

<<图表说服力>>

图书基本信息

书名：<<图表说服力>>

13位ISBN编号：9787115315076

10位ISBN编号：7115315078

出版时间：2013-5

出版时间：人民邮电

作者：权锡哲

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>

<<图表说服力>>

前言

你正在为信息的取舍和某个措辞绞尽脑汁、搜肠刮肚吗？
你正在为怎样把文本内容化繁为简、优化提升而纠结吗？
你正在硬着头皮进行商业演示吗？
你正在演练、演练、再演练，就为了站上讲台的那一刻多点自信吗？
你正在报怨客户或老板很难说服吗？

以上种种困境的解决，都涉及图表的创新设计和PPT的演示，而本书正是基于这两方面安排内容的。
全书为读者提供了最前沿的设计理念、最丰富的设计内容、最时尚的模板素材、最实用的演示技术和最有效的说服技巧，读者在阅读本书后，定会有所收获。

本书的特色可总结如下。

1. 把文本转化为生动醒目的图表 首先，确定信息的类型是文字、数据还是图片、影像；其次，分清信息间的关系是递进、并列、包含、总分、递延、对比，还是综合的；最后，设计最能体现信息类型和信息间关系的图表，杜绝简单的“复制、粘贴”。

2. 把PPT演示为站起鼓掌的报告 综合运用图形、表格、颜色、字体，整体布局，让你的PPT动起来，增强视觉冲击力。

充满自信的演示将获得观众的喝彩。

3. 把客户引导为终身合作的伙伴 本书汇集资深设计师和咨询专家的商务沟通实践经验，解码肢体语言、缝合沟通缝隙，让你用细节打动客户，借工具赢得认同。

4. 把工具打造为完备的资源仓库 要想成为图表说服达人，你首先需要具备建立资源库的意识，本书正文以及配套光盘中为读者提供的模板库、素材库、PPT范例库，都可以“拿来即用”或“稍改即用”。

在本书编写的过程中，孙立宏、程富建、刘井学、刘伟负责资料的收集和整理，王玉凤、廖应涵、董芳芳、李苏洋负责图表编排，张京文、金成花负责图形的设计，王胜会参与编写了本书的第1章，金虎男参与编写了本书的第2章，高玉卓参与编写了本书的第3章，杨雪参与编写了本书的第4章，单伟参与编写了本书的第5章，杨化狄参与编写了本书的第6章，全书由权锡哲统撰定稿。

<<图表说服力>>

内容概要

《图表说服力》是由弗布克最优秀的图表设计师和咨询项目团队合作，结合PPT设计技术和演示技巧倾力打造而成的。

全书从信息的内容梳理和关系划分出发，建立了“文本内容—图形表格—PPT”的转化模式，内容涉及信息图表化、图表化PPT示例、图表优化技巧、演示要项等，同时还提供了模板库和素材库，以帮助读者快速成长为用PPT说服他人的高手。

