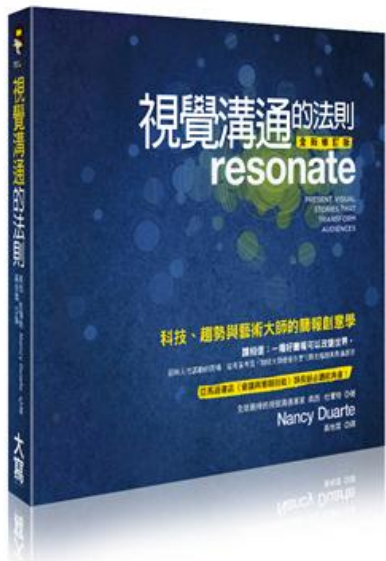


# 視覺溝通的法則 Resonate



分享者 黃煜堯

# 說服的力量

要做到一場成功的演講，必須與觀眾產生共鳴，如果你能調整自己的頻率去適應你的觀眾，這樣你說傳達的訊息就能產生深刻的共鳴。

所以，不是讓觀眾調整頻率來配合你，而是你來調整頻率配合觀眾。

強迫自己想辦法生存，為無趣的簡報做改變。

# 在簡報中加上故事

數百年前，人們就會圍著營火說故事，然而到了現在，投影機的燈泡便是象徵著營火。

故事會表達意義，是最強大的訊息傳遞工具並且能連結人們彼此的心。

像是許多專業人士一樣，透過故事創造情感，讓觀眾進入你的簡報。

1. 先創造觀眾的渴望
2. 展現你的想法多能滿足這個渴望
3. 鼓動人採取你的觀點

# 觀眾才是英雄

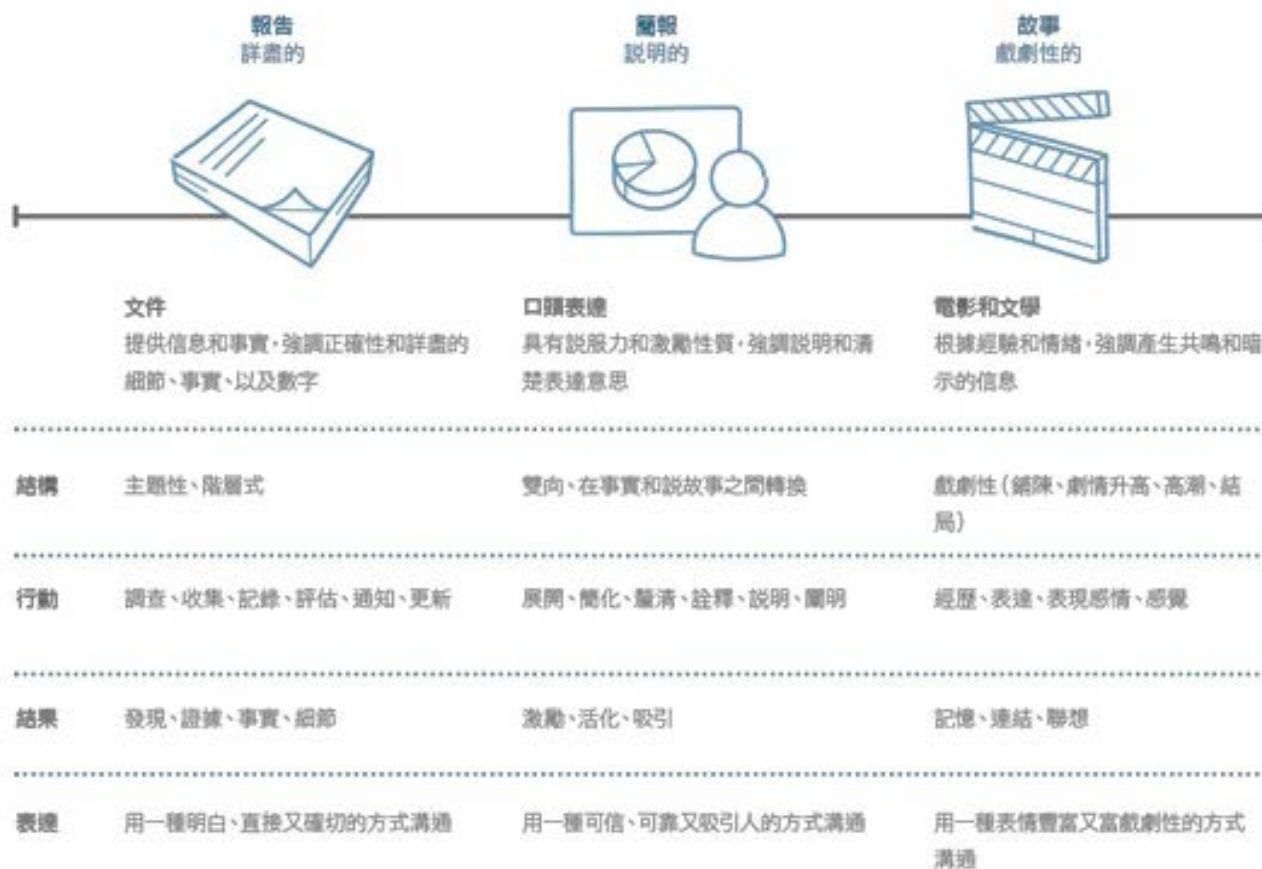
請放棄以「我」為中心的思考，自我中心的簡報無法聯繫人們的心，你不是這場簡報的英雄，觀眾才是，讓觀眾覺得這份簡報是為他們而做的。

