

<<餐巾纸的背面>>

图书基本信息

<<餐巾纸的背面>>

前言

你能想象的最令人郁闷的商业问题是什么？
是具有普遍性的，还是在某种特定情形下的具体问题？
是政治方面的、技术方面的还是情感方面的？
是关于资金、流程的，还是关于人的？
是来自公司的日常运作，还是脱胎于那些虚无缥缈的概念？
是一个老问题，还是你从未遇见的？
我敢打赌你肯定可以找出所有符合这些要求的问题。

反正我是可以找出来的。

在旧金山、莫斯科、苏黎世和纽约做生意时，我见识了各种类型的问题，还目睹了不少由我的老板、同事、雇员或客户解决的问题。

事实上的确如此：化解难题的艺术正是经商之道。

有没有一种方法可以让我们更迅速地发现问题，更直接地理解问题，更自信地谈论它们，更快地将我们的发现传达给别人？

有没有一种方法可以迅速有效地解决问题，并且让这一过程充满乐趣？

是的，确实有这样的方法。

这就是视觉化思考的方法，也是本书想要告诉你的：用画图来解决问题。

不妨让我们先睹为快吧：视觉化思考是运用我们天生的观察能力-包括肉眼与“内心的眼睛”-来发现那些平时意想不到的创意和想法，并且以一种简单易懂的方式将其表达出来。

<<餐巾纸的背面>>

内容概要

《餐巾纸的背面》是“餐巾纸沟通力之父”丹·罗姆经典畅销作品，这本书一诞生就在全球掀起了视觉化思考的狂潮。

在《餐巾纸的背面》中，作者将会告诉你，面对日益复杂的商务沟通难题，如何用全新的眼光来思考问题，用全新的思维来表达想法，用全新的角度来谋求对策：

只需四个环节，你就能瞄准和阐释任何商业问题的核心——“看—观察—想象—展示”；

只需学会三种技巧，就能启动你的“可视化思维”——用肉眼观察、打开“内心的眼睛”、画一幅简笔画；

只要会画圆圈、方块、箭头、小人，你就能学会万能简笔画，并且终身受用。

<<餐巾纸的背面>>

作者简介

(美)丹·罗姆(Dan Roam), Digital Roam公司创办者, 靠着一支笔、一张餐巾纸、一块白板之类低科技含量的设备, 培训包括高科技行业、政府机构、金融行业、娱乐业等行业运用视觉化思考的工具, 解决各种商务问题。他的客户包括谷歌、eBay、IBM、通用电气、沃尔玛、微软、时代华纳、纽约联邦储备银行、辉瑞制药等全球500强企业, 还包括美国海军以及白宫通信办公室。丹·罗姆的首本畅销书《餐巾纸的背面》被美国《高成长公司》杂志评为“年度最佳商业图书”, 被《商业周刊》评为“年度创新设计图书”。丹·罗姆代表作品“餐巾纸系列”: 《餐巾纸的背面》、《打开餐巾纸》、《BLAH BLAH BLAH: 不讲废话, 画图解决》

