

普
华
经
管

FBOOK

弗布克商务沟通工具系列

图表

说服

▼ 让PPT展现超级说服力

权锡哲

内容——图形图表

无忧无虑丢掉文稿
吸引眼球赏心悦目

图表——演示演说

彻底告别照本宣科
言之有物一鸣惊人

工具——专业高效

万用模板库素材库
五彩缤纷生动实用

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



随书附赠光盘

弗布克商务沟通工具系列

图表说服力

权锡哲 编著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

图表说服力 / 权锡哲编著. — 北京 : 人民邮电出版社, 2013.5

(弗布克商务沟通工具系列)

ISBN 978-7-115-31507-6

I. ①图… II. ①权… III. ①商业—图表—演示法
IV. ①F713.8

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第065747号

内 容 提 要

本书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。

本书适合企业管理人员、设计人员、咨询师、培训师以及高校相关专业师生阅读、使用。

弗布克商务沟通工具系列

图表说服力

◆ 编 著 权锡哲

责任编辑 许文瑛

◆ 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 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京天宇星印刷厂印刷

◆ 开本: 700×1000 1/16

印张: 13.5

2013年5月第1版

字数: 180千字

2013年5月北京第1次印刷

ISBN 978-7-115-31507-6

定价: 35.00元(附光盘)

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

反盗版热线: (010) 67171154

广告经营许可证: 京崇工商广字第0021号



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。

目 录

第1章 图表怎样展示内容才有说服力	1
1.1 什么信息可以图表化	2
1.1.1 将信息分为四大类别	2
1.1.2 梳理信息间六大关系	6
1.2 将递进关系信息图表化	11
1.2.1 金字塔式图形	11
1.2.2 多重箭头式图形	14
1.3 将并列关系信息图表化	17
1.3.1 分条并行式图形	17
1.3.2 组合并行式图形	21
1.4 将包含关系信息图表化	24
1.4.1 无交叉包含式图形	24
1.4.2 交叉包含式图形	27
1.5 将总分关系信息图表化	29
1.5.1 多重总分式图形	29
1.5.2 单重总分式图形	32
1.6 将递延关系信息图表化	35

1.6.1	不可循环递延式图形	35
1.6.2	可循环递延式图形	37
1.7	将对比较关系信息图表化	39
1.7.1	柱状图	39
1.7.2	点状图	42
1.7.3	饼形图	44
1.8	将复杂关系信息图表化	47
1.8.1	划分信息层次关系	47
1.8.2	选择合适的图与表	48
1.8.3	组合成所需图与表	49
1.8.4	仿 3D 与真 3D 图表	51
第2章	六类常见文本转PPT示例	55
2.1	工作总结文本转 PPT 示例	56
2.1.1	年度人力资源工作总结文本	56
2.1.2	年度人力资源工作总结 PPT	59
2.2	工作计划文本转 PPT 示例	62
2.2.1	市场部年度工作计划文本	62
2.2.2	市场部年度工作计划 PPT	67
2.3	调查报告文本转 PPT 示例	71
2.3.1	商务休闲装消费调查报告文本	71
2.3.2	商务休闲装消费调查报告 PPT	73
2.4	组织介绍文本转 PPT 示例	75
2.4.1	FBK 企业学习中心介绍文本	75
2.4.2	FBK 企业学习中心介绍 PPT	77
2.5	庆典策划文本转 PPT 示例	79

2.5.1 书店庆典策划案文本	79
2.5.2 书店庆典策划案 PPT	82
2.6 课程讲义文本转 PPT 示例	83
2.6.1 《激励理论》讲义文本	83
2.6.2 激励理论 PPT	89
第3章 通过六大技巧优化图表	93
3.1 复杂图表简单化	94
3.1.1 找出信息的关键点	94
3.1.2 把表格内容图形化	95
3.2 相关图表对比化	98
3.2.1 对比越强烈越好	98
3.2.2 简化项目抓人眼球	101
3.3 类似图表差异化	103
3.3.1 增加元素显出差异	103
3.3.2 转换形式突出不同	104
3.4 死板图表形象化	107
3.4.1 突破边界浑然一体	108
3.4.2 视觉语言助形象化	112
3.5 传统图表创新化	115
3.5.1 创新的来源	115
3.5.2 创新的宗旨	119
3.6 单色图表色彩化	121
3.6.1 解读颜色的神秘密码	121
3.6.2 玩好配色这一撒手铜	125

