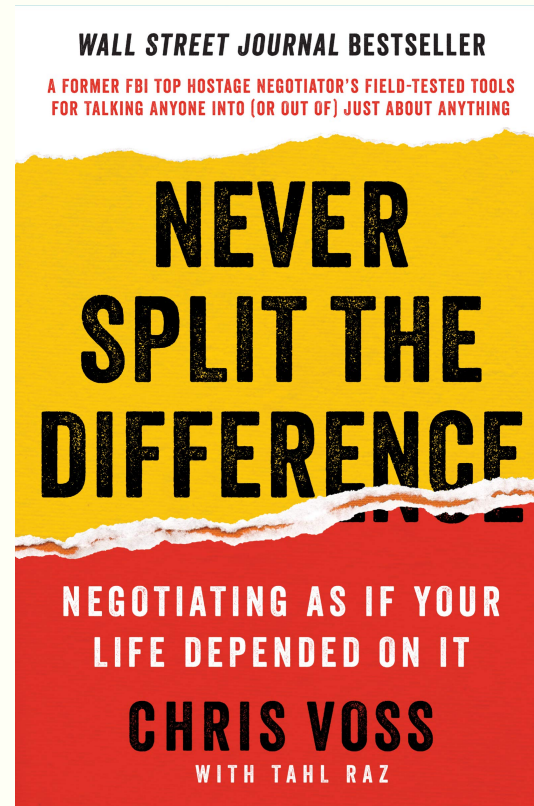
■ 結尾

- ☐ 善用引導問題，助觀眾思考如何運用你的簡報
- ☐ 復述一次所有你建議觀眾所採取的行動

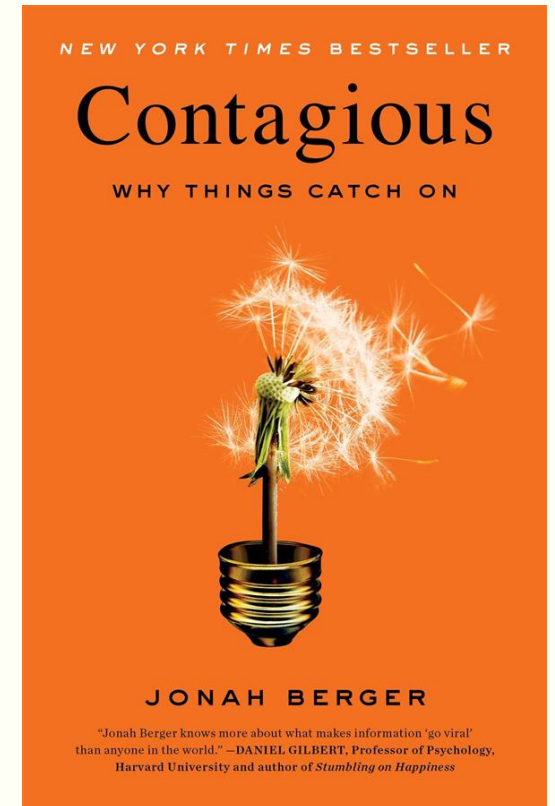
閱讀材料



On the SUCCES model



On Accusation Audit,
And general soft-skills
with the theme of
negotiation



Similar to "Made to Stick"
But with the focus of making
Ideas spread

更多資訊，請至

<https://treehole.hk/corp/>

<https://facebook.com/hktreehole>

<https://Instagram.com/treehole.mindfulness/>

或聯絡我們

i@treehole.hk

+852 95414771

