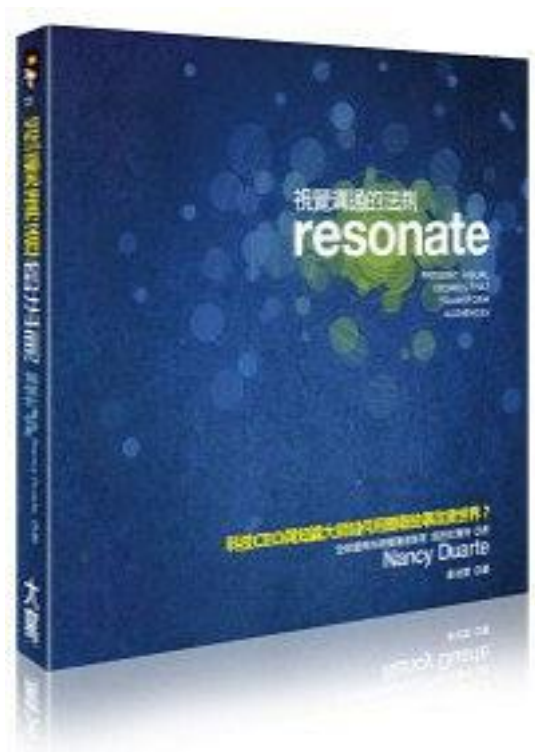


視覺溝通的法則



[視覺溝通的法則_下载链接1](#)

著者:[美] 南希·杜瓦特

出版者:大寫出版

出版时间:2011-10-13

装帧:平装

isbn:9789866316357

絕對好看的「視覺最佳化」工具書，「用看的」行銷新概念、好點子！

Amazon網路書店[簡報與技能類書]長銷榜首！

揭開傑出人們用簡報改變世界、「把好想法變成有說服力畫面」的背後秘密……

全球最棒的視覺溝通專家將在本書告訴你，簡報是「最棒的人類溝通工具」，揮別一成不變、無聊乏味、言之無物的傳統投影片格式，換用情感訴求與故事手法，創造真正生

動出色、能使觀眾動心並採取行動的精采簡報。

本書作者杜爾特與她的設計團隊最知名的事蹟，就是將前美國副總統高爾的〈不願面對的真相〉重新設計為一則感動全球的視覺故事，並且將他與地球暖化議題的連結形象推送到全世界，後來甚至讓他獲頒諾貝爾和平獎。

杜爾特將在本書中提出：「讓觀眾有共鳴」的簡報技術——如何塑造感動人的視覺故事？讀者將會學到如何規畫「一步步誘導人心」的簡報結構，以及製作出兼具故事、啟發與從頭到尾吸引觀眾的場景。

透過本書學習善用簡報的力量，不論是職場溝通或宣傳點子，都會讓你多具備一份「用視覺改變人心」的新奇優勢！

【15個經典案例．完整收錄偉大視覺溝通者的背後方法】

從物理大師費曼，到蘋果前CEO賈伯斯、傑出企業奇異/思科、大師舞者瑪莎葛蘭姆、指揮家伯恩斯坦……等；本書將全面分析，傑出人物與組織，如何運用突出的視覺溝通方法製造亮點；完成發表產品、征服人心與宣揚信念的目的！

【全面圖解：偉大的視覺故事技巧有哪些？怎麼做？】

想設計與執行一場毫不乏味、讓大客戶或重要聽眾產生深刻共鳴的「視覺故事行銷秀」嗎？本書將提出許多有效建議：

- ．製造難忘的戲劇化：它們可以是秀出簡單的道具或演示，讓人們看了印象深刻。
- ．用重複的小音樂助興：小型又可重複的聲音，幫助人們記得住，「這一段」的背景，以及它和聲音之間的重要暗示。
- ．令人回味的視覺效果：圖片勝過千言萬語。一個引人注目的圖像可以成為一個令人難忘的情感連結到人們的腦中。
- ．用故事召喚感情：用故事包含訊息，人們會更難忘。在某些視覺簡報中，附加一個偉大的故事，這種大思路會使得簡報更動人！
- ．令人震驚（但不只是死板呈現）的統計數字：數字下的真相有時很嚇人，經過好設計再呈現出來，它能帶領簡報觀眾「離開安全舒服的地方」，開始思考這場簡報對自己的意義！

作者介绍:

