

<<别告诉我你懂PPT>>

图书基本信息

书名：<<别告诉我你懂PPT>>

13位ISBN编号：9787301157633

10位ISBN编号：7301157630

出版时间：2011-7

出版时间：北京大学出版社

作者：李治 著

页数：215

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<别告诉我你懂PPT>>

前言

写这本书既是“蓄谋已久”，又“纯属巧合”。

对它的蓄谋已经超过5年：2004年，我参加美国一个全国性的研究生演讲比赛，作为有史以来参赛的唯一中国人，取得了第二名。

其实，我英文并不很好，这个成绩，很大程度上，要归功于PPT。

比赛结束后，教授希望我在系里给大家讲讲如何做PPT，因为不知道怎么讲，所以，计划搁浅。

5年之后，回到北京，我有机会走上了彼得·德鲁克管理学院和北师大MBA的讲台，同大家一起分享PPT的一些感悟。

与别人讲PPT不同，我讲的是做PPT的思路，是我10年来总结出来的精华，讲课效果出乎意料地好。

很多听众，当天晚上就迫不及待地根据这些思路修改自己的PPT，并在演讲之后，得到老板的夸奖。

于我，这是莫大的鼓励。

于是，关于PPT的讲课就多了起来。

以至于后来，北京大学出版社的编辑来约稿，有了这本书。

正是在这个意义上，它的诞生“纯属巧合”。

你可能喜欢杜拉拉，或许更崇拜彼得·德鲁克，没准是杰克·韦尔奇的粉丝，但他们谁也没有教你如何用品PPT帮助你的职业发展。

PPT与我们的职业发展到底有什么关系？

为什么关于PPT的课程总是听者云集？

<<别告诉我你懂PPT>>

内容概要

此书不同于其他PPT书籍，并没有讲述如何加入动画、如何调整艺术字等具体的PPT制作技巧，而是教你一种态度，一种让你爱上自己工作的热情，一种提高团队战斗力的工作方式。它是基于PPT之上的创意工作方法，不仅让你的PPT更加漂亮，还让你养成一种正确的职业态度和做人艺术，成为真正的“创新型人才”。

较之以往版本，加强版的正文会原汁原味地呈现作者在博雅五周年庆典上的演讲PPT，而光盘中除了作者最新的授课视频外，还有书中所有动画的揭秘，以及读者说“这个可以有”、栗子说“这个不愿加”的内容。

<<别告诉我你懂PPT>>

作者简介

李治：毕业于一所盛产国家领导和恐龙的学校，无奈属于后者。
漂泊异国学习，后自愿卖身到一个严禁喝可口可乐的公司（甚至说这四个字时，都要咬牙切齿）。
如今正在给“酶”老板打工。

因为PPT，英语长句子还说不利索，满分15分的论文答辩，她居然取得16分；
因为PPT，在强手如云的全美研究生演讲比赛中，她照样摘取了榜眼；
还是因为PPT，百事全球高级副总裁亲自面试她，并欣然高薪录用；
与PPT结缘，她的人生变得精彩无限.....

<<别告诉我你懂PPT>>

书籍目录

前言

第一章 让你的PPT讲故事

第一节 抓住眼球的雷人主标题

- 一、标题=震撼力
- 二、三步起一个精妙的主标题
- 三、找到一个精妙标题的路径

第二节 用副标题点破窗户纸

- 一、清晰副标题的必要性
- 二、清晰副标题的要点

第三节 不简单的简单完整句

- 一、简单完整句其实不简单
- 二、完整你的简单句

第四节 骨灰级的PPT结构——总分总

- 一、第一个总：概述
- 二、把你的分论点制作成页标题
- 三、第二个总：总结

第五节 随手拈来的创意线索

- 一、魅力线索——被遗忘的法宝
- 二、线索就要这样挖

第二章 让你的模板与众不同

第一节 模板里的小细节与大学问

- 一、页面布局，功能来分类
- 二、结构变活，要靠概述页和章节过渡页
- 三、让内容页清晰完整
- 四、结束页要表达一颗感恩的心

第二节 省心型模板简单不“撞衫”

