





## <<思维导图>>

### 内容概要

全球数以亿计的人都在使用思维导图，戴比尔斯、迪斯尼、微软、美国国家航空航天局等组织机构都在使用思维导图进行创新、领导、计划、演示、排解难题，等等。

无论你是否正在试图解决问题、寻找新的工作方式、拟定商业计划或是重建你的工作团队，《思维导图.商业篇:商业思维与商业实战的革命》都将帮助你找到更优化、更有效的工作方式。

在这本激动人心的新著中，全球领先的大脑思维与学习畅销书作者东尼·博赞与你分享他革命性的思维导图技巧，释放你的大脑活力，彻底刷新你目前的职场经验，提升你的竞争力。

《思维导图.商业篇:商业思维与商业实战的革命》将向你展示，如何在各种核心的商业领域拓展你的超凡能力，从项目管理到销售，从计划到战略！

<<思维导图>>

作者简介

## <<思维导图>>

### 书籍目录

- 序
- 致谢
- 前言
- 导读
- 第一部分 思维导图：终极商务“软件”
  - 1 什么是思维导图
  - 2 如何创作思维导图
  - 3 用电脑制作思维导图
- 第二部分 思维导图应用于核心商务能力
  - 4 时间管理与提升组织能力
  - 5 商务谈判思维导图
  - 6 商务演示思维导图
  - 7 项目管理思维导图
- 第三部分 思维导图与商务思维
  - 8 用思维导图提升领导能力
  - 9 用思维导图发展新观念和革新思想
  - 10 用思维导图进行战略思考
- 第四部分 思维导图用于良好的商业结果
  - 11 用思维导图提高销售量
  - 12 用思维导图设定目标和迎接变化
- 结论

## &lt;&lt;思维导图&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：大脑是运用多元智能发挥功能的——不仅包括语言智能、数理智能和空间智能，还包括动觉智能、节奏智能、自省智能、交流智能和自然观察智能。

这一理论是由哈佛大学著名的心理学家霍华德·加德纳教授首先提出来的。

我们生活在智能时代，一个多元智能主导的时代，为了使我们的生活和工作更有效率，收获更多，我们需要关注这一点，并且发展“智能”战略。

随着智能时代的到来，人们对大脑的研究风起云涌，全球对大脑及其非凡潜能的兴趣与日俱增。

1991年之前，大脑从没上过主流杂志的封面，更别说商业杂志了，但是1991年《财富》杂志在其封面上出现了这样的标题：“脑力：智能资本如何成为美国最有价值的资产”。

