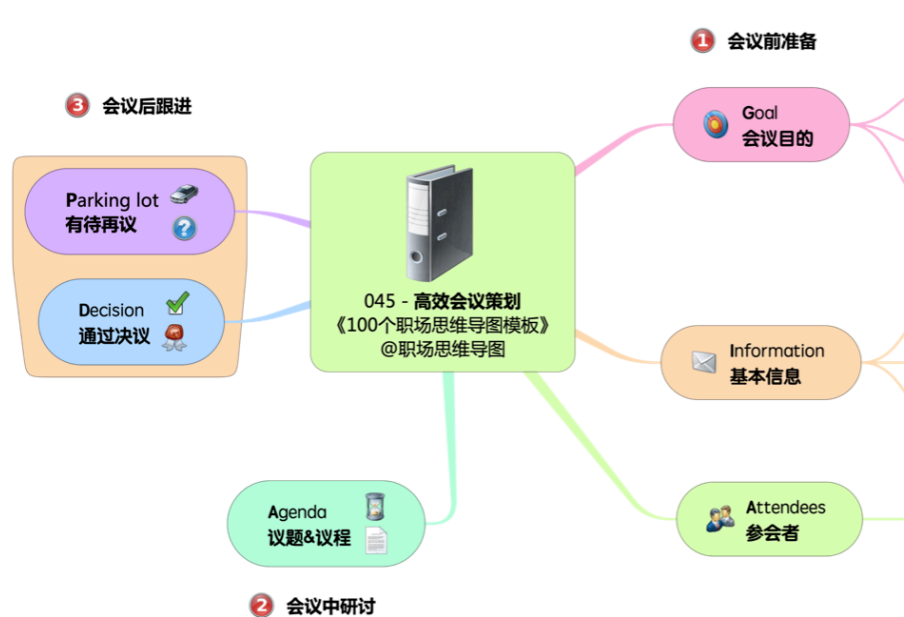
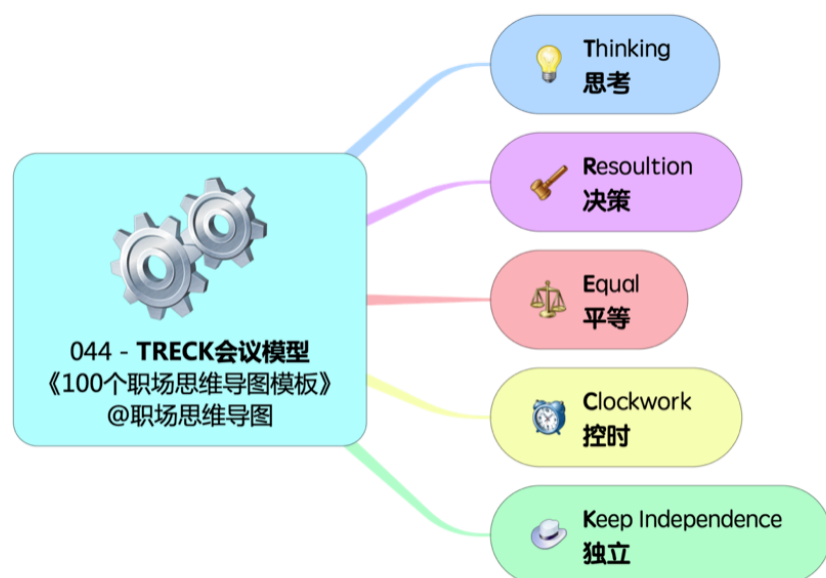
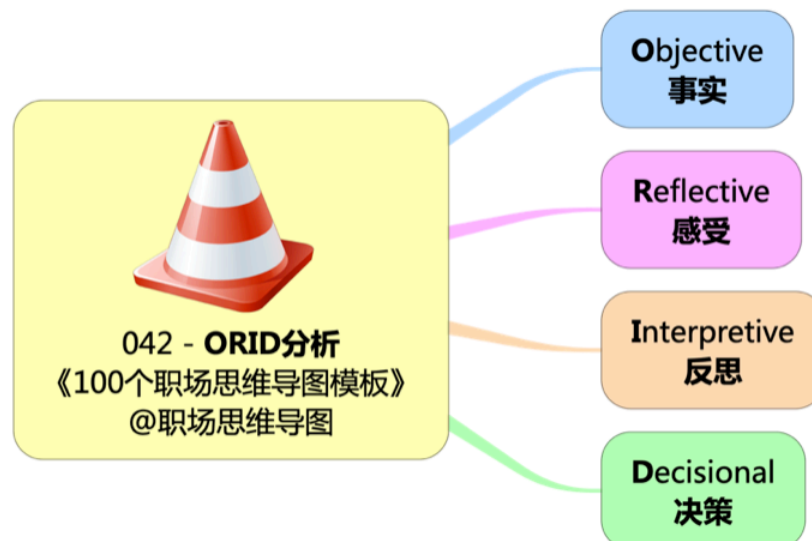




