

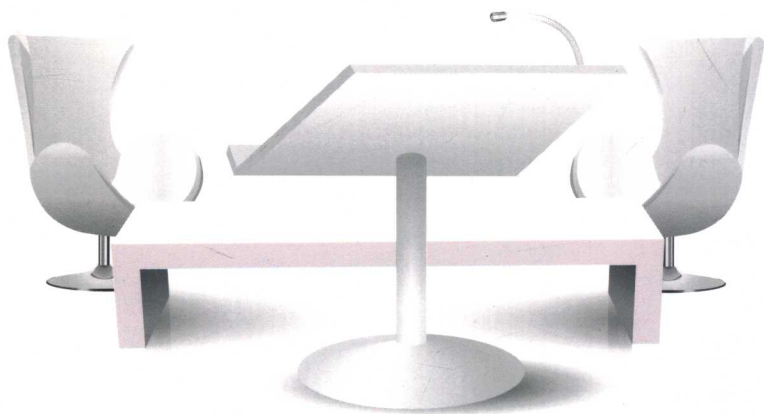
# 孫正義 の簡報術

## 23種振奮人心的奇蹟簡報術

在日本  
為了聽孫正義簡報的人不僅常將會場擠得水洩不通  
網路的影片轉播更是有數萬人收看  
不只是在觀眾人數眾多的場合  
就算是一對一交涉的場面  
他也常以簡報方式進行  
不可思議的是

**聽取了這些簡報的對象往往都會被說服！**

三木雄信——著 / 程壹德——譯



23種振奮人心的奇蹟簡報術

# 孫正義の簡報術

三木雄信 著  
程壹德 譯



博碩文化

# 孫正義の簡報術

## 23種振奮人心的奇蹟簡報術

作者／三木雄信

發行人／葉佳瑛

顧問／鐘英明

總編輯／古成泉

主編／陳吉清

執行編輯／高珮珊、陳吉清

行銷企劃／黃譯儀

出版版／博碩文化股份有限公司

網址／<http://www.dmaster.com.tw/>

地址／新北市汐止區新台五路一段112號10樓A棟

電話／(02) 26996128 69

傳真／(02) 26996128 67

郵撥帳號／17484299

律師顧問／劉陽明

出版日期／西元2013年4月初版

建議零售價／280元

ISBN / 978-986-201-726-5

博碩書號 / IN21209

本書如有破損或裝訂錯誤，請寄回本公司更換

### 著作權聲明

Son Masayoshi Kiseki no Purezen

Copyright©2011 Takenobu Miki

Chinese translation rights in complex characters arranged with  
SOFTBANK Creative Corp., Tokyo through Japan UNI Agency, Inc.,  
Tokyo

### 商標聲明

本書中所引用之商標、產品名稱分屬各公司所有，本書引用純屬  
介紹之用，並無任何侵害之意。

### 有限擔保責任聲明

雖然作者與出版社已全力編輯與製作本書，唯不擔保本書及其所  
附媒體無任何瑕疵；亦不為使用本書而引起之衍生利益損失或意  
外損毀之損失擔保責任。即使本公司先前已被告知前述損毀之發  
生。本公司依本書所負之責任，僅限於台端對本書所付之實際價  
款。

國家圖書館出版品預行編目資料

孫正義の簡報術－23種振奮人心的奇蹟簡報術 / 三木雄信 著. -- 初版. -- 新北市：博碩文化, 2013.4

面：公分  
ISBN 978-986-201-726-5 (平裝)

