

普华
经营

正略钧策
ADFAITH

一本就够系列
Office Smart Go!

职场
达人

PEARSON

超人气工作报告 一本就够

Guide to
Report Writing

写报告, so easy!

提升职场人气尽在掌握中!

[美]迈克尔·纳兹里 (Michael Netzley)

克雷格·斯诺 (Craig Snow) \ 著
程 维 \ 编译 曾 琳 \ 审校

FESCO 副总裁张艳珍女士倾情推荐
《职场》、《职业》、MSN《职场人生》
《HR经理人》等多家媒体联合推荐

一套关于职场生存法则和智慧修炼的系列宝典
以职场力的全面提升成就你的职业辉煌!



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

· 职场达人一本就够 ·

超人气工作报告 一本就够

[美]迈克尔·纳兹里 (Michael Netzley) 克雷格·斯诺 (Craig Snow) \著
程维\编译 曾琳\审校

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (CIP) 数据

超人气工作报告一本就够 / (美) 纳兹里
(Netzley, M.), (美) 斯诺 (Snow, C.) 著; 程维编译
—北京: 人民邮电出版社, 2010. 10
(职场达人一本就够)
ISBN 978-7-115-23903-7

I. ①超… II. ①纳…②斯…③程… III. ①工作报
告—写作 IV. ①H152. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 179751 号

内 容 提 要

本书讲述了制作一份优秀工作报告的方法与技能, 包括制作报告前的构思和资料的收集, 制作 PPT 时的要点, 演讲时的技巧, 适时与听众互动, 不同报告的特点与写作方法等。书中收录了大量案例和图片, 内容轻松易读, 便于理解, 实用性、操作性强。

本书适合职场白领及即将进入职场的年轻人阅读使用。

职场达人一本就够 超人气工作报告一本就够

◆ 著 【美】迈克尔·纳兹里 (Michael Netzley)
克雷格·斯诺 (Craig Snow)

编 译 程 维
审 校 曾 琳
责任编辑 许文瑛
执行编辑 李 琦

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本: 880 × 1230 1/32
印张: 5 2010 年 10 月第 1 版
字数: 72 千字 2010 年 10 月北京第 1 次印刷

著作权登记号 图字: 01-2010-3343

ISBN 978-7-115-23903-7

定 价: 22.00 元

读者服务热线: (010) 67129879 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154

“职场达人一本就够”系列序

在当今国际化商业浪潮冲击的时代，无论你是意气风发、雄心勃勃的职业经理人，朝九晚五忙碌的普通上班族，还是心怀梦想、奔走在职场路上的毕业生；无论你目前正处于职业发展的哪个阶段，要想在职业生涯中把握先机，不仅要有能独当一面的超群的工作能力和优秀的职业素质，还需要时时学习新的业务知识，谙熟职场生存法则，不断积累自己的职场经验，如此才能在职场打拼中做到游刃有余，成为众人瞩目的职场精英。

作为在职场中打拼的白领，我们每个人都有自己的职业梦想和追求。无论我们的起点如何、能力如何，我们都渴望自己能够得到老板的赏识，能够取得非凡的成就，获得职业生涯的成功。但对理想与现实之间的差距，我们也都了然于心。如果我们步入职场之初，不能掌握正确的职场法则，培养自己良好的工作习惯和职业素质，不能通过不断地学习使自己从众多职场白领中脱颖而出，那么多年以后，我们完全有可能还在原地踏步，只好无奈地看着自己的年纪越来越大，而自己的职业梦想却越来越遥远。另外，职场中升迁和发展的机遇也是可遇而不可求的，尤其是当自己的职业发展上升到一定的高度时，可获得的机遇就更更是少之又少了，这对于那些渴望获得机遇垂青的职场人士来说，无疑是很大的考验和挑战。既然机遇不可求，那么我们只有立足自身，把事情做好，为自己积累职场中的各种资本，相信机遇总是会垂青那些有准备的人的！

