

PPT整体结构及金字塔原理

讲师：萨缪尔 Samuel



萨缪尔老师

网易数据分析教研负责人；

前盛大游戏战略规划总监、前腾讯游戏商业智能中心Leader

上海交通大学高金硕士、《哈佛管理导师》外部导师

- **知乎大V：「萨缪尔」** 主要聚集与商业分析、行业与战略分析、Python数据分析等
- **BAT** 互联网巨头商业洞察分析 & 咨询公司战略咨询背景
- 擅长行业趋势研究和战略管理咨询工具，**为20多家上市公司提供战略发展决策建议**

课程

亮点

1

金字塔原理贯穿全局



2

整体故事线模型框架一目了然

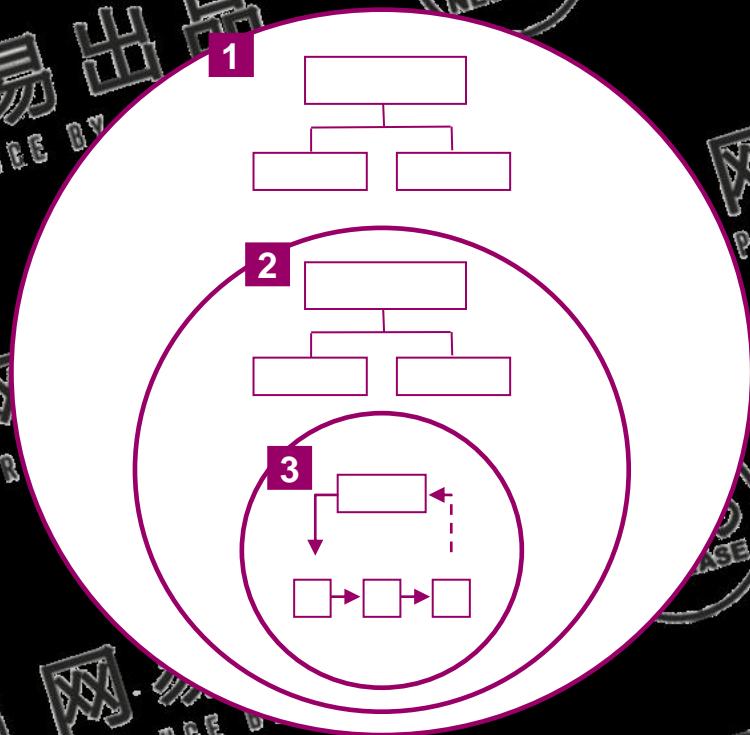


3

局部观点事实逻辑清晰



用PPT实现更好的沟通：金字塔贯穿全局，整体故事线模型框架一目了然，局部观点事实逻辑清晰



1、**金字塔原理贯穿所有内容**：每页、每个主题、全部内容都可以放在一个大故事里面去讲

2、**整体故事线**：框架模型一目了然，故事线重点突出，主次分明

3、**局部**：观点（Opinion）明确，事实（Fact）可靠，逻辑清晰

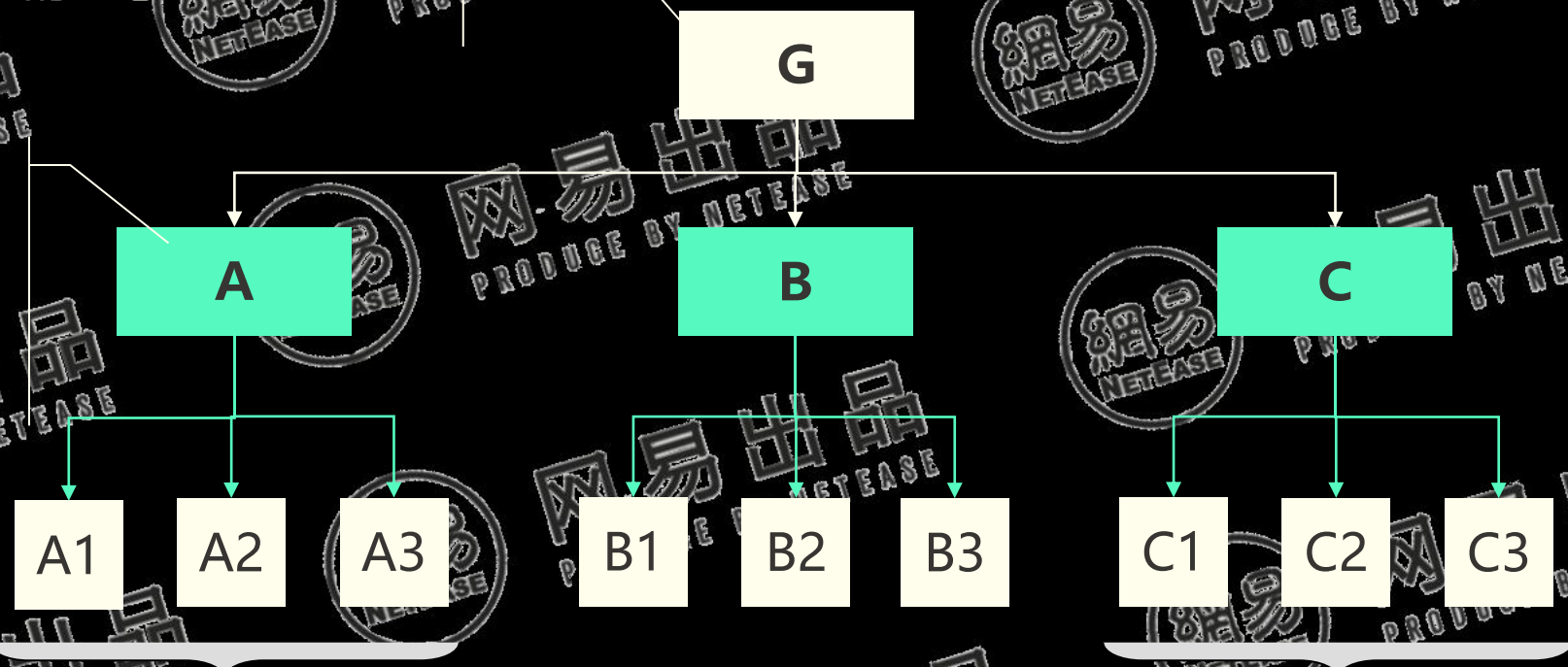
金字塔原理贯穿全局



金字塔结构贯穿全局，把握其核心特征和内涵

特征一：一篇文章的结构必定只支持一个思想，这个思想将概括所有各级各组的思想。

特征二：以上统下，任何一个层次上的思想都必须是其下一层次思想的概括。



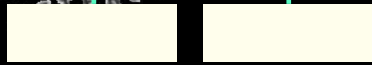
特征三：归纳分组，每组中的思想必须属于同一个范畴。

特征四：逻辑递进，每组中的思想都必须按照逻辑顺序组织。

说明: The first level of arguments below the core message (the primary cut) is the decisive element of your structure

Examples of frequently used primary cuts

Core message



- Internal/External
- Strengths/Weaknesses
- Opportunities/Threats
- Old/New
- Rational/Emotional

Core message



- Regions
- Functions
- Divisions/business units
- Products
- Value chain

Core message



- Short/medium/long term

Core message



- Product, price, place, promotion ("4 Ps")

