

视频教学光盘内容

本书所有范例文件、精讲精练的
视频教学课程

1本双色精美的易学速成手册+1张精讲精练的视频教学光盘=PowerPoint 2007超级容易学

1+1 容易学



PowerPoint

「超值精编版」

2007

庄世岱 张欣媛 江高举 编著



Easy
for PowerPoint
2007

计算机专家团队亲自指导

本
著
套

该团队从事开发与教育培训20余年，出版
万人次，致力于为希望自学的读者提供一
在最短的时间内全面掌握软件应用。

易读、易学的图例式学习方法

本书倡导快乐学习，将图例与文字讲解一一对应，以读图的方式进行学
习，不仅提高了学习效率，更能激发想象力，使读者轻松掌握软件应用的
关键点，并能做到举一反三。

超值特惠的精编双色教程

书中所有重点内容使用不同颜色字体标注，突出知识点，理顺学习逻辑。

1+1 容易学

PowerPoint

「超值精编版」

2007

庄世岱 张欣媛 江高举 编著



北京科海电子出版社
www.khp.com.cn

内 容 提 要

本书倡导快乐的学习过程,通过双栏式排版方法,将缤纷图例与文字叙述一一对应,不仅方便阅读,更能激发大脑想象力,让读者迅速掌握要点。

书中全面介绍了PowerPoint 2007的新功能和面向实际的应用技巧,通过详细的制作过程讲解,引导读者迅速上手,熟练掌握PowerPoint 2007新界面的操作,将软件功能和具体应用紧密结合起来。

全书从演示文稿的创作理念入手,通过基本编辑、文件管理、文字、图形对象、数据图表的创建与设置、母版、主题、特效动画等的应用与编辑以及预演、放映、打印等表现形式和一些实用工具的说明,帮助您充分享受PowerPoint 2007提供的便利,快速制作独具个性的精美演示文稿。配书光盘提供了书中所有范例文档以及视频教学资料。

本书内容丰富,结构清晰,具有很强的实用性和可操作性,适合作为办公文员和电脑初学者学习演示文稿制作的自学读物,同时也可作为各高等院校及培训班的培训教材。

声 明

《1+1 容易学 PowerPoint 2007》(含1 视频教学 CD+1 配套手册)由北京科海电子出版社独家出版发行,本书为视频教学光盘的配套使用手册。未经出版者书面许可,任何单位和个人不得擅自摘抄、复制光盘和本书的部分或全部内容以任何方式进行传播。

1+1 容易学 PowerPoint 2007

庄世岱 张欣媛 江高举 编著

责任编辑	何 武	封面设计	林陶
出版发行	北京科海电子出版社		
社 址	北京市海淀区上地七街国际创业园2号楼14层	邮政编码	100085
电 话	(010) 82896594 62630320		
网 址	http://www.khp.com.cn (科海出版服务网站)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京科普瑞印刷有限责任公司		
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次	2009 年 10 月第 1 版
印 张	16.75	印 次	2009 年 10 月第 1 次印刷
字 数	408 000	印 数	1-5000
定 价	23.00 元 (含 1 视频教学 CD+1 配套手册)		

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

作者的话

Microsoft Office System 2007 已经从个人办公软件发展为全面整合的系统,它能够协助个人与企业处理更广泛的问题。现阶段的信息环境不仅是信息爆炸、环境变化快速、彼此竞争激烈,更要求个人或企业在处理事务时快速有效,决策时又要精准兼具执行力。因此,对于所有使用计算机来完成一般事务的人来说,除了自身要能迅速有效地处理事务外,还要能给部门内部提供一些解决方案,使得您所属的团队能够及时获得正确的信息。

现今的办公室中充满了各式各样的信息、文件、报表,您如何能在每一个工作时刻都做到掌控自如呢?善用 Microsoft Office 是一项必备的基础能力。在最近这一、二年内,不论是企业还是政府机构,已经将正确使用 Microsoft Office 当成是一项必备技能,主管部门不再安排特别的培训,而是要求员工在工作之余自我学习。因此,面对新一代的 Microsoft Office 2007,您也必须在最短的时间内加以了解和熟悉。

志凌信息·恩光技术团队具有 20 年 Microsoft Office 书籍的写作、授课与专题演讲经验,本年度再一次集合所有团队作者,完成了“1+1 容易学 Microsoft Office 2007”系列图书。我们期盼能够为所有希望自我学习的读者提供一套省钱、省时、省力的学习工具,让您能够在最短的时间内跟上信息世界的新潮流!

