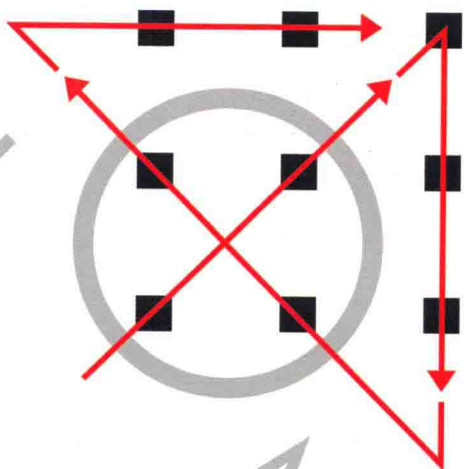


逻辑思维入门

把握需求、解决问题、成功谈判的思考方法

[日]今井信行 / 著 张娇健 / 译

LOGICAL



MIND

信息收集 + 情况分析 +

策划提案 + 演示说明 + 业务谈判

打破思维定式 解决实际问题 提升个人能力

- 知道逻辑思维的思考方法 ● 了解逻辑思维的工具 ● 清楚逻辑思维在业务中的应用
- 掌握具体、合理的解决方法 ● 运用逻辑思维,从说服到折服



中国工信出版集团

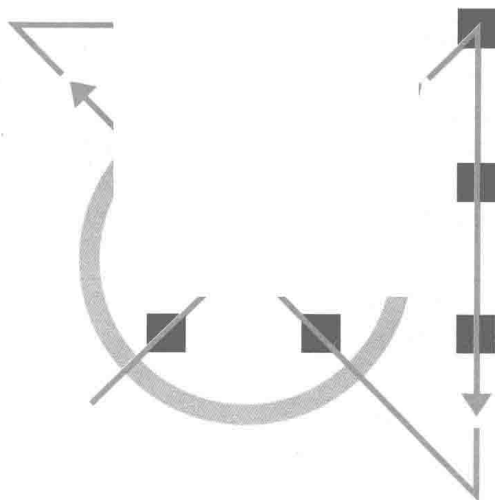


人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

逻辑思维入门

把握需求、解决问题、成功谈判的思考方法

[日] 今井信行 / 著 张娇健 / 译



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

逻辑思维入门：把握需求、解决问题、成功谈判的
思考方法 / (日) 今井信行著；张娇健译. — 北京：
人民邮电出版社，2018.5
ISBN 978-7-115-47695-1

I. ①逻… II. ①今… ②张… III. ①逻辑思维
IV. ①B804.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第005727号

版权声明

ZUKAI NYUMON BUSINESS LOGICAL THINKING GA YO-KU
WAKARU HON DAI 2 HAN

by Nobuyuki Imai

Copyright © 2012 Nobuyuki Imai

All rights reserved.

Original Japanese edition published in 2012 by Shuwa System Co., Ltd.

This Simplified Chinese edition published by arrangement with Shuwa
System Co., Ltd., Tokyo in care of Tuttle-Mori Agency, Inc., Tokyo
through Beijing Kareka Consultation Center, Beijing.

内 容 提 要

日本著名的咨询顾问——今井信行先生以他专业的经营学、市场营销学知识背景和丰富的经营咨询经验告诉我们，市场的变化使企业业务的内容更为专业化、复杂化，逻辑思维能力已成为职场人士的基本生存能力。

本书以图解的形式全面概括及详细解读逻辑思维需要的思考方式、工具及应该具备的信息收集、情况分析、方案策划、演示说明、业务谈判等方面能力，从而形成系统的逻辑思维能力，帮助读者在市场变化中捕捉客户真实需求，提升解决问题的成功率，掌握双方共赢的有力谈判工具，增强商务演示的表达力及有效性。

本书不仅可以提高营销人员的业务水平，还对需要提升逻辑思维能力的职场人士有强烈的启发意义及实战意义。

-
- ◆ 著 [日] 今井信行
译 张娇健
责任编辑 恭竞平
责任印制 周昇亮
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
三河市祥达印刷包装有限公司印刷
 - ◆ 开本：700×1000 1/16
印张：16.5 2018年5月第1版
字数：235千字 2018年5月河北第1次印刷
著作权合同登记号 图字：01-2016-8297号
-

定价：49.80元

读者服务热线：(010)81055296 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京东工商广登字20170147号