唯有簡報者有謙遜的心，才能與觀眾聯繫。

**請讓你的簡報跟觀眾有關係。**

# 組織一個故事

報告的作用是「通知」，故事的作用是「娛樂」  
簡報則落在這兩者間，是一種「詮釋」。



# STAR時刻

(Something They' ll Always Remember)

在每場演講中，會有個時刻戲劇性的把你的創意講清楚，這就是S.T.A.R.時刻。讓觀眾對你非常印象深刻。

S.T.A.R.分為五個類型

- 難忘的演出
- 可以重複的重點
- 引發共鳴的畫面
- 激起感情的說故事方式
- 令人震驚的統計數字

# STAR時刻案例

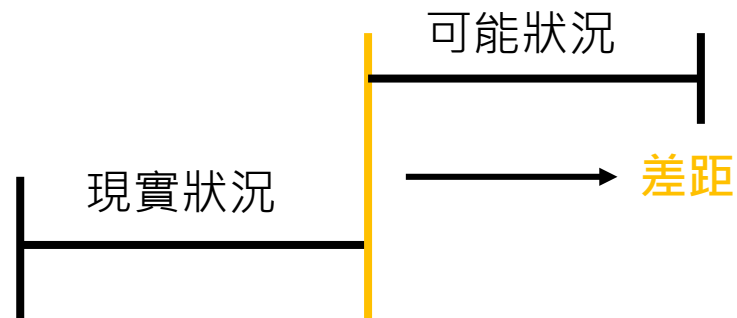
賈伯斯在2008年發表Macbook Air時，它先強調產品是如此的輕薄且可以放進辦公室中隨處可見的文件夾裡，說到這他便走向台前拿起一個文件夾，從中拿出Macbook Air，頓時全場為之瘋狂。

