

設計你的情節驚喜觀眾

Ted.com 的三篇演講:

蚊子，瘧疾和教育 - 比爾·蓋茲 Mosquitos, malaria, and education- Bill Gates

比爾·蓋茲為讓聽眾對消滅瘧蚊加深印象，特別在講台上打開一玻璃罐，放出一些蚊子，並說沒道理讓窮人獨享這種經驗，緊緊抓住聽眾注意力。

邁克爾·普里查德：如何使髒水能飲用 Michael Pritchard: How to make filthy water drinkable

將各種髒水混和在一起，用他發明的救生過濾器當場示範，將髒水在幾秒鐘內變成可以喝的水。

馬克·蕭：一個非常防水的示範 Mark Shaw: One very dry demo

現場示範新發明的防水技術的各種應用，最後給現場 TED 觀眾的驚喜。

在演說中加入出乎意料的片段，讓聽眾驚訝，驚喜，感動，會讓你想傳達的訊息，印象深刻，久久不忘。

神經科學家稱為“情緒衝擊事件”，新聞界稱之為“賣點”，會讓聽眾情緒高昂，接受你的呼應，進而採取行動。

利用數據，統計，或數字來強化主題

- 絕不可直接丟出數據，要為想表達的目的創造情境

使用道具來顯明訊息

令人難忘的口號

Disneyland – The happiest place on earth

Nike – Just do it

IMAX – Think big

Volkswagon – Think small

Google – Don't be evil

FedEx – When there is no tomorrow

Harley-Davidson – American by birth. Rebel by choice

Mac Pro – Beauty outside, Beast inside

驚喜大師 - Steve Job 的兩項產品發表會