注：

- (1) 本书是作者根据自己调查的结果著书出版的。
- (2) 虽然希望本书内容完美无缺，但如有疑点、错误、漏记之处，请书面联系出版方。
- (3) 因本书内容而出现的结果与影响，与上述第(2)条无关，恐难承担责任，敬请谅解。
- (4) 未经出版方书面认可，不得复制本书的全部或部分内容。
- (5) 本书所写公司名、商品名等一般为各公司的商标或注册商标。

前言

在经济全球化的形势下，技术进步的速度如果不从日新月异改为分秒必争，就不能在竞争中取胜。在没有实力企业就无法生存下来的时代，大型企业的倒闭也屡见不鲜。业务内容也无法再沿原来的轨道前行。在这种环境里，从根本上重新审视业务内容的企业在逐渐增多。

互联网时代，信息传播飞速，经营环境瞬息万变，仅凭以往的经验无法做出恰当的判断。竞争愈加激烈，经营高度在提升，经营内容更复杂，判断只要慢上那么一点点就会给企业招来致命的打击。

为了应对经济全球化，从海外引进人才的企业在增多，选择人才的标准也从注重团队意识、合作意识的传统观念，转变为寻求能够应对全球化的人才。这是一个需要多种技能的时代。跟以往的社会商务环境不同，这个时代要求人们跟上海量信息的传播和市场变化的速度，迅速做出决定。

经济全球化、人才的流动化使文化、思维方式不同的人彼此接触的机会越来越多，顺利交流的能力和全球通用的思考方法成为必备的能力。

对于商品、服务很难做到差异化的企业，竞争也是不可避免的。在人口减少无法止步的情况下，日本的需求在减少。对仅有的蛋糕进行瓜分的战争没有止境。在这场战争中，各家公司为了生存，不得不致力于研究与其他公司的差异并开发新商品。如果不能在短期内做到这些，就会落后于顾客（市场）需求的变化，并最终落败。

互联网时代改变了企业的市场构想和以此为基础的营销战略的重要性。

营销人员也感觉到，按原来的模式只进行一般性说明的营销手段不再可行。在确保本公司立场的同时，还要站在对方的立场上，考虑如何巧妙地卖出商品，因此信息收集能力、情况分析能力、策划方案能力、演示能力、谈判能力等成为对营销人员的基本能力要求，而创造性和富有新意的判断能力也成为必备能力。

对于在现代社会打拼的营销人员来说，瞬间决断力也是必需的。一丝丝的疏忽、一刹那的松懈，都可能导致败给拥有多种技能的其他公司或海外企业。时代要求营销人员具有逻辑思维能力。

第1章解释说明了逻辑思维是什么，如何掌握逻辑思维所需的思维方法。
第2章解释说明了各思维方法及其具体使用方法。

第3章就逻辑思维必需的工具进行了详细说明，包括有什么样的工具，工具如何使用，按使用目的分有哪些类别及特性。

从第4章开始，用实例解释说明逻辑思维在商务实践中如何运用。通过事例，让大家用逻辑思维来思考如何把握需求、发现问题、提出课题并解决，介绍了易取得成效的逻辑演示法和容易被接纳的谈判方法等。

