

图像思维(精)



[图像思维\(精\) 下载链接1](#)

著者:(美)张展鸿

出版者:中信出版社

出版时间:2018-11-1

装帧:精装

isbn:9787508694511

这本书从商业视觉化的角度出发，通过作者多年的实战案例及咨询经验，论述了企业在风云变幻的市场上需要具有视野，以及商业模式运作中对视觉化的需要，并从历史、科学、逻辑等方面论证文字与图像的功能、价值和作用。

作者在书中详细地讲解了如何利用图像化使商业战略显现，如何以构图的方式书写，如何用图像思考，如何画图，如何使用图像语言，如何进行视觉化合作，如何与图像专家交流并使其完整地画出自己的想法。

书中还对商业管理图像化的市场进行分类，为管理人员提供选择视觉化咨询服务的价值

参考，也为市场上的图像化玩家提供一个服务质量标准。

书中的大量案例，深入挖掘了图像化过程中艺术加工的价值，特别是图像通过潜意识给人们带来的深远影响。

这本书是写给企业中所有的管理人员的，帮助那些价值观明确、讲究实际的商业人才理解图像的实际价值。图像除了视觉上的艺术欣赏价值以外，还有可以衡量的实用价值。这本书为管理人员提供一种全新的视觉化管理方法，大家可以边看书边做图像化练习。按照书上的方法画，你会发现自己也能画得不错。当然，你也可以找几个同事一起练习图像化合作，或者按照书上的分类找相应的图像专家帮忙。

这本书也是写给每个普通人的，教会大家如何从商业的角度来看图像化的价值，并锻炼用图像思维解决生活和工作中的难题的能力。

【编辑推荐】

◎无形的代价是什么？怎样的战略传达可以使上下都能一目了然，进而达成共识？图像与文字相比，有哪些优势？

◎陶氏化工、波音、丰田、奔驰、Gap、希尔顿、麦当劳、肯德基、星巴克、IBM、戴尔等世界知名企业都在反复使用的思维方法。

◎席卷全球的全新思考模式、一学就会的思维方式。助力企业发展及战略转型，强化团队协作能力，使基层员工领略公司战略及布局的意义，上传下达更有效率，让战略更易落地与实施。

◎激发个人潜能，使左右脑同时思考并解决问题，转变固有的思维习惯，提高认知水平，可以更轻松地解决工作与生活的难题。

作者介绍:

原名张战洪。视觉化询导创始人，现任美国根源咨询公司创意总监，概念艺术家，商业咨询师。

1993年毕业于湖北美术学院，获艺术学士学位。1994年获美国韦恩大学奖学金，成为该校艺术学院的研究室。1997年获艺术硕士学位，当年应聘进入美国根源咨询公司任概念艺术家，2004年成为该公司创意总监，2010年进入密歇根大学商学院进修就读MBA。2012年取得工商管理硕士学位。

在美国20多年间，与数百家知名公司的高管进行了战略沟通并为这些企业提供咨询服务，积累了大量的经营管理经验。根据丰富的咨询经验总结出左右脑同步思维的方法，创造发明了图像程序服务。

向他寻求咨询的客户包括渣打银行、花旗银行、美国海岸警卫队、陶氏化工、波音、通用汽车、丰田、奔驰、雀巢、美洲航空、BP、Gap、希尔顿、麦当劳、肯德基、星巴克、洛华制药、IBM、戴尔，以及美国许多大型医疗系统等。

目录: 推荐序一实时图像咨询，企业咨询的新方法 VII

推荐序二一图千言 IX

推荐序三图像是把潜意识意识化的最佳途径 XI

引言 XIII

Chapter 1 无形的代价 001

举棋不定的代价 003
没有蓝图的代价 004
消极抵制的代价 005
隐藏的成本 007
情感有价 007
没有使命感的代价 010
没有信心的代价 011
无视全局的代价 012
被动的代价 013
Chapter 2企业里的盲人摸象 015
数据中看不见的信息 017
企业里看不见的鸿沟 020
决策层的困惑 023
看不见的企业文化 025
图像化的战略沟通 031
中层管理人员的困惑 033
让员工看见 036
自上而下的管理模式 041
自下而上的管理模式 048
管理模式在中国 050
图像化的综合管理模式 051
Chapter 3大象无形的原因 055
古老洞壁上的信息 057
文字源于图像 059
语言文字的偷工减料 062
大部分含义在文字和数字以外 067
图像的分量 070
文字无法取代公共设施标志 073
文字无法描述示意图中的全部信息 077
Chapter 4用文字组图 081
CEO的话和画 083
图盲的误区 085
连写带画 088
非美术的图画课 092
文字组成的图像 097
Chapter 5图像化思维 105
整体思维 107
焦点思维 110
让图像激发想象力 111
写实的画风和求实的作风 111
幽默是思想的润滑剂 113
戏剧化是情绪的兴奋剂 114
用夸张手法拓展想象力 117
用比喻承载道理 119
败笔也能启发思路 121
图像化协调 122
图文并茂地表达 126
左右脑的完美合作 129
Chapter 6图像化方法 133
老太太给我的启发 135
基本图像元素 136
用虚拟空间增加信息量 143
几种构图的方法 146
图像化的工具 152

Chapter 7图像化合作 155
三个角色 157
视觉化询导 158
图像化把审判官变成设计师 164
用图像化合作降低未知的风险 169
隐喻是图像化合作中的超级武器 171
从隐喻到共识 186
图像化合作的参与者 190
Chapter 8图像应用的分类 195
被出卖的艺术 197
图像化沟通 201
信息图表 203
图像化合作 205
学习图 211
Chapter 9无形的力量 217
一个CEO的私人请求 219
潜意识的能量 220
启动潜意识 224
众志成城 228
情感的份量 229
结语 237
• • • • • ([收起](#))

[图像思维\(精\) 下载链接1](#)

标签

图像

商业

思维

创意

2018

管理

企业管理

评论

感觉是自我推广

讲了作者用视觉化思维的方式帮助他人达成一致，找到企业愿景，目标，清楚个人职业选择等案例。

90%为故事，水份太大，干货太少，而且缺乏逻辑性，实用性弱，此类书推荐《餐巾纸的背面》

写得什么乱七八糟的东西，没一点实用性。作者文笔小学生。

反正读完之后，合上书，想不起来书中任何明确的方法论和实例。更像是一本自我推介。

整本书几乎就只是在说图像思维为什么重要。没一点干货。

[图像思维\(精\)_下载链接1_](#)

书评

[图像思维\(精\)_下载链接1_](#)