正是出于帮助职场人士成就职业和生活梦想的美好愿望，我们策划并推出了“职场达人一本就够”系列图书。希望通过书中简单而实用的工作技能介绍以及对职场生存法则清晰而透

彻的诠释，为每一位在职场中奋斗的人士提供一条通往职业成功的捷径，帮助其早日实现职业梦想！

“职场达人一本就够”是一套关于职场人士必备的各种职场技能和职场生存基本法则的系列图书，共有8本，主要由国外专家撰写。本系列图书的英文版在国外深受职场人士的欢迎，我们在推出中文版时，一方面删除了部分不适合国内情况的内容，另一方面增加了一些本土案例和具体指导，内容涉及职场的方方面面，从人际关系、职场中的说服力、职场修炼、职场口语、撰写工作报告、组织会议、演讲到如何与外国同事打交道等，深入浅出地介绍了各种职场技能和生存法则。在编译本系列图书的过程中，编译者参考并吸收了国内同行的相关著作、资料，由于篇幅有限，无法一一注明，在此，真诚地向他们表示深深的敬意！

本系列图书的出版旨在全面、系统地打造和提升职场人士的竞争力和工作胜任力。相信广大职场人士通过对本系列图书内容的全面学习，并在实际工作中遵守书中所列举的职场规则，就能够提高自身的职业修养和专业水准，在工作和社交场合中脱颖而出，成为职场中既有能力又受欢迎的耀眼的职场达人。

曾 琳

2010年6月23日于北京

前 言

工作报告写作秘笈

身为公司职员，你是否经常撰写报告？从某种程度上讲，报告写作的好坏甚至会影响到你职场生涯的成败。这绝非危言耸听，因为报告是你与上司、同事、客户及其他商业伙伴的重要交流形式。娴熟的报告写作能力无疑将给你的工作业绩和个人形象加分不少，那些精于报告写作之道的人往往能在职场中如鱼得水。

在此，我们特地为那些工作忙碌，但同时又不断追求进步的职场人士量身打造了这本《超人气工作报告一本就够》，希望在以下方面助你一臂之力：

- 帮助你树立踏实、可信的专业形象；
- 让你了解什么是优秀的报告及写作技巧；
- 帮你收集和分析所需信息；
- 帮你设计有吸引力的、可读性强的报告；
- 指导你完成言简意赅的报告——既包含数据、结论及建议等丰富的内容，又清楚明了、便于实施；
- 为你的报告演讲出谋划策，帮助你克服汇报过程中的种种障碍。

这本书适合你吗

对从事不同行业的白领来说，这本书具有相当高的价值。不管你是攻读MBA的商业精英，为客户提供解决方案的咨询顾问，还是每天阅读下属报告的部门经理，这本书将为你提供专业写作方面的指导。

- MBA学生：这本书是MBA管理传播课程的核心教材，也被

指定为MBA课程的辅助教材。在金融、市场营销、组织行为、企业管理、技术和咨询等专业领域，都需要撰写报告。

· 商业精英：商务人士的成功很大程度上取决于他们处理问题的能力，以及有效沟通解决办法的能力。有了这本书，你可在沟通问题、解决问题时得心应手。

· 经理：如果你正为下属提交的晦涩难懂的报告发愁，你不妨向他们推荐这本实用的指南，或者向他们介绍书中有关写作技巧的精髓，帮助他们提高报告的质量。

· 顾问：不管你是以自由职业者的身份为客户提供咨询，还是就职于国内外的咨询公司，这本书将为你提供有效帮助。因为你不仅要为客户解决难题、提供建议，而且还要就解决办法与客户进行沟通，报告写作的重要性就不言而喻了。

本书为何与众不同

如今市面上有关报告写作和报告演讲的图书品种繁多，但不少此类书要么空泛冗长，要么不得要领——许多公务繁忙的人根本无暇仔细阅读。我们在这本《超人气工作报告一本就够》的编写过程中借鉴了许多国外知名学者的观点，他们中的许多人曾经在大学里教授报告写作课程，比如康奈尔大学、明尼苏达大学、普渡大学、迈阿密大学、爱荷华州立大学等美国名校。这本书对于理论的讲述深入浅出，甚至是手把手地教会你如何掌握和运用写作技巧以及演讲技巧。具体来说，本书有如下特点：