说明：在core message (the primary cut)之下的第一级论据是结构的决定性元素

举例：常用的primary cuts

Core message

- 内部/外部
- 优势/劣势
- 机会/威胁
- 新/旧
- 理性的/情感的

Core message

- 短/中/长期

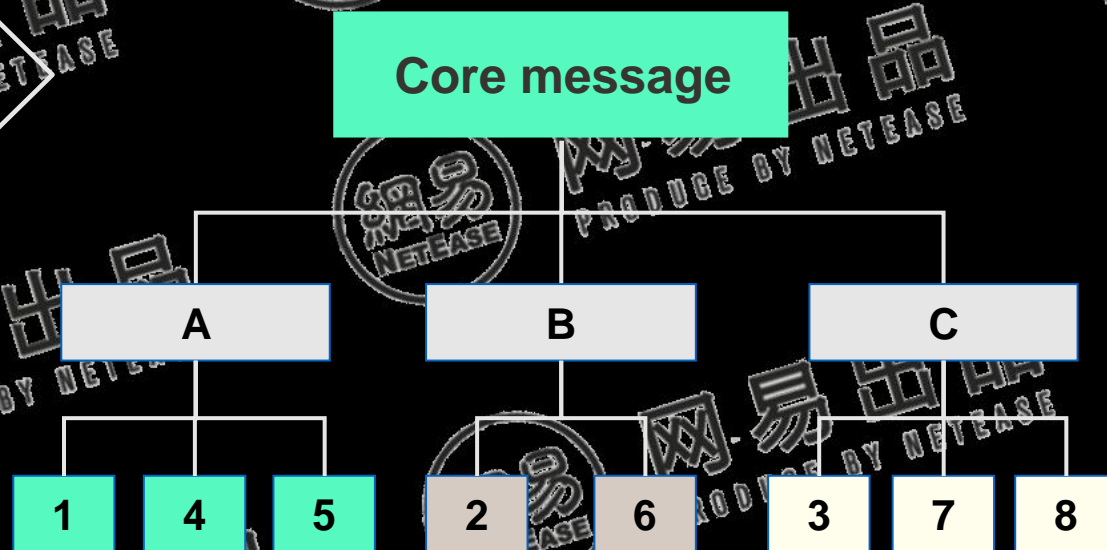
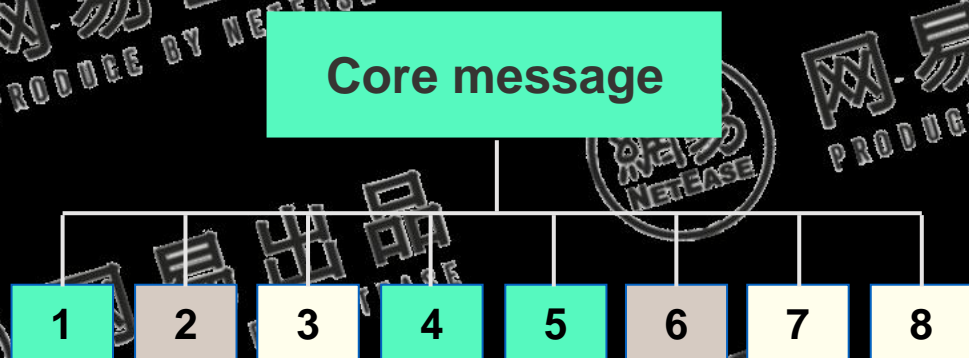
Core message

- 地区
- 功能
- 部门/单位
- 产品
- 价值链

Core message

- Product产品, price价格, place渠道, promotion促销 ("4 Ps")

案例: Too many actions on the first level are an indication of wrong or missing categories



案例: Example

The technology group
Startech should develop a
strategy for each of its
three divisions

How?

Rail division
Gradual
scaling-down

How?

Gradually
reduce
number of
models to
four within
three years

Gradually
decrease
marketing
budget to
USD 100,000

Air division
Selective
continuation

How?

Limit the
number of
models to
the three
most
successful
lines

Restrict
the
marketing
budget to
the three
most
successful
models

and

Road division
Large-scale
development

How?

Quickly
enter the
market
with two
new
models

Expand
product
range with
sports
accessories

Position
Startech
as market
leader
through a
large-scale
marketing
campaign

Core message
(supported by)

Inductive
(supported by)

Inductive

案例: Example

科技集团Startech应该为其三个部门制定各自的战略

如何?