逻辑思维很容易被认为只在商务活动中才存在，实际上在日常生活中也会用到。比如说，该不该买3D电视，打算上哪所学校，当你为此类问题犹豫不决时，请用一下逻辑思维。

逻辑思维是能够帮你在最短时间内做出最恰当的判断的工具。在日常业务中反复利用逻辑思维才能提高使用水平，积累使用要领。

为了让广大读者能在实际中边使用边体会，本书尽可能地使用了通俗易懂的语言，准备了尽可能多的图表，想方设法给读者留下深刻的印象。

敬请在实际工作生活中边思考边理解，让逻辑思维常伴左右。

2012年10月 今井信行

逻辑思维入门

把握需求、解决问题、成功谈判的思考方法

CONTENTS

第1章 逻辑思维的基本概念和本质

1-1 逻辑思维是知道了就不怕	2
1-2 掌握逻辑思维要从了解思维方法和工具着手	10
小结	26

第2章 逻辑思维的方法

2-1 归零思维	28
2-2 框架思维	38
2-3 逻辑思维的其他方法	53
小结	56

第3章 可以在逻辑思维中使用的便利工具

3-1 逻辑思维工具	58
3-2 阶层型工具	65
3-3 用框架型工具促进逻辑思维	81
小结	102

第4章

用逻辑思维把握需求

4-1 掌握客户的需求	104
4-2 问出客户需求的方法	114
4-3 问出客户需求的实用技巧	126
小结	140

第5章

用逻辑思维解决问题

5-1 有逻辑地解决问题的流程	142
5-2 解决问题的根本是“为什么”	148
5-3 运用逻辑思维解决问题的实践	156
小结	184

第6章

用逻辑演示获得理解

6-1 通过演示获得对方理解的基础	186
6-2 让演示更为精彩的训练	199
小结	222

第7章

用逻辑谈判取得成功

7-1 通过逻辑谈判把说服变为接纳	224
7-2 逻辑谈判的实际应用	237
小结	256

第 1 章

逻辑思维的 基本概念和本质

说起逻辑思维，有人会觉得很难，但你可知道所有的商务精英们都已经在有意无意地使用着逻辑思维。

接下来，我们就来说说逻辑思维是什么，逻辑思维为什么成为“抢手货”，使用逻辑思维有哪些好处。

1-1

逻辑思维是知道了就不怕

人们对自己不熟悉的事情总有不安的感觉，有时甚至会感到畏惧。对逻辑思维也是如此。而一旦知道了逻辑思维是什么，人们会发现：“什么呀，我不是已经在用了吗？”虽然如此，你可不能就此掉以轻心，不按系统方法进行，就会创生出伪逻辑思维。

▶▶ 逻辑思维的必要性和意义

为了应对快速的环境变化，在制定公司体制和企业形态变更等对策的同时，促进营销人员的变化（进步）也被提上了日程。

正因为各位已亲身体会到这一点，所以才会阅读本书，希望知道逻辑思维是什么，想把它学到手吧。

日本人自古以来追求的是像“腹艺”一样不需要语言就能理解对方意图的心领神会。但在失去界限和屏障的全球化时代，还沿用老式的做法、老式的想法是行不通的。

在现代社会，了解、掌握、实际运用逻辑思维，就使营销人员拥有绝佳的业务武器。逻辑思维是在所有商务场合都可应用的重要的思考方法。

比如，收集到信息后的现状分析，根据分析发现问题、原因并进行解决，给客户提出策划和制作给上司的报告书等，可使用的场合很多。不止如此，策划方案后的演示，及其他各种场合中，逻辑思维的使用都是必须且重要的。

另外，现在要求营销人员能够应对竞争激烈的新时代。支撑企业的个人止步不前，这个企业就会被时代淘汰。因此在现代社会，停止自身成长的行为又被称为“自杀行为”。

1-1 逻辑思维是知道了就不怕

正因为我们所处的是这样一个时代，所以逻辑思维不但对企业顾问非常重要，对大家来说，也是必备之物。

逻辑思维不仅可以用在商务上，在日常生活中也可以使用。我想补充一下，把逻辑思维学到手，生活方式甚至人生都有可能改变。

逻辑思维的必要性



逻辑思维是什么

逻辑思维，用一句话说，就是合乎逻辑的思考方法。说得更详细些，就是不漏掉各种主要原因、要素，不重复地把事情整理得浅显易懂，使其系统化，实现整体把握，得出相对正确的判断或解决方法的思维方法。

对于各位营销人员来说，这是今后新战略方案和策划方案时，为上述内容做演示时，及其他各种场合都可以发挥作用的合乎逻辑的思维方法。

掌握逻辑思维这种武器

非逻辑思维



怎么办呢？
没有武器，
打不了呀。

逻辑思维

来吧，没问题。
现在就开战吧。



确实如此，
好吧，
弄明白了！

1-1 逻辑思维是知道了就不怕

逻辑思维大致可以分成“基本的思维方法”和“有助于思维的便利工具”。基本的思维方法除了归零思维、框架思维之外，还有选择思维和过程思维等。而有助思维的便利工具以大家听说过的思维树为代表。

那么，逻辑思维可以在什么时候使用，又可以用来做哪些事情呢？

●课题

假设大家正面临一个必须解决的问题。你会如何考虑这个问题，继而找到解决方法并付诸行动呢？请试着想象一下掌握了逻辑思维 and 没有掌握逻辑思维的情况下分别会如何进行。