- 一、给现成模板做个整容小手术
- 二、让模板有些新变化

第三章 让PPT 分钟能看懂

第一节 清晰表达你的信息

- 一、PPT清晰表达信息的三个层次
- 二、PPT清晰表达信息的三大原则

第二节 中规中矩使用字体字号

- 一、不同字体对号入座
- 二、字体的混搭要混而不杂
- 三、字号的中庸原则
- 四、线条粗细有讲究

第三节 和谐不张扬的颜色搭配

- 一、色彩里的哆来咪
- 二、留心颜色的意义

第四章 玩转PPT的种武器

第一节 与众不同的PPT文字风格

- 一、PPT行文就像课堂笔记
- 二、两个小窍门让文字更好用
- 三、小心文字里的宗罪

<<别告诉我你懂PPT>>

第二节 横竖有理的表格表达

- 一、表格是PPT的天敌
- 二、别把Excel原样贴过来
- 三、循规蹈矩地做表格
- 四、表格不能过度图形化
- 五、讲述表格的步套路
- 六、表格里的变形金刚

第三节 一目了然的趋势图

- 一、分清图中的“虚”与“实”
- 二、选对图的类型
- 三、跟着国画学画图
- 四、关注细节
- 五、讲述趋势图的步

第四节 画龙必点睛的图片

- 一、一图值千言
- 二、图片分类有讲究
- 三、图片是信息的好助手
- 四、让图片各就各位

第五节 存在必精彩的动画

- 一、爱恨动画功能多
- 二、使用动画有讲究

第五章 大胆Show出PPT

第一节 良好的开场白是成功演讲的一半

- 一、小变化让开场白更精彩
- 二、开场白有诀窍

第二节 虎头更虎尾的完美结束

- 一、拥抱各种问题
- 二、回答问题别玩外交辞令

第三节 让紧张情绪见鬼去吧

- 一、消除紧张不能单靠小窍门
- 二、最好的办法是适应舞台

后记

致谢

花絮

<<别告诉我你懂PPT>>

章节摘录

插图：第一节 抓住眼球的雷人主标题（1） 一、标题=震撼力 精彩的故事从标题开始，一个精妙的标题能迅速抓住听众的眼球，能够让你的PPT熠熠生辉。

它是赢得掌声的第一步！

就让一个具有震撼力的主标题，带领你走入一个充满快乐、无限创意并会一鸣惊人的PPT世界吧！

标题就好比人的名字。

老爸给俺起名字的时候就没好好读历史，让我一个女孩子跟个窝囊的皇帝重名，搞得我一辈子都要怯生生地回答人家我叫什么名字。

给这本书起名字的时候，也和策划人brainstorming（头脑风暴）了好久。

最终还是策划编辑脑子快，想到了这个既生动贴切又吸引人的好书名，顺利全票通过。

怎么样，它是不是也吸引了你的眼球呢？

很多人在写PPT的时候，还是习惯用那些“关于×××的报告”之类的标题。

老实讲，这已经很OUT了。

在这本书里，我将教会你一个既新颖，又不失专业性和阅读性的好题目。

比如，写一个关于洗衣粉最新配方的项目报告，该给它一个什么样的标题呢？

这个项目是从很多种洗衣粉的配方中，筛选了5个进行综合评定。

如果按“老一套”方式来写报告的题目，它一定是：某某项目的5个最优配方的筛选。

我的标题却是：《High 5》！ 图1-1 这个简短的标题很贴切地反映出了项目内容，其中High表现了配方的优质，5对应于5个配方。

更引人入胜的是，High与5合起来组成一个击掌庆祝胜利的手势，表达出整个项目团队看见胜利曙光时的兴奋心情，让听众耳目一新。

二、三步起一个精妙的主标题估计您会说：“听上去不错，但我可达不到这么高的雷人指数。

”别担心，起一个精妙的标题也不是那么神秘，教你几种方法，你也会拟出几个相当不错的主标题。

一个精妙的主标题并非都是无心插柳，妙手偶得，把起标题的步骤系统化后，只要三步就能方便快捷地找到一个好标题。

