



“临场发言工具箱”

50个精选框架

“要是早点遇到圈外就好了”



| 框架1 | 框架内容 | 适用场景 |
|--------|------------------|---------|
| 自我介绍框架 | (1) 用不超过3个标签介绍自己 | 临场做自我介绍 |
| | (2) 我为什么来到这里 | |
| | (3) 我能带来什么价值 | |



| 框架2 | 框架内容 | 适用场景 |
|-------|----------|----------|
| 黄金圈法则 | (1) WHY | 1、介绍一个产品 |
| | (2) WHAT | |
| | (3) HOW | 2、介绍一个项目 |

—————“要是早点遇到圈外就好了”—————



| 框架3 | 框架内容 | 适用场景 |
|------|--------------|--------------|
| PEST | (1) P:政治法律环境 | 制定政策、大的发展战略时 |
| | (2) E:经济环境 | |
| | (3) S:社会文化环境 | |
| | (4) T:技术环境 | |



| 框架4 | 框架内容 | 适用场景 |
|--------|------------|-----------------|
| Kano模型 | (1) 基本型需求 | 讨论如何提升和改善服务/产品等 |
| | (2) 期望型需求 | |
| | (3) 兴奋型需求 | |
| | (4) 无差异型需求 | 讨论某个功能是否需要被修改 |
| | (5) 反向型需求 | |



| 框架5 | 框架内容 | 适用场景 |
|--------|------------------|------------------|
| STAR模型 | (1) Situation 情境 | 回答面试官关于具体工作案例的问题 |
| | (2) Task 任务 | |
| | (3) Action 行动 | |
| | (4) Result 结果 | |



| 框架6 | 框架内容 | 适用场景 |
|-----------|-------------------------|--------------------|
| SMART原则模型 | (1) 具体的 (Specific) | 制定团队工作目标 |
| | (2) 可衡量的 (Measurable) | |
| | (3) 可达到的 (Attainable) | |
| | (4) 相关性 (Relevant) | 面试者面试时回答HR工作项目成果问题 |
| | (5) 明确截止日期 (Time-bound) | |



| 框架7 | 框架内容 | 适用场景 |
|--------|--------|----------------|
| 福格行为模型 | (1) 动机 | 申请项目 |
| | (2) 能力 | 说服他人 改变行为 |
| | (3) 触发 | 用于解释产品能否受到用户喜欢 |



| 框架8 | 框架内容 | 适用场景 |
|-------|--------------------|--------|
| IPO模型 | (1) 输入 (Input) | 处理问题 |
| | (2) 信息处理 (Process) | 写作 |
| | (3) 输出 (Output) | HR岗位评估 |



| 框架9 | 框架内容 | 适用场景 |
|-------|-------------|--------------------|
| 云雨伞模型 | (1) 云（当前现状） | 基于当前现状推测接下来可能发生的事情 |
| | (2) 雨（预测未来） | |
| | (3) 伞（行动干预） | |



| 框架10 | 框架内容 | 适用场景 |
|--------|-------------------|-------------------|
| SWOT模型 | (1) Strength竞争优势 | 企业战略分析 |
| | (2) Weakness竞争劣势 | 个人职业规划、 职业定位分析 |
| | (3) Opportunity机会 | 市场调查 |
| | (4) Treats威胁 | 竞品分析 |



| 框架11 | 框架内容 | 适用场景 |
|--------|-------------------------------|-------------------|
| 行为分析模型 | (1) 知：角色认知，是否清楚要做什么以及相应的要求 | 评价某人行为 (比如新员工) |
| | (2) 能：有没有足够的资源，包括能力、技能、时间、精力等 | |
| | (3) 愿：是否有意愿、动机去做 | |



| 框架12 | 框架内容 | 适用场景 |
|------|------------------------|----------|
| 3c原则 | (1) clarity: 预定目标明确 | 教师课堂管理方法 |
| | (2) commitment: 明确的承诺 | |
| | (3) consequence: 相应的奖惩 | |



| 框架13 | 框架内容 | 适用场景 |
|------|---|-----------------------------|
| 6W1H | (1) Who 谁（做这件事） | 阐述一件事（演讲，汇报） |
| | (2) For whom 要求/任务有谁发起？ (5w1h里会省去这个) | |
| | (3) Why 为什么 | 了解一件事（采访，搜索信息） |
| | (4) What 做什么 | |
| | (5) Where 在哪里做 | |
| | (6) When 什么时候做 | 规定一件事（比如设定岗位内容， 给他人交代工作） |
| | (7) How 怎么做 | |



