

《商业思维导图》

图书基本信息

《商业思维导图》

内容概要

《商业思维导图》

作者简介

书籍目录

"引言 还记得你上次拿起画笔的时候吗？

第1章 视觉的力量

理解世界的工具

图画、战略和商业

第2章 用简单的图解决复杂的问题

以图画直面危机

战略导图激发团队热情

第3章 图画如何改变商业运营

创造全新愿景

准确定位，发掘问题

商业转型的必备工具

第4章 “三步走”画出你的商业战略

第一步：描绘目标

第二步：捕捉复杂性

第三步：创造可能性

第5章 图画带来的全新发展

实现“联合一致”

获得商业“加速度”

打破单一管理模式

第6章 如何切实应用思维导图？

怎样利用图画来引导思维？

图画在何时能最有效地传达企业战略？

画什么，怎么画？

借助实物对象进行思考

第7章 梦想的实现是最幸福的事

致谢

《商业思维导图》

精彩短评

- 1、空洞无味哦
- 2、用图纪录思维，swot分析也是一种图像思维。

学习画画，对思维很重要。

- 3、稍微粗略看了一下图片和前言的说明，觉得没有必要精读这样的书。
- 4、深入浅出剖析了思维导图的三部曲
- 5、很快翻完了，第六章几个模板还能参考下，其他用处不大。
- 6、作者提供的几个图画分析模版挺好的。
- 7、干活甚少。
- 8、图像可以囊括许多复杂的信息，并且简单直观地表现出来。顺便吐槽豆瓣书评区居然没有发图功能，像这本书如果能结合图表说明，比起单纯文字类的书评肯定更赞~
- 9、可看可不看
- 10、（7）就那么点内容，作者说的神乎其神，关于思维导图专业书籍，其实完全可以看看东尼·博赞写的书。
- 11、读过的书中最差的之一，不知道怎么发表的，空空空
- 12、内容写的有点乱用，前三章完全可以合为一章，应详细说明第六章。书中把图画说的神乎其神，但事实上，作者忽略了两个前提:1.画图需要建立在团队集体讨论的基础上；2.集体认知的统一性。
- 13、用图画解决问题
- 14、内容比较空洞吧，一直在重复，但如何操作说的很少
- 15、马马虎虎，有点空泛，第一章很写实，后续就有点情怀了。
- 16、多道理，少方法。
- 17、感觉就是一本文献综述，并没有什么卵用

1、企业突破困境的能力绝不是各司其职的团队能力的加法，而是团队之间有效构建共同认知的动态过程。企业常常面临无所适从的困局，比如，一维的分析模型（竞争对手、优势、机遇、发展...）不仅让人无法记住更会产生与己无关的感觉；大量的数据导致难以看清哪些信息是相关的，哪些信息是该舍弃的；来自老板或其他人的压力使我们在寻找唯一正确答案时，常常情绪会变得很糟糕；找来外部顾问，为企业带来新视角、新思路，但最后阅读了研究报告后发现，还是要依靠自己的团队寻找方案解决问题；现代的科技使都陷入困境但不愿承认的我们，不必直接面对彼此，“管理鸦片（电子邮件及其他分散我们注意力的东西）”不知不觉中侵蚀着我们的工作和生活；过去成功的战略对于解决现在的问题已经不再凑效。凭“一己之力”去解决企业的困局是不可能的，凭一个人或者一个职能团队去想出解决的办法也是不可能的。对于模糊的团队相关事件，让信息在企业这个“黑匣”中进行有效的加工，团队成员才能发展共同的解释过程、洞察影响效率的关键因素、预测可能的情景。不同个体或职能部门在“黑匣”的作用下相互关联，丢掉牵绊团队积极协调、沟通和决策的沉重链条，重塑团队活力。美国战略规划师Christine Chopyak在《商业思维导图》中打开了“黑匣”的秘密。Christine Chopyak给出了非常明确的答案，画图啊！企业的核心竞争力往往不在于有多么好的创意，而是执行力，所以当企业面临困局的时候最关键的是要明白把精力和时间应该花在哪。画图的目的就在于确定清晰可落实的任务。从复杂到清晰，第一步了解企业历史，在企业的发展过程中的竞争对手、挑战、关键活动、里程碑、关键事件，通过回忆历史，回忆振奋人心的时刻，让不同的团队充分的加入到话题中来。第二步SWOT分析，不仅仅是要分析，更重要的是对企业未来需要应对的情况做出预测。第三步力场分析，“我们现在依靠什么完成并取得成功？”“我们认为是什么阻碍我们实现目标”“我们怎样做才能将更多精力集中于促进我们成功的事情，而少关注那些拖我们后退的事情？”。第四步外部环境分析，关键是要挖掘出一些隐性信息，业务情况以及面临的竞争和挑战。第五步为团队的价值观画像，弄清楚团队中每个人看重的是什么及看重的原因。第六步弄清影响和顾虑，让管理者清晰的看到虽然关注却又无能为力的事情，可以把精力更好的集中在力所能及的事情上。第七步明确团队关系，让我们清楚哪些时间段需要邀请哪些人加入。第八步团队优先的考虑，也就是最后我们该明确，要先做什么，后做什么。每一步都是通过画图实现的，画图让团队成员直观的看到问题的关键点及与其它团队是如何连接互动的，了解自己在整个企业中是如何作用的，此外，图画本身就容易引发联想和思考，推动团队捕捉复杂，创造可能。

