

<<妙笔生花的秘密>>

图书基本信息

书名：<<妙笔生花的秘密>>

13位ISBN编号：9787115271211

10位ISBN编号：7115271216

出版时间：2012-1

出版时间：人民邮电出版社

作者：纳塔莉·卡纳沃尔,克莱尔·迈罗维茨

页数：248

译者：程常现,肖丹,高晶

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<妙笔生花的秘密>>

内容概要

良好的商务写作能力是当今职场每一个人都应该具备的一项基本技能。不管身处哪个领域，优秀的写作者往往更容易获得提升。而且，许多企业领导者的写作能力都很棒，这也不是偶然的。对于一个想获得成功的人来说，写作具有与面对面沟通同样重要的作用。作者根据自身多年的工作实践经验，总结出 5 2 条如何进行高质量商务写作的技巧。这些技巧都简单易行，切实有效，可以帮助学习者有效提高商务写作技能。本书既可用于有意提高写作技能的职场人士的个人学习，也可用于员工集体培训。

<<妙笔生花的秘密>>

作者简介

纳塔莉·卡纳沃尔 (Natalie Canavor) 为纽约最大的教育机构创建了四个全美发行的，涉及商务、专业受众以及定向传播的杂志。

克莱尔·迈罗维茨 (Claire Meirowitz)，获奖作家，是多家主要商务出版社的项目经理和文字编辑。

纳塔莉和克莱尔共同拥有并合作经营C & M商业写作服务公司。

<<妙笔生花的秘密>>

书籍目录

- 秘密 1 大多数人把写作目的弄错了
- 秘密 2 如果你能说出来, 你就能写出来
- 秘密 3 舍弃旧规则, 使用新规则
- 秘密 4 计划能点石成金
- 秘密 5 透过表象看本质, 实现你的目标
- 秘密 6 开门见山: 将结论放在前面
- 秘密 7 以“我”为中心来传达信息会失败
- 秘密 8 人各不同, 写作要有所区别
- 秘密 9 语气决定信息传达的成败
- 秘密 10 洞悉内容是关键
- 秘密 11 忘掉大纲——组织你自己的想法
- 秘密 12 如何组织文章是作者个人的选择
- 秘密 13 你发送的每封邮件都会有心理影响
- 秘密 14 有效的信件, 有力的开场白
- 秘密 15 要想获得成功, 务必全面阐述, 勿忘“投石问路”
- 秘密 16 目标和受众对象决定信息沟通的最佳方式
- 秘密 17 最好的作者不在于写, 而在于改
- 秘密 18 把握节奏, 注重过渡, 使写作流畅生动
- 秘密 19 以少胜多
- 秘密 20 被动思维和行业术语干扰写作的清晰度
- 秘密 21 解决写作问题无需深厚的语法功底
- 秘密 22 在当今的快车道上用电子邮件交流要有震撼力
- 秘密 23 写好主题词, “芝麻开门”来
- 秘密 24 电子邮件的“要”与“不要”
- 秘密 25 要舍得花时间写好工作进度报告
- 秘密 26 信件没有消失, 人们需要信件
- 秘密 27 信件能增进关系
- 秘密 28 求职信事关重大, 切勿坐失良机
- 秘密 29 写好报告, 促进行动
- 秘密 30 组织复杂的项目并没有那么难
- 秘密 31 精心制作的建议书能制胜
- 秘密 32 采用信函形式可以让你绕开建议书
- 秘密 33 申请人和投资人的“使命”是申请资助的立足之本
- 秘密 34 写作是竞争对手网站中缺失的因素
- 秘密 35 关键词支撑网站, 内容决定流量
- 秘密 36 在网站主页上完整清晰地展现自己
- 秘密 37 博客和社会媒体是强大的商务工具
- 秘密 38 给自己写博客, 要做到真实可信, 小心谨慎
- 秘密 39 良好的商务博客是把利剑
- 秘密 40 推特和短信: 自我编辑的终极挑战
- 秘密 41 电子通讯要专注营销, 强化品牌效应
- 秘密 42 好的幻灯片不光要制作漂亮, 也要写得漂亮
- 秘密 43 出色的简历重点讲成绩, 而不是责任
- 秘密 44 传单是简易可行并能用于多种场合的宣传工具
- 秘密 45 考虑采用公关和发布新闻稿的形式, 值得!