这些年来,忠实的读者们不断来信提出宝贵建议,也在不断地给予我们鼓励,让我们在写作计算机图书时不断鞭策自己不能懈怠,并自我要求出版更实用的图书,让所有华人世界的朋友共同分享!

承蒙整个顾问团队的通力合作,所有图书才能顺利完成,当然,也要感谢老朋友孙锦珍、陈淑芳、李毓卿小姐细心、耐心地完成排版,再加上金马奖导演黄华裕先生所绘制的精彩插画,本书才能以全新的面貌与读者见面。

任何一本书籍能够顺利上架,图书公司也扮演了相当重要的角色,感谢基峯资讯所有同事,没有你们的辛劳,这本书就无法顺利出现在读者的面前。

最后,要诚挚地感谢所有的读者,您每购买一本书,对我们都是莫大的支持与鼓励,请继续给予鞭策与推荐,让我们所编著的图书更能满足您的需要,也让我们知道好书不会寂寞!

我们相信

1 种思路 + 1 种努力 = 1 条通往成功的捷径

1 种引导 + 1 种表达 = 1 个豁然开朗的世界

志凌信息·恩光技术团队

2009 年于温哥华

我们相信“1+1 容易学 PowerPoint 2007”的读者是为了学习才会购买此书，但要怎样学习才能有效率又不会忘记呢？根据最新的认知科学、教育心理学及神经科学的研究显示，有趣的学习过程远比书上的文字内容更为重要，本书将带您进入一个快乐的学习环境，让您不用再边打瞌睡边勉强自己去死记任何一样东西。

1+1 容易学 系列图书使用说明

A 节名：节标题非常明显。

B 节简介：介绍有关此节的内容大纲。

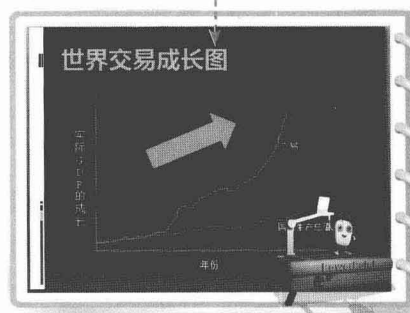
C 节图例：与此节内容有关的范例图片。

D 小节名：小节标题。

E 步骤指引：请按照数字顺序进行操作。

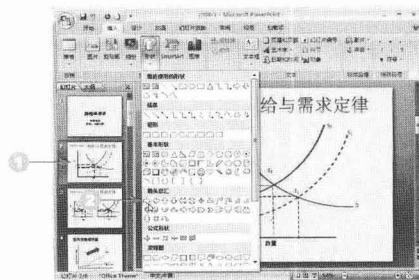
4-3 形状

形状由一些现成的几何图形组成，可以根据性质的不同分为形状和线条。有效地使用形状对演示文稿有很大的帮助，它们将使您的说明更生动。



4-3-1 建立形状

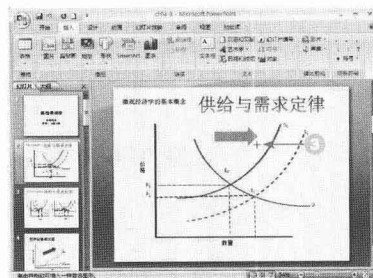
- 1 打开范例 ch04-3.pptx 第 2 张幻灯片。
- 2 单击插入 > 插图 > 形状 > 向右箭头命令。



提示

您也可以在常用 > 绘图 > 形状命令下找到形状图库。

- 3 在要添加形状的位置上，按住鼠标左键拖动。



可视化是本书强调的一个重点。图像比单纯的文字叙述更能被我们的大脑吸收，并有助于加强记忆。我们将推翻一栏式的写作方法，改以双栏方式呈现，并将描述文字与图例摆在一起，这样每一个步骤都有个相对应的图例置于文字右边，一一对应，让您的大脑建立图像与文字的关联，更易阅读更易学习。

Chapter 04 演示文稿最佳配角（一）——图形对象

建立及打印讲义

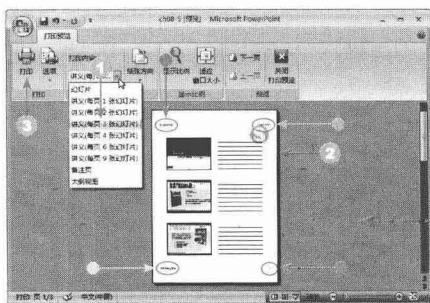
演示文稿内容以讲义形式打印，已被广泛应用于教学，您可以将多张幻灯片打印在一页中，并且预先空出给观众做笔记的区域。单击 **Office 按钮 > 打印 > 打印预览** 命令，进入打印预览窗口。

