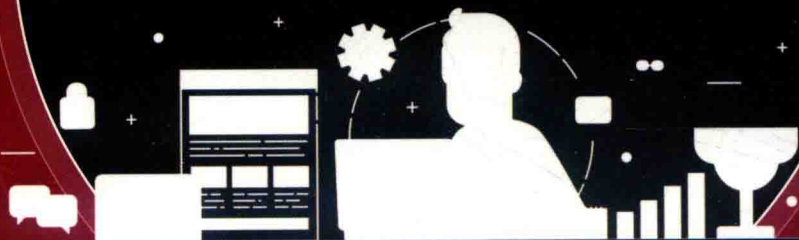


精英演示

PPT的商务演示艺术


吴尚纹 著



从内容到设计，从设计到演讲，一站式解决

Simon阿文、秦阳、彭小六、李海峰、程龙等众多知识IP

联袂力荐

 中国工信出版集团

 电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

精 英 演 示

PPT 的商务演示艺术

吴尚纹 著

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 · BEIJING

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目 (CIP) 数据

精英演示：PPT 的商务演示艺术 / 吴尚纹著. —北京：电子工业出版社，2018.10
ISBN 978-7-121-34279-0

I . ①精… II . ①吴… III . ①图形软件 IV . ①TP391.412

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 107741 号

策划编辑：王俊红

责任编辑：王俊红

印刷：北京盛通印刷股份有限公司

装订：北京盛通印刷股份有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编：100036

开本：880×1230 1/24 印张：8.75 字数：210 千字

版次：2018 年 10 月第 1 版

印次：2018 年 10 月第 1 次印刷

定价：65.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式：53298280 (QQ)。

推 荐 语

PPT 的设计是门技术，演示却是门艺术。Steven 老师的这本书，内容目标清晰、技法纯熟，让你直抵关键。Steven 老师为社群设计的商务精英形象海报、课程开班系列海报以及背景墙等系列作品，每次都能让 3000 多位毕业生惊艳。惊艳的奥秘都在这本书中，现在，就让我们一起学起来、用起来吧！

——李海峰 | DISC 双证班社群联合创始人

学 PPT、做演示，最重要的突破来自哪里？是技术？是工具？……NO，最重要的是——认知。

一个人要想获得巨大的进步，往往需要打开其认知。眼界开阔了，格局提升了，努力的方向对了，坚持才会有不同的意义和可能。

正所谓“磨刀不误砍柴工”，别着急学操作、练技术，先建立对 PPT 和演示的正确“认知”吧！而你正在翻看的 Steven 的这本书，就是撬开你的认知，打通你对演示全面认知的通道。

——秦阳 | 秋叶职场品牌联合创始人、《工作型 PPT 应该这样做》作者

Steven 的教学风格，一直以来给我的印象就是实用和精准，这本书里提出的“4P 演示体系”更是如此。在浩瀚的 PPT 书籍中，Steven 更侧重于 PPT 对“商业说服力”的赋能，这是一本具备实操价值的书。

——汤帅 | SlideSign 演示美学公司创始人

精英演示 PPT 的商务演示艺术

如今，关于 PPT 制作的工具书已经多到选择困难的程度了，但关于“演示”本身的书籍却少得可怜。本书就是难得的一本能深入浅出剖析商务演示的佳作。演示之“术”我们已经学了很多，演示之“道”不妨也了解一下？

——Simon 阿文 | 《我懂个 P》系列课程作者

成为一个会使用 PPT 的人有三个层级：

第一层级是能用好软件；

第二层级是具备分析问题、解决问题的思维能力；

第三层级是形成自己的营销力、影响力和说服力系统，在职场汇报、商务谈判等场景中游刃有余。

Steven 的这本书会带你掌握第二层级和实战第三层级，值得你拥有。

——彭小六 | 洋葱阅读法创始人、游戏化创新教育专家

PPT 的设计需要技巧，更需要审美。Steven 不仅拥有高超的 PPT 设计技巧，更有乔布斯级别的审美品位。最重要的是，Steven 可以把这些技巧和审美的训练方法教给你。他的书，我强烈推荐。

——龙兄 | 能励演说学院联合创始人、《谁说你不能演讲》作者

前 言

PREFACE

用 PPT 配合演讲这种演示技能今天已经非常普遍了，不管是企业内部的汇报、会议研讨、述职、年终总结，还是企业外部的招商、提案、发布会、路演等，一份好的 PPT 加上得体的演讲都会让你自信满满，同时也会收到更多的肯定以及获得更多的发展机会。