铁路部门逐渐的
缩小规模

和
航空部门有选择性的
延续

和
公路部门大规模
开发

如何?

三年内逐步
将车型数量
减少到四款

逐步减少营
销预算至10
万美元

如何?

把型号的数量
限制在三个
最成功的
系列

将营销预算
限制在三种
最成功的模
式上

如何?

以两款新
车型迅速
进入市场

以运动配
件扩大产
品范围

通过大规模
的市场营销
活动, 将
Startech定
位为市场领
导者

核心信息(被...支持)

归纳(被...支持)

归纳

案例: An example of logical chain

The technology group XYZ
should pursue a revised product strategy

Core message
(supported by)

Why?

Market dynamics are
different for the different
products

but

X is investing heavily in
shrinking markets

thus

X should re-focus
its resources

Logical chain
(supported by)

Proof?

Proof?

How?

Logical groups

Due to legal
changes the
market share
of the Air
division sank
from 11% to
7%

Cutbacks in
public
spending by
USD 1 bn
are planned
for the Rail
division

Government
is increasing
subsidies for
the Road
market by
20%

70% of the
R&D
budget
goes to Air
and Rail

80% of the
marketing
expenditure is
distributed
between the
Air and Rail
divisions

Carefully
reduce Air
division

Retain
selected
areas of
Rail
division

Significantly
develop
Road
division

案例：一个逻辑链的例子

技术集团XYZ应推行修订后的产品战略

为什么?

核心信息(被...支持)

不同产品的市场动态是不同的

但是

X在萎缩的市场上
大量投资

因此

X应该重新
集中资源

逻辑链(被...支持)

证据?

证据?

如何?

