

职场决胜

55 个关键，让有竞争力、说服力的 PPT 搞定客户 / 领导 / 大众……

让你的

PPT



更有说服力

——提升 PPT 竞争力的

55

个关键

赛贝尔资讯 编著

PPT 会说话。说服力，才是 PPT 的终极目标。

● 让客户对你的演说内容饶有兴趣

● 让老板对你的方案俯首称赞

● 让观众对你的演说意犹未尽……

适用人群：一切对自己人生负责、追求卓越、想在职场上脱颖而出或想决胜职场的人员。



清华大学出版社

让你的

PPT



更有说服力

——提升 PPT 竞争力的

55

个关键

赛贝尔资讯 编著



清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

PPT 最根本的目的是展示和说服,无论你的 PPT 画面多精美,动画效果多绚丽,都是为了提高 PPT 的说服力:让老板、客户、大众等对你的 PPT 内容产生肯定的行为。但如何制作有说服力、能吸引眼球的 PPT 确实不易,而我们又时时刻刻要使用它,怎么办?

《让你的 PPT 更有说服力——提升 PPT 竞争力的 55 个关键》一书是在读者已经掌握 PowerPoint 软件基本操作的前提下,从最初构思开始,到素材整理、模板主题和版面规划,到图形、图片、表格等图表元素的应用,再到文字美化及 SmartArt 图形的使用、幻灯片的配色和输出等,给读者灌输一套能制作出精美、有竞争力的 PPT 的思想。

本书内容丰富,案例用图考究,旨在真正让职场人士在接到 PPT 任务时不再盲目,不再停留在总是收集模板,结果自己做出来的 PPT 却“四不像”的阶段。本书适合任何想提升自己 PPT 制作水平的公司员工、教师和学生等学习和参考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

让你的PPT更有说服力:提升PPT竞争力的55个关键/赛贝尔资讯编著. —北京:清华大学出版社, 2016
ISBN 978-7-302-35371-3

I. ①让… II. ①赛… III. ①图形软件—基本知识 IV. ①TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 020897 号

责任编辑:赵洛育

装帧设计:刘洪利

责任校对:赵丽杰

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印装者:北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:180mm×210mm 印 张:8.5 插 页:5 字 数:229 千字

版 次:2016 年 6 月第 1 版 印 次:2016 年 6 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:39.80 元



55



项目背景

从战略层面上讲，猎头网定位、更新等消息需要让更多的目标人物知晓，并吸引他们主动关注猎头网相关主题活动。另外，针对年底的“猎聘旺季”，我们也迫切需一场宣传战役来“制造话题，预热市场；提升口碑，引发关注”。

从战略层面上讲，我们需要打破以往断断续续的宣传思路，以猎头网改版为契机，导入年度性、系统化的营销推广体系。在宣传、夯实猎头网“中国经理人最佳职业平台”的定位和理念的同时，深度挖掘猎头网潜在品牌在营销价值、传播价值，以便让更多的目标人物知晓并认同猎头网。

展示荣誉与信心



安卓系统应用的发展

更多应用：

- @求签
- @查天气
- @查违章
- @查邮编
- @疯电影
- @淘宝价

专注一件事的极致：

专注、成就感、摆脱压力

更好的结果.....

面对意外出现的工作时，一定要冷静地考虑清楚它是否值得你停下其他工作，千万不要为了忙碌而忙碌。

探索生命起源奥秘

地点：地质博物馆地球厅
汇报人：曾奇

领跑新学期 学出新希望

2018秋季化度教育展

建筑.生活.梦想

目录

1
企业
历程

2
企业
文化

3
企业
远景

江西盛鑫企业形象策划有限公司
JIANXI CHENGLUXIN COMPANY

以文化魅力，打造最具幸福感企业

江西盛鑫企业形象策划有限公司是一家专注提供品牌传播一体化解决方案的集团。公司下准心广告、中正传媒、力志广告三个全资子公司和制作加工、工程施工、电商服务三个事业部。

