第一图书网, tushu007.com

<<不必说话就能赢的简报术>>

图书基本信息

书名：<<不必说话就能赢的简报术>>

13位ISBN编号：9789862164082

10位ISBN编号：9862164085

出版时间：2009-9-29

出版时间：天下遠見出版股份有限公司

作者：天野畅子

页数：236

译者：陈美瑛

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

第一图书网, tushu007.com

前言

前言　　簡報成功與否決定於「口頭簡報」之前　　不用開口就接到二千萬日圓的訂單！
　　筆者以「簡報顧問」的身分，進行製作簡報資料、企劃書以及簡報諮詢等相關工作。
從廣告公司上班的時代開始，筆者就接觸了做簡報、聽簡報等來自雙方所提出的各種不同內容的簡報。
接觸的簡報數量大概也超過了一千件。
　　在那段時間中最大的感觸是，大部分的提案者都誤解了做簡報的優先順序。
口頭簡報時熱烈發言，PowerPoint運用自如，投影片看起來生動活潑……。
確實，這些也都很重要。
不過，如果企劃書或提案報告的製作過於草率，我想也應該得不到期待的成果吧。
　　在公開招募企劃案或比稿的場合中，如果沒有通過文件審核就沒有機會進行口頭簡報。
想要把自家商品推銷給客戶也一樣。
通常對方的業務負責人會根據我方所提的資料進行內部檢討。
也就是說，書面資料的訴求力量大大地左右最後的決定結果。
　　相反地，如果簡報資料製作確實，即便在進行口頭簡報時發生些許錯誤、因為緊張導致言詞不夠流暢等問題，雙方的交易還是會成功。
因為，早在口頭簡報之前，勝負已定。
以筆者的經驗來說，對方的經辦人員或是背後的關鍵人物在文件審核結束時，幾乎就已經決定要採用哪個方案了。
對方的公司內部也多半已經達到共識。
　　例如，筆者曾經負責一份參加公家機關競標比稿的企劃案。
當時那家公司是第一次參加比稿，所以沒有任何業績記錄。
公司原先是抱持著放棄的心態參加比稿。
但是，文件審核的結果，我們卻是從十多家的競爭對手當中脫穎而出，得到第一名。
日後公司接到通知面談。
本來我們準備了一些模擬問答，準備進行口頭簡報。
但是後來才知道，對方早已經決定採用我們的企劃案。
不必做任何口頭說明就拿到大約二千萬日圓的訂單。
　　還有，筆者曾經應徵一家大型的遊戲公司。
當時公司只預計錄用一人，但是卻有二百人左右應徵。
不過，當筆者送出具有強力訴求效果的應徵資料之後，就從二百倍的應徵者中勝出，得到這份工作。
進入這家公司之後才聽說其實早在面試之前，公司大概就已經決定錄用誰了。
　　就如同上述的幾個例子，其實在簡報現場幾乎沒有開口的機會。
而且，就算有機會發表，其實結果幾乎都已經決定了。
　　從「Before / After」看出資料大變身！
　　不用開口就能勝出的訣竅在於製作一份不用仔細閱讀也會中選的資料。
事實上，所謂「成功的簡報資料」並沒有任何令人驚訝的花俏伎倆。
該有的內容確實呈現，再加上一些細微的巧思與注意事項。
這些處處可見的小細節打動人心，繼而讓對方的行動產生改變。
　　例如，一個好的標題會促使人想繼續翻閱資料一探究竟，不好的標題自然就不會有這樣的效果。
適當的用色會讓人產生好感。
相反的，配色用得不好就不會留下任何特殊印象。
　　也因此，本書從編輯、圖解以及設計等各種不同角度提出建議。
或許有些地方細微到讓人覺得「連這種小事也要在意嗎？
」然而，審核的人是確實而仔細地查閱資料的。
因為，對方畢竟是以「要淘汰哪一個」的標準審核文件，而不是「要挑選哪一個」來進行審核。