由于法律变更, 航空部门的市场份额从11%下跌至7%

铁路部门计划削减10亿美元的公共开支

政府对公路市场的补贴增加了20%

70%的研发预算花在了航空和铁路上

80%的营销支出分配给了航空和铁路部门

谨慎地减少航空部门

保留铁路部门的选定区域

大力发展公路部门

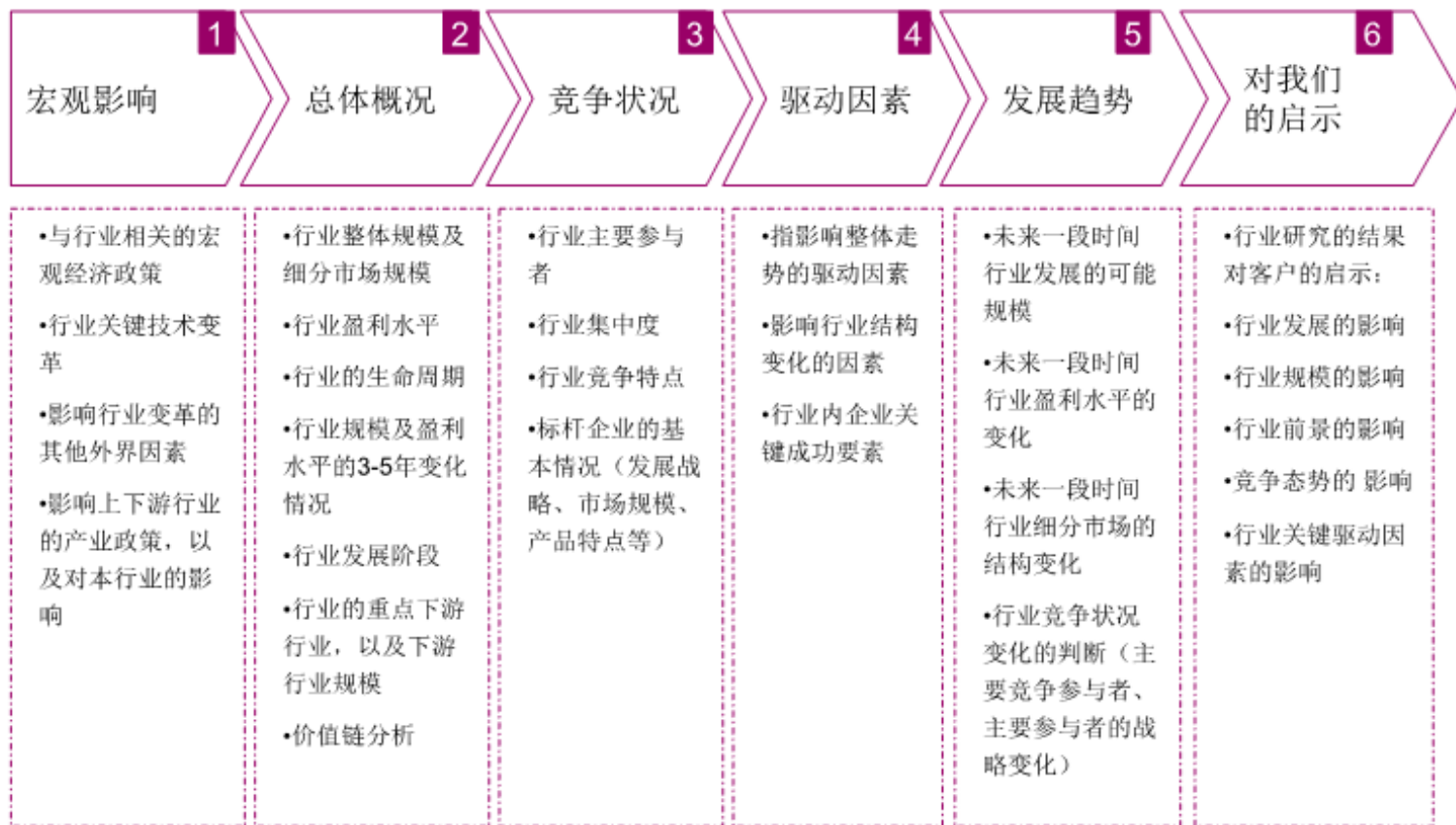
逻辑组

整体故事线模型框架 一目了然



从整体来看，框架模型一目了然，故事线重点突出，贯穿始终

行业研究的框架



局部观点事实逻辑清晰



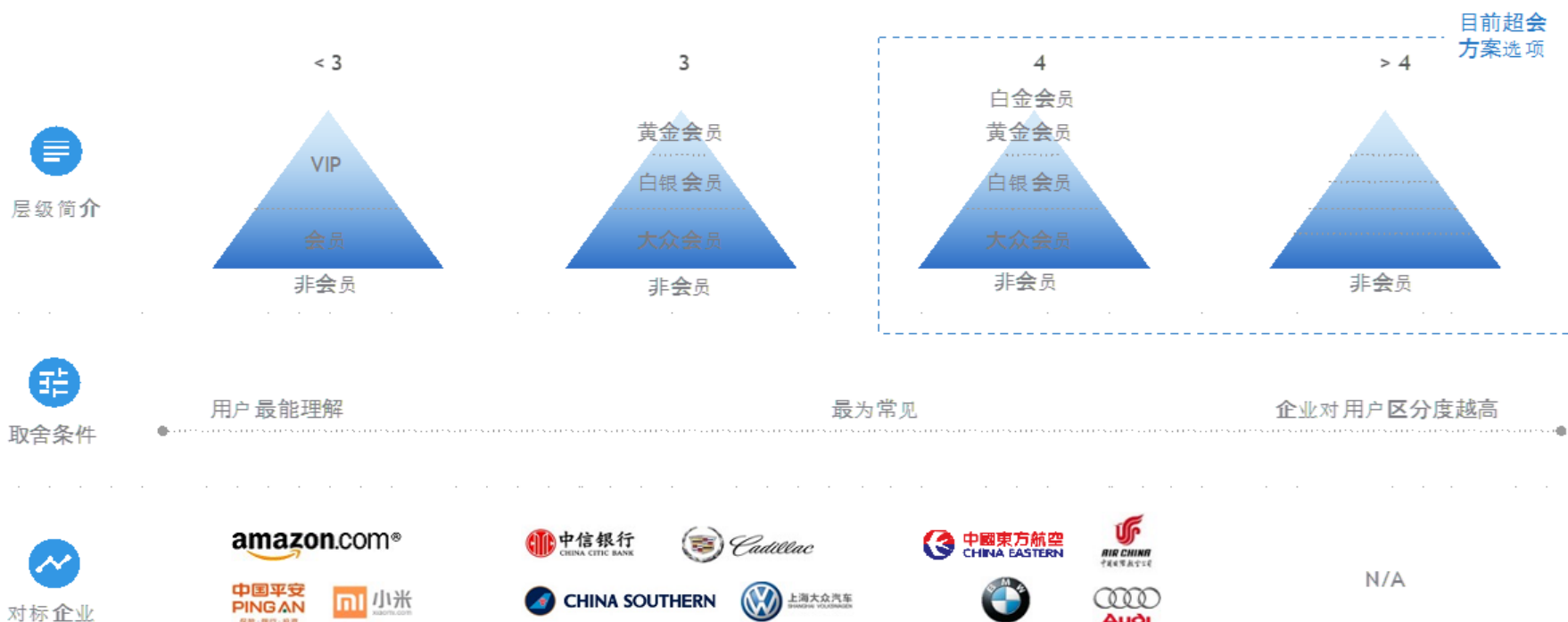
在局部上，观点（Opinion）明确，事实（Fact）可靠，逻辑清晰