- 单击 **打印预览 > 页面设置 > 打印内容 > 讲义（每页 3 张幻灯片）** 命令。



- 确认打印时的外观。

- 单击 **打印预览 > 打印 > 打印** 命令，即可将演示文稿印成讲义。



F 细项：小节的细项标题。

G 命令标示：分别为功能区选项卡 > 功能区组 > 您要的命令。

H 图例：范例图标配合步骤指引，让您更清楚找到需要的功能。

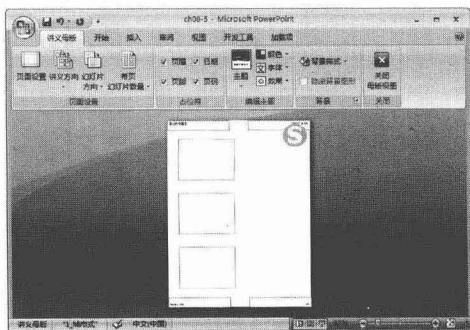
I 小项：与章节内容相关，但与步骤顺序无关的说明。

J 提示：本节相关补充内容。

K 页码：便于查阅。

提示

讲义也有母版，如果您想更改讲义中页眉 > 页脚文本的格式、位置或大小，可以进入讲义母版中进行更改。



目 录

Content

Chapter 01 认识PowerPoint 2007

1

1-1 制作演示文稿的重要概念	2
1-2 PowerPoint 窗口介绍	9
1-3 功能区的使用	10
1-3-1 功能区介绍	10
1-3-2 对话框中的组件介绍	11
1-4 快速工具的使用	13
1-4-1 快速访问工具的显示与隐藏	13
1-4-2 自定义快速访问工具栏	14
1-4-3 快捷键与快捷菜单	16
1-5 幻灯片的各种视图模式	17

Chapter 02 演示文稿入门

24

2-1 创建新演示文稿	25
2-1-1 创建空白演示文稿	25
2-1-2 使用模板创建新演示文稿	26
2-1-3 Office Online 网络模板	27
2-1-4 使用已存在的演示文稿	28
2-2 文件的管理	29
2-2-1 文件保存	29
2-2-2 保存的高级设置	30
2-2-3 打开旧文件	32
2-2-4 最近使用的文档	33
2-2-5 关闭文件	33
2-3 幻灯片的增删	34
2-3-1 选择幻灯片	34
2-3-2 新建与拆分幻灯片	36
2-3-3 拆分幻灯片	37
2-3-4 移动幻灯片	38
2-3-5 复制幻灯片	39
2-3-6 删除幻灯片	40
2-4 幻灯片的页面设置	41
2-4-1 设置版面大小与方向	41

2-4-2 版式	43
2-4-3 显示网格和参考线	45
2-5 常用的编辑功能	45
2-5-1 对象的选择	46
2-5-2 对象选择窗格	47
2-5-3 移动与复制	49
2-5-4 复制对象	50
2-5-5 多次撤消	51

Chapter 03 演示文稿的主角——文本

52

3-1 幻灯片中文本的种类	53
3-1-1 占位符文本	53
3-1-2 使用文本框	55
3-1-3 在形状上输入文本	56
3-2 编辑文本内容	58
3-2-1 输入符号	59
3-2-2 选择文本	61
3-2-3 文本的移动与复制	62
3-3 文本的格式化	64
3-3-1 设置基本字符格式	64
3-3-2 进一步设置字符格式	65
3-3-3 项目符号与编号	66
3-3-4 段落的编排与对齐	70
3-3-5 调整行距与段落间距	74
3-3-6 使用制表位	76
3-4 应用艺术字样式	78
3-4-1 插入艺术字	78
3-4-2 应用艺术字样式	79
3-4-3 自定义艺术字	80
3-4-4 清除艺术字	82

Chapter 04 演示文稿最佳配角（一）——图形对象

83

4-1 图片与照片	84
4-1-1 插入图片	84
4-1-2 编辑图片	85
4-1-3 图片形状、边框与效果	87
4-1-4 图片大小与位置	90
4-2 剪贴画	91
4-2-1 插入剪贴画	92



4-2-2	加入我的收藏集	94
4-2-3	网上剪辑管理器	95
4-3	形状	98
4-3-1	建立形状	98
4-3-2	设置形状格式	99
4-3-3	形状立体化	100
4-4	对象间的关系	101
4-4-1	对象间的对齐	101
4-4-2	对象间的上下顺序	102
4-4-3	对象的组合	102