1. 簡報

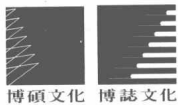
494.6

102005458

Printed in Taiwan



博碩文化 博誌文化



## 序章 用簡報改變世界！

# 第 1 章 孫正義簡報的本質

簡報的「策略」在哪？…………… 14

如何整理訊息？…………… 26

數字加深簡報含意…………… 33

讓會場所有人感受到「歷史上的必然性」！…………… 53

進行簡報的人為「主」，投影片為「輔」…………… 64

## 第2章

# 孫正義風格的簡報做法

白板會喚來「奇蹟」…………… 74

每個人都懂的簡報才有意義！…………… 85

「把鯉魚抱過來」的簡報？…………… 97

將風險化為機會！…………… 110

## 第3章

# 大幅提昇簡報效果 的10個方法

穿著也是簡報的一部分！…………… 122

言語以外的溝通力量…………… 130

一起討論的對象決定簡報效果…………… 138

享受現況…………… 148

不要害怕回答問題！…………… 152

隊伍與人群是成為市場起爆劑的最強簡報！…………… 159

數據的表現方式決定簡報的銳利度…………… 169

蒐集社會上的聲音轉動社會！…………… 177

競爭企業也是同志！…………… 188

做簡報的過程要有互動…………… 196

## 第 4 章 影響簡報成功與否的

### 四項準備

製作簡報前的準備…………… 202



要注意進行簡報的環境！……………	209
使用可以抓住人心的「小道具」！……………	217
在簡報內活用影片！……………	224
附錄 操作簡報軟體的技巧……………	229
終章 來，接下來換你改變世界了！……………	238

## 序章 用簡報改變世界！

二〇一一年四月二十日，孫正義在東京宣布成立「自然能源財團」。日本社會在經過東日本大地震後隨著此項宣布，引起了一陣關於「日本將來究竟要採用自然能源，還是核能發電」的爭議。

軟體銀行像這樣引起社會上的討論並不是第一次。軟體銀行的創辦人，同時也是執行董事的孫正義，自從軟體銀行創業以來就經常像「維新志士」般，在世界與日本的巨大變化裡，參與、創造了許多歷史。

孫正義被稱為簡報達人。當今為了聽孫正義簡報的人不僅常將會場擠得水洩不通，網路的影片轉播更是有數萬人收看。不只是在觀眾人數眾多的場合，就算是一對一交涉的場面，孫正義也常以簡報方式進行。不可思議的是，聽取了這些簡報的對象往往都會被說服。

因為這簡報的力量，軟體銀行不但將業務一口氣拓展到iPhone和iPad等新產品，並且成功與以美國蘋果、美國Yahoo!為首，和全世界多數的IT企業進行合作。軟體銀行創業經過三十多年快速成長，如今營業額已達到三兆日圓，說是因為孫正義的簡報力量實在一點也不為過。

那麼，為什麼孫正義的簡報會在軟體銀行的經營中扮演如此重要的角色？那是因為孫正義都將簡報的力量用來超越軟體銀行的「極限」。孫正義富有冒險精神，不斷進行挑戰，自創業以來，他持續擴大了電腦軟體流通、日本Yahoo!等入口網站、電子交易業務、寬頻業務、家用電話業務、行動電話業務等相關事業領域。為了擴張事業領域，在每個領域都需要有「人、物、金錢、資訊」這些經營資源。可是當初還是走創新中小企業的軟體銀行，在公司內幾乎都沒有擴張新事業領域的經營資源。為此，孫正義將「人、物、金錢、資訊」這些經營資源從外部進行調度，實現了事業領域的擴張。此時孫正義最大的武器就是簡報的力量。

如果是大企業的經營者，就沒有必要利用簡報來蒐集公司外的經營資源，就算是  
要擴張新事業，也只需整合運用公司的經營資源就有充分的餘力可以對應。

可是在日本，像軟體銀行這種創新企業是極端缺少「人、物、金錢、資訊」這些  
經營資源的。優秀的學生嚮往進入的是大企業，走創新路線的中小企業在沒有土地  
或建築物等資產的情況下，銀行也不會放款給沒有實際成績的企業。另外，大企業  
因為商機龐大，自然會有各種資訊情報匯集；而創新企業在一開始的條件原本就較  
為不利。