《100个职场思维导图模板》

合集05（模板041-050）





目录

模板041	：成本收益分析	3
模板042	：ORID分析	6
模板043	：AUDIENCE分析	9
模板044	：TRECK会议模型	12
模板045	：高效会议策划	15
模板046	：高效参会准备	18
模板047	：头脑风暴法	21
模板048	：高效会后跟进	24
模板049	：SMART目标模型	27
模板050	：LISTEN聆听模型	30



《100个职场思维导图模板》041

成本收益分析

用思维导图提升问题分析能力





成本收益分析

Cost Benefit Analysis (成本效益分析) 是一种评估投资项目价值的方法，通过比较项目的全部成本和效益来评估项目价值。本模板包括了常见的成本和收益：

💰 **研发成本 Development Costs** 该项目涉及到的产品研发成本，通常包括测试、规划、需求、开发、实施成本；

💰 **运营成本 Operational Costs** 该项目后续的运营成本，通常包括：各类日常办公成本、承包商、人员、基础设施租用、生产设备运营费用等；

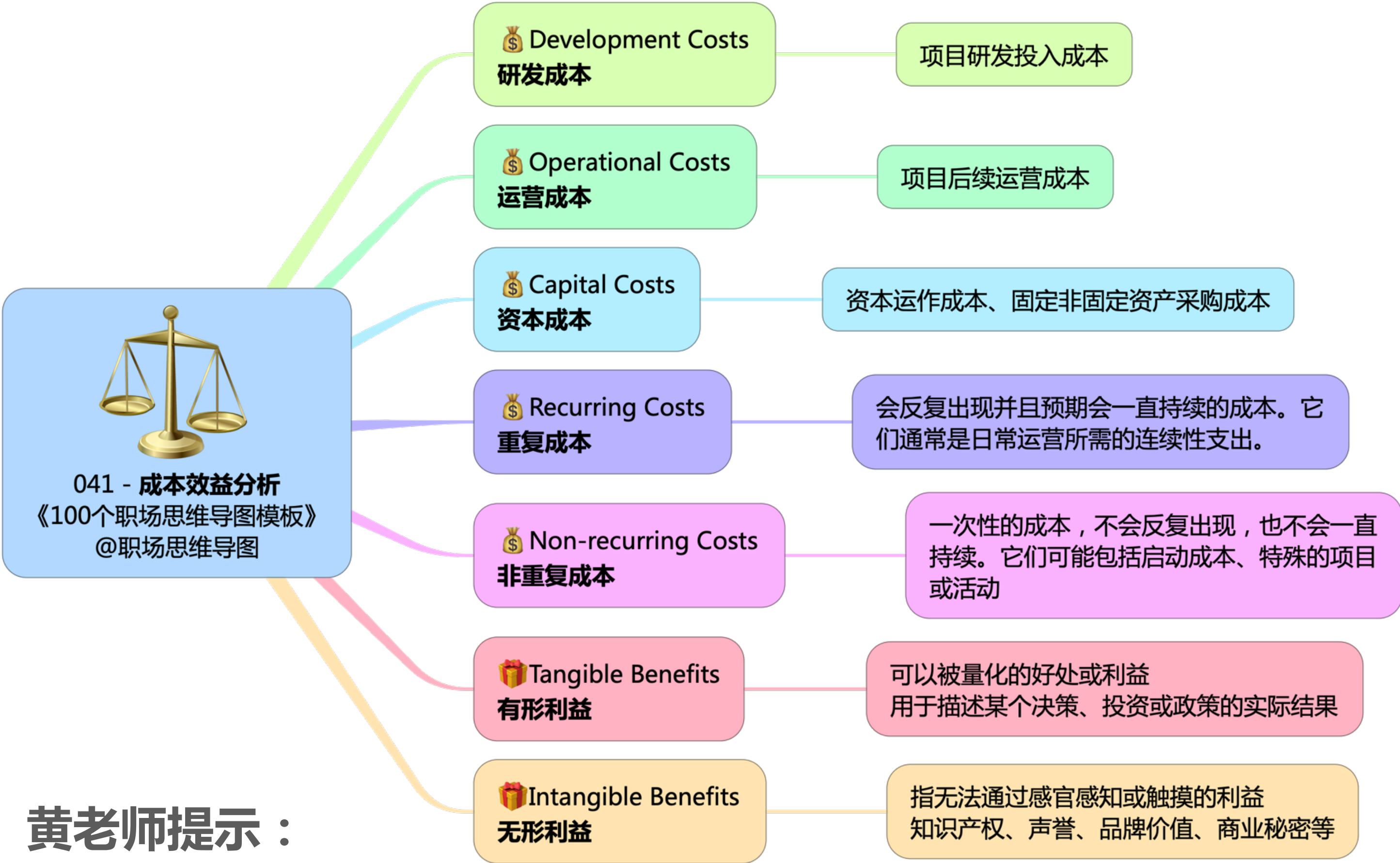
💰 **资本成本 Capital Costs** 该项目涉及到的资本运作投入及固定和非固定资产采购的总成本；