非逻辑思维	逻辑思维

小贴士 逻辑思维

逻辑思维 (Logical Thinking) 具有以下意思。

Logical 合乎逻辑的、逻辑学的、必然的

Thinking 思想、思考、意见

日语翻译成“论理思考”，也翻译成“必然思考”，它是我们应当掌握的一门技术。

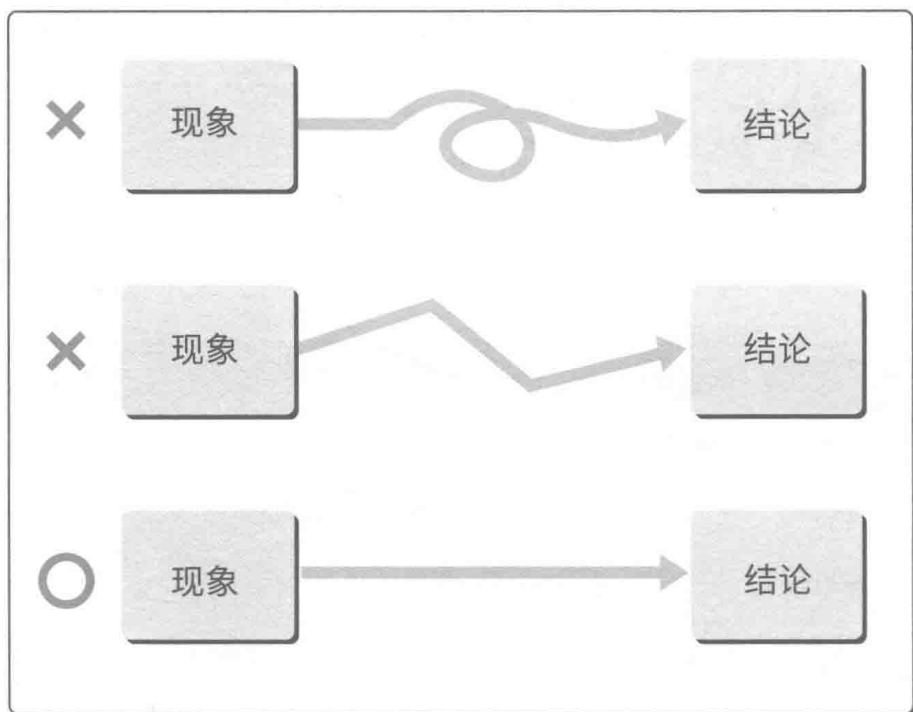
掌握逻辑思维

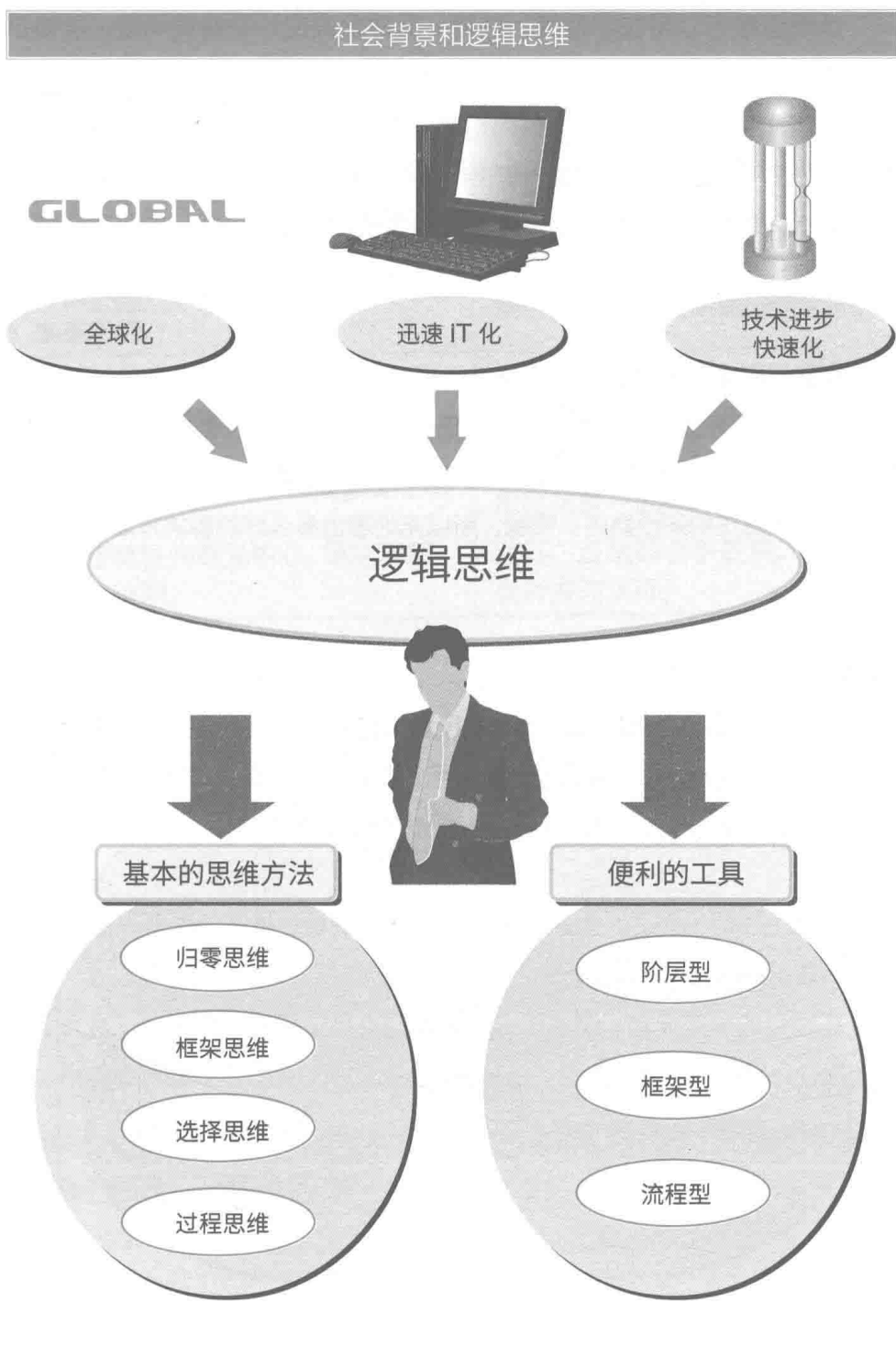
随着世界的全球化、复杂化，判断是否恰当和判断的速度变得十分重要。应对这种现象，逻辑思维是高效的。它不单靠感觉进行判断，还把归零思维等基本思维方法和便利的工具相结合进行思考。