原则一：每一页片子只讲一件事情，并在标题（Tagline）里用简短的语句说清楚。

原则二：每一页片子必须要产生观点，不能仅仅是对客观事物的描述。

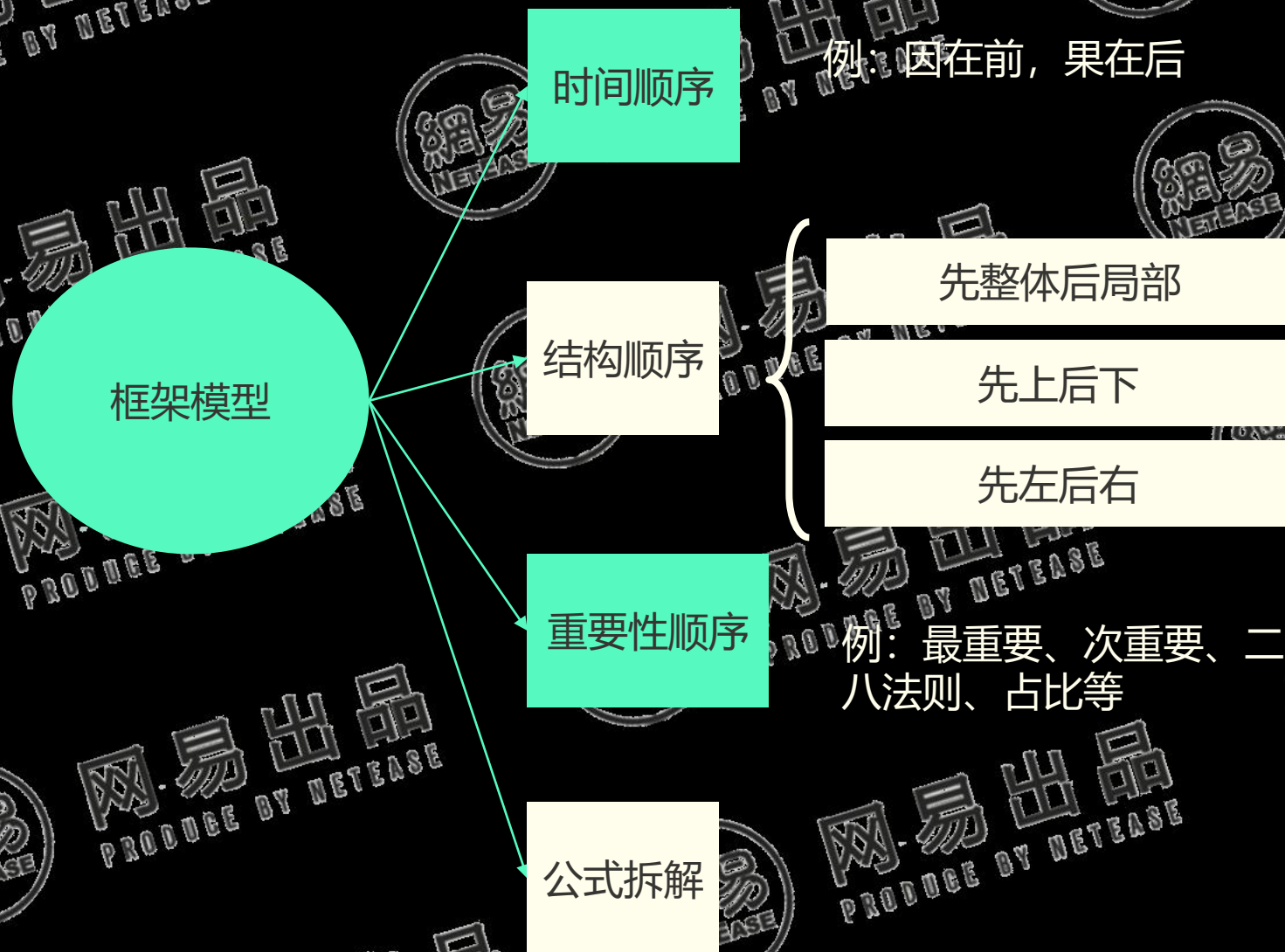
原则三：事实/数据、逻辑推理、对业务的启发三者必须有一个可以打动观众。

用户分层：一般会员项目会分3-4层，建议XXX会员体系初期不超过3层



备用：框架模型

MECE原则



备用：MECE原则，相互之间具有排他性/整体而言毫无遗漏

MECE是“Mutually Exclusive, Collectively Exhaustive”四个词的字首组合，意为“相互独立，完全穷尽”。