第一步：列出客观关键词。

客观关键词是指能把这个PPT要讲的精彩内容概括出来的几个词语。

找到这些关键词的方法，是做一个填空题：这是一个关于（×××）的项目。

这句话，概括出了这个项目的最核心内容。

把括号里的词语按词性分类，这些分好类的词语就是客观关键词。

刚才提到的那个《High 5》的例子，把这句话填完整是：这是一个关于(选择5个最终洗衣粉配方)的项目。

按照词性，列出的关键词是：动词：选择；形容词、副词：最终；数词、量词：5个；名词：洗衣粉、配方。

第二步：提炼主观关键词。

区别于客观关键词，主观关键词是关于人的，是指在这个项目背后，项目组成员体现的精神、克服的困难、表达的情绪，等等。

主观关键词的提炼仁者见仁、智者见智，但核心是要表达出工作背后的一些“软成果”，也就是它能体现出来的人的品质。

仔细回味一下，咱做个工作容易吗，没功劳还有苦劳，没苦劳还有疲劳，得让老板知道我们不容易呀。

这些精神可以从多方面总结归纳，比如：团队合作、敬业精神、开创精神、奋斗精神、成功的喜悦，等等。

这些精神您不说可没人知道，老板是一种眼睛只盯着结果的动物。

把这些精神说出来，但又要低调、含蓄，怎么办？

最好的办法就是把它们揉到题目里，一切尽在不言中，让别人心领神会。

<<别告诉我你懂PPT>>

例如“High 5”就表现出了团队合作和成功的喜悦。

老板看了会很欣慰——他们最喜欢看到的就是好的结果和团结奋斗、不惹娄子只干活的团队。对于团队来讲，这个题目就像团队的强心针，能够大大增强团队的凝聚力和战斗力。

再来看另一个例子。

这是一个关于油的项目，做得非常辛苦，整个测试要求在厂里不停机地测试10天。

大家蹲在厂里面轮流值夜班，熬得眼睛都绿了，脸都青了。

这种奉献精神，一定要体现在报告的标题中，让老板一目了然。

我起的名字就是：《Burn the Midnight Oil》。

图1-2 这是英语的一个成语，意思是烧干午夜的灯油，和中文里的“头悬梁，锥刺骨”异曲同工，是说努力学习或工作，把午夜的油灯都烧干了。

把这个题目亮出来，一句话都还没说，老板先说了：“唉，你们是够辛苦的！”

”当下犒赏大餐一顿。

做项目时，请注意观察和体会这些感受，正是这些心境陪伴了我们整个工作过程，也正是它们，让原本枯燥的工作充满了值得回忆的点点滴滴。

把它们体现在PPT中，这些主观关键词就随着这份报告永久地记录了下来。

第三步：把主观关键词“嫁”给客观关键词。

英语里喜欢用marry这个词来形容两者的有机结合，以强调心心相印、不可分割。

在给PPT起名字时，要把主观关键词“嫁”给客观关键词。

两者巧妙地“揉”在一个标题里面，使听众既知道你要讲什么内容，又体会到了项目中的心情，要揉得好，更要揉得巧。

把主客观关键词有机嫁接，要从客观关键词入手，看看从客观关键词里都能天马行空地联想出哪些精妙题目。

我们再来看一下关于洗衣粉5个配方的项目的客观关键词，看看这些词可以产生什么联想。

表1-1词性 客观关键词 联想 动词 选择 从N个备选项找出最优 形容词、副词 最终 已终未始

数词、量词 5个 High 5 名词 洗衣粉、配方 有没有发现，这些联想出来的题目各个都要比“关于最终5个洗衣服配方选择的报告”这个题目精彩。

从这些联想中，我们来筛选那些最能体现要表达的精神内涵的，而且还简洁明了朗朗上口的，于是我最终选择了《High 5》。

这个例子，能体会到所谓“天马行空”的联想，其实秘籍就是双关。

大文豪雨果说：“双关语是飞舞着的灵魂的产物。”