公司服务领域涉及传统综合广告、品牌推广策划、企业形象系统设计、媒体资源整合、会务及庆典活动、宣传片制作、电子商务服务等。

江西盛鑫企业形象策划有限公司
JIANXI CHENGLUXIN COMPANY

工作模式

我们深入品牌宏观层面与微观层面的优势、问题、机会，以专业/专家式的品牌服务流程帮助客户解决问题。

倾听

•寻找核心问题
以及解决核心问
题的关键要素。

挖掘

•挖掘解决方案
并和落地实施
方案的关键要素。

实施

•设计、策略分析
后实施，并监控
效果，作出调整。



西装的颜色搭配

两个单色，一个图案

在西服套装、衬衣、领带中，最少要有两个单色，最多一个图案。

深浅交错

- 深色西服配浅色衬衫和鲜艳、中深色领带；
- 中深色西服配浅色衬衫和深色领带；
- 浅色西服配中深色衬衫和深色领带。



白衬衣是男士永远的时装

- 合体，系上最上一粒纽扣，能伸进去一个到两个手指；
- 衬衫领子应露在西服领子外1.5CM左右；
- 抬起手臂时，衬衫袖口也应露出西服袖口外1.5CM左右，以保护西服袖口的清洁；
- 衬衣的下摆一定要塞到裤腰里。



随规策略

APP 迷你 自娱字乐·两面派智造

用户登录测试APP，完成简单填空（3~5个词），即可生成图文+两面体，参与用户创造的两面体被转发越多获取积分越多，最终凭借积分购买其他产品可获得相应折扣。



还记得你第一台电脑
是什么样子吗？

创新产品
让工作和生活完美平衡

过渡页



服务内容

- 心理情绪问题
- 恋爱婚姻问题
- 职业发展问题
- 职场困扰问题
- 亲子教育问题
- 成瘾问题

目录

CONTENTS

- 1 往期工作回顾
- 2 重点工作剖析
- 3 销售精英颁奖
- 4 下半年工作展望

目录

职业发展路径

建立营销人员职业发展路径包括纵向发展和横向发展两条路径。

纵向发展

是指同岗位内向更高的职位发展

纵向发展

是指传统的晋升通路即行政管理级别的晋升



区域营销规划模板结构

5. 营销策略：完成营销目标的关键策略

标注可衡量的里程碑事件和时间

列出关键的前驱及在SWOT分析中的依据

转行通过什么样的举措、方式或手段来实现这一策略



让你的PPT更有说服力

——提升PPT竞争力的55个关键

案例赏析

3. 展现魅力



消费者直购系统



消费者到底是谁

- 高品质产品
- 更少的花费和更高的价格
- 分享利润

品牌核心价值

- ✓ 公关活动管理
- ✓ 广告创意
- ✓ 品牌声誉管理
- ✓ 品牌识别体系建立
- ✓ 品牌视觉形象设计



提供更完整的“品牌核心价值”提升方案

以深厚的专业能力，基于更低的品牌投入成本

3rd largest economy in the world

Business 商务管理

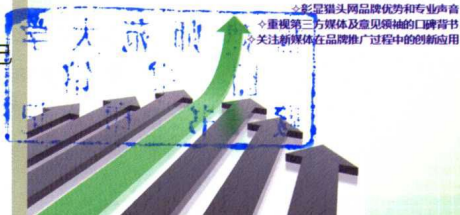
微公益产品介绍 WEIBO.COM

为什么选择新浪做公益？



媒体借势做强 活动借力做大

整合各方资源，寻求热点效应，以小博大



市场营销

指个人或集体通过交易其创造的产品或价值，以获得所需之物，实现双赢或多赢的过程。



名词理解

指企业的营销活动或行为，这也就是为市场营销或市场经营。



名词理解

指研究企业的市场营销活动或行为的目的、策略、为之而市场营销学、营销学或市场学等。

目录



面临的问题

- 1 目前的公益状况？
- 2 为什么做公益？
- 3 为什么选择新浪微公益？

前言



制作演示文稿的目的是辅助使用者准确传递信息，让观众更简单、直接地接受和理解信息。大家常说 PPT 是工作中沟通的桥梁，为什么这么说？你是否也认同以下观点：

1. 客户永远缺乏耐心，所以他们没有耐心去看长篇大论的文稿。
2. 老板永远没有时间，所以他们没有时间听你唠叨个没完。
3. 观众永远喜新厌旧，所以他们永远不会喜欢满页的文字。

.....