<<餐巾纸的背面>>

书籍目录

第一部分 引言

无论何时、何地、无论是谁、无论在什么地方：都可以用画图来解决问题

第一章 视觉化思考——化解商业难题的全新方式

“我不会画画”——不，你当然会！

四堂课学会视觉化思考

一顿英式早餐成就的视觉化思考法

第二章 哪些问题，哪些图，“我们”是谁？

你能从本书中获取什么？

什么问题可以通过画图来解决？

什么样的图才能解决问题？

手能比鼠标画出更好的图

黑笔类，黄色荧光笔类，红笔类：我们是哪种人？

如何使用本书

第三章 视觉化思考的四个步骤

得克萨斯扑克：运用了视觉化思考的赌筹

视觉化思考的过程

视觉化思考过程逐步解析

视觉化思考的四个步骤并不总是线性的

第二部分 发现创意

看得更真切、目光更敏锐、想象更丰富：这才是视觉化思考的最佳工具和规则

第四章 首先，随便看看

我们如何看

哪儿是上

如何看得更真切：遵从四项规则

要看的太多了

只看这些是不够的

“现场旧货出清”原则：我们怎么才能知道手里到底有些什么东西？

我们把这一大堆东西放在哪里以便浏览呢？

好极了，不过我们怎么去找到一个创意呢？

我们先看什么？

第五章 “观察”的六种方式

“观察”这张图的全部内容

我们“观察”事物和问题的六种方式

<<餐巾纸的背面>>

把刚才提到的六种方式付诸实践

“为巧克力奋斗”

对比“六要素”与所看到的巧克力公司培训

下面的话题非常吸引人，还是先睹为快吧：为介绍六种展示方式做准备

第六章 SQVID：运用想象力的实习课

闭上眼睛看世界：想象的艺术

画图分析一个苹果有很多方法

深入SQVID：全脑运动的视觉训练

玩转SQVID

第一个问题：“简单”还是“精细”

第二个问题：“定性”还是“定量”？

第三个问题：突出“愿景”，还是突出“执行”？

第四个问题：突出“个别”，还是“比较”？

第五个问题：注重“现状”，还是将来的“变化”？

第七章“展示”你画的图

是骡子是马，拉出来遛遛

“展示”的三个步骤

将“观察”变成“展示”

使用哪一种“展示”框架到底取决干什么？

我们该如何使用“展示”的框架？

把需要“展示”的内容都画出来：“视觉化思考宝典”

第三部分 拓展创意

视觉化思考MBA：学以致用

第八章 展示与“视觉化思考MBA”

女士们、先生们，不要袖手旁观了，快点动笔吧！

视觉化思考MBA：把这一切都用到工作中去！

假想的案例研究

第九章 谁才是我们的客户？

画图解决“谁/什么”的问题

让我们先来认识客户！

画像：基本绘画方法与要求

第十章 客户会买多少？

画图解决“有多少”的问题

现在让我们也考虑一下数据

图表：基本绘画方法与要求

第十一章 我们的生意到底在哪里？

画图解决“在哪里”的问题

<<餐巾纸的背面>>

玩转布局图

布局图：基本绘画方法与要求

第十二章 我们什么时候解决问题？

画图解决“在什么时候”的问题

做事要一步一步走

时间轴：基本绘画方法与要求

第十三章 我们如何改善经营？

画图解决“怎么办”的问题

我们怎么流流程图改善经管？

流程图：基本绘画方法与要求

第十四章 我们何苦如此费心？

画图解决“为什么”的问题

为什么要花这笔钱？

多重变量图：基本绘画方法与要求

第四部分 推销创意

“秀”的时刻到了！

第十五章 关于商业的一切已有知识 我都是在展示与讲述了解的

在展示与讲述中了解商业

看—观察—想象—展示：用图来推销创意的四步

有时候一张比萨饼足够了，有时候则不然

第十六章 画着说结论

视觉化思考，便携式解难工具箱

3-4-5-6：视觉化思考的瑞士军刀

附录A 视觉化思考的科学

附录B 有关视觉化思考的其他参考

<<餐巾纸的背面>>

章节摘录

“我不会画画”——不，你当然会！

在向你讲述这本书的内容之前，让我先从最重要的一点入手：用画图来解决问题与艺术才能没什么关系。

是的，毫无关系。

之所以强调这一点，是因为每次有企业邀请我用画图的办法为它们解决问题，或者和一群商务人士谈论视觉化思考时，总是会有人说：“等等，这不适合我，我不是个习惯于运用视觉化思考的人。”

”我的回答是：“行，没问题。”