| 框架14 | 框架内容 | 适用场景 |
|----------------------|----------|---------|
| 三明治谈话法 (又称三明治式谈话) | (1) 鼓励表扬 | 批评、激励他人 |
| | (2) 中间批评 | |
| | (3) 最后鼓励 | |



| 框架15 | 框架内容 | 适用场景 |
|-------|---------------|--------------|
| 故事五要素 | (1) 冲突（渴望+障碍） | 1.介绍推荐购买某产品， |
| | (2) 行为 | |
| | (3) 结局 | 2.说服别人接受某个观点 |
| | (4) 情感 | |
| | (5) 展示 | |



| 框架16 | 框架内容 | 适用场景 |
|--------|-------------|----------------------|
| 波特五力模型 | (1) 供应商议价能力 | 企业战略规划、分析一个行业的基本竞争态势 |
| | (2) 购买方议价能力 | |
| | (3) 新进入威胁者 | |
| | (4) 替代品威胁 | |
| | (5) 同行业竞争 | |



| 框架17 | 框架内容 | 适用场景 |
|------|----------------|--|
| PDCA | (1) Plan：计划 | 产品的上市、方案的确定、某个项目的开展、自我管理 、工作日常，月度计划，习惯养成、质量管理。 (是企业管理各项工作的一般规律、可以作为陈述工作或开展行动计划的框架。) |
| | (2) Do ：执行 | |
| | (3) Check： 检查 | |
| | (4) Action： 处理 | |



| 框架18 | 框架内容 | 适用场景 |
|------|--------|--------------|
| 祝辞 | (1) 感谢 | 获奖感言、聚会、毕业发言 |
| | (2) 回顾 | |
| | (3) 愿景 | |



| 框架19 | 框架内容 | 适用场景 |
|---------|----------------------------|--------------------------|
| 30秒电梯法则 | (1) what: 观点是什么? | 需要在很短 (30S) 的时间内说服对方接受方案 |
| | (2) why:为什么会有这种想法 | |
| | (3) uniqueness:你的观点有什么独到之处 | |

| 框架20 | 框架内容 | 适用场景 |
|---------|----------------------|---|
| RIDE说服法 | (1) 风险 (risk) | 说服对方已经基本同意和决定了的事，常用于劝对方下决定、签字等。类似于缔结、假设成交法。 |
| | (2) 利益 (interest) | |
| | (3) 差异 (differences) | |
| | (4) 影响 (effect) | |

| 框架21 | 框架内容 | 适用场景 |
|----------|---------------------------|------------------------|
| 知识技能分层模型 | (1) 舒适区（熟悉掌握的各种技能） | 分析学习、业务各个部分掌握程度，找到突破口！ |
| | (2) 学习区（已经掌握要领，但未得心应手的技能） | |
| | (3) 恐慌区（暂时没学会的技能） | |



| 框架22 | 框架内容 | 适用场景 |
|------|--------------|---------|
| 4P框架 | Product 产品 | 适用于营销场景 |
| | price 价格 | |
| | place 渠道 | |
| | promotion 促销 | |

| 框架23 | 框架内容 | 适用场景 |
|--------|------------|------|
| 埃尔豪森矩阵 | (1) 重要且紧急 | 时间管理 |
| | (2) 重要不紧急 | |
| | (3) 不重要且紧急 | 工作安排 |
| | (4) 不重要不紧急 | |



| 框架24 | 框架内容 | 适用场景 |
|----------|--------------------------|---|
| 马斯诺需求金字塔 | (1) 生理需求（水、食物、衣物、性） | 在讨论商业行为时，用来解释这个商业行为为什么会成功或者失败（只有满足了人性的需求，才会让用户为之买单） |
| | (2) 安全需求（人身财产安全、家庭、工作稳定） | |
| | (3) 情感和归属需求（亲情、友情、爱情） | 讨论如何才能带领一个团队（满足他们各自的需求） |
| | (4) 尊重需求（称赞、仰慕、认可） | 用来讨论、分析一个人的行为。（比如：他为何辞职，放弃这份稳定的工作？） |
| | (5) 自我实现需求（创造、改变、成就） | |