PPT 如此重要，但要真正做好它，却不是一件简单的事。正如全球著名的投资商沃爾·巴菲特所说：如果你在错误的路上，奔跑也没有用。这句话告诉我们，动手做一件事之前，认清方向是成功的关键因素。这个观点同时适用于设计 PPT 演示文稿，动手制作之前一定要规划好清晰的思路。例如：

1. 你的幻灯片应用于什么场合？
2. 整理的素材观点鲜明吗？有逻辑性吗？
3. 有好的表现形式吗？
4. 是否具有基本美感？

.....

本书主要讲解提升 PPT 竞争力的 55 个关键点，用大量幻灯片作为实例，具有如下几点优势：

- 从 PPT 的结构规划、素材整理讲起，直到完成整体设计，给读者以清晰的思路。
- 理论配合操作，同时不断给读者一些中肯的建议。
- 每个配图都不马虎，做到贴切，反映实际问题。
- 整体美化效果可圈可点。

本书由赛贝尔资讯策划，许艳、邹县芳老师主编，其他参与编写的人员有张发凌、吴祖珍、陈媛、汪洋慧、周倩倩、王正波、沈燕、杨红会、姜楠、朱梦婷、音凤琴、谢黎娟、许琴、吴保琴、毕胜、陈永丽、程亚丽、高亚、胡凤悦、李勇、牛雪晴、彭丹丹、阮厚兵、宋奇枝、王成成、夏慧文、王涛、王鹏程、杨进晋、余曼曼等，在此对他们表示深深的谢意！

许艳，阜阳师范学院美术学院副教授。主要从事平面设计、环境景观设计等方面的教学、科研工作。主持教育部人文社科项目一项、安徽省教育厅人文社科项目一项、校级教研科研课题多项，参与国家社科基金、省部级、市厅级、校级项目十余项。发表二类、三类论文十余篇。

邹县芳，阜阳师范学院讲师，主要从事网络技术研究和开发。主持校级教研项目一项、省级教研课题一项、安徽省高等学校省级优秀青年人才基金一项，参与省部级、厅级、校级教研、科研课题十余项。

说明：为了更好地表达设计思路、设计理念，本书中有些 PPT 图片借鉴了网络上一些优秀设计者发布的 PPT 模板。在此对网络中无私提供优秀 PPT 模板的设计者们表示感谢。



尽管作者对书中的列举文件精益求精，但疏漏之处仍然在所难免。如果您发现书中存在错误，或不当之处，或者某个图片（图标）侵犯到您的权益，敬请与我们联系（邮箱：huasair@QQ.com），我们将尽快回复，且在本书再次印刷时予以修正。

另外，网络中有一些优秀的PPT网站，为了不断提高自己的PPT设计水平，读者除学习本书外，还应充分利用网络，多观察，多思考那些优秀的PPT，从而激发更多的设计灵感。