Chapter 05 演示文稿最佳配角（二）——数据图表 104

5-1	SmartArt 智能图形	105
5-1-1	认识 SmartArt 的图形类型	105
5-1-2	建立 SmartArt 图形	105
5-1-3	添加图形框	107
5-1-4	格式化 SmartArt 图形	110
5-1-5	格式化图形框	114
5-1-6	调整组织结构图	117
5-2	制作表格	118
5-2-1	建立表格	118
5-2-2	编辑表格	120
5-2-3	表格的格式化	126
5-3	统计图表	130
5-3-1	建立图表	131
5-3-2	编辑数据	132
5-3-3	编辑图表	133
5-3-4	将图表存为模板	136

Chapter 06 进一步改造幻灯片 137

6-1	改变演示文稿设计	138
6-1-1	应用不同的主题	138
6-1-2	幻灯片的主题颜色	141
6-1-3	改变幻灯片的背景	143
6-2	母版的使用	146
6-2-1	认识母版	146
6-2-2	幻灯片母版	148
6-2-3	编辑幻灯片母版	149
6-2-4	编辑母版占位符	152

6-2-5	多母版的使用	156
6-2-6	添加版式	157
6-2-7	自定义模板	159
6-3	幻灯片的日期与页码	161
6-3-1	插入日期	161
6-3-2	插入日期	163
6-3-3	使用页眉和页脚	164

Chapter 07 演示文稿的灵魂——特效制作

166

7-1	使用多媒体文件	167
7-1-1	插入影片文件	167
7-1-2	插入声音文件	170
7-1-3	插入 Flash 动画	176
7-2	应用动画	178
7-3	自定义动画	180
7-3-1	设置动画的基本程序	180
7-3-2	设置文本动画效果	182
7-3-3	文本动画高级效果	184
7-3-4	声音与其他效果的控制	187
7-3-5	声音效果的高级控制	188
7-3-6	应用动画路径	190
7-4	动画的顺序与时间控制	193
7-4-1	设置时间选项	193
7-4-2	设置触发程序	194

Chapter 08 演示文稿发表会

197

8-1	幻灯片的切换方式	198
8-1-1	设置切换特效	198
8-1-2	切换音效	199
8-1-3	换片方式	199
8-2	演示文稿预演	200
8-2-1	排练计时	201
8-2-2	录制旁白	202
8-3	有关演示文稿放映的设置	204
8-3-1	设置放映方式	205
8-3-2	自定义放映	206
8-3-3	设置动作按钮	207
8-3-4	编辑动作按钮	208
8-3-5	使用超链接	209

8-3-6 编辑超链接	210
8-4 播放演示文稿	211
8-4-1 演示文稿的播放	211
8-4-2 幻灯片上的书写	212
8-5 演示文稿的打印	214
8-5-1 打印预览	214
8-5-2 打印幻灯片	216
8-5-3 备注页与讲义	216

Chapter 09 实用的演示文稿辅助工具

219

9-1 使用相册	220
9-1-1 创建相册	220
9-1-2 更改相册	223
9-2 检查演示文稿	224
9-2-1 拼写检查	225
9-2-2 查找与替换	227
9-3 智能标记与自动更正	230
9-3-1 键入时自动套用格式	230
9-3-2 智能标记	231
9-3-3 自动更正	232
9-4 与其他软件配合	234
9-4-1 使用 Office 剪贴板	234
9-4-2 活用剪贴板	236
9-4-3 粘贴超链接	238
9-4-4 数据的导入	239
9-4-5 将演示文稿发送到 Word	242
9-5 强大的信息检索功能	244
9-5-1 使用信息检索	244
9-5-2 自定义查找来源	245

Chapter 10 发布演示文稿

247

10-1 打包演示文稿	248
10-1-1 打包程序	248
10-1-2 打开打包演示文稿	251
10-2 在线发布演示文稿	252
10-2-1 发送演示文稿	252
10-2-2 发布为网页格式	254
10-2-3 在浏览器中执行演示文稿	255
10-3 演示文稿的加密	256

01

Chapter



认识 PowerPoint 2007

PowerPoint 2007换上了全新的使用界面，用户必须熟悉这些界面的使用方式，才能轻松地制作一份演示文稿。但别忘了，制作一份好的演示文稿，除了要有好的工具以外，好的概念更是不可或缺。