💰 **重复成本 Recurring Costs** 会反复出现并且预期会一直持续的成本。通常是日常运营所需的连续性支出；

💰 **非重复成本 Non-recurring Costs** 一次性的成本，不会反复出现，也不会一直持续。包括启动成本、特殊的项目或活动；

📦 **有型利益 Tangible Benefits** 可以被量化的好处或利益 用于描述某个决策、投资或政策的实际结果；

📦 **无形利益 Intangible Benefits** 无法通过感官感知或触摸的利益 知识产权、声誉、品牌价值、商业秘密等；



Cost Benefit Analysis (成本效益分析) 是一种常用的评估投资项目价值的分析方法，通过比较项目的全部投入成本和未来产出效益来评估项目价值。

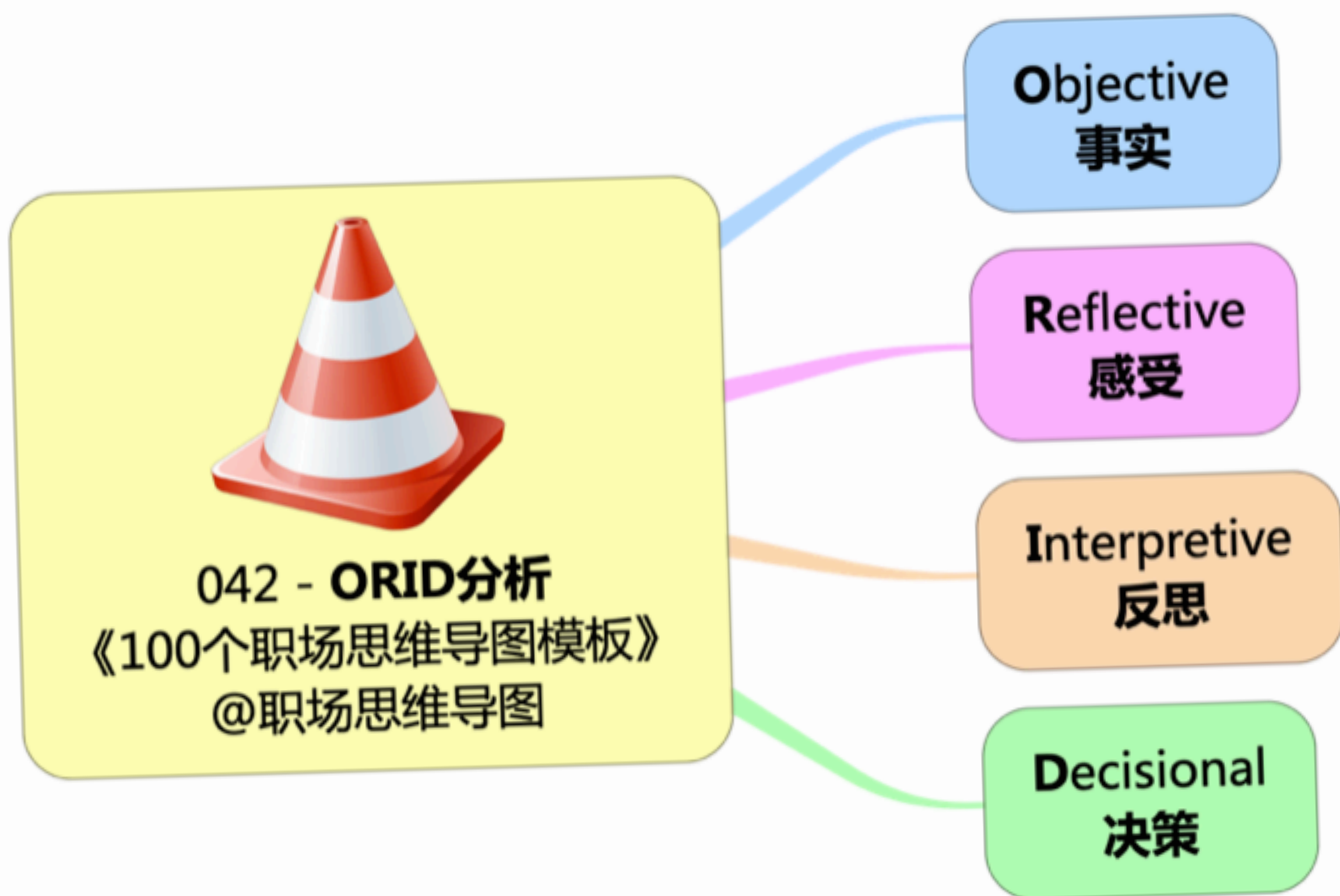