临场发言工具箱

| 框架25 | 框架内容 | 适用场景 |
|------|--------------------|-----------------------------------|
| 3P | (1) 目的 (purpose) | 强调全面系统快速解决问题,推广产品,或者主题发言，给领导汇报等等。 |
| | (2) 原则 (principle) | |
| | (3) 流程 (process) | |

| 框架26 | 框架内容 | 适用场景 |
|-------------------|---------------|------|
| SQVID(可视化思考与沟通方法) | (1) S (简单/精细) | 产品设计 |
| | (2) Q (定性/定量) | |
| | (3) V (愿景/执行) | |
| | (4) I (个别/对比) | 风险评估 |
| | (5) D (变化/现状) | |



| 框架27 | 框架内容 | 适用场景 |
|----------|---|---------------------|
| 功能价值判断模型 | (1) 广度：这个功能可能覆盖的用户群体有多大 | 解释你为什么做了这个选择，做了这个决定 |
| | (2) 频度：用户使用此功能的频次高低 | |
| | (3) 强度：用户是否真的非常需要此功能，现在是不是没有解决办法？替代强度的强弱？ | 讨论在众多备选方案中最先应该做哪件事情 |
| | (4) 难度：开发这个功能投入多少成本？技术上是否允许，实现是否困难？ | |
| | (5) 见效程度：该功能实现后能否彻底解决问题？ | |



| 框架28 | 框架内容 | 适用场景 |
|------|----------------------|-------------|
| 自我规划 | (1) 愿景（抽象，感性） | 自我规划/制定行动计划 |
| | (2) 目标（明确，符合SMART原则） | |
| | (3) 计划（具体，可行） | |
| | (4) 开始行动（第一步，开头） | |



| 框架29 | 框架内容 | 适用场景 |
|------|----------------|---------------------|
| 复盘模型 | (1) 回顾目标 | 公司复盘/项目复盘/个人总结/年度总结 |
| | (2) 结果对比 | |
| | (3) 叙述过程 | |
| | (4) 自我剖析 | |
| | (5) 众人提问（自问设问） | |
| | (6) 总结规律 | |
| | (7) 案例佐证（实践计划） | |
| | (8) 复盘归档 | |



| 框架30 | 框架内容 | 适用场景 |
|------|------------------------|-----------------------|
| 放弃模型 | (1) 认知脱离（以新目标代替旧目标） | 放弃一个坏习惯/不喜欢的岗位/工作环境/人 |
| | (2) 情感脱离（正视和理解放弃带来的沮丧） | |
| | (3) 动机脱离（新目标来自新动机） | |
| | (4) 行动脱离（为新目标付诸行为并做记录） | |



| 框架31 | 框架内容 | 适用场景 |
|--------|--------------------|--------------|
| 聚会发言框架 | (1) 自己被邀请发言的感受 | 参加婚礼/公司年会发言等 |
| | (2) 和在场人员或者主角的共同经历 | |
| | (3) 对本次聚会或者聚会目的的看法 | |
| | (4) 送上祝福 | |



| 框架32 | 框架内容 | 适用场景 |
|--------|----------------------|--------|
| GROW模型 | (1) Goal Setting目标设定 | 约谈员工绩效 |
| | (2) Reality现状分析 | |
| | (3) Options发展路径 | 讨论个人成长 |
| | (4) Will 行动计划 | |



| 框架33 | 框架内容 | 适用场景 |
|------|------------------|--------|
| PEST | (1) Political 政治 | 分析宏观环境 |
| | (2) Economic 经济 | |
| | (3) Social 社会 | |
| | (4) Tech 技术 | |



| 框架34 | 框架内容 | 适用场景 |
|------------|-------------------------|----------------------------------|
| 10-10-10模型 | (1) 这个决策在10分钟后，会产生什么影响？ | 考虑决策是否带来长远影响，比如选择专业方向、职业发展、生涯规划等 |
| | (2) 这个决策在10个月后，会产生什么影响？ | |
| | (3) 这个决策在10年后，会产生什么影响？ | |



| 框架35 | 框架内容 | 适用场景 |
|--------|----------|------|
| SCQA模型 | (1) S：背景 | 养老问题 |
| | (2) C：冲突 | |
| | (3) Q：问题 | |
| | (4) A：答案 | |



| 框架36 | 框架内容 | 适用场景 |
|------|----------|---------------|
| 积木模型 | (1) 找到问题 | 客户对服务不满意的异议解决 |
| | (2) 分析原因 | |
| | (3) 找出对策 | |
| | (4) 达成结果 | |



| 框架37 | 框架内容 | 适用场景 |
|-------|----------------------|----------------|
| PIP模型 | (1) Purpose | 阐述要做某件事情的计划或建议 |
| | (2) 重要性 (Importance) | |
| | (3) 预览 (Preview) | |