- 1-1 制作演示文稿的重要概念
- 1-2 PowerPoint 窗口介绍
- 1-3 功能区的使用
- 1-4 快速工具的使用
- 1-5 幻灯片的各种视图模式

1-1 制作演示文稿的重要概念

在当前工商业发达的时代,不论是个人或企业都讲求精准和有效,信息的充分沟通与良好交流将是获得成功不可缺少的条件之一,而如何用短短几十分钟的演示文稿,说服您的老板或吸引您的顾客,已成为现今企业经营者最重要的课题。



1-1-1 前言

针对此大环境的需求, Microsoft PowerPoint 2007 提供了一个完整的演示文稿工具平台,使您可以用更短的时间制作一份具有说服力的演示文稿。不过如何制作一份成功的演示文稿不是一个容易回答的问题,在市面上或网络上已经有许多教学文章,一步一步地带领用户做出一份好的演示文稿,在此不再赘述,而本节内容并不是生硬地教您做出一份“完整”的演示文稿,而是着重告诉您演示文稿的灵魂——演讲者。现在有很多学者专家对使用 PowerPoint 来做演示文稿持强烈反对的意见,您很容易就能在报纸杂志上看到对 PowerPoint 的不满与批评。尽管这些批评是针对演示文稿本身或演示文稿工具的,但更多的问题是来自于演讲者。PowerPoint 仍然是一项重要的演示文稿工具,要学会使用它。

不当地使用 PowerPoint 会产生许多问题,甚至会造成沟通上的反效果。举例来说,太着重于演示文稿的设计与特效,会转移听众甚至演讲者本身的注意力,使得演示者花费太多的时间与心力来思考如何说而不是说什么。

同样的,听众也会专注于漂亮的图形与特效而忽略了演示文稿的细节,减少对演示文稿内容的思考。总而言之,一场演示文稿发表



会的主角是演讲者而不是演示文稿本身，如果读者可以体会到这一点，就已经跨出了成为一个成功演讲者的第一步。

现今您不管走到哪里，都会看到一份用“项目符号”做出来的演示文稿，没错，用条列式的方法来做演示文稿会给人简单明了的假象，但是实际上条文式的呈现会把具有逻辑连贯性的文章拆得支离破碎，听众不一定能够充分了解演讲者所要表达的内容。或许条列式可以让演示者在制作过程中省下不少的心思，但同时也在演讲者与听众之间产生了无形的沟通障碍。更简单地说，当我们在进行演示文稿时都会希望全场的气氛能够轻松自然，然而条列式的演示文稿只会使得演示文稿的过程变得严肃甚至沉闷。

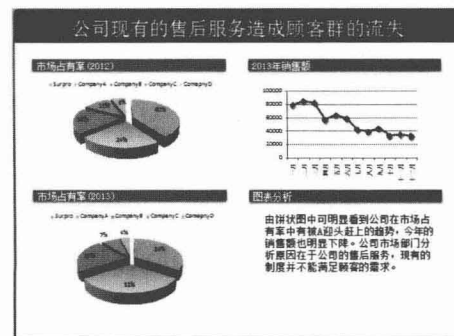
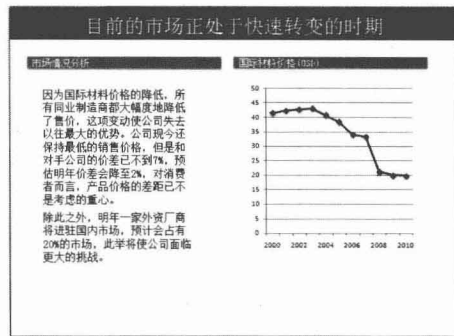
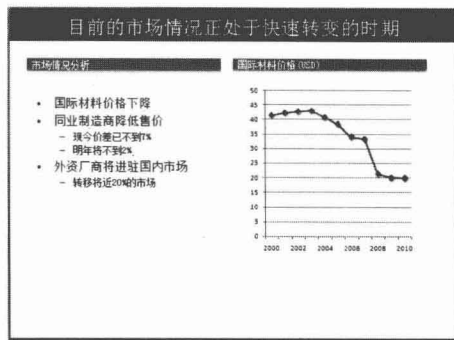
如果不用传统条列式的方式来做演示文稿，还有什么可以选择呢？在这里我们强烈建议读者，您可以试着用故事化的模式来做一份演示文稿。毕竟演示文稿最终的目的还是协助我们进行信息的交流与沟通，而故事化的演示文稿有着完整的逻辑，不会像条列式演示文稿那样，让人觉得去头去尾、不知所云。