但是，今天能把这种演示技能用好的人却不多，大部分人认为的所谓的熟练使用 PPT，其实说的只是对软件操作的熟练而已，然而对软件的熟练程度对完成一份专业的 PPT 的帮助其实是非常小的，更别说还要拿着这份 PPT 去进行专业的演讲。那么，到底怎样做，才能真正地学会 PPT 这种演示技能呢？怎样才能配合 PPT 的演讲中做到有条理、有魅力呢？

对于这两个问题，这些年我通过大量的实战项目以及培训研究总结得出：解决这两个难题只要掌握四个知识点，就可以从根本上真正掌握这项演示技能，并且能做到比大部分人都优秀。

这四个知识点分别是：内容的策划能力（逻辑力）、文案的梳理及包装能力（文案力）、视觉的设计能力（视觉力）、口头表达的语言组织能力（表达力）。

并且，我还把这四个知识点进行了优化整合，创立了一套更加高效的学习体系，这也是本书的主框架——4P 演示教学体系。这套体系一经推出就广受各行各业人士的热烈好评，通过这套体系所培训出来的学生也达数万之多，这是一套被大量实战检验过的方法论。

精英演示 PPT 的商务演示艺术

为了让这套体系能够惠及更多的职场人士，让你能够更系统、更高效地掌握好这项演示技能，我专门花了大半年时间闭关写作，本书中的每一个案例都是精心设计的，每一个训练方法都是众多学员反馈得来的。

通过本书，我相信你会有明显的提升，同时你的思维能力也会得到较大的提高，不仅在 PPT 演示方面，而且在职场的方方面面中都能得到体现。

作者 吴尚纹 (Steven)

目 录

CONTENTS

1 明确定义：掌握了商务演示，你就是商务精英

- 1.1 演示的起源，天生就爱演示的人类 2
- 1.2 什么是商务演示 3
- 1.3 商务演示背后的巨大商业价值 6
- 1.4 如何用商务演示打造特有竞争力 9
- 总结要点 10

2 学习方法论：商务演示能力的知识结构与学习方法

- 2.1 精准投入精力，避免进入自我消耗的学习误区 12
- 2.2 厘清商务演示能力的知识结构，4P 演示体系诞生 18
- 2.3 最快的学习方法就是直接成为这个领域的老师 23
- 总结要点 29

3 演示指挥家：策划出能说服对方的内容

- 3.1 一种最常见的内容设计方法 34
- 3.2 一种内容设计的基本框架：金字塔原理 36
- 3.3 一种内容设计的取舍工具：用户说服路径 44
- 3.4 一种内容设计的节奏依据：六大功能页面 50
- 3.5 两种内容设计的填充方法：白纸与便笺 54
- 3.6 两种常见内容的设计演绎法 58
- 总结要点 61

4 演示战术家：让观众迅速领会你的表达

- 4.1 好的内容也可能被观众喝倒彩 65
- 4.2 好的内容呈现应该是怎样的 67
- 4.3 一个重要的内容梳理工具：WPS 法则 70
- 4.4 一种帮助观众更快思考的方法：图表 78
- 4.5 三种文案包装的常用方法：类比、引用、整合 84
- 总结要点 90

5 演示艺术家：让观众爱上你的呈现

- 5.1 改变世界的重要能力：设计 93
- 5.2 找准自己的位置：你要成为怎样的设计师 101
- 5.3 让观众感觉你很专业：设计中的色彩搭配 103

5.4 让观众注意力高度集中：设计中的视觉引导	111
5.5 让观众为之赞美的美感：设计中的素材	119
5.6 让观众深感巧妙的细节：辅助型视觉设计	128
5.7 让观众印象深刻的页面：封面、过渡页、结尾	139
5.8 设计的最后一里路：专业审美的养成	146
总结要点	153
6 演示实战家：让世界感受你独一无二的魅力	
6.1 商务演讲所解决的三个关键问题	157
6.2 如何快速掌握商务演讲	163
6.3 表现力：输出内容的方式	166
6.4 储备力：体现思想的武器	172
6.5 感染力：营造有魅力的现场	179
6.6 排除障碍，稳定发挥	190
总结要点	193
7 番外篇：我特别想跟你分享的四个建议	
一、关于审美的训练要变成日常习惯	196
二、给自己找几个技能厉害的伙伴，交流是进步的催化剂	197
三、不要把 PPT 和演讲分开理解，两者之间的知识相互融合	198
四、形成自己的方法论	199