· 简洁：本书简明扼要地介绍了报告写作技巧的精髓。我们在书中省略了大量冗长的例子、个案、脚注以及讨论题等等；

· 实用：本书为你提供的写作工具易于操作，书中的信息简明扼要、表达清晰；

· 便于使用：我们向读者提供了最方便的阅读格式，而且尽量使用直截了当的表述方式，避免空谈理论。

本书将为你提供哪些秘笈

本书共有两个主要部分。

第一部分以报告的写作技巧和方法为主，具体内容有：简要介绍什么是有效的报告和在学习过程中应当注意的问题，还介绍了超人气报告写成的最关键要素；本书手把手教你如何设计一份可读性强的报告。另外，在第一部分的方法篇中着重介绍了如何将报告制作成演讲用的PPT以及如何将PPT报告做得更精彩的技术。

第二部分实战篇中，主要介绍了在日常工作中所涉及的各种报告，如工作月报、年度述职报告、客户提案、产品推介报告的写作技巧以及公司内部日常沟通报告的写作秘笈。

你可能会想，报告的种类繁多，金融行业和外贸公司的工作报告肯定不一样，仅凭这一本书就能解决不同行业的问题吗？其实，报告并没有那么神秘，尽管报告的具体内容可能会有差异，不过一旦你了解了报告的基本特点和撰写原则，你就可以游刃有余地撰写不同类型的报告了。

Contents 目录

第一部分 方法篇

第一章 这样写报告更有效果

- 一、工作报告ABC····· 003
- 二、究竟为什么要写报告····· 008
- 三、“超人气”报告的共同特点····· 012

第二章 超人气报告写作全攻略

- 一、动笔前，先做个规划····· 021
- 二、写作前必要的调研和分析工作····· 025
- 三、报告写作三部曲——构架、写作、交付····· 027

第三章 超人气报告不可或缺的两大特色

- 一、写得清楚、再清楚一些····· 032
- 二、让你写的每一个字都有阅读价值····· 036

第四章 如何设计一份可读性强的报告

- 一、写好首段，成功一半····· 048
- 二、报告的主体部分要时刻围绕读者需求来展开·· 052
- 三、后续内容彰显专业素质····· 060

第五章 好的PPT演示报告应该这样写

- 一、站在听众的角度设计你的PPT报告····· 066
- 二、制作PPT报告的行动步骤····· 071

第六章 做出人见人爱的PPT幻灯片

- 一、关键幻灯片的制作····· 084
- 二、标题的制作····· 088
- 三、组合幻灯片····· 092

第七章 怎样把PPT报告讲得更精彩

- 一、不说话也能打动对方····· 096
- 二、让你放松下来的几个绝招····· 107

第二部分 实战篇

第八章 如何撰写工作报告

- 一、撰写工作周报与月报····· 119
- 二、撰写年度述职报告····· 122

第九章 如何写客户提案

- 一、如何撰写客户提案····· 128
- 二、如何撰写产品推介报告书····· 131

第十章 如何写公司内部的日常沟通报告

- 一、公司内部沟通报告的常见问题…………… 136
- 二、内部沟通前你应当做的事…………… 137
- 三、公司内部的日常沟通报告类型…………… 138

Guide to Report Writing



第一部分

方法篇

第一章 这样写报告更有效果

你是否注意到，不管是商业网站、政府网站或是报纸的电子版都会经常提到“报告”二字。记者们利用报告来制作、发布新闻（尤其是商业新闻），商界、政府和非营利机构也通过报告向受众传达各种信息——如调查结果、收入情况以及商品销售额等等。此外，许多机构内部也依赖报告来沟通信息，可见报告并不只局限于某一个行业或领域，而是在所有机构中都发挥着不可或缺的作用。