最后，愿每位读者都能乘着“PPT”这艘大船，在人生路上顺利航行。

编者

目 录

第 1 章 PPT 结构与素材 1

关键点 ①：最实用的结构——总分总 2

总：概述 2

分：把分论点制作成页标题 3

总：总结 4

关键点 ②：根据演示内容拟好大纲 6

关键点 ③：组织材料 9

文字材料要提炼 9

提炼关键字用作标题 11

内容简单是目标，但句子完整是原则 12

关键点 ④：幻灯片内容要逻辑化 13

内容逻辑化的核心方法——金字塔原理 13

建立金字塔结构的途径 15

金字塔原理应用于幻灯片的实例 16

•••••

第 2 章 选好匹配主题 18

关键点 ⑤：根据讲演内容选择主题 19

关键点 ⑥：更换主题字体与颜色 24

轻松更换主题颜色 24

轻松更换主题字体 25

关键点 ⑦：下载模板（主题）的好去处 26

关键点 ⑧：幻灯片主题背景可以自定义 28

关键点 ⑨：学会修改或设计主题 33

修改设计主题 33

保存主题为内置主题 36

新建演示文稿应用其他演示文稿主题 37



关键点 10：学会修改或设计模板	38
设计标题页	39
设计目录页	40
设计转场页、内容页	41

●●●●●

第 3 章 版式设计排版 42

关键点 11：幻灯片版式设计的几个重要原则	43
统一原则	44
保持简洁，适当留白	45
文字才是幻灯片的重点	46
止于至善	47
少用特效	47
高像素图片	48
多张图片要注意组合与排列	53
关键点 12：母版发挥的重要作用	54
利用母版统一版式字体	57
利用母版统一定制文本项目符号	57
利用母版统一添加页脚信息	58
利用母版统一添加 LOGO 标志	59
关键点 13：借助母版自定义版式	61
设计需要的幻灯片版式	61
复制其他演示文稿的版式	62
关键点 14：适合幻灯片的中文与西文字体	63
关键点 15：设置全篇统一的字体	66
在 PPT 母版中修改字体	66
通过主题字体修改字体	67
通过替换字体一次性设置所有文本框中的字体	67
保存 PPT 时一并打包字体	68
关键点 16：下载并安装好字体	69

关键点 17：提高文字可读性的多个方案	71
重要文字要强化	71
对齐方式要符合视觉习惯	71
合理断句	72
项目符号使用要合理	73
文字竖排效果	73
字符间距、行间距的调整	73
文字较多时想办法提高图版率	74
关键点 18：图文混排的多个方案	74
图文融合	75
为文字添加半透明背景色	75
专门划出一块空间放置文字	75
将文字背后的那部分图片虚化	76
设置背景图片半透明效果	76
“上图下字”的版面效果	76
“左图右字”或“右图左字”的版面	77
小图点缀	77



第 4 章 表格与图表的应用 78

关键点 19：四方框线的表格可以被优化	79
应用表格样式美化	79
自定义美化表格	80
设计创意表格	82
关键点 20：表格并非只用来显示数据	83
关键点 21：表格可以拿来使用	84
直接复制 Excel 表格使用	84
Excel 表格作为对象导入 PPT	86
关键点 22：表格中重要数据要强化	87
关键点 23：表格边框隐藏或美化	88

关键点 24：选用图表类型要恰当	91
关键点 25：默认图表要进行美化设计	95
关键点 26：图表中重点数据要突显	101
关键点 27：用图形图片修饰图表效果会更好	103
关键点 28：Excel 中图表可以导入 PPT 来用	105
直接复制 Excel 图表使用	105
Excel 图表作为对象导入 PPT	107



第 5 章 这点设计技能要会 108

关键点 29：学习成形作品的设计优点	109
关键点 30：文字艺术效果的使用	111
文字发光艺术效果	111
文字映像艺术效果	112
文字三维旋转艺术效果	113
文字转换效果	113
关键点 31：文字填充及轮廓线美化	114
文字多种填充效果	114
文字轮廓线美化	116
关键点 32：文本框美化	118
套用样式快速美化文本框样式	118
设置文本框线条样式	119
设置文本框填充效果	120
关键点 33：设计创意标题文字	122
关键点 34：图片特效	123
快速改变图片外观样式	123
图片快速艺术化	124
更多图片效果	124