第一图书网, tushu007.com

唯一獲選的資料就是排除了所有的阻礙，從幾十、幾百個競爭者中勝出的。

或許有人會認為要記住這麼多小事太累了。

不過，請各位放心。

本書的圖表以「Before」的狀況表示經常可見的不良案例，並且依照正文的說明，以「After」呈現改善後的狀況。

光是依照「Before /After」的指導應該就可以立刻提高資料的訴求力量。

另外，大部分製作簡報資料的相關書籍都是以微軟（Microsoft）公司的PowerPoint軟體為主要依據對象。

本書為了讓初次製作簡報資料的人也能夠清楚易懂，因此以Word、Excel軟體為主，介紹簡單製作簡報的方法。

PowerPoint是很好用的簡報軟體，不過對於製作書面資料而言並不是很合適。

利用Word輸入文字，再貼上以Excel做的圖表，這樣就可以完成一份完美的簡報資料。

還有，由於受版面的限制，「Before /After」以橫向位置表示。

實際使用Word時，當然可以根據需要恢復正常的縱向位置。

如果確實執行本書的做法，相信各位一定能夠做出一份「毋須開口即可勝出」的簡報資料。

不用說任何一句話，所有的事情就可以如你所願。

如此美好的感覺，祈願讀者也都能夠感受到。

第一图书网, tushu007.com

<<不必说话就能赢的简报术>>

内容概要

簡報資料為什麼這麼重要？

第一，它決定了你是否有進一步口頭報告的機會，所以必須從提交出去的那一刻起，就完完全全代表你說明提案內容。

第二，它是對方窗口用來說服內部的工具，真正的決策者很少出席口頭報告會議，所以這份資料必須即使沒有你的補充說明，任誰讀了之後也都能理解、認同。

第三，如果後續牽涉到付款問題的話，「估價單」、「企劃案實「」施概要」等執行依據，都必須留有明確的書面資料。

不用開口就贏的訣竅，在於確實呈現內容，再加上一些細微的巧思與注意事項。

本書從編輯、圖解以及設計等各種不同角度提出建議。

為了讓初次製作簡報資料的人也能夠清楚易懂，本書以Word、Excel軟體為主， Word輸入文字，再貼上以Excel做的圖表，就可以完成一份完美的簡報資料。

只要確實執行本書的做法，不用說任何一句話，所有的事情就可以如你所願。

詳盡的技巧說明、一目了然的範例解說，從觀念到實作，教你輕鬆做出「有效的簡報」，讓勝負贏在第一步！

簡報資料製作三大要訣：　重點字句比優美文章有效　文章寫不好也沒關係，因為簡報資料靠的是「樣貌」，而非長篇大論，只要抓住重點字句，一樣能成就一份「有效的簡報」。

靠模仿學習專業簡報技巧　本書提供一百多則簡報範例，以「Before/After」的比較，清楚呈現技巧運用的改變，讓你從模仿範例中學習專業的製作技巧。

簡單利用Word及Excel做簡報　捨棄簡報軟體Power Point，輕鬆利用Word及Excel，同樣可以做出媲美專業的精彩簡報資料。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

天野暢子　　ePresen公司負責人，簡報諮詢顧問。
1962年生於廣島市。
廣島修道大學畢業後曾經擔任廣告公司媒體公關、專業記者、大型遊戲製造商企劃宣傳等。
2006年以「簡報顧問」的身份獨立創業，專營簡報相關業務。
作者從廣告公司、媒體、廣告主的立場闡述簡報現場的各種經驗。
擅長製作簡報資料、比稿資料、企劃書、新聞稿等文件。
提出多項不用多發一語就被錄用的簡報資料。
目前正開辦「成功！
簡報技巧」講座，教導商場人士如何在談判或比稿中勝出。