《图表说服力》适合企业管理人员、设计人员、咨询师、培训师以及高校相关专业师生阅读、使用。

<<图表说服力>>

作者简介

权锡哲，弗布克资深咨询师，具有多年的咨询项目和PPT演讲经验，参与过多本管理实务和商务沟通方面著作的撰写，其中包括《图表的力量》和《演示的力量》

<<图表说服力>>

书籍目录

目 录第1章 图表怎样展示内容才有说服力 11.1 什么信息可以图表化 21.1.1 将信息分为四大类别 21.1.2 梳理信息间六大关系 61.2 将递进关系信息图表化 111.2.1 金字塔式图形 111.2.2 多重箭头式图形 141.3 将并列关系信息图表化 171.3.1 分条并行式图形 171.3.2 组合并行式图形 211.4 将包含关系信息图表化 241.4.1 无交叉包含式图形 241.4.2 交叉包含式图形 271.5 将总分关系信息图表化 291.5.1 多重总分式图形 291.5.2 单重总分式图形 321.6 将递延关系信息图表化 351.6.1 不可循环递延式图形 351.6.2 可循环递延式图形 371.7 将对比关系信息图表化 391.7.1 柱状图 391.7.2 点状图 421.7.3 饼形图 441.8 将复杂关系信息图表化 471.8.1 划分信息层次关系 471.8.2 选择合适的图与表 481.8.3 组合成所需图与表 491.8.4 仿3D与真3D图表 51第2章 六类常见文本转PPT示例 552.1 工作总结文本转PPT示例 562.1.1 年度人力资源工作总结文本 562.1.2 年度人力资源工作总结PPT 592.2 工作计划文本转PPT示例 622.2.1 市场部年度工作计划文本 622.2.2 市场部年度工作计划PPT 672.3 调查报告文本转PPT示例 712.3.1 商务休闲装消费调查报告文本 712.3.2 商务休闲装消费调查报告PPT 732.4 组织介绍文本转PPT示例 752.4.1 FBK企业学习中心介绍文本 752.4.2 FBK企业学习中心介绍PPT 772.5 庆典策划文本转PPT示例 792.5.1 书店庆典策划案文本 792.5.2 书店庆典策划案PPT 822.6 课程讲义文本转PPT示例 832.6.1 《激励理论》讲义文本 832.6.2 激励理论PPT 89第3章 通过六大技巧优化图表 933.1 复杂图表简单化 943.1.1 找出信息的关键点 943.1.2 把表格内容图形化 953.2 相关图表对比化 983.2.1 对比越强烈越好 983.2.2 简化项目抓人眼球 1013.3 类似图表差异化 1033.3.1 增加元素显出差异 1033.3.2 转换形式突出不同 1043.4 死板图表形象化 1073.4.1 突破边界浑然一体 1083.4.2 视觉语言助形象化 1123.5 传统图表创新化 1153.5.1 创新的来源 1153.5.2 创新的宗旨 1193.6 单色图表色彩化 1213.6.1 解读颜色的神秘密码 1213.6.2 玩好配色这一撒手锏 125第4章 通过你的演示说服别人 1334.1 为什么要进行演示 1344.1.1 提前预演有无必要 1354.1.2 提前做好两次预演 1364.1.3 熟知当天预演流程 1374.1.4 找出你的不足之处 1424.2 凭什么去说服别人 1454.2.1 图表结合说服别人 1464.2.2 演示工具说服别人 1484.2.3 设计表演说服别人 1514.2.4 充满自信说服别人 155第5章 让你的模板库与众不同 1595.1 两类图表万用模板 1615.1.1 传统类图表万用模板 1615.1.2 非主流类图表万用模板 1625.2 分项内容图表模板 1635.2.1 项与项间横向排列 1635.2.2 项与项间纵向排列 1645.2.3 按特定的形状排列 1655.3 对比内容图表模板 1665.3.1 含总项的两项内容有交叉 1665.3.2 不含总项的两项内容对比 1675.4 程序内容图表模板 1685.4.1 三步的影响力 1685.4.2 为四让出空间 1695.4.3 更多流程也不乱 1705.5 总分关系图表模板 1745.5.1 一含三关系 1745.5.2 一含四关系 1755.5.3 一含五关系 1765.5.4 含更多子项 1775.6 维度信息不规则图表化 1785.6.1 圆锥与棱锥 1785.6.2 圆柱与棱柱 1795.7 非主流组合图表化 1805.7.1 标题可以这样做 1805.7.2 我要表演给你看 1815.7.3 图表也能另类化 1825.7.4 边娱乐边拼图游戏 1835.7.5 三维层次异度空间 184第6章 让你的素材库取之不尽 1856.1 两类图表素材库 1876.1.1 传统类图表素材库 1876.1.2 非主流类图表素材库 1886.2 有方向运动必达目的地 1896.2.1 单体单方向前进 1896.2.2 多体单方向前进 1906.2.3 多体多方向前进 1916.3 你中有我我中有你 1926.3.1 两者相互作用 1926.3.2 三者相互作用 1936.3.3 多者交织有序 1946.4 丰富多彩的常用配图 1956.4.1 微标语 力度宣传 1956.4.2 警告你 小心使用 1966.4.3 杂货店 应有尽有 1976.5 形象化事物非主流图表 1986.5.1 天天向上 1986.5.2 圈圈框框 1996.5.3 跟我一起读123 2006.5.4 办公桌上的各种物件 2016.5.5 趣味字母与标点 2026.5.6 出门必备工具大全 203

<<图表说服力>>

章节摘录

3. 图片信息 图片信息是指以图形、图标、箭头等形式传递的信息。

图片信息一般比较直观，抽象程度较低，阅读容易，而且图片信息不受宏观和微观、时间和空间的限制，大到天体，小到细菌；上到原始社会，下到未来，这些内容都可用图片来表现。