关键点 35：图片修整	126
裁剪图片多余部分	126
抠图	126
边框美化	128
关键点 36：图片与背景融合的多种方式	130
设置图片边缘羽化效果	130
角版的处理	131
关键点 37：图形是修饰幻灯片的重要元素	132
图形的应用实例	132
图形的组合与层次	133
图形格式刷的应用	134
关键点 38：很多创意图形都能绘制	135
绘图前启用网格	136
绘制创意图形	137
巧用形状组合功能	139
关键点 39：线条在幻灯片中应用很广泛	141
关键点 40：图形边框及填充美化	143
图形边框美化	143
图形填充美化	145
关键点 41：图形三维特效很神奇	148
关键点 42：表达逻辑关系时用 SmartArt 图形很方便	150
编辑默认 SmartArt 图形	151
套用样式快速美化 SmartArt 图形	152
关键点 43：用图形功能修饰 SmartArt 图形可使	
图示更美观	153
重新编辑 SmartArt 图形	153
添加自选图形修饰 SmartArt 图形	154
关键点 44：封面的设计思路	155
关键点 45：目录的设计思路	157



第6章 给幻灯片配好色 159

- 关键点 46：对色彩的初步了解 160
- 关键点 47：明暗调的视觉效果 164
- 关键点 48：冷暖色的视觉效果 167
- 关键点 49：配色禁忌 171
 - 忌五颜六色 171
 - 配色需要符合主题 172
- 关键点 50：安全配色的几个技巧 173
 - 巧妙应用主题 173
 - 同色系明暗变化 175
 - 邻近色搭配 176



第7章 动画 177

- 关键点 51：勿滥用动画 178
 - 自然原则 179
 - 简洁原则 180
 - 适当原则 181
 - 创意原则 181
- 关键点 52：用动画强调重点 182
- 关键点 53：图形图表动画 184
 - 制作图表动画 184
 - 制作 SmartArt 图形动画 187
- 关键点 54：必要时绘制动作路径 188
- 关键点 55：选用合适的切片动画 190
 - 多种切片效果 190
 - 设置切片效果的注意事项 193
 - 切片效果的统一设置 193
 - 删除切片效果 194

Chapter 1

第1章

PPT结构与素材





关键点1：最实用的结构——总分总



PPT的结构是指将内容进行有机结合，帮助观众更好地掌握信息的方式。最常见的结构无外乎标题、目录加上大篇幅的内容，这样的演示文稿结构并不能很好地调动观众的兴趣。

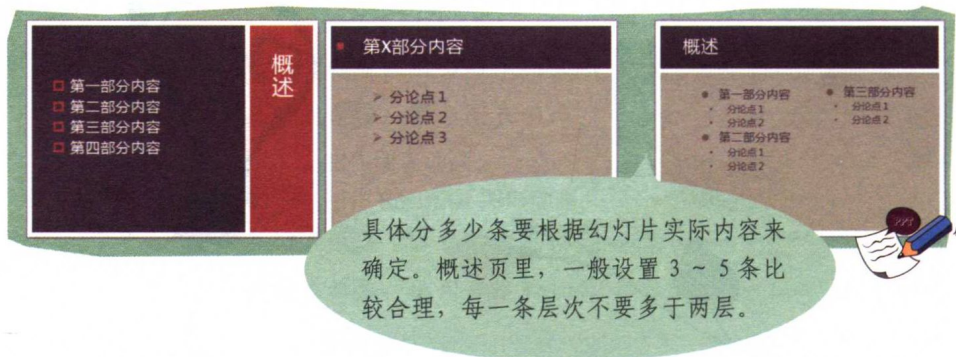
怎样才能给人耳目一新的感受呢？

根据长期制作PPT及从事PPT演示的工作人士的经验总结，制作PPT最实用的结构就是总分总结构。所谓总分总结构，简言之就好比议论文的写作，其方法是首先概述要论证的观点，然后分论点详细介绍，最后再加以总结。



总：概述

第一层“总”，用“概述”来解释。一般情况下只有一张幻灯片，分条写，每一条需要用简单并且完整的句子。要提炼、精准，要达到的目的就是需要让观众1分钟内就了解整个演示文稿想要表达的内容。



大部分人喜欢用提问的方式来写概要，这样更能激发观众的兴趣，但是需要注意下面两点：