故事性的叙述方法也比较容易跟日常生活的思考模式产生共鸣，使人能够更专注于内容并产生兴趣，就如同在听一篇故事一样。不过有一点还是要特别提醒读者，故事化的演示文稿并不等于普通小说，它们最大的不同在于演示文稿是以充分的证据、理由和逻辑性组织而成的报告。

在制作一份演示文稿的过程中，最重要的一环非事前的准备莫属，如果您在实际制作演示文稿之前，已有一份完整的故事草稿，在后续的工作中将更加得心应手。既然草稿这么重要，接下来要讨论的就是如何有效地写出 PowerPoint 草稿。

首先，请把要制作 PowerPoint 演示文稿的事放在一旁，完全不去想 PowerPoint 的背景、动画、特效等与内容无关的东西，专心把手稿先写出来，在这个阶段中，您可以完全不用担心任何有关 PowerPoint 的视觉效果，您越投入时间去准备草稿，将来 PowerPoint 的效果就会越好。

这里要注意的是，一篇手稿并不需要长篇大论，您可以想成是一篇用完整的句型写出的主题大纲，精



简但是又包括了所有的重点。幻灯片标题将直接应用草稿内的句子，换句话说，幻灯片的标题将不再是笼统的名称，而是使用一个完整的句子，清楚地把幻灯片内容表达给听众。举例来说，“了解顾客需求”这个标题涵盖的范围太广了，改为“公司现有的售后服务造成顾客群的流失”，就能让人很清楚地了解这篇幻灯片的主旨。

此外，好的文稿就如同写文章一样，必须有着完整的文学结构，古人把文章的布局分为“起、承、转、合”四个阶段，这也正是一份好的演示文稿必须具备的。

起 — 演示文稿的开端

所谓“起”，就是指文章的开头。这时最重要的事情，就是要引起别人的兴趣，抓住他们的注意力。“起”还需要简略地介绍整篇演示文稿的结构，首先要介绍的是演示文稿的背景环境。当听众一坐下来，第一件想知道的就是现在的情况，在陈述背景时要注意所强调的必须是大家认同的或是可接受的，千万不要模棱两可，也不宜加入个人意见。

Surpro 产品营销项目汇报

起：报告的背景

目前的市场正处于快速转变时期

执行董事需要在短时间内决定新的营销策略

对手公司的转变严重威胁到产品的生存空间

预估获利能力较去年稍微有所提升

推动新的营销计划将使公司维持市场的领导地位

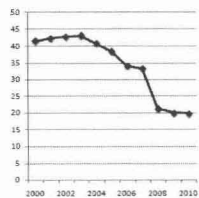
目前的市场正处于快速转变的时期

市场情况分析

因为国际材料价格的降低，所有同业制造商都大幅度地降低了售价，这项变动使公司失去了以往最大的优势。公司现今还保持最低的销售价格，但是和对手公司的价差已不到7%，预估明年价差会降至2%，对消费者而言，产品价格的差距已不是考虑的重点。

除此之外，明年一家外资厂商将进驻国内市场，预计会占有20%的市场，此举将使公司面临更大的挑战。

国际材料价格(USD)



执行董事需要在短时间内决定新的营销策略

营销决策

在今后的市场中，竞争将会是激烈和动态的，公司有必要积极改良现有的营销计划，以符合环境与顾客的需要。因此，在外资进驻以前，公司必须有一套完善的营销计划，以便提升产品竞争力，保持消费者对产品的忠诚度。除此之外，还要思考是否要投入资源开发新的客户群和吸引顾客回流。这些不是可有可无的选项，而是关系到公司存亡的工作。



再来要带出故事中的主角，主角是经由这个故事而有所发展或改变的人物。照这个定义来说，演示文稿中的主角自然就是台下所有的听众了。而您，一个演示者，则要做好最佳配角，帮助听众了解他们在这篇演示文稿中扮演了怎样的角色。

接下来要开始描述主角在这个故事中将会遇到的情境或难题，例如某种外界因素带给公司营运上的危机等，这个难题也正是这个演示文稿产生的原因，也是您的听众会坐在台下听演示文稿的原因，在此您的用词不妨强烈一点，刺激听众，使他们想要知道有何解决方案。

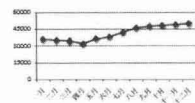
对手公司的转变严重威胁到产品的生存空间

对手公司简析

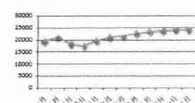
除了因成本大幅降低所有产品降价以外，Surpro的对手公司Company A近年来致力于产品的质量保障与完善的售后服务，并且以十年的保修期限为口号，打造全新的产品形象。此项策略使得Company A一年之内成长了26%，预计短期之内还会继续成长。