1 明确定义：

掌握了商务演示，你就是商务精英



1.1 演示的起源，天生就爱演示的人类

大家可以思考一个有趣的问题：在远古时期，当人类还没有进化出语言能力时，他们是靠什么方式沟通的？这些方式今天还保留了哪些？

◎原始人类会用肢体手势去完成基本的沟通

在人类刚进化到原始人的时候，声带还不能发出像今天一样丰富的声音，更不知道如何去发明一种通用语言。但在那个时候，人类就需要通过沟通来完成基本的群体狩猎行为。于是，原始人类就学会了用肢体手势等方式来传递简单的信息（见图 1.1），这一行为在今天许多动物身上依然能看到。



图 1.1

◎壁画是古人当时记录和传递信息的有效工具

随着进化，人类学会了在岩壁上刻画图形来记录信息和传递信息（见图 1.2）。壁画的出现对人类文明的发展起到了巨大的推动作用，因为它的理解难度是非常低的，所以一代代人的文明积累就可以通过壁画来进行传承了。



图 1.2

◎在语言和文字出现后，我们的沟通方式变了吗

在语言和文字出现后，我们的沟通方式变得更加丰富和便捷了，但是并没有因此而丢弃了之前最原始的沟通方式。例如，我们今天讲话依然会不由自主地摆动手势（见图 1.3），今天的许多图书和广告之类等媒体依然会使用大量图片来辅助表达。这是因为，人类还没有进化到可以依靠单一方式来完成完美的沟通表达，我们对过去的所有方式还是非常习惯的，而这种综合的、丰富的表达，就可以理解为“演示”。



图 1.3

1.2 什么是商务演示

定义：商务演示不是一个概念，而是一种行为。用一句话概括就是：任何能够帮助我们准确传递商业意图，并且使对方容易理解和产生积极回应的手段，都可以归纳为商务演示。

◎平时与客户的交谈属于商务演示吗

首先，这种交谈属于演讲行为，演讲不等于

演示，但演示却包含了演讲。所以，如果单问“平时与客户的交谈属于不属于商务演示”的话，答案是肯定的。但我们平时谈及的商务演示相对会更高级、更系统。例如，除了口头表达以外，你还会借用公司的一些画册、产品样品或者是老客户的表扬信等，来降低客户的理解难度并最终提高客户对你的积极回应度，这就是一个完整的、

高级的商务演示。

◎ 商务演示就是携带一堆资料去讲解的行为吗

当然不是。虽然上面说过，商务演示相对更高级、更系统，它会用到许多口头表达以外的东西去辅助传达意思，从而确保对方的理解难度更低、认可度更高，但它并不代表我们需要随身携带一大堆资料在身上。在科技相对发达的今天，我们会更愿意把所有分散的相关资料集成到一份

当中，并且希望它能够适应不同场景的需求，例如会议、谈判等。所以，今天我们所说的商务演示最常见的表现形式就是一份 PPT，或者说是一份 PPT 和一个演讲人同时配合出现的形式（见图 1.4）。

这也是为什么近些年大部分企业越来越重视 PPT 技能的原因，不是因为大家看腻了 Word 文档，而是因为商务演示需要用到 PPT，PPT 的专业度很大程度决定了商务演示的品质。



图 1.4

◎ 商务演示为什么一定要用 PPT

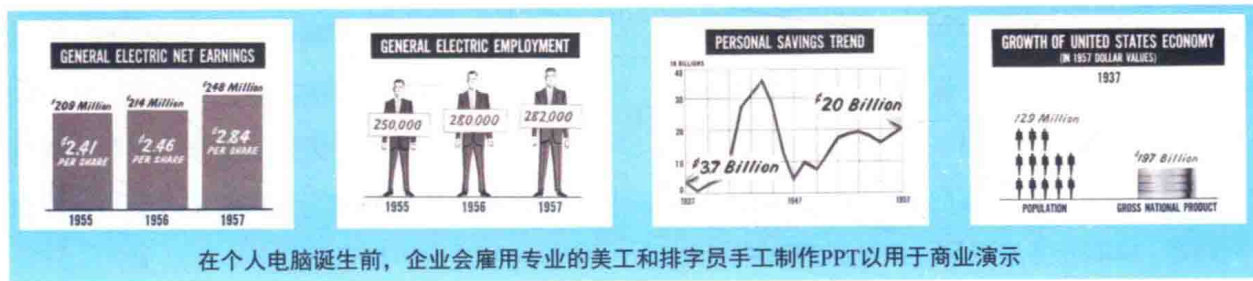
PPT 是 PowerPoint 这款软件的缩写，严格来说应该称它为幻灯片。但能承担同样任务做出同样结果的工具不止 PowerPoint 一款，只因为我们对其使用频率更高，所以才会口语化地把幻灯片称为 PPT。之所以几乎所有商务演示中都会首选 PPT，是因为这种形式是最符合商务演示需求的。原因如下：