南西杜爾特（Nancy Duarte）

杜爾特設計（Duarte Design）創辦人與領導者，該公司獲獎無數，也是許多大企業如思科、奇異、微軟及Adobe的視覺溝通與專案合作團隊。

目录:【獨家見解—9大視覺溝通的法則】

用簡報創造最美好的溝通經驗，本書的9大法則一次說完：「好簡報從哪來？又能為你做什麼？」

- [1] 共鳴，會帶來改變。
- [2] 把故事安裝在簡報裡，會讓結果大幅改觀。

- [3] 如果簡報者調到了觀眾的共鳴頻率，人們就會開始移動。
 - [4] 除非被迫改變，否則每位觀眾都會維持一種靜止的狀態
 - [5] 利用大創意過濾掉所有讓人們產生共鳴頻率以外的頻率。
 - [6] 「結構」的威力，比它每個部分加起來的總和更巨大。
 - [7] 「難忘的時刻」一再重複與發送，這樣它們才能涵蓋更長的距離。
 - [8] 觀眾的興趣多高，會和簡報者做了多少準備成比例。
 - [9] 你的想像力可以創造現實。
- • • • • [\(收起\)](#)

[視覺溝通的法則](#) [下载链接1](#)

标签

设计

视觉设计

沟通

视觉沟通

PPT

presentation

用户体验

PPT设计

评论

为什么好创意却无法被产品经理接受？为什么好方案却最终无法通过？推荐给每一位设计师。你营造的视觉故事，是你最强大的沟通武器。

共鸣，故事。

: H052/4922

教你怎么做好PPT。

做份简报不容易，做份好的简报更不容易，太多简报都会在完成的下一个不知名瞬间被自己嫌弃，于是不停止得向前写就会知道变得更好的可能性同步在滋长，且完全有空间足够你去发挥到你最想看到希望出现的样子。

这是一本改变我对“翻来覆去就讲一个道理”的叙述方式的持有厌烦的书

大量case，大量skills，实用型，Nancy果然是famous PPT maker，lol

工作用书，从老板那借来的繁体中文版本，记了一大把笔记，好多都是立刻能在实践中使用的。

情感、故事、共鸣

很久没有读到给满分的方法论类的书，强力推荐。书名有点误导人，更多讲的不是视觉技巧，而是学会怎样去讲好一个故事

台版的还是有点看不进去，临时用的也不太可能，感觉幻灯片其实真的挺重要，小型的广告吧，对于不懂传媒的客户感觉挺没办法沟通的，也不理解这个的重要性，这个书应该是给非专业人士进阶的

绝逼好书

看看

收起自我感觉良好，了解你要沟通的对象，把自己最好的东西用最适合地方式送给他们！

这本书是Nancy Duarte继Slide: ology（演说：用幻灯片说服全世界）后的又一力作，作者用电影剧本的手法来设计演说过程，以达到和观众共鸣的效果。目前似乎还没有简体中文版。

内容不错，虽然我都学过。翻译不好，看着总觉得不顺畅，也可能是台湾式的书面语不熟悉，也可能是译者并不熟悉设计类的语言。有机会找找原版

作业。收获最大的一点是重心的转移。

[視覺溝通的法則_下载链接1](#)

书评

看了几章，感觉不错。
基本上理论基础应该是悉德·菲尔德的三幕剧理论（<http://baike.baidu.com/view/2390133.htm>），但展开得挺彻底：谁是英雄，征程怎么样等等。
然后才说的是具体的主题形成及各类细节。
比较喜欢里面用航海比喻征程的部分：玩过大航海时代的童鞋们应该都...

演讲不是把信息向观众强制灌输，而是要通过一个观众容易接纳和喜欢的方式进行沟通，期间要赋予观众主动的角色，这个方式就是要学会讲故事；
怎么样讲故事，才会吸引观众，要学会整理信息，塑造结构，内容编排，另外，要学会使用情感去感染观众，学会对比的技巧；好的演讲是需...

1. 沟通之前，要对关键受众进行准确的定义和恰当的细分。1986年，挑战者号航天飞机失事后，美国总统里根面向全国民众发表了演说。演说把受众划分为五类：集体哀悼者、遇难者家属、学生、竞争对手前苏联、美国国家航空航天局。短短四分钟，安抚了民众的哀痛情绪，鼓舞了美国航天...

[視覺溝通的法則 下载链接1](#)