為了彌補這些不利因素當然就必須從公司外部去調度「人、物、金錢、資訊」  
等資源。面對在找工作的學生必須要說服他們「為什麼要來我們公司」，就算是擁  
有眾多資源的大企業，也有必須要說服對方「為什麼要和我們公司合作」的時候。  
同樣的，在面對投資人或銀行時也會有必須說服他們「為什麼要投資」，讓對方相  
信「可以放款給這家公司」的時候。

為了打動對方，此時簡報的力量就顯得相當重要，因為簡報就是「訊息分享共鳴」的最佳手段。如今在找工作的學生可以應徵的是數以百計的公司，對於「本公司在此業界是最大規模，公司以自由開放的風氣引以為傲，並且致力於社會回饋和環境保護」這樣的公司介紹，學生應該也是聽了不下數十回。想要找尋合作對象的大企業，應該也有許多中小企業在尋求和他們合作的機會，對這些常被希望借用資金調度的投資人、銀行來說，他們勢必也聽了數百、數千次「希望你們可以投資、放款」之類的話。

像這種大企業、投資人、銀行的負責人員，他們對「我們是能在新領域創造利益的事業」這種說詞或資料已經聽煩了。因為完全感受不到哪個才是有真正價值，哪裡才是可能成功的證據，對方認真的程度到哪裡、有多少熱情。用隨處可見的說詞，想要引起他們的興趣是相當困難的。

為了讓這些人能站在公司這邊，讓他們能從訊息得到「分享共鳴」比什麼都來得重要。而孫正義的簡報就是用在想要拉攏對方成為公司伙伴，或者希望從對方得到

自己公司所沒有的資源時，進一步對他們傳達訊息「分享共鳴」的時刻。

因此在孫正義的簡報上不會用一般經營策略的理論與大綱，去說明自己公司的強項或弱點。取而代之的是訴說這個事業在「歷史上的必然性」與這個事業對社會有何種價值。這種訴說「歷史上的必然性」和「社會價值」的方法會引來共鳴，這就是孫正義的簡報之所以會打動這麼多人的理由。不管是誰在心裡某處，或多或少都會有「想要把現在的社會引導到好的方向」、「在歷史上一頁留下自己的足跡」這種熱情。孫正義的簡報則是將這個小小的熱情引燃成巨大的火焰。

孫正義的簡報不論是誰聽了都會懂，簡單而明瞭。簡報的「訊息」相當明確，而在簡報上則強烈反映出孫正義所思考的「策略」。因此，貫穿孫正義簡報整體的邏輯經常是簡單而明確的。

每一張簡報投影片都是用簡短的訊息、圖片或照片所構成。此外，孫正義的語氣也像在對話般自然而柔和，絕對不會是念出備忘稿般的僵硬。沒有人喜歡，也做不到長時間一直聽無聊又難懂的話。

想要馬上成為像孫正義一樣的簡報達人或許有它的難度，不過孫正義在進行簡報時的每一項訣竅並不困難，也是馬上就可以讓許多人做得到的內容。

只要意識到孫正義的簡報做法，不論是誰都可以大幅加強自己的簡報能力。不僅如此，在簡報結束後還能夠感受到訊息分享共鳴的喜悅，因價值觀得到認同而獲得極大滿足。本書就是用孫正義的簡報實例將這些訣竅加以解說。前言寫了這些，希望各位讀者能活用本書，讓各位的簡報能在各自的商場上發揮最大效果。另外也希望這些結果，能讓全世界和日本的未來都有更好的發展。

# 孫正義的簡報術

## 目錄



## 序章 用簡報改變世界！

# 第 1 章 孫正義簡報的本質

簡報的「策略」在哪？…………… 14

如何整理訊息？…………… 26

數字加深簡報含意…………… 33

讓會場所有人感受到「歷史上的必然性」！…………… 53

進行簡報的人為「主」，投影片為「輔」…………… 64