Company B推出晚上上门服务项目，受到广大上班族的青睐。他们现在更投入全力，重新调整商品设计，以活泼有创意为主要概念，以便明年打入青少年市场。

Company A销售数据(2013)



Company B销售数据(2013)



描述完问题或困境后，我们要让听众知道问题解决后的情况，站在听众立场思考这样对听众有什么好处，并且解释为什么我们会想看到这种情况的发生。

最后，也是这一篇演示文稿的目的，介绍解决方案。这一段非常重要，是整份演示文稿的重心，后面的阶段也都是围绕着这个主题慢慢建立一个完整的论点。当您完成“起”的阶段，不要急着往下走，停下来重新检查这段所有元素。

一篇好的演示文稿通常都会有三种特性：清晰的叙述、集中焦点与吸引人的内容，在准备演示文稿的过程中应该把这三点放在心上，并且随时随地问自己以下这三个问题。

- ◆ 当您把 PowerPoint 切换到幻灯片浏览视图时，是否可以只从幻灯片的标题上就看出此演示文稿的重点？
- ◆ 查看演示文稿的备注页，看看演讲的内容是否有明显的相关性。
- ◆ 将演示文稿切换到普通视图下，注意幻灯片整体的感觉，这样是否会吸引观众的注意和兴趣？

一个成功的演示者需要了解，听众都不是完全 100% 理性的生物，只要是人多多少少都有感性的一面，因此在第一阶段，也就是“起”的阶段，要留意将听众感性的一面与演示文稿联系在一起，这样听众会更加关心此次演示文稿的主题，自然而然地会专注聆听演示文稿，这样一来，您的演示文稿已成功一半了！

承 - 演示文稿的重点

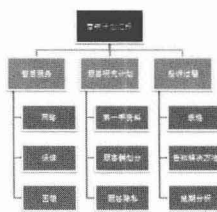
所谓“承”，就是指文章的承接，支持“起”所提出的主张。“起”最主要的功能就是抓住听众的情感，使他们感受到此篇演示文稿与他们有直接的关系。“承”则是开始提出证据，理性地分析整体情势，用科学逻辑强调演示文稿的主张。在“起”的阶段提出并介绍演示文稿的背景与情势，现在要证明之前所提出的解决方案不只是天马行空的想象，而是精心策划可以实行的计划，您要让听众明白为什么这是一个好的方案，

推动新的营销计划将使公司维持市场的领导地位

产品营销项目

如同之前所说的，新的营销计划是必须的，而且要快速实施，否则将会被淘汰。新的营销计划将专注于顾客需求，以顾客长期利益为出发点，以达到长期经营的目的。在此营销计划中，将会从三个重点角度切入问题，右图已列出基本方案和达成步骤。要注意的是，实施过程中不可跳过某些步骤，宁可投入多一点成本，在步骤中收集更完善的信息，也要防止任何策略上的错误。

营销专家视图图



预估获利能力将较去年稍微有所提升

市场情况简析

根据五年以来的数据及考虑到外资进驻的冲击，市场部门评估新的营销计划将会吸引 25~40 岁年龄层的顾客，新的顾客群的加入，可增加 15% 的营业额，同时近 3 个月流失的顾客也预估会有 85% 回流。

公司财务状况简表

公司去年度财务状况		公司预估财务状况	
营业毛利率	5.21%	营业毛利率	5.4%
营业收益率	2.72%	营业收益率	2.80%
税前净利率	2.26%	税前净利率	2.31%
资产报酬率	1.47	资产报酬率	1.51%
股东权益报酬率	3.17%	股东权益报酬率	3.20%