# 簡報開端和冒險的號召

簡報的開頭不需要很長，它應該是一個短短的號召，它不應該占用你10%以上的時間，觀眾會比較希望它們是為了什麼來看你的簡報，所以開頭很重要，但是不要太長。

簡報的第一個轉捩點是冒險的號召，這會影響很大的轉變，它會影響觀眾的專注力。

想要創造冒險的號召，你就得提出「可能的狀況、讓能難忘的好主意」，才能讓觀眾了解。

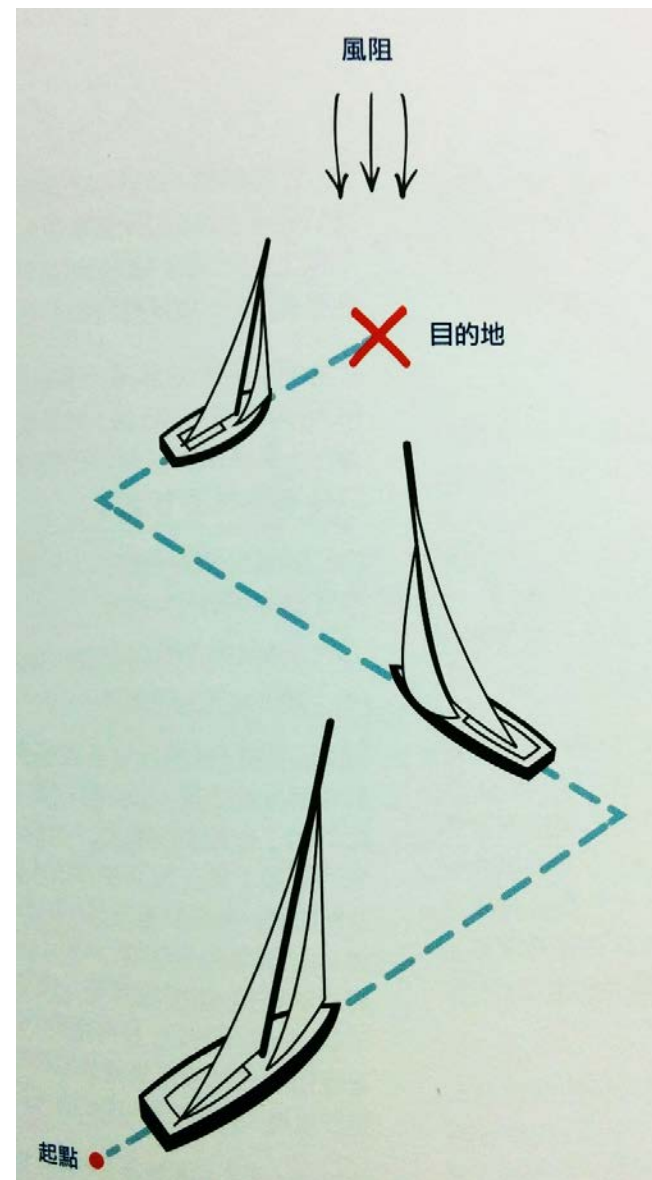




# 為觀眾的旅程做準備

簡報要有一個目的地，並且要仔細的規劃，簡報設計的目的就是將觀眾運送到一個指定的目的地。

當觀眾往你的世界越來越靠近，他們會感覺到失落，所以你必须將你的新觀點變成一個道理，說服他們。



## 簡報的中間：對比

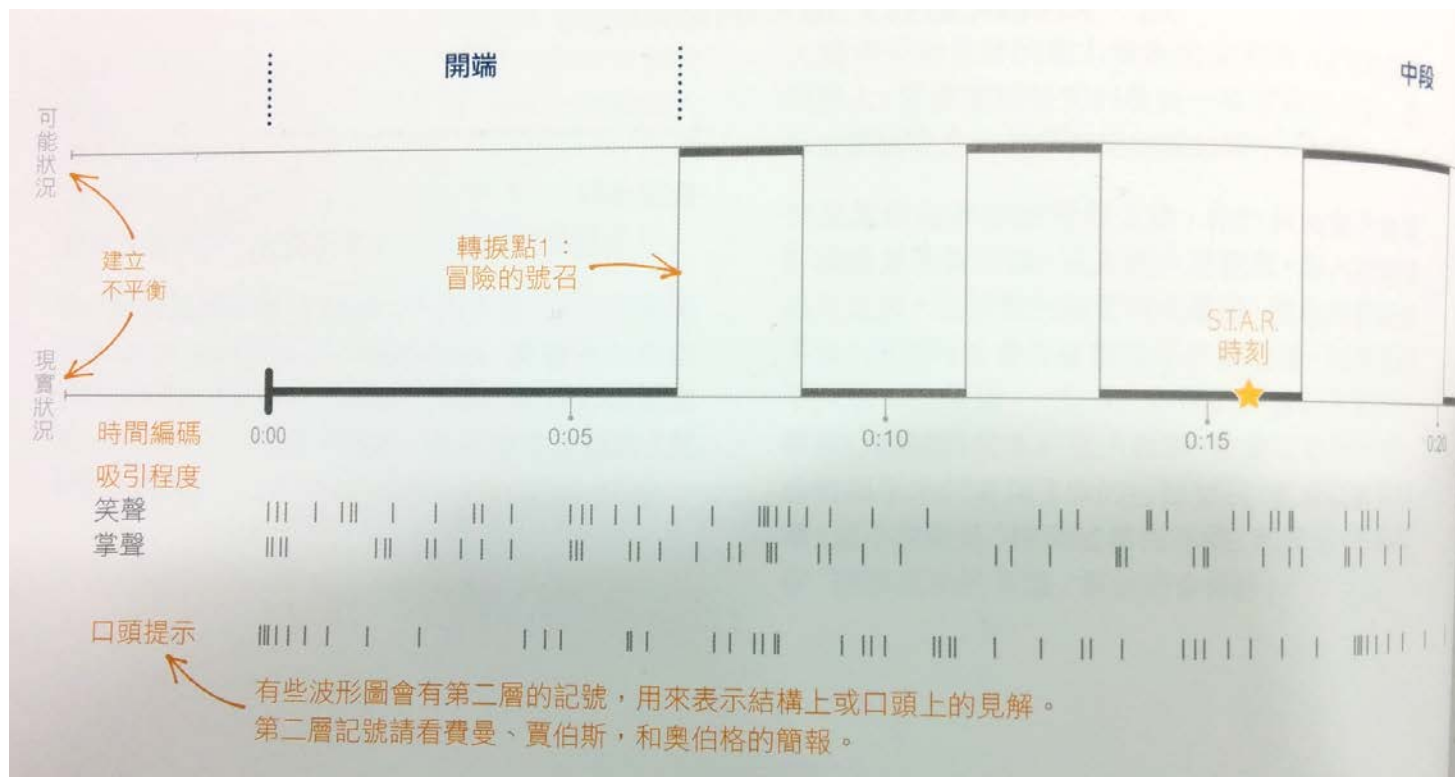
身為簡報者，必須創造豐富的對比，保持觀眾的注意力，觀眾喜歡困難的狀況和解決後的狀況，這讓他們感興趣。