<<妙笔生花的秘密>>

- 秘密 4 6 写文章能促进你的职业发展
- 秘密 4 7 虚拟网络提供了自主出版权
- 秘密 4 8 好标题大大有助于你的写作
- 秘密 4 9 讲究技巧的采访是一种重要但却未被认识到的商业资产
- 秘密 5 0 读者遍布全球：不要迷惑读者
- 秘密 5 1 清晰近于美德
- 秘密 5 2 你自己可以跳出语法陷阱

<<妙笔生花的秘密>>

章节摘录

版权页：说实话，大多数组织在创建网站时存在一个几乎可以说是致命的潜在漏洞。网站的确经过了精心的布局构思和设计，但是当这一切就绪时，就会有人说：“好吧，去把拷贝的东西拿来。

”然后，公关人员找出公司过去的宣传册，用它塞满设计人员留下的空间。

这带来了两个问题：首先，即使是在印刷品中很好使的文章也不适合在网上使用。

网站的内容一般应当是印刷品内容容量的一半，并且应当去掉空话和宣传炒作的部分。

因为在屏幕上阅读不同于在纸上阅读，要想达到一定效果，就需要仔细斟酌网站用的版本，以适于所用的媒体。

其次，把文章写作留在最后，就埋下了无人恰当规划网站的隐患。

设计者关心页面的外观，程序员关心网站的结构和导航，其他专家可能侧重于搜索引擎优化。

有谁来过问网站的目标是什么，谁是它的读者对象，哪些功能可以吸引访客者，以及它们将如何使用等这些问题？

即使该网站的开发团队包括了营销行家，在早期规划阶段也应该把文字写作功能提到议事日程上。

当你参与建设一个部门的网站（或创建你自己的业务网站）时，要填补这个真空地带：要设定策划人员和计划人员的作用，并把这项工作看做对信息进行包装。

把设计及制作功能看做对你想达到的业务目的而提供的服务。

当然，要巧妙地做到这一点。

这是一个团队的事业，它需要各项技能（和规划）很好地融合，这样才能打造一个好网站。

如何定义好的网站文章——与往常一样，知道目标才能做到与众不同。

但是对于网站来说，“写作”远不止堆砌词汇。

不管你是不是能够与最好的平面设计师和程序员一起工作，是否采用你自己全盘操作的模式，网站都需要有大局观念。

好的网站文章是建立在人们如何看待和使用网站的基础之上的。

要记住，他们是观众或者用户，但不是读者。

他们用眼睛扫描，先决定他们想要什么样的信息，然后才会钻进去寻找。

比如，看看一个高中生如何写《西奥多·罗斯福早年生活》这样一篇论文，也许他会用谷歌搜索“西奥多·罗斯福的生日”，然后，把最上面部分列出的这个信息拉下来，接着又回到谷歌搜索“西奥多·罗斯福的早期教育”，“西奥多·罗斯福的父母”，等等，每次搜索只会看前几个网站。

<<妙笔生花的秘密>>

媒体关注与评论

<<妙笔生花的秘密>>

编辑推荐

《妙笔生花的秘密:商务写作新规则》富含改善各种商务写作沟通的深刻见解。从日常的信件、电子邮件、报告，网站的内容、建议书和新媒体，你会发现作者给出的真知灼见会使你写下的文字字字珠玑。这是一笔以简洁、易于阅读的方式写下的宝贵财富，总会让你爱不释手。

<<妙笔生花的秘密>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>