换言之，如果你想发财致富，那么就得起为你的大脑投资。

之后的20年间，有关这一话题的文章发表了成千上万篇。

《远东经济评论》发表评论：“脑力劳动者短缺危及亚洲的繁荣。

”《新科学家》探寻了大脑的奥秘，报道说普通人大脑的想法数量相当于已知宇宙中原子的数量。

有关管理智能这一世界上重大的财富资源的话题也在21世纪之初荣登《哈佛商业评论》的封面：“迫在眉睫的创造力危机”。

文章认为这一危机比贸易战和一切恐怖主义行动都要严重。

就如太阳能一样，危机过去不是、现在也不是资源的匮乏问题，而是对无限资源的管理和利用问题。

这关系到如何利用知识，如何储存和提取信息，如何创新和解决问题，以及对已有数据信息进行明智的思考，这正是思维导图可以帮助你做的事。

什么是思维导图在接下来的几章中，我们将详细地讲解如何创作用于各种情形的思维导图，但是首先让我们来解释一下隐藏在思维导图这一创新概念背后的原则。

(1) 思维导图总是从中央的一个图像开始——这个图像可以是粗略地也可以是精确地反映思想、概念、想法、注解、主题、话题等任何你所要集中讨论的商务问题。

中央图像是你所要关注的重点。

(2) 从这个中心图像出发，绘制与中心图像相连的分支并以弧线（不要画直线）向外延展。

在这些分支上放置关键概念，用关键词或图像标出。

这第一层次的分支（或章节标题）被称为基本分类概念（Basic Ordering Ideas，以下简称为BOI）。

(3) 从这些BOI分支发散出第二层次的分支，这与有机体形态相似（但是是发散的）；这些分支要与每个BOI分支相连。

(4) 从这些分支分散出第三层次的分支，有机地、自然地拓展思想。

每个分支上的词语和图像要遵守一些重要的规则，我们将在第2章详细讨论这一点。

## 后记

致谢这是一项真正的全球性的事业，无数的思维导图商业案例、故事和稿件从世界各地向我涌来。在此，我向以下来自世界各地的人士致以最诚挚的谢意：尼基·奥本海默，感谢他的作序和戴比尔斯公司思维导图；列支敦士登公爵尊贵的菲利普殿下(H.S.H Prince Philipp)，感谢他的真情厚意以及他通过LGT学院对思维导图的支持，感谢他所提供的故事；神田昌典(Masanori Kanda)、美纪子川濑(Mikiko Chickada Kawase)、肯伊藤(Ken Ito)、小林史郎(Shiro Kobayashi)、正人内山(Masato Uchiyama Sensei)，感谢他们无私的奉献以及对商业思维导图的支持，还有他们翻译和提供的趣味盎然的日本思维导图；内藤清助(Seiji Naito)和日本足协开办的体育经理人大学，感谢他们提供的备受激赏的思维导图；巴林王国石油天然气部长阿卜杜勒·侯赛因·阿里·米尔扎博士(Dr Abdul Hussein Ali Mirza)，感谢他不遗余力的支持；哈马德·本·易卜拉欣·阿勒·哈利法酋长(Sheikh Hamad bin Ibrahim Al Khalifa)，感谢他对思维导图理念的全力支持，以及他对思维导图深邃的洞察力(如其Intelna.com思维导图所示)；博赞拉丁美洲中心总裁豪尔赫·奥·卡斯塔涅达(Jorge O. Casta eda)，感谢他做出的开拓性工作和编辑支持；博赞欧洲中心的希尔德·加斯帕尔特(Hilde Jaspert)，感谢他的思维导图制作专长以及不懈的支持；迪拜正选集团(Right Selection LLC Group)董事长拉姆·甘拉尼(Ram Ganglan)和常务董事高塔姆·甘拉尼(Gautam Ganglani)，感谢他们卓越的计算机思维导图；博赞亚洲中心的亨利·托伊(Henry Toi)和埃里克·昌(Eric Cheong)，感谢他们自中心创办以来始终如一的大力支持；还有新加坡的谭程昌(Thum Cheng Cheong)和林春波(Lim Choon Boo)、韩国的奉重权(Kwon Bong Jung)和朴相薰(Park Sang Hoon)、泰国的谭雅(Tanya Phonanan)、香港的钟宝(Po Chung)，感谢他们所提供的宝贵的思维导图；博赞澳大利亚新西兰中心的比尔·加拉德(Bill Jarrard)和珍妮弗·戈达德(Jennifer Goddard)，感谢他们卓绝的贡献，以及作为思维导图在商业领域成功应用的光辉典范；亚米·贝尔德(Jaime Baird)，感谢他的新西兰思维导图；康·爱迪生公司(Con Edison)的阿尔·霍米克(Al Homyk)、戴夫·希尔(Dave Hill)和莉萨·弗里甘德(Lisa Frigand)，感谢他们惊人的“9·11”思维导图故事；迈克·斯坦利博士，感谢他的波音思维导图的成功故事；爱尔兰赖亚尔发展培训有限责任公司常务董事约翰·J·赖亚尔(John J Ryall)，感谢他那鼓舞人心的思维导图故事；奈杰尔·坦普尔营销公司的奈杰尔·坦普尔(Nigel Temple)，感谢他对思维导图与营销管理的贡献。

我还得感谢：富达投资集团(Fidelity Investments)的布鲁斯·约翰斯通(Bruce Johnstone，感谢他阐明了思维导图在金融领域的用途；畅销书《鱼》(FISH)和《猫》(CAT)的作者斯蒂芬·伦丁博士(Dr Stephen Lundin)，感谢他作为思维导图实践者的创意历程；罗耀拉大学(Loyola College)的安东尼·J·门托(Anthony J. Mento)和雷蒙德·M·琼斯(Raymond M. Jones)，霍普金斯大学(John Hopkins University)的帕特里克·马蒂内利(Patrick Matinelli)，感谢他们把思维导图应用于工商管理课程，感谢他们对思维导图的真知灼见；管理学教授和顾问凯瑟琳·凯利(Kathleen Kelly)。