”通俗讲，就是言在此而意在彼，此和彼在这里就是客观和主观关键词。

这种双关方法被好多广告采用，很多用得都非常妙。

比如，在百事工作时，中国同事间最多的拜年短信是“祝你百事可乐，乐事无限！”

“蒙牛在2009年春节附近做的“Happy New Year！”

”的广告也是异曲同工。

英语里也有类似的说法。

一个眼镜店的名字就叫OIC，读成Oh, I see！

（啊，我看见了。）

）摩尔香烟的广告：Ask for more, 既可以翻译成要更多，也可以翻译成要摩尔香烟。

用这个方法起名字能达到非常不错效果，但是，也有一个注意事项，就是把客观、主观关键词结合后，千万别忘了反过来想想这些题目是不是合适用在这个PPT当中，场合、听众对象以及情绪表达是不是恰当。

首先是题目风格是否恰当，就像去爬山不能穿西装而去正式场合不要穿牛仔服一样。

要从题目开始，把握好PPT的风格，切勿因此冒犯听众。

另外，标题要正面积向上。

在引起听众兴趣的同时，要能够鼓舞激励别人。

“雪上加霜”与“银装素裹”同时可以作为一道甜品的名字，但是，前者让人听了不舒服，产生一种

<<别告诉我你懂PPT>>

恐怖的感觉；而后者则让人感到振奋，大好美景如在眼前，当然要选用后者。

而一本描写“为生命中最痛苦的7种日子做好思想准备，从而能够勇敢地面对”的书，叫做《Real Life》（真实的生活），就体现了一种积极面对的精神。

所以，给PPT取名字要从积极的角度来思考，哪怕是个所谓的“失败的项目”。

职场感悟 刚参加工作时，问带我的技术专家一个“傻”问题：“项目失败了怎么办？”

他看了看我，说：“你是指没有上市的产品吗？”

我点点头。

他笑了，告诉我：“世界上其实没有失败的项目，可以从每个项目里都学到很多东西，这些收获可以用在下一次的产品开发中。

在所有产品开发的项目中，真正能上市的产品只是其中小部分。

产品的上市是由很多因素决定的，我们要做的是把每一个项目中的每件事都认真做好。

”就是这句“世界上没有失败的项目”，让我对后来的工作都充满了热情。

我也做过很多“失败的项目”，但每一次，都能从中挖掘独到的收获。

很多时候，就像《大腕》里那个用快两倍的速度演奏的“欢快的哀乐”一样，把“失败的项目”变个节奏，不但心情变了，而且让听到乐曲的人的心情都跟着变了，这是职场达人能够在很短时间内，迅速调节心情的秘籍之一。

双关联想法 上面的三步中，第三步是关键，单独把它拿出来作为一个小节。

这里借用修辞里的“双关”来表达这种联想的方法，但这里的“双关”是指“主观关键词”和“客观关键词”，是把内容与意境结合起来的方法。

双关法是给PPT起名字最棒的方法，搞懂它，你的PPT就会随着标题亮起来。

下面，我们就看看到底有哪些双关的手段。

1. 偷梁换柱。

就是把一个词里的一部分用我们想要的关键词来替换。

说白了就是换一个谐音字，或者换一个同音字。

做过一个洗衣粉的项目，希望通过改变配方来提高洗衣粉的一次洗净率。

这里面的客观关键词有：形容词、副词：干净；数词、量词：一次；名词：洗衣粉、配方；动词：洗涤。

正值北京奥运会召开，眼睛里耳朵里都充斥着一句话：one world, one dream（同一个世界，同一个梦想），借了奥运会的“势”，我把它改成了one wash, one dream（一次洗涤，一个梦想）。