第4章 通过你的演示说服别人	133
4.1 为什么要进行演示	134
4.1.1 提前预演有无必要	135
4.1.2 提前做好两次预演	136
4.1.3 熟知当天预演流程	137
4.1.4 找出你的不足之处	142
4.2 凭什么去说服别人	145
4.2.1 图表结合说服别人	146
4.2.2 演示工具说服别人	148
4.2.3 设计表演说服别人	151
4.2.4 充满自信说服别人	155
第5章 让你的模板库与众不同	159
5.1 两类图表万用模板	161
5.1.1 传统类图表万用模板	161
5.1.2 非主流类图表万用模板	162
5.2 分项内容图表模板	163
5.2.1 项与项间横向排列	163
5.2.2 项与项间纵向排列	164
5.2.3 按特定的形状排列	165
5.3 对比内容图表模板	166
5.3.1 含总项的两项内容有交叉	166
5.3.2 不含总项的两项内容对比	167
5.4 程序内容图表模板	168
5.4.1 三步的影响力	168
5.4.2 为四让出空间	169

5.4.3 更多流程也不乱	170
5.5 总分关系图表模板	174
5.5.1 一含三关系	174
5.5.2 一含四关系	175
5.5.3 一含五关系	176
5.5.4 含更多子项	177
5.6 维度信息不规则图表化	178
5.6.1 圆锥与棱锥	178
5.6.2 圆柱与棱柱	179
5.7 非主流组合图表化	180
5.7.1 标题可以这样做	180
5.7.2 我要表演给你看	181
5.7.3 图表也能另类化	182
5.7.4 边娱乐边拼图游戏	183
5.7.5 三维层次异度空间	184
第6章 让你的素材库取之不尽	185
6.1 两类图表素材库	187
6.1.1 传统类图表素材库	187
6.1.2 非主流类图表素材库	188
6.2 有方向运动必达目的地	189
6.2.1 单体单方向前进	189
6.2.2 多体单方向前进	190
6.2.3 多体多方向前进	191
6.3 你中有我我中有你	192
6.3.1 两者相互作用	192

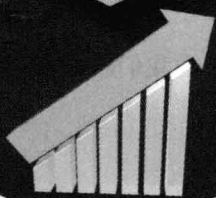
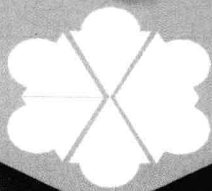
6.3.2	三者相互作用	193
6.3.3	多者交织有序	194
6.4	丰富多彩的常用配图	195
6.4.1	微标语 力度宣传	195
6.4.2	警告你 小心使用	196
6.4.3	杂货店 应有尽有	197
6.5	形象化事物非主流图表	198
6.5.1	天天向上	198
6.5.2	圈圈框框	199
6.5.3	跟我一起读 123	200
6.5.4	办公桌上的各种物件	201
6.5.5	趣味字母与标点	202
6.5.6	出门必备工具大全	203



第

1

章



图表怎样展示内容才有说服力

要想使展示的内容形象化，首先要对信息进行分类；其次要理顺信息之间的关系；最后选择合适的图表进行表达。

1.1 什么信息可以图表化

一句话如何说，才能让人容易理解，是一种艺术；一条信息如何展现，才能让人容易接受，这却是一门技术。

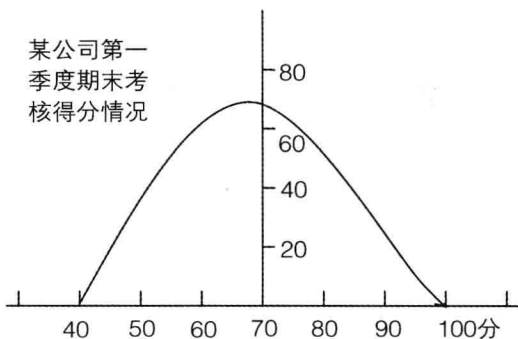
当今社会，人们无论是在工作中，还是在生活中，都会接触大量的信息，同时需要将这些信息传达给他人。在各种传达方式中，书面传达是必不可少的方式，但纷繁复杂的文字往往使人不胜其烦，更不用说去理解了。