特别感谢卓越的思维导图博主查克·弗雷(Chuck Frey)，感谢他在网站<http://mindmapping.typepad.com>和<http://mindmappingsoftwareblog.com>创立的思维导图“交流中心”，感谢他同意我引用他的博客。在英国，首先我要感谢本书的合著者、博赞在线有限责任公司的首席执行官克里斯·格里菲斯(Chris Griffiths)，感谢他对本书整体上的专业贡献，以及他对计算机制作商业思维导图的专业贡献，感谢他提供了思维导图制作软件iMindMap的综合素材。

“博赞在线”的艾米丽·凡·考夫(Emily Van Keogh)和梅莉纳·科斯提(Melina Costi)及其在加地夫的团队，包括欧文·哈代(Owen Hardy)，提供了美妙的视觉和文本支持。

我还要感谢：大英帝国勋章获得者、国际象棋大师、《泰晤士报》思维运动通讯记者雷蒙德·基恩(Raymond Keene)，感谢他不知疲倦的奔波和支持；布莱恩·李(Brian Lee)，感谢他的友谊，感谢他坚定地支持我把思维导图引入商业领域；世界思维导图锦标赛冠军得主、博赞认证资深讲师菲尔·钱伯斯(Phil Chambers)，感谢他卓绝的思维导图创作，以及他不知疲倦的幕后支持。

没有博赞总部“家庭团队”的后勤支持，本书的成形是根本不可能的。

因此，我真心感谢宝琳·阿莱斯基(Pauline Aleski)、安妮·雷诺兹(Anne Reynolds)、苏子·洛克特(Suzi Rockett)和珍妮·雷德曼(Jenny Redman)，感谢他们伟大的后勤支持和努力。

我还要感谢提姆·福尔福德(Tim Fulford)，感谢他对插图的加工；感谢茱莉亚·坎宁(Julia Canning)，

## &lt;&lt;思维导图&gt;&gt;

感谢她娴熟的编辑技术。

我要感谢培生出版集团的出版总监理查德·斯塔格(Richard Stagg)，他在该项目的启动上起着举足轻重的作用；我还要深深地感谢我的组稿编辑萨曼莎·杰克逊(Samantha Jackson)，感谢她对思维导图全身心的奉献，以及为构思本书所作的不懈努力；还要感谢她在哈洛的团队成員卡洛琳·乔丹(Caroline Jordan)、芭芭拉·马萨姆(Barbara Massam)、艾玛·德夫林(Emma Devlin)。

最后，我要感谢所有对思维导图作出贡献的商务人士和教育人士，感谢他们的热忱，感谢他们为第一版、修订版以及升级版所提供的思维导图和故事。

由于版面的原因，我在此就不一一指名道谢了。

我还要感谢迈克尔·波特公司(Michael Porter Organisation)，感谢他们允许我使用他们的“波特五力分析模型和波特价值链模型”；还有波士顿咨询公司(BCG)，感谢他们的“市场增长率-相对市场份额矩阵”；还有麦肯锡公司(McKinsey & Co)，感谢他们的“麦肯锡7S模型”。

——东尼·博赞本书的付梓是许多人共同努力的结果。

首先，我要感谢本书的合著者东尼·博赞，是他非凡的远见、杰出的智慧和真挚无私的友谊，让我的生活变得更加美好。

我们很少会遇到一个能大大改变我们生活方式的人，而东尼就是这样的一个人。

我尤其要感谢我的两位老同事，艾米丽和梅莉纳，感谢她们热忱的奉献和辛勤的工作，没有她们，本书也就无法完成。

感谢詹姆斯，他以神奇的魔力完成了似乎不太可能的任务，把一切都组织了起来。

感谢布莱恩，平稳地驾驭着这艘轮船向前航行。

感谢菲尔精湛的艺术技能。

感谢“博赞在线”团队的所有天才们，我尤其要感谢他们不知疲倦的工作，才使思维导图制作软件iMindMap得以梦想成真。

感谢我的家人，让我成就了自我。

尤其要感谢我的妻子盖尔，还有我神奇的宝贝儿子艾力克斯和女儿艾比，感谢他们对我的挚爱和支持。

他们是这世上我最重要的人。

最后，感谢我的朋友和参谋罗恩，我们一起喝着红葡萄酒一直促膝交谈至深夜的情景，真是令人怀念。

——克里斯·格里菲斯



<<思维导图>>

媒体关注与评论

<<思维导图>>

编辑推荐

#### 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>