这样的题目够有时代感吧？

把前面的客观关键词也基本上都包括了，同时，梦想体现了咱对项目的憧憬。

图1-3同音替换的方法用得更多。

有人批评就是这些同音错别字的广告充斥着各种媒体，让现在的孩子们都不会写字了。

这话说得有一定道理，但是这种“充斥”的程度正说明了这个方法之有效。

很多歌星的专辑名称也使用这种方法，比如，王菲的“菲比寻常”，周杰伦的演唱会“无以伦比”，等等。

给我印象最深的，是上海人民广场一个韩国饭馆的名称——韩舍，低调简单，还透着点文人的雅气，点明了是韩国菜。

这跟前面说的《Happy New Year》是同样的道理。

这种偷梁换柱的方法相对比较简单，也比较实用，我本人就是这种方法的超级粉丝。

比如我在做PPT培训时，讲到标题这部分，我就号召大家把标题变为“镖题”，更好地体现出标题的冲击力，强调标题精准的重要性。

偷梁换柱法也往往和其他方法结合使用，增强雷人指数。

2. 通过时间来双关。

就是把表示时间或者具有时代感的词语拿来套用，拉近你与听众的距离，增强感染力。

圣诞节前夕，老板要我写一个下一年关于健康食品的研发计划，我就利用时间双关法，把圣诞节最常用的祝福语Merry Xmas and Happy New Year改造成了我的报告题目Merry Xmas and Healthy New Year!应

<<别告诉我你懂PPT>>

景又时尚，效果非常好。

图1-4 这个题目也可以非常有效地套用在其他的新年计划项目中，做财务或销售的，可以改成：“Merry Xmas and Wealthy New Year!” 在中文中，使用这种方法，可以让你的标题更加精彩，春节拜年说：恭喜发财，红包拿来；可以变成：恭喜发财，“报表”拿来！

“一年之计在于春”，用在新年计划书之类的PPT中做标题，正好能够表现新的一年即将到来，大家干劲十足，充满希望；“春江水暖‘股’先知”可以用来体现股票指数与经济趋势的关系。最近经济形势企稳回暖，股票指数更是节节攀升。

如果你是一个证券公司的红马甲，不妨用一张初春冰雪融化的图片，配上这样一个标题，来激励你的投资者们投身股市的洪流。

“‘销售部’里说丰年”用在年底销售汇总的报告里会非常出彩。

销售部是公司里挣钱的部门，大家辛苦一年了，坐到一起，不但要看看销售业绩，更要交流经验，让来年有个开门红。

平时注意收集各种应时句子、流行语以及各种谚语俗语，列个单子，改造一下，用起来非常方便。

3. 通过缩写变换。

缩写变化是把一些词的第一个字或字母提出了，拼在一起，组成新的单词。

这种方法一般在英语里比较好用，把英文里的首字母组合一下形成新的单词还是相对中文要容易很多，也更符合英语的习惯用法。

外企的人最恨的就是公司里没完没了的莫名其妙的缩写。

但是，这种方法产生的缩写，不但不会招人讨厌，还会给你带来很多奇妙的效果。

首先，要想出一个与项目相关的简单词，然后再在脑子里搜寻一系列以这些字母开头的单词，把它们顺成一个和项目相关的句子。

使用时，有几点需要注意：第一，用这种方法起名字，缩写尽量用简单的词，越简单越好；第二，这个简单的单词和句子之一要表达主观关键词，而另一个要表达出客观关键词。

比如，关于一款大米做的零食的项目汇报，首页看上去只是一个简单的单词：RICE（米），告诉听众我们的主题是米。

图1-5 似乎够不上一个合格的PPT标题，但一点鼠标，一个动画把RICE的四个字母拉开，就像大幕缓缓拉开，更多字母显现出来，Refreshed Idea Cuts Edge（用全新的想法来占领前沿），这才是主标题，意思是，项目通过创新，用refreshed idea把非常传统的米制零售变成了非常时髦的产品，领导零售的前沿（cut edge）。

图1-6 这个动画放大了所有听众的眼球，就连市场部的VP都跑过来跟我学如何做成这种效果。

我告诉她：“实现这个动画很简单，但设计出这个动画就很花心思了。”

“如果你也能够设计出这么一个吸引眼球的PPT，估计也够你得瑟一段时间的了。”