- ①研发和运营成本，当产品研发完成后就转入了后续运营的阶段，产品的持续迭代等可以算为运营成本。
- ②资本成本对于需要资本运作或者采购固定或非固定资产的项目需要考虑这一因素。
- ③重复成本指会定期发生的成本如人员工资、办公场地租金、水电煤等。非重复成本指一次性的成本。
- ④项目的效益分为有形和无形两种，有形指的是可以实际量化的收益，无形则是品牌、知识产权等无法实际感知的收益。



《100个职场思维导图模板》042

ORID 分析

用思维导图提升问题分析能力





ORID 分析

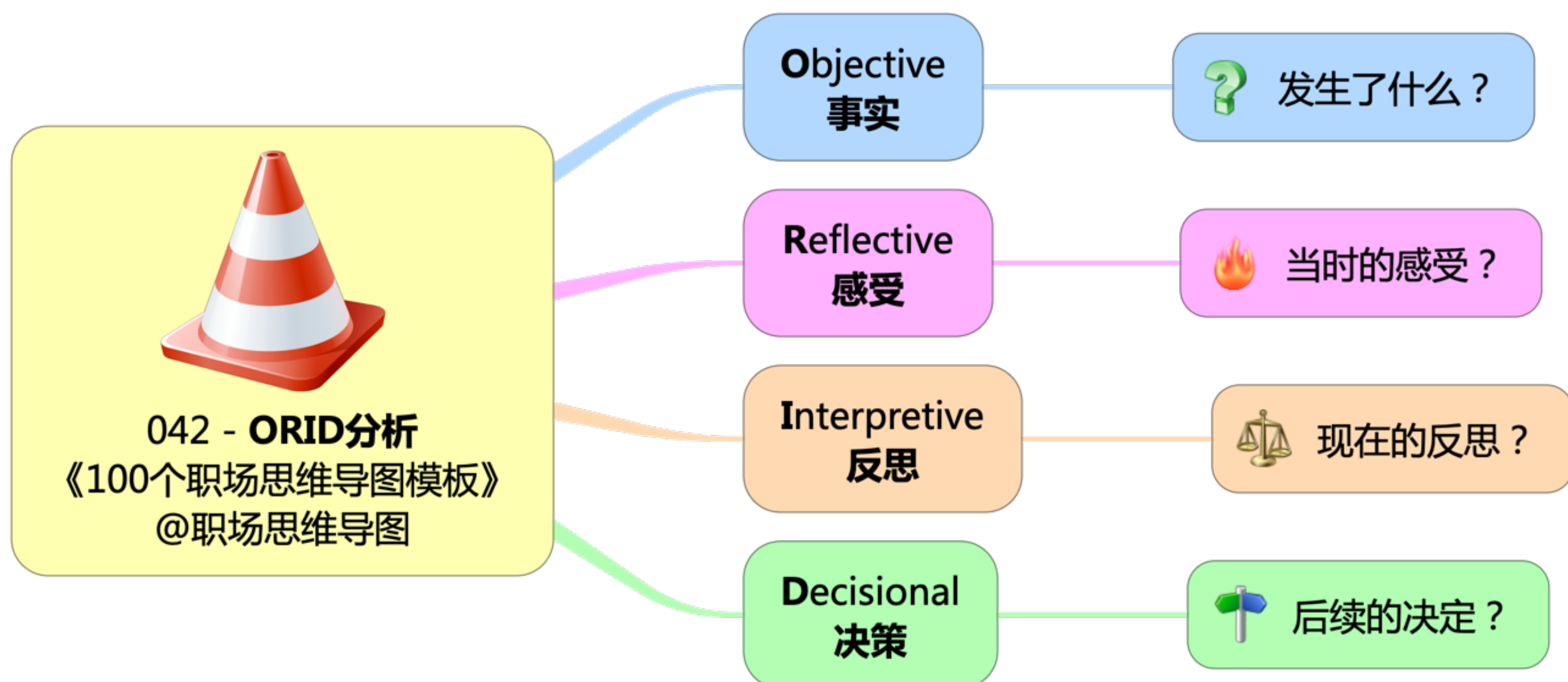
ORID分析是一种常用的分析复盘方法，围绕“**事实->感受->反思->决策**”这一过程结构来进行焦点分析研讨和复盘。