在解决问题的过程中，MECE意味着将问题细分为明确的、没有重叠的子问题，同时确保所有相关的问题都已考虑在内。

M

Mutually

E

Exclusive

C

Collectively

E

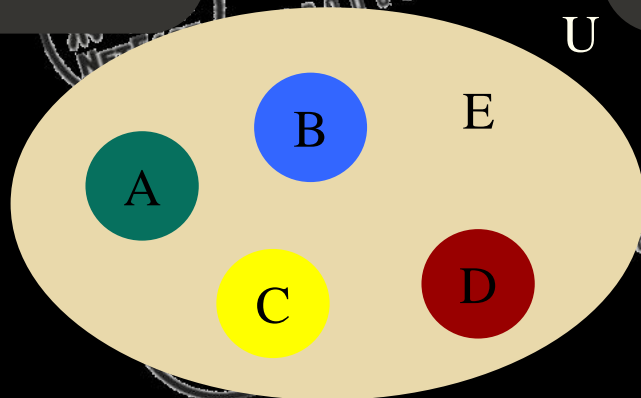
Exhaustive

(No overlaps)不重叠

- ✓相互独立
- ✓最高的条理化
- ✓独立的、可以清楚区分的

(No gaps)不遗漏

- ✓完全穷尽
- ✓最大的完善度
- ✓把一切想到了



推荐书籍

- 金字塔原理
- 麦肯锡三件套
- 大前研一 《思维的技术》
- BCG视野 《假设驱动的管理的魅力》
- 理查德保罗 《思辨与立场》