不过我可以这样说：如果今天早上你能走进这个房间而没摔倒，我保证，你就能听懂我们的讨论内容，还能从中受益。

”事实上，那些说“我不会画画……”的人通常最后都画出了一些富有洞察力的图（我们将在阅读本书的过程中找到许多原因）。

所以即便你对自己的绘画技巧不那么自信，也不要把手放下，你可以直接翻到第14页-如果你能画出这页上的盒子、箭头和火柴棍小人，这本书便是为你打造的。

四堂课学会视觉化思考下面讲讲本书的内容。

本书分为四个部分-引言、“发现创意”、“拓展创意”和“推销创意”，你会逐渐发现，化解某些商业难题只需要我们的双眼、思维、双手和一支笔、一张纸(白板当然也可以)。

在这篇引言里，我将告诉你们：我们需要解决的问题分哪几种类型；哪些图可以帮我们解决问题；什么样的人才能掌握这种技巧；再谈谈如何去做-尽管我们天生的视觉化思考能力存在差异；之后我还会列出一个简短的清单来帮助你分析自己是哪种类型的视觉化思考者。

最后，我会让你看到视觉化思考的过程有多么简单，以及我们应该如何逐步地去做。

第二篇“发现创意”将介绍视觉化思考的基础：学会如何才能看得更准，理解得更深，想得更远。

然后我们将熟练地掌握视觉化思考的整套工具：SQVID -不管我们乐不乐意，它会推动我们的大脑进行一系列视觉性的活动；“六六法则”-帮助我们将所思、所想画成要展示的图画；视觉化思考手卷-一张“参照图纸”，为我们能够想到的任何图画提供入门技巧。

在第三篇“拓展创意”中，我们将从一个典型的MBA课程中选取一页，在上面随手勾画几笔，通过一个商业案例来一步步地讨论。

完成后，我们还将测试解决难题的六个基本框架是否有效-到这儿，一切都将豁然开朗了。

我们将在最后一篇“推销创意”中整合前几章的技巧，来起草和发表一个营销简报，不用电脑、软件、投影仪，也不用彩色宣传册。

只有我们、客户和一块大白板，还有重点明确的想法和创意。

……

<<餐巾纸的背面>>

媒体关注与评论

忘记email、忘记excel、忘记PPT吧！

一张餐巾纸、一支笔就能解决一切商业问题，不信都不行！

——美国《商业周刊》丹·罗姆告诉我们，什么时候你该闭嘴，画几笔画比说一千句有效得多。

——《新闻周刊》只要有一支笔，一张纸，你就能运用视觉化思考的办法，轻松处理繁杂的商业问题

。不仅如此，作者还由此发展出一套完整的系统，用简洁清晰的图画理清你的商业思维。

——《出版人周刊》对企业管理者和商务人士来说，这无疑是一本必读书。

画图能够解放你的思维，帮助你用一种独特而有效的方式解决问题。

——《用图像来思考》作者坦普尔·格兰丁要想在经济全球化的大潮中跟人们更好地沟通，你需要一门新的语言——视觉化思考的语言。

即使你根本没有艺术细胞，你也能用几幅简单的图把复杂的问题解释得清清楚楚。

——切尔西·哈达维《为什么商务人士说话总是像傻子？

》作者用形象化的方式传达信息比用文字传达信息要有趣得多。

所以，如果你想发表什么观点，就请用图像来告诉我吧！

——罗杰·布莱克，媒体设计界引领者《什么样的网站才吸引人》作者

<<餐巾纸的背面>>

编辑推荐

“餐巾纸沟通力之父”丹·罗姆经典畅销作品《纽约时报》财经图书畅销榜榜首台湾金石堂财经图书榜首《商业周刊》、《新闻周刊》、CNN、ABC、MSNBC鼎力推荐谷歌、IBM、通用电气、沃尔玛、微软、时代华纳、等全球500强企业正在使用的培训教材无论你的企业属于什么领域，无论你在企业中处于哪个层级，无论你遇到了多么棘手的商业难题，你都可以用画图来找到它们的规律。

从今天开始，忘记E-mail，忘记Excel，忘记PPT吧——只用一张餐巾纸和一支笔，就能解决一切商业难题！

海报：

<<餐巾纸的背面>>

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>