1. 它可以非常全面地把商务演示可能用到的几乎所有辅助资料高度地整合到一起。例如，如果需要播放一段视频来帮助对方理解我们想传递的信息时，可以不必携带任何光盘或者拿出电脑去打开某个链接给对方播放，只需要直接在 PPT 当中进行播放即可。

2. 它可以同时对众人演示。即使在科技还

没这么发达的过去，PPT 不能整合视频、音频这些素材时，我们的商务演示行为也会首选 PPT 的形式来进行（见图 1.5）。那是因为使用这种形式具备了同时面对 10 个人、100 个人、1000 个人进行演示的可能性。

3. 它可以降低演示难度。对于许多企业来说，针对不同的演示场景而专门制作一个视频或者画册，其难度和成本都比较高。而 PPT 却提供了一种低成本的可能性，为所有重要的演示任务制作一份 PPT，可操作性很高。而且做成了 PPT 的演示，它的复制成本也会降低。一个成熟的业务员可以轻易地把自己听过的产品演示配合标准的产品 PPT 进行二次演示，但是，即使再成熟的业务员也很难把一个即兴而来的产品演示进行完整的二次演示。



在个人电脑诞生前，企业会雇用专业的美工和排字员手工制作PPT以用于商业演示

图 1.5

1.3 商务演示背后的巨大商业价值

以我们最常见的商务演示形式“PPT 与演讲人”为例，它的背后蕴含着怎样的商业价值呢？它能为我们的企业和个人带来哪些收益呢？

◎好的商务演示可以提升企业的工作效率

中国企业的大量时间大部分浪费在沟通上，隔三岔五的会议就是一个典型的表现，这也是我们与国外企业的最大不同之处。当然，我们并不是否定会议的作用，但不可否认的是，我们的会议的确不够高效。如果一个小问题的探讨占用了数十人半天的工作时间，显然是很不划算的。不止会议，还有许多上级对下级的单独谈话、下级对上级的汇报、公司对客户的提案等，都存在这样的问题。好的商务演示可以把过去的这种沟通、讨论变得更加简单和容易理解，让企业内外部的

讨论与传达变得高效起来，从而提升企业的整体工作效率。

◎好的商务演示可以提升企业的业绩

为什么今天的市场上会有那么多大大小小的产品发布会？从乔布斯开始，各式各样的发布会变得眼花缭乱，目前发布会已经不再是国际大品牌的专属，许多小型企业也开始做起了自己的发布会。往深一层看，尽管发布会这个名词很新颖，其实它只是把过去对个人的销售行为搬上了台面，对更多的人进行销售而已，跟它类同的还有招商会和客户提案会这些形式。然而，今天我们也看得非常清楚，一场好的发布会不管是在业绩还是品牌上，都会对企业有非常大的提升作用，所以大家才会争相去做。

◎好的商务演示可以提升客户的成交意向

很多时候我们看到一个很普通的产品，可能并没有太大的购买欲望，可是当看到这个产品的发布会时，内心可能突然就有了购买冲动，觉得这个产品是独一无二、值得购买的，这种心理反应相信大多数人都有过。之所以有这样的心理反应，是因为发布会的演示过程中用了我们最习惯、最希望看到的方式传递了所有的信息。在这个过程中，它不知不觉地打消了我们对产品的顾虑，提升了我们对产品的信任和兴趣，最终让我们非常容易地理解了产品所有信息，还提升了我们对产品的积极回应，从而达成购买。

其实，我们平常的销售行为也是一种产品的发布会，都是一样的商务演示手段，只要我们做好了商务演示，也可以达到这样的效果，让客户对产品产生认可心理和购买心理。

◎好的商务演示能力可以提升个人价值

商务演示的行为一直存在，只是因为受限于科技的发展，早期并没有普及到个人身上，直到个人电脑普遍化之后才发展起来。大约在 20 世纪 90 年代，以 PPT 为载体的常见商务演示才开始应用到职场当中，我国相对要晚一些，大约是在 2000 年后才开始进入这个阶段。而从普及到普遍，再到掌握这种演示形式又有一个时间差，所以这种演示形式价值倍增的现象是在近 5 年才体现较为明显的（见图 1.6）。而在这个阶段，只要掌握了专业的商务演示能力的人，在企业里基本都是备受瞩目的，最简单的体现是公司里做 PPT 好的同事差不多都被领导看重。