Surpro 产品营销项目汇报

承：说明方案的理由和论点

论点1：公司现有的售后服务造成顾客群的流失

提倡产品保修策略外，更要强调服务保障

发展网络以加强顾客的主观性，帮助公司更接近顾客

提供消费售后回馈促进公司与顾客之间的互动

论点2：顾客研究计划将有效改善公司对市场的敏感度

取得初步资料，对需求市场做出最好的决策

利用市场划分筛选特定的目标市场

评估顾客研究计划，同时确保顾客权益

论点3：制定完善及统一的投诉程序可使公司与顾客都获益

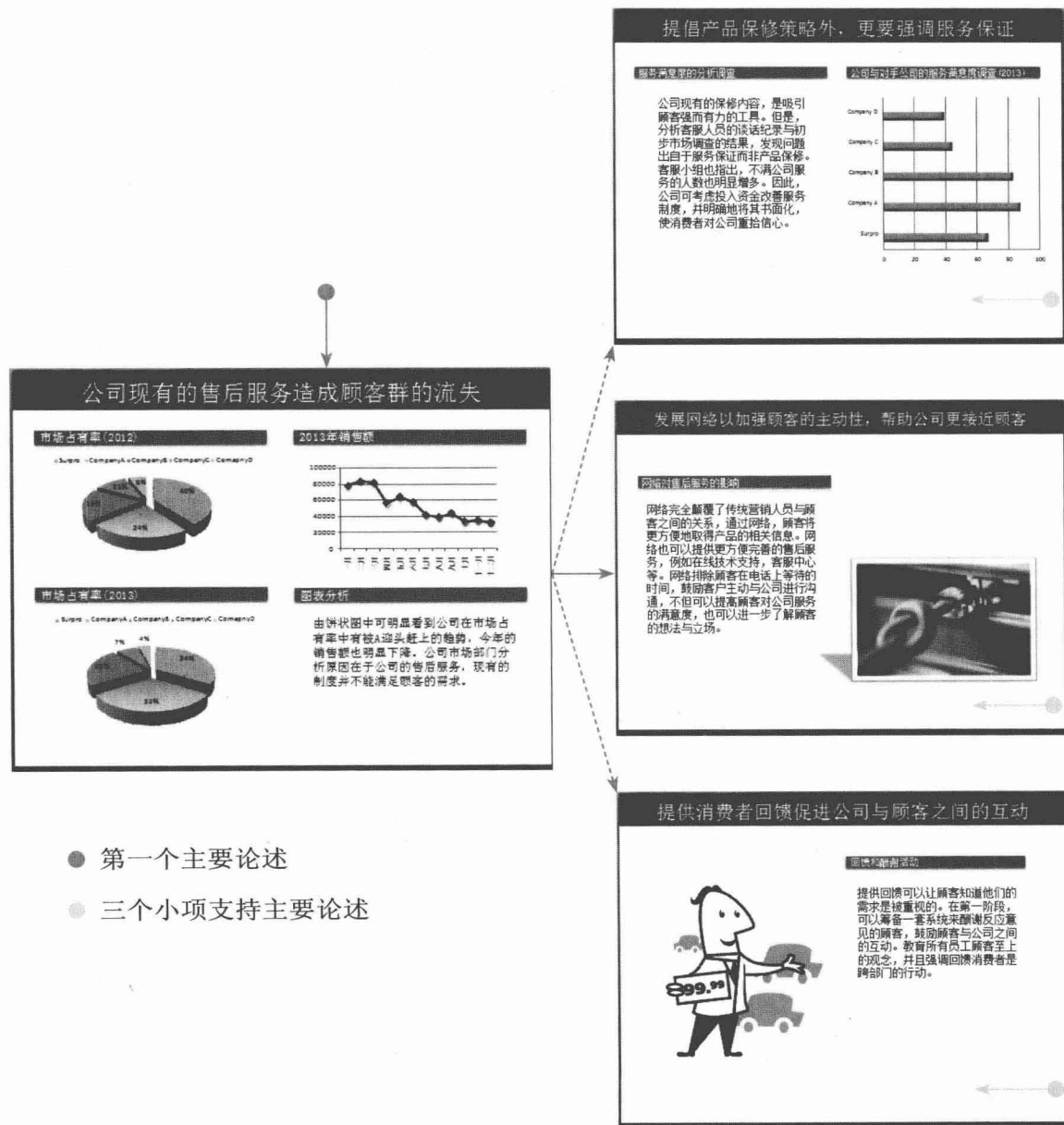
制定标准投诉表格可简化管理过程

确实告知顾客其投诉的解决方法

定期检讨投诉处理过程并确保诚信

并且如何去实施。因为演示文稿只是简述报告，您会有时间上的限制，所以在“承”的阶段中，您只需讨论证实此方案的三个理由或论点，而不要讨论其他任何东西，清楚地告诉听众为何此方案可行即可。

当三个主要论点列出后，对各个论点还要再细分为三个小项，并再举三个证据来支持各个小项。这就有如金字塔，由基层慢慢开始建立起思考方向，在金字塔顶端的就是这个演示文稿所要推销的主题方案。



- 第一个主要论述
- 三个小项支持主要论述