例如，你用文字向别人解释“帽子是什么样的”就不如将一个图片展示给他，告诉他“这就是帽子”。

图片信息与纯文本信息、数据信息相比，还有以下几个优点。

直观、生动 图片可用于传递一些用语言难以描述的信息，使接收者更容易理解和接受。

提高观赏性 无论是文本文件，还是PPT文件，都需要采用适当的图片做背景或装饰，以增强文件的观赏性，使接收者更容易接收信息。

4. 影像信息 这里的影像信息是与文字信息、数据信息以及图片相对的另一种信息传递方式，其主要指以电视、放映机等媒介传递的动态影像信息。

影像信息往往还会伴随声音一起传递给信息接收者。

例如，我们观看的电视剧、动画片、广告等都属于影像信息。

这种信息的优点是形象、直观、生动，使信息接收者比较容易理解和接收信息。

但将信息转化成这种形式往往需要付出较高的成本。

通常情况下，将信息图表化主要是指将文字信息、数据信息转化成图表，方便信息接收者接受和理解。

1.1.2梳理信息间六大关系 事物是相互联系的，同样，信息之间也是相互联系的。

在明确信息的类别以及信息反映的主题后，需要进一步明确信息之间的关系，以便为下一步选择图表奠定基础。

一般说来，信息之间存在以下几种关系（见图1-5）。

1. 递进关系 在一组信息集合中，如果后一段信息所表达的意思比前一段信息更进一层，或范围更广泛、程度更深、情况更甚，则可认定为这一组信息之间含有递进关系。

例如下面这组信息。

“销售部不仅超额完成了今年的销售目标，还把明年的销售任务完成了，并且也为后年的销售工作打下了基础。

” “今年销售目标——明年销售任务——后年销售工作”，逐层深入，这样就可以根据这种关系做一个递进关系的图表了。

下面的例子也是一样的。

“我们产品的质量，不仅要做到全省第一，还应该做到全国第一，乃至世界第一。

” 产品的质量从全省第一，到全国第一，最后到世界第一，范围层层扩展。

一般的递进关联语句中，常含有“又”、“更”、“而且”、“况且”、“何况”、“甚至”、“尤其”等词语，与此相类似的信息还有以下几例。

作为一名员工应当遵守企业的制度，况且你又是属于管理人员，更应该以身作则。

如果我们连眼前的竞争对手都不能战胜，那我们又如何与更强大的对手竞争呢？更何况我们的目标是进入世界500强呢！

2. 并列关系 在一组信息组合中，如果前后几段信息分别叙述有关联的几件事情或同一事物的几个方面，那么就可以认定这组信息是具有并列关系的。

这些信息之间的关系是平行的。

各段之间无主次之分，但排列的先后往往有其必然性。

例如下面这组信息。

“在工作中，他不仅勤勤恳恳，而且成绩卓著。

” 这段信息从工作态度和工作业绩两方面描述了一个人的工作情况，是典型的并列句式。

下面是一个类似的例子。

“上马这个新项目，从战略上考虑，有助于完善我公司的生产链；从战术上考虑，能够从眼下的竞

<<图表说服力>>

争中获利。

” 这段信息是从战略和战术两个方面对“上马这个新项目”进行了描述。

在很多情况下，并列关系的信息都是以列举的形式给出的，如下面的实例。

企业中的分工都是很细致的，有人负责生产、有人负责销售、有人负责财务管理、还有人负责人事工作等。

企业管理的规范化是我公司前进和发展的基础；同时，企业运营的信息化是提升我公司竞争力的关键。

3. 包含关系 包含关系是指一个信息集中部分信息可以组成另一个信息集合，新的信息集合就成了原信息集合的子集合，而这些子集合还可以作为独立的集合具有自己的子集合。

例如下面的例子。

“ 我校教师队伍中，留过学的占40%；其中，在美国留过学的教师占留学教师总数的33%。

” 这段信息就含有双重包含关系；留过学的教师包含于教师整体；而在美国留过学的教师又包含于留过学的教师这一整体。

P6 - 8

<<图表说服力>>

编辑推荐

《图表说服力》以独特的视角，提供最前沿的PPT设计理念、最丰富的设计内容、最时尚的模板素材、最实用的说服功力，浅显易懂，专业实用。

《图表说服力》能够把文本转化为生动醒目的图表，能够把PPT演示为站起鼓掌的报告，能够把客户说服为终身合作的伙伴，能够把工具打造为完备的资源仓库。

总之，《图表说服力》是一本用实务风格打造的，让人易学易用的PPT制作及演讲技巧，既好看，更好用。

<<图表说服力>>

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>