| 框架38 | 框架内容 | 适用场景 |
|--------|-------------------|------|
| FABE法则 | (1) Features 产品特性 | 销售产品 |
| | (2) Advantages 优势 | |
| | (3) Benefits 利益点 | |
| | (4) Evidence 证据 | |



| 框架39 | 框架内容 | 适用场景 |
|----------|----------------------------------|-------------------|
| 过去、现在、未来 | (1) 过去自己（事物）是怎样的，如：学习不够自主、爱打游戏…… | 体现个人成长阶段、事物的阶段性变化 |
| | (2) 现在：自己（事物）有什么改变…… | |
| | (3) 未来：自己（事物）将会变得怎样…… | |



| 框架40 | 框架内容 | 适用场景 |
|--------|--|-----------------------------|
| VRIO模型 | (1) Value-价值:对你的职业发展而言，它能发挥多大的作用？ | 识别可以将哪些能力打造成让你职业可持续发展的核心竞争力 |
| | (2) Rareness-稀缺性: 它是否是稀缺的，其他人一般都不拥有？ | |
| | (3) Imitability-可复制性: 其他人想拥有它的成本和难度是否很高？ | |
| | (4) Organization-可组织性:你是否在不断地刻意训练、应用和提升这些能力？ | |



| 框架41 | 框架内容 | 适用场景 |
|---------|---------------|---|
| RECAP模型 | (1) R 概述场景，行为 | 不敢，或是不想说的时候。 可以更加果敢地表达你的想法，提升沟通效果。 |
| | (2) E 强调感受 | |
| | (3) C 阐述你的想法 | |
| | (4) A 就行动达成共识 | |
| | (5) P 致谢 | |



| 框架名称42 | 框架内容 | 适用场景 |
|---------|---------------------|---------------------------|
| TPIOS模型 | (1) Task工作任务 | 述职报告 向领导汇报工作成果 年终总结 |
| | (2) performance工作成果 | |
| | (3) Insufficient不足 | |
| | (4) Outlook未来展望 | |
| | (5) Suggest个人建议 | |



| 框架43 | 框架内容 | 适用场景 |
|--------|-----------------------|-------------|
| FIRE模型 | (1) Facts事实 | 进行真相谈话，聚焦事实 |
| | (2) Interpretations解读 | |
| | (3) Reactions反应 | |
| | (4) Ends结果 | |



| 框架44 | 框架内容 | 适用场景 |
|---------|------------------------|---------------------------|
| IDEAS模型 | (1) 邀请 (Invite) 对方成为伙伴 | 上司找员工谈员工错误 讨论问题，寻求解决方案 |
| | (2) 解除 (Disarm) 对方戒备心 | |
| | (3) 消除 (Eliminate) 责备 | |
| | (4) 承认 (Affirm) 对方有控制权 | |
| | (5) 设定 (Set) 一个时间限度 | |



| 框架45 | 框架内容 | 适用场景 |
|--------|-----------------------------|--|
| ORID模型 | (1) Objective实践-客观事实 | 即兴演讲 通过引导来开展的结构化会谈（会议、交谈）形式 互联网产品的迭代分析 |
| | (2) Reflective感受-客观反射 | |
| | (3) Interpretive意义-事实分析 | |
| | (4) Decisional行动-基于事实的下一步行动 | |



| 框架46 | 框架内容 | 适用场景 |
|--------|--------|-----------------|
| 生命周期模型 | (1) 引入 | 讲解所有产品及服务的发展轨迹。 |
| | (2) 成长 | |
| | (3) 成熟 | |
| | (4) 衰退 | |



| 框架47 | 框架内容 | 适用场景 |
|---------|--------|----------|
| 非暴力沟通模型 | (1) 观察 | 所有人际沟通场景 |
| | (2) 感受 | |
| | (3) 需要 | |
| | (4) 请求 | |



| 框架48 | 框架内容 | 适用场景 |
|------|--------|----------------|
| 整理模型 | (1) 清空 | 适用于对所有有形物品的整理。 |
| | (2) 分类 | |
| | (3) 简化 | |
| | (4) 收纳 | |
| | (5) 定位 | |



| 框架49 | 框架内容 | 适用场景 |
|-------|-----------------|--------------|
| SBI模型 | (1) situation背景 | 用于提供反馈，传达感受等 |
| | (2) behavior行为 | |
| | (3) impact影响 | |



| 框架50 | 框架内容 | 适用场景 |
|-------|-------------|----------------|
| 骑象人模型 | (1) 理智指挥骑象人 | 改变习惯，培养习惯，减少拖延 |
| | (2) 情感激励大象 | |
| | (3) 环境，营造路径 | |