2、本书总共7个章节。第一章节：视觉的力量。主要讲述了作者在古玩市场购买锁的经历，他在找不到会英文的人的情况下，通过用图画表达自己的想法，不仅找到了古玩市场，并成功讨价还价买了自己心仪的锁。人的记忆83%通过视觉，11%通过听觉，3.5%通过嗅觉。图画与文字结合。第二章节：用简单的图解决复杂问题。战略导图激发团队热情。通过绘制路线导图，大家共同努力。画图更好地理清脉络，图画描绘了今后提高业绩的蓝图。灵活使用图画引导思维。第三章节：战略导图如何改变商业运营。战略导图创造全新愿景，找到准确定位，是商业转型的必备工具。第四章节：三步走画出你的商业战略。描述目标 捕获复杂性 创造可能性。在捕获复杂性的过程中，需要：提问 分享 故事、图画描述 简化 验证。第五章节：图画带来全新发展方式。战略导图能凸显问题。战略导图、图示记录以及图形可视化等。第六章节：如何切实用思维导图。5个元素：图标、文字、人物、框架、色彩第七章节：梦想的实现是最幸福的事。总之，这本书理论较多，实践性较少。

章节试读

1、《商业思维导图》的笔记-第12页

据美国劳工部职业安全局的说法：“教育研究人员返现，我们的知识大约有83%是通过视觉获得，其余17%通过其他感官获得——听觉11%嗅觉1%味觉1%，触觉1.5%。研究还发现：一件事情发生三天后，人听到的东西就剩下10%，看到的剩下35%，听看结合的还剩65%。”
——黄金72小时出处？

2、《商业思维导图》的笔记-第57页

画布——客户图像
最终导图完成——清楚明白该做什么不该做什么

战略导图的形成过程，关键是吸取各方意见，融入自己思维，并最终帮大家今后计划达成一致

观看别人画图、自己动手和别人一起画时，通过调动自己各种感官，从身体和大脑，全身心调动思考，且提供了一种与周围同事分享观点，取长补短的全新方式。

3、《商业思维导图》的笔记-第四章 “三步走” 画出你的商业战略

3原则：描绘目标、捕获复杂性、创造可能性

结合具体操作人员的理解和客户反馈，通过图画形式展现每条原则关键特性

提问：就你与公司而言，最希望这个项目取得结果是什么？

倒金字塔型目标路线图放置各方优势、便于操作的全新系统——将注意力引到一些与其相关的具体细节上，从而凸显此次转型过程中关键人物

大脑热身：运动员、音乐家在比赛获重大演出前，通过对自己可能面对各种情况设想，并评估自己在想要知识、技能、经验等储备，从而达到从容完成任务，“预演”

图画表现的目的，是为了让全员参与到此平台分享自己的观点，而非展示最终结果。

同时将目标、当前位置及可以采取的手段等因素展示，每个人都能找到自己的对应角色，找到合适位置。

目标一致，才能最终成功——需要大家理解你设定目标的前因后果

任何一家企业成功：对客户需求预判，正确的时间给客户正确的产品服务，并就据需求随时改变，即能据环境变化即使调整修订先前设定的目标。

充分利用资源，用想象力和直觉去检测假设和想法；不惧怕调整和改变预期目标

认知与现实偏差——传统商业途径：差距分析法、SWOT分析，环境扫描法

提问:恰当提问，据商业战略排序，图画，缩小认知与现实偏差

《商业思维导图》

如：优势——当我们公司处于最佳状态的时候，我们做什么，说什么，生产什么？

劣势——竞争对手优势？我们是如何知道这些，我们有何不同？

事实检验复杂性方法：在所应用的商业模型基础上，讲复杂因素图示化之后与他人分享，倾听其他人在看到这些图画后想法，一起评价讨论。

提供创造成功空间

4、《商业思维导图》的笔记-第125页

联合一致：通过合理有效建立起的体系和关联，获得希望拥有的能力，或为行动赢得支持。

《世界咖啡：创造集体智慧的会谈方法》

获取支持的关键：让他们看到项目潜在价值和今后的发展前景。

（组织相关人员代表参加讨论，广泛听取意见、取得相关人员中拥有关键话语权的全体支持）——特朗普竞选？

自我表现和做出贡献时的兴奋感远远超过害怕做不好或能力不够的恐惧感，人们应付自如且自得其乐，工作时真实的，有明确目标图画中刚看到深思、争论、决议和联合一致性带来的结果。——人们喜欢评论，但是是否会有不开放喜欢守旧的人呢？