逻辑思维有助于人们整理、分析混沌不清的问题、课题，并在此基础上做决定、把握方向，通过演示获得对方的理解，从而解决问题、课题。

也就是说，能够用最短的路径，最妥当地解决混沌不清的问题、课题，并得出好的结论的方法，就是逻辑思维。

最短的路径，最妥当的解法





逻辑思维可以用在①整理、分析，②做出决定，③解决问题，④演示等各种场合。

当然，用传统手法也可以做到这些，但逻辑思维具有系统地整理知识、信息，把思考过程可视化，易于得出结论等优点。

那么，掌握逻辑思维和没有掌握逻辑思维的情况下，我们的行动会有哪些不同呢？

①没有掌握逻辑思维的情况下

把浮在表面上的问题误认为是真正的问题、课题，并据此考虑、提出解决方案。在负面思考、无视数据等状况下对目标方向进行判断。得到的结果是，因为偏离了真正的问题原因、课题，所以无论想出多么好的解决方法，也无济于事。

②掌握逻辑思维的情况下

选择最合适的思维方法对问题进行贴切的判断；使用适当的工具把握现状；使用正面思考，以发展的方向为目标；而且，能够通过浅显易懂的整理、分析，准确找出问题的原因（本质），更快地提出解决方案，并付诸行动。

通过上述的①和②，大家明白有没有掌握逻辑思维在问题解决的过程、结论和结果方面有何不同了吧？

在现今的商务场合，逻辑思维是必要的也是重要的思考方法，是为了自身的提升飞跃必须掌握的东西。它在我们人生的所有场合里都能起到作用。

下面，让我们再整理一下。

逻辑思维和非逻辑思维

非逻辑思维	逻辑思维
负面思考，消极思考，得出后退的结论。	正面思考，积极思考，勇于挑战的前进的行为。
轻视数据，数据分类杂乱，判断标准不明确。	重视数据，根据分析做出综合判断。
被眼前的现象左右，凭感觉判断，遗漏、重复经常发生。	方针明确，重视 MECE（无遗漏、无重复），按步骤进行判断。
听凭直觉，得出结论不需要太长时间。	步骤是明确的，缺点是得出结论需要花费一定的时间。
以非逻辑性判断为中心，很难理解、验证、证明。	验证、证明都合乎逻辑，容易得到对方的认可。

逻辑思维的基本用途