而图表以其简洁、生动、形象的特点，逐渐成为商务人士传达信息时的首选工具。下面我们对文字和图表这两种表现方式的优劣作一个简单的展示。

表现方式1

在本公司第一季度期末考核中，得分在60~80分的人占公司总人数的一多半，得分在80~90分和50~60分的人数也较多，而获得满分或低于40分者则没有。

表现方式2



以上两种表现方式孰优孰劣，一目了然。我们在传递信息时，尤其是工作中，用图表方式比用纯文本方式具有更大的优势。

需要注意的是，并不是所有的信息都可以图表化。下面我们将在对信息进行分类的基础上，详细介绍各类信息图表化的具体方式。

1.1.1 将信息分为四大类别

信息是事物现象及其属性标识的集合。要将信息转化为图表，我们需要

做好两件事：一是确认将要表达的信息主题；二是围绕确定的主题将信息进行分类。对于一张图表而言，信息主题是它的灵魂，而信息的类别则直接决定了图表的形式。

图 1-1 和图 1-2 单从图形上看，没有任何区别，但在具体描述信息时，所产生的影响是大不相同的。图 1-1 并没有明确要表示信息的主题，只提供了各季度的销售量，可能要说明逐季递增，也可能要说明第四季度销售情况最好。而图 1-2 则直接告诉了信息接收者，这张图就是说明销售量的逐季递增的。这样传递信息就更加明确了，不容易产生歧义。因此，在用图表传达信息时，尽量明确想要描述的信息的主题。

◇ 有无明确的信息主题的区别

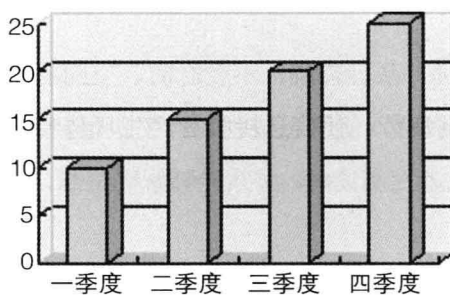


图1-1 各季度销售量

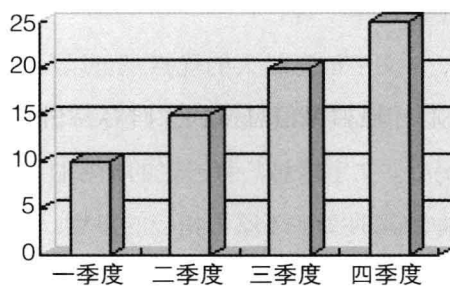


图1-2 销售量逐季递增

◇ 不同信息类型适用不同的图表形式

不同类型的信息在转化为图表时，所选用的图表类型也是有区别的。如“第一手资料的优点包括：针对性强、适用性好；第一手资料的缺点包括：需要投入较多人力、物力、成本较高”这段文字，可以用图 1-3 来表现。