第一图书网, tushu007.com

<<不必说话就能赢的简报术>>

书籍目录

前言—簡報是否成功決定在「口頭簡報」之前第1章 以「樣貌」定勝負的簡報策略1-1 製作簡報資料必守原則十五秒內決定勝負的因素，五成以上由資料的樣貌決定1-2 製作資料須知作一份讓對方能用來說服公司內部的資料1-3 簡報的目的製作簡報資料之前，先確認清楚簡報的目的1-4 確認事項開始製作簡報之前應先確認的事第2章 讓對方瞬間理解的簡報製作規則2-1 標題用標題抓住對方目光的技巧2-2 架構簡單醒目的簡報架構2-3 內文文章寫不好也能做出一份「有效的簡報」！
2-4 鎖定三個主題 三大家、三原則、日本三景??四個以上就記不住2-5 鎖定三個主題 最佳示範：吉野家的三大訴求「好吃、便宜、快速」2-6 一詞策略加入隨機應變的一個形容詞2-7 數字化用數字的神奇力量大幅提升吸引力2-8 預算沒有寫上金額的提案，任誰都無法做決定2-9 時間表將截止日期前的時間表圖像化2-10 簡介利用銷售重點提高信用與信賴感第3章 「有效簡報」的魅力讓人不由自主往下翻3-1 紙張大小統一使用A4紙張是「有效的簡報」的必守原則3-2 份量簡報資料愈精簡愈具吸引力3-3 封面光看封面就知道簡報資料的好壞3-4 目次與中間扉頁插入頁有助於閱讀者思緒整理3-5 頁碼頁碼讓資料更便於使用3-6 頁首與頁尾善用頁首讓資料的訴求度明顯升高3-7 著作權標示維護自家公司權益，同時有助於品牌行銷3-8 格式以慣用的格式表現「特有風格」第4章 立即上手的專業編輯技巧4-1 字型避免亂碼或字型不統一的文字運用原則4-2 字體大小以三種不同大小的字體簡單表現資料內容4-3 數字遵守「數學規則」，讓數字看起來更美觀4-4 英文字英文標示潛藏的「陷阱」4-5 標點符號句點的用法4-6 遣詞用字敏感用語要慎選4-7 換行與留白適當的留白是讓人想繼續閱讀的基本技巧4-8 條列式書寫並列或順排？
意義大不同4-9 底線與斜體利用字型或顏色表現想強調的部分第5章 立即上手的專業圖解技巧5-1 圖解以圖形代替文字說明，一目瞭然！
5-2 表格利用縱列、橫列分類，將各種訊息化為表格5-3 圖表 做點變化，利用圖像表現想強調的重點5-4 圖形 圓餅圖、直條圖、折線圖等如何區分使用？
5-5 插圖利用圖形的組合讓無意義的形狀產生意義5-6 相片如何拍出逼真的相片？
5-7 擷取畫面利用視窗圖片幫助理解電腦及網站的操作說明5-8 運用新聞報導讓媒體為簡報加持第6章 立即上手的專業設計技巧6-1 配色打動對方的圖表顏色鎖定三種即可6-2 線條改變線條粗細與種類就能做好圖解6-3 背景與空白填滿花樣的背景是典型的「失敗圖解」6-4 框線利用框線的有無改變圖形的印象6-5 陰影與漸層平面中也能呈現具有質感的立體效果6-6 視線走向簡報資料以「Z型」的安排為原則6-7 配置Before / After的順序若是顛倒的話??6-8 對齊方式整齊排列讓人感覺穩定與安心第7章 讓簡報順利通過書面審核的「潤飾與提交」技巧7-1 印刷簡報資料要用列印，而非影印7-2 裝訂裝訂方法洩露你的基本常識7-3 裝訂本一張透明的封面值一億日圓？
7-4 寄件人寄件人姓名要寫在拆封後最顯眼之處7-5 提交資料時的注意事項提案是否符合條件所需？
7-6 報名方法就算送件了也不見得有被拆封的機會column 必勝簡報的準備1.自己認為好的地方到底是哪裡好？
2.身邊沒有範本時，請參考書籍或網路資料3.利用決策者的喜好鞏固周邊的變動因素4.把熱情與誠意傳達給對方5.找出與他人不同的作法6.培養敏捷的速度7.PDF能縮小檔案容量，並避免亂碼產生

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

簡報資料封面上的標題是提案最重要的重點。
對方是否會翻開資料取決於標題的好壞。
標題的設計或配置確實重要。
不過，標題必須是一行具有吸引力、讓人印象深刻的文句。
也就是說，即便不閱讀資料內容，標題也能夠總括資料的整體內容並且確實傳遞訊息。
舉個例來說。
應徵「東京都交通阻塞解決對策」專案時，許多企劃案都是直接套用專案名稱做為企劃案的標題，如「東京都交通阻塞解決對策　企劃書」。
就算可以分辨出這個企劃案是與這個專案有關，但是完全看不出內容為何，也與其他應徵者毫無分別。
因此，若要傳遞資料的內容就要想一個可以傳遞資料內容的標題，如「企業設置自行車停車場減緩交通阻塞企劃案」。
從標題就可以大致掌握這份資料的內容與方向。
這樣就可以與他人的企劃案產生差異。
另外，如果再加上一個「三年內建設五百座」的宣傳標語，這樣對方應該更能夠產生具體印象。
在這個例子中，標題有十九個字，標語是八個字。
光是這麼做就可以清楚道出整份資料的內容。
就像這樣，跳脫主辦單位或對方所訂的題目，自由訂出適當的標題。
就像一般的旅行日記或研習報告，一般人都會以「小樽之旅」、「法國醫療研習報告」等為標題。
確實這也算是標題，不過卻無法吸引人進一步地翻閱內容。
如果把原來的標題改為「霜淇淋之鄉　小樽之旅」、「七成無痛分娩的國度　法國醫療研習報告」。
光是這樣的改變，閱讀者所得到的印象就大不相同。

第一图书网, tushu007.com

<<不必说话就能赢的简报术>>

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