对于个人来说，报告的质量决定了你在职场上的成败，因为报告能反映出一个人的工作能力：你的思维如何？你是怎么样收集、整理和分析数据的？你从数据中能得出什么样的结论和建议？你用什么来支撑你的论点？你会用什么样的方式满足读者的要求？这一章的内容将告诉你什么是报告、如何使用报告、不同报告的特点是什么。

一、工作报告 ABC

简言之，报告就是根据读者的要求，将所收集到的数据按某种方式展示出来，帮助在某一专业领域的读者做出明智的决定。具体说来，报告有如下特征：形式多样、以数据做支撑、以读者的需求为导向。



1. 各种形式的报告

报告的形式多种多样，不同的报告在篇幅、内容、格式、视觉设计、功能、风格等方面都各有不同，但它们又都大同小异，都是通过数据分析帮助读者做出明智的决定。报告可以按如下标准进行分类，正确的分类也有助于你在计划报告时选择正确的写作方式。

- **按篇幅分类：**报告可长可短，这主要取决于你所在公司的具体情况。

- **按内容分类：**有的报告几乎全是数字，而有的报告则配有大量的文字叙述，包括结论或建议等。

- **按格式分类：**报告可以是简单的备忘录形式，也可以写得更正式一些，也就是说，你可以将报告按标题、目录、数据表、总结、附录等内容分为不同的单元，而不是混杂在一起。

- **按功能分类：**报告可以分为提议（为某项研究、项目和行动制订计划）、进程回顾（定期提供某项活动的最新进展）以及结项报告（报告最后结果——包括数据、结论和建议等）。

- **按频率分类：**报告可以分为定期报告和特殊项目报告。定期报告是根据一个机构的具体需要，按每日、每周（或两周一次）、每月、每季度、每年等固定周期撰写的报告。比如，销售报告就是典型的定期报告；年度报告也是某个机构

定期发布的重要报告；特殊项目报告是为了某一特殊需求而撰写的报告，进行某项研究的个人或机构通常会撰写这样的报告，展示研究进程中不同阶段的发现，进程报道以及结项报告等都属于这一类型。

2. 怎样把数据糅进报告

报告离不开对数据的处理，这里所说的数据可以是一手资料，也可以是二手资料。数据的来源包括各种实验、调查、公司记录、访谈、焦点小组、直接观察以及个人的亲身经历等。数据的形式也各不相同，可以是统计、实证研究、文本、图片、视频资料或者是以上内容的综合。总之，不管数据的形式和数量如何，报告撰写者都应当仔细选择和整理数据，为读者提供优质的服务。

（1）数据的选择

报告中的数据选择应当遵循以下三个标准。

- **内容质量**：数据是否能够反映有用的信息，是否得出有效的结论和建议？

- **可信度**：报告所引用的原始数据是否可信？数据是否是可证实的、准确的？报告得出的结论和提出的建议是否有合理的证据和论证支撑？

- **说服力**：报告所提供的数据和解释是否能毫无条件地为受众直接使用？

（2）数据的整理

完成数据的收集之后，作者应当按照受众的要求对数据



进行综合整理，即对数据归纳、分类和排序。

• **归纳**：对报告中所列出的数据是否作进一步的说明，要视情况而定。

• **分类**：报告中的数据和相关结论及建议应当按照一定的原则、分门别类地列出。

• **排序**：不同类别的内容应当按一定逻辑顺序排列，排序时应当考虑以下因素。

——**按程度排序**：从最重要的到最不重要的，从最大的到最小的，从重点推荐的到一般推荐的；反之亦可。

——**按年代排序**：从最久远的到最近的，或从最近的到最久远的。

——**按功能排序**：信息的各个组成部分，优点与缺点，一致与分歧。

——**按受众的问题排序**：（不管是含蓄表达的还是明确表达的）做什么？为什么要这样做？从哪儿开始？受众能从中获得什么利益，或者要承担多少费用？

工作报告大揭秘

传说中的报告	报告的真相
报告与备忘录和信件完全不同	报告可以采用备忘录和信件的格式
报告完全客观地呈述事实数据	从选择数据到撰写报告，作者的主观判断发挥着很大的作用