总之，要想选择合适的图表传达信息，必须先明确信息的类别，再根据信息的类别以及信息之间的关系，选择合适的图表。

一般情况下，根据信息的表现形式，可以将其划分为文字信息、数据信息、图片信息和影像信息。

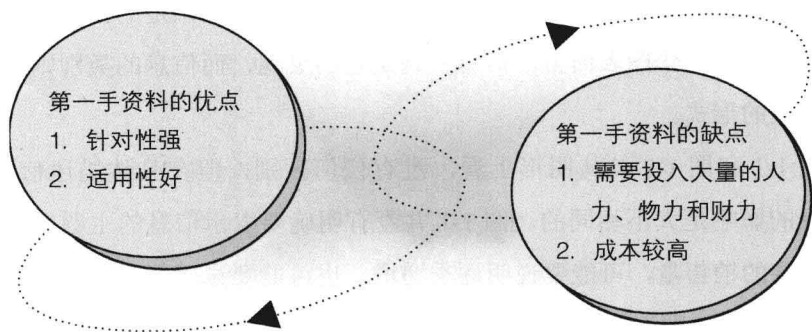


图 1-3 第一手资料的优缺点比较

1. 文字信息

这里的文字信息主要是指以文字形式表达的信息。如“树叶黄了”、“今年是蛇年”等。

文字信息最大的优点是可以反复阅读，从容理解，不受时间、空间的限制，但如果信息量较大时容易引起视觉疲劳，使信息接收者产生厌倦情绪。另外，文字信息具有一定的抽象性，接收者在阅读时，必须能够解码信息，即将抽象的文字还原为相应的事物。

例如，要阐述教育、科技、经济三者之间的关系。

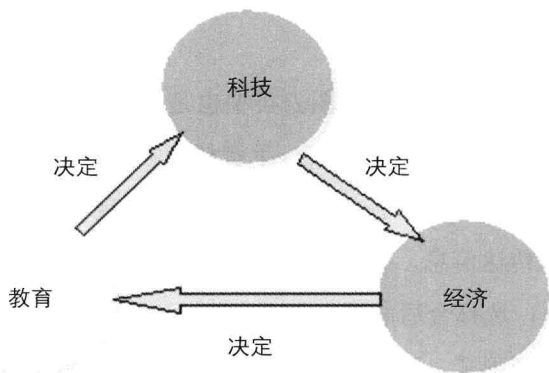


图 1-4 教育、科技、经济三者之间的关系

如果用文字阐述，应为：
“教育是科技的基础，只有教育发展了，科技才会进步；科技又是经济发展的基础，只有科技进步了，才能使经济又好又快地发展；经济是教育的基础，只有经济发展了，教育水平和质量才能得到更大的提升。”

如果将这段文字信息用图表来反映，就可以表示成如图 1-4 所示的形式。

2. 数据信息

数据信息对客观事物的数量、属性、位置及其相互关系进行抽象表示，以适合在这个领域中用人工或自然的方式进行保存、传递和处理。这里所指的数据信息仅限于主要以数字形式传递的信息。

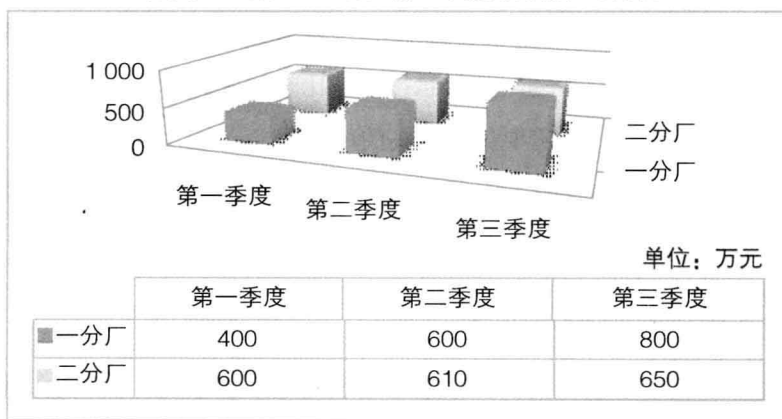
例如我们通常在工作中遇到的“今年的销售额比去年增长了 50%”、“企业净利润增长率连续四年达到了 20%”等就属于数据信息。

数据信息最大的优点是能够准确反映信息的特点和属性，但如果几个数据信息同时出现时，往往不能够给信息接收者以直观的印象。

例如，用数据描述的一段信息为“今年我集团所属的一分厂销售额增长迅速，在第一季度实现销售额 400 万元，第二季度实现销售额 600 万元，第三季度则达到了 800 万元；而二分厂却比较平稳，第一季度实现销售额 600 万元，第二季度实现销售额 610 万元，第三季度实现销售额 650 万元”。看完这段信息，人们对一分厂、二分厂销售额的对比情况很难有直观的感觉。

如果将上述信息用图表形式反映，则可以直接表现两个分厂的销售状况，具体如表 1-1 所示。

表 1-1 一分厂、二分厂前三季度销售情况对比表



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