

目录

连续播放

倍速播放

1. 3种经典框架，帮你快速整...

08:58

### 3种经典框架，帮你快速整理思路

本节学习收获：了解如何让表达更有条理，并且掌握3种最常见的表达框架。

你好，我是孙圈圈。欢迎来到圈外同学《7天高效表达训练营》。

前一小节，我讲了高效表达的第一个关键步骤——定主题。定主题之所以这么重要，是因为人类的大脑天然就喜欢归纳主题，因此，你要充分考虑到这种思维习惯，调整自己说话的方式。

学会了“定主题”，其实就解决了表达缺乏重点的问题。但更多时候，**表达会低效，是因为信息的无序堆叠**。为了能更好地理解这一点，就不得不再讲讲大脑的另一种思维习惯，就是爱归类分组。

想象一个场景，如果你走进一家商场，发现同一层有各种商家混杂在一起，比如，服装店旁边是餐饮店，餐饮店旁又是化妆品店，你是不是容易产生产生“这地方真乱呀”这样的想法。实际生活中，好的商场往往是一层一个类别，比如一楼黄金珠宝、二楼女士服装等，这样你逛街才觉得舒服。

其实，表达也是这样。表达的混乱，是因为思维的混乱；而思维的混乱，根本原因在于缺乏结构。所以，这一节，**我给你的表达找个结构，搭个架子**。

什么是表达时的架子呢？你可以把它类比成生活中的书架。

书架的主要功能是把书按照一定的顺序排列整理，同理，表达的架子就是把你想说的话按一定的顺序进行整理。简单来说，**架子是思维的整理工具**。而且这个架子往往是以3层最佳。

你发现没有，领导每次讲话最喜欢讲一句：“下面我简单讲3点...”还有小时候学作文，老师最开始教的就是三段式。**数字3非常神奇**，你在表达时讲3点往往最容易让人接受的。因为说2点，给人感觉说服力不足；说4点又容易让人记不住。

1/1 3种经典框架，帮你快速整...



2. 搭架子| 3种经典框架，帮你理清...

### 表达框架1：时间轴结构

第一种表达结构是，时间轴结构。顾名思义，**时间轴结构就是以时间顺序来展开要讲的内容。**

最简单的例子，别人问你，“昨天一天是怎么过的？”你可以按照早晨、中午、晚上的顺序，具体讲讲做了什么。再比如，你在向客户介绍公司发展时，脑袋里可能出现很多信息，比如公司的规模、产品的类型、赢利情况等等。这时候，你可以按照年份和大事件的方式去表述，条理清晰地展现公司的发展历史。

**时间轴结构还可以是按事件发展顺序来展开。**比如，你要告诉下属如何去处理一件事情，你可以用“首先-然后-最后”，一步步澄清，这样的表述方式，能够让对方跟上你的思路。

时间轴结构，**尤其适合在你身处压力环境，思路还没有打开时使用。**它是所有的表达框架中使用频率最高、最容易的表达逻辑。最常见的使用场景包括，汇报工作进度、谈新项目的设想等等。

当然，如果你是个表达高手，还可以灵活运用时间轴结构，在和老板交谈的过程中来对他提建议或者需求。这里的基础结构是“过去-现在-未来”。

比如，你可以先说，过去你是如何按照计划，一步步推进项目，然后说，现在已经取得了哪些理想的成绩，最后预测下，未来工作上可能会存在哪些问题，需要领导哪些方面的支持。这样一步步铺垫，会让建议和要求更容易让人接受。

### 表达框架2：解决问题结构（问题-原因-解决方案）

第二个表达框架，我把它叫做“解决问题结构”。

在展开讲这个结构前，我想先请你想象一个场景：午饭后你刚回到工位上，老板就突然走到你旁边，问你：“我刚看到数据，咱们上个月的销售额怎么下降了5%？”