企业规模越大，领导也越发不敢冒险，失去从战略层面抓住机遇、应对挑战的时间和能力。在这些内部等级森严的企业里，关注的知识企业每日的正常运营、市场份额和利润、思维敏捷、反应迅速、头脑灵活这些品质已经很难再找到——不变会死，变会不会死得快？

2种系统同时运行——运营系统（等级分明的管理体系）、战略系统（含各岗位、不同级别的人，由一个顾问团队领导，按一系列指导原则进行管理，保证目标实现）

5、《商业思维导图》的笔记-第15页

《决策书》

其中文字的作用是解释相关内容和情景

企业领导者及MBA课程教师都认为模型即理论，即商业活动的思考方法，用来保证人民能够考虑到市场竞争的各个方面，从产品机遇、威胁、盈利到企业绩效。

模型在最初绘制时都是为了展示他们怎样得到充分利用，及人们可能会期待从结果中获得哪种数据，但是在收到此类分析时，机会看不到对视觉模型的应用。（多为文字少图形图像）

不良商业习惯或解决问题陷阱：寻找根源。执着于沿袭过去奏效分方法，而忘了“动态变化”；肯定式探寻随着解决问题挖的更深，发掘的信息越多，会导致陷入分析、辨别处理数据的漩涡中。

爬行脑陷阱：寻求解决问题唯一或正确答案时，会充满压力，负面情绪放大。对失败后果关注越多，认知也将变窄，恐慌及恐惧会阻碍积极提问、保持乐观、好奇心。会使人看不清真正的问题，最后恶性循环。

这种情绪会耗费你大部分精力且无效

《商业思维导图》

寻求外部帮助陷阱：会推荐一些解决方法，询问一些你从未想到的问题。但是最终还是要自己解决，且往往会浪费金钱时间，还会剥夺团队一些权力。

技术陷阱：更快更优更加经济。现实是让电脑主导自己的思维过程，使得团队成员隔绝

孤岛思维

图画思维：目的让全员参与到对话协作中——参与感，对推进解决问题及改革执行促进作用

6、《商业思维导图》的笔记-第23页

7、《商业思维导图》的笔记-第150页

图画与比喻将被广泛应用于商业战略和创新计划的制定过程中

战略规划——落实执行连续统一体（市场开发、产品销售、商业战略、资金预算等商业所有环节）

战略导图适用于梦想、头脑风暴、愿景目标、行动计划等阶段

鉴于想法未考虑成熟，你需要与行业内外人士交流，了解他们对你的看法。

图画——不需要提供大量信息

原则：1、匹配团队企业要求，并适应周围环境

2、多试

3、结合实际

使用（行动）图，团队可以将时间、空间、工作内容和实际条件等因素综合起来，用以判断在某个时间段将会出现何种结果或机会（发展空间）

战略规划——落实执行连续统一体，靠近执行端的导图模板=落实具体行动和任务“蓝图”，可据实操中一些无法掌握因素（市场变化、天气因素、技术颠覆、送货延迟）随时调整。——即行动计划图（按任务特性、负责人及承诺结果，对团队和企业中各方职责做明确划分）——作为公开和正式表达支持通常还会在上面签名

随着组织将重心逐步落实执行行动计划是，大型导图无法有效发挥，此阶段应认真落实先前所制定工作计划，为公司创造价值。——导图-项目管理的转变（理念和目标的落地）

大型导图作用：在纷繁复杂环境下识别不利于发展因素，提供解决方案，修正，前进

战略规划——落实执行连续统一体中任何接近执行端，与之相关图画都无法重复使用。此时作用：帮团队弄清如何有所突破，发现阻碍团队发展的因素或急需改革的落后模式

所有生产环节、产品交付环节不仅需要制定战略，因为（人际、权利、政治、价格、经济、规章、社会等级、各类竞争）等因素，无时无刻不在影响我们生产产品和服务品质，威胁公司生存。这些因素存在会使团队出现焦虑困惑的情绪和信息传达错误的状况，最终影响互信和协调配合。

如何画？——复制，入门工具：连环画、插图小说、漫画

模板：丛林国际咨询公司，旧金山（大型、活动挂图、小型）

《商业思维导图》

NEULAND

根据图表所代表相关概念，使用其制定日期，安排会议和活动项目

较深色便于阅读；浅色适宜强调内容，用来捕捉情感重点；极度兴奋-下划红线；强调想尝试理念——黄线框

利益不相关人绘制比较中立

画图可以显现员工和公司的弱点，优势，渴望恐惧——唤起情感？

《商业思维导图》

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:www.tushu111.com