他們想知道你的觀點跟他們有什麼不同

簡報建立在三種不同的對比：內容、情緒、表達

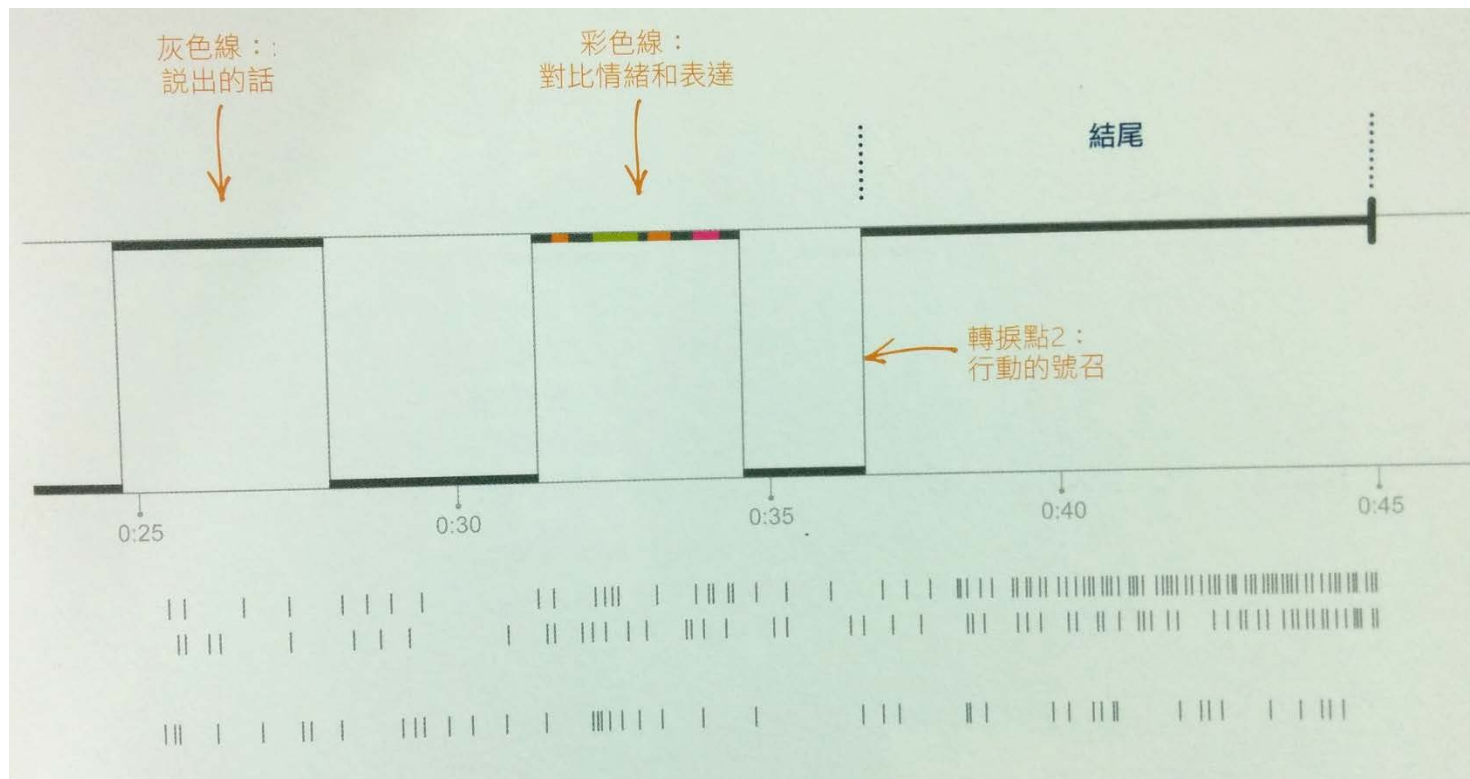
## 波形圖

波形圖可以幫助你看見簡報的輪廓，他的線段會上下飄動。



## 波形圖

波形圖會用顏色表示情緒。



## 對比案例：奇異公司

使用具有對比效果的文字搭配具有對比效果的影像，增強訊息。



## 殺掉你親愛的寶貝

如果你有很多令人著迷的點子，但是你不一定要全部說完，甚至別人也不會聽你說完。

想法必須過濾，才能簡潔的讓人支持你。

擴散性思考會產生想法

聚斂性思考則可以分類、分析這些想法