4. 通过字形变化 文字都是美的，通过字形的变化，你会变出更美的标题。

老外们总愿意说我们中国人是在“draw（画）”字。

我曾经听一个美国人说如何画中文的“女”字：就是先画一个钻石，然后在几个边上出头。

还挺形象，美女不就是心像钻石般美丽纯洁吗？

马路上各式招牌，有很多精彩的字体变型。

比如图1-7中，大连银行的标志就是把大连两个字结合在一起的。

图1-7 一些复杂的字形变化需要一些特殊的软件与需要专业的设计人员，PPT制作者不具备这些软件和美术设计功底，也能用这种方法。

比如，有一次我在讲职业道德的诚信问题，就变化了这两个字。

图1-8 诚是一个黑白的问题，一个人没说谎就没有灰色地带；信是一个尺度问题，别人在多大程度上信任你，完全看你既往的表现，所以用黑白来修饰“诚”字，用一个尺子来装饰“信”字。

做出这样的效果非常简单，黑白分明的“诚”字，只需要到网上找到这个字的书法字，存成图片，然后Windows自带的画图把“诚”字言字边颜色反转就可以了。

英文也有这样精彩的变形。

帮助联合利华升级奥妙的配方，奥妙的英文商标是OMO，这个名字非常对称，反过来，就是“WOW

<<别告诉我你懂PPT>>

”，于是，我的题目就叫“WOW, OMO”（哇，奥妙），以表达洗衣效果的大幅度提高。

图1-9 就是这灵机一动、灵感突现的感觉，带来了“奥妙无穷”。

5. 通过成语来双关。

广告词中，这种方法用得最多，甚至有人说：成语嫁给了广告。

一个鞋子的广告语是“步步为‘赢’”，卖咳嗽药叫“‘咳’不容缓”，不胜枚举。

和偷梁换柱法配套使用，用同音字替换一些字，效果让人惊艳。

用这个方法，也能把英语成语玩转。

一次写米制零食项目的报告中用了一个英语成语：Like White on Rice（像米上的白色）”意思是very close（紧密），用一个非常精彩的开场白，虽然是我一个人站在这里汇报工作，但这个项目是一个团队在做，大家在一起工作like white on rice。

前面提到的那个Burn the Midnight Oil（烧干午夜的油）见图1—2，也是一样的道理，通过这样一个成语式的小题目，把整个团队的精神面貌展现出来，这绝不是一般的标题能够做到的。

.....

<<别告诉我你懂PPT>>

后记

故事是永远讲不完的，美是永远发现不完的。

工作总是那么多，PPT、永远写不完。

退休后，我要到798给自己的PPT办个展览。

让这些精美的PPT告诉所有人，看似平凡的工作也可以是艺术的，是美的，是充满创造性的。

只要用心，我们就是事业的主人，是生活的主人，是快乐的主人。

本书结束啦！

意犹未尽吧？

没关系，还会有下篇。

下篇的作者就是你！

<<别告诉我你懂PPT>>

媒体关注与评论

我要向栗子学PPT，让别人嫉妒去吧！

——新东方元老 徐小平演讲与报告是管理者的一种能力，更是一种资源。

这本书将教会演讲者如何放大自己的能力和资源，在职场中立于不败。

——金山软件副总裁 王欣PPT是驰骋职场的利器，此书则是打造利器的磨刀石，希望职场白骨精们都来读一读 ——暴风影音助理总裁 曲静渊Liz，你的PPT简直是艺术品，我学了皮毛第二天也做了一个关于公司安全保卫工作的PPT，上司反响不错，谢谢你的必杀技！

——新浪网友 忆江雪

<<别告诉我你懂PPT>>

编辑推荐

《别告诉我你懂PPT》，5分钟搞定客户和老板的职场必杀技。
以下人群请勿翻阅此书：讲PPT时，听众睡成一片但不觉得困；不相信PPT能为项目争取到更多的资金；不认为奇妙的PPT能够让老板高看你一眼；压根就不认为PPT能改变命运。

<<别告诉我你懂PPT>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>