这时候，你要怎么回应呢？

你可以先想10秒钟，等我讲完“解决问题结构”，你或许有新的答案。

## < 2. 搭架子| 3种经典框架，...

能够提出一个解决问题的方案，那就是最有价值的信息。

好，了解了这些，你再想想刚才场景中老板那个关于“销售额下降”的质疑，你会怎么回应？

你可以先承认问题：老板，上个月的销售额的确有所下降。

然后分析原因：我也分析了下原因。主要有以下几点：一是，上上个月咱们策划了一场促销活动，很多客户那时候就已经购买了；二是，竞争对手上个月推出了新品，造成了一部分用户的流失；三是，最近公司的销售人员流动比较大，影响了大家的工作状态，工作热情有所下降。

最后，也是最重要的一步，一定要给出相应的解决方案，你可以说：那么针对我刚才说的三点原因，我接下来打算这么处理：首先我会再做一次用户调查，策划这个月的重点营销活动；其次我也会和研发部门开会，告知他们竞品的最新动态，催促他们加快研发进度；最后这周我会组织销售岗的同事们开一次会，调动他们的积极性。

这就是“解决问题结构”。

### 表达框架3：FAB结构（属性-优势-利益）

第三个我要介绍给你的表达结构，是FAB结构。它是英文单词 **Feature-Advantage-Benefit** 的首字母缩写，意思是“**属性-优势-利益**”。这个框架最常见的使用场景是向别人推销某样事物，因此可以称为**FAB销售结构**。

我先以日常生活中最常见的牙刷为例，讲解下什么是FAB结构。

首先是Feature（属性），也就是这个东西它是什么，有什么样的特点和属性，比如新上市的牙刷特点是“独特的三刷头面设计”。然后是Advantage（优势），也就是它和竞争对手相比有什么不同，比如“它能够同时护理牙齿的三个面”。最后是Benefit（利益），也就是它能够给顾客带来什么好处，比如“它可以彻底清洁难刷的部位，让牙齿更加健康”。其实，FAB结构最核心在于Benefit，也就是对别人的好处部分，它能够有效激发顾客的购买欲望。

你可能会说，“我又不是销售人员，FAB结构对我有什么用呢？”这么想就错了。

其实，FAB结构在表达中的使用非常广泛。比如，做自我介绍，就可以应用FAB结构。因为实际上，自我介绍，就是把自己“卖”给对方。

## < 2. 搭架子| 3种经典框架，...

首先，你可以简单介绍下自己的基本情况，如职业、公司等，这是Feature；然后讲讲自己最与众不同或者做过最厉害的一件事，这是Advantage；最后再说说你能够给别人带来什么样的帮助，这是Benefit。这样的表达很容易让人记住你，这就是FAB结构在自我介绍中的应用。概括一下就是，“**基本情况+过人之处+可提供的帮助**”。

实际上，每次参加活动，都会有很多人加我为好友。70%的人只是发个好友申请，29%的人会加上一些个人信息，但有且仅有1%的人会用心加上他们的优势以及可提供的帮助。想象一下，如果我的时间很有限，面对这么多的好友请求，会优先加谁呢？

想要用好FAB结构，你必须做到我在第一节课中提到的，考虑清楚听众是谁，他们为什么要听你说。你能够给他们提供的价值，对他们才是最有价值的信息。而且，每一次展示、每一次陈述方案、每一次提出想法，本质是销售场景，你都可以使用FAB结构，让别人听你的。

好，最后小结一下。

这节课你学习了高效表达的第二个关键步骤“搭架子”。有了架子，你的表达会更有结构，更有逻辑。这节课我介绍了职场中超实用的3个表达框架，分别是**时间轴结构、解决问题结构和FAB销售结构**。灵活运用它们，相信能让你从容应对不少表达场景。

除了说话有重点，说话有结构，表达还有一种更高的境界，那就是有说服力。表达的说服力，也是职场影响力的重要来源。所以，下一小节，我会重点讲讲如何运用不同的素材，让你的表达更有力量。

我是孙圈圈，我们下节课见！

学以致用 >

讨论

我要发言

暂无讨论