💙 **Objective-客观事实**：收集与待聚焦讨论的主题相关的客观事实、信息、数据、报道等。**当时发生了什么？**

💚 **Reflective-回忆感受**：聚焦讨论当时的感受、情绪、联想、判断等。**当时的感受？**

💛 **Interpretive-反思解读**：聚焦讨论现在的反思和对此的解读。**现在的反思？**

💛 **Decision-决策制定**：会聚焦讨论基于上述的反思，下一步的行动计划，相关决策的制定。**后续的决定？**



黄老师提示：

ORID分析也被称为焦点讨论法，常被用于项目的复盘分析，也可以用于个人的学习复盘。

①**O-事实**：帮助我们避免决策时“拍脑袋”；

②**R-感受/体验**：帮助我们更加真实的回顾当时发生的事情；

③**I-反思**：帮助我们避免缺乏深度思考就做决策；

④**D-决策**：帮助我们避免“空谈”，有实际的决策产出才是焦点讨论的目标；



《100个职场思维导图模板》043

AUDIENCE 分析

用思维导图提升会议效率





AUDIENCE 分析

AUDIENCE分析 本意为观众、听众，是一种常用的会议策划、演讲准备分析模板。为了更好地提升会议效率或演讲效果，很有必要在准备阶段通过思维导图进行深入思考和分析。

♥Attendees-参与者：谁会来参加本次会议？谁会来听此次演讲？他们的动机、立场、扮演角色？

♥Understanding-理解程度：上述这些人对会议内容或我准备演讲的内容的理解程度是怎么样的？内容会不会太高深或者太浅显？

♥Demographic-画像：上述这些人更进一步的画像是什么？年龄、性别、国籍、宗教信仰、兴趣爱好、消费能力等？

♥Interest-兴趣：上述这些人对此次会议或演讲是否感兴趣？是不是有人并不打算来而是被迫前来的？

♥Environment-环境：本次会议或者演讲将在什么具体的环境中进行？办公室？会议室？大型会议室？舞台？露天舞台？

♥Needs-需求：上述这些人对于本次会议或演讲有哪些个性化的需求？

♥Customized-定制：如何通过针对性的内容准备、环节设计、案例准备来满足上述需求？

♥Expectation-期待：本次会议或演讲结束后，你期待参会者或听众会有哪些具体的下一步行动？



· 每天学点实用的职场思维 ·



黄老师提示：

AUDIENCE分析是会议策划、演讲准备前非常重要的分析框架。如果你不想打无准备的仗，就请用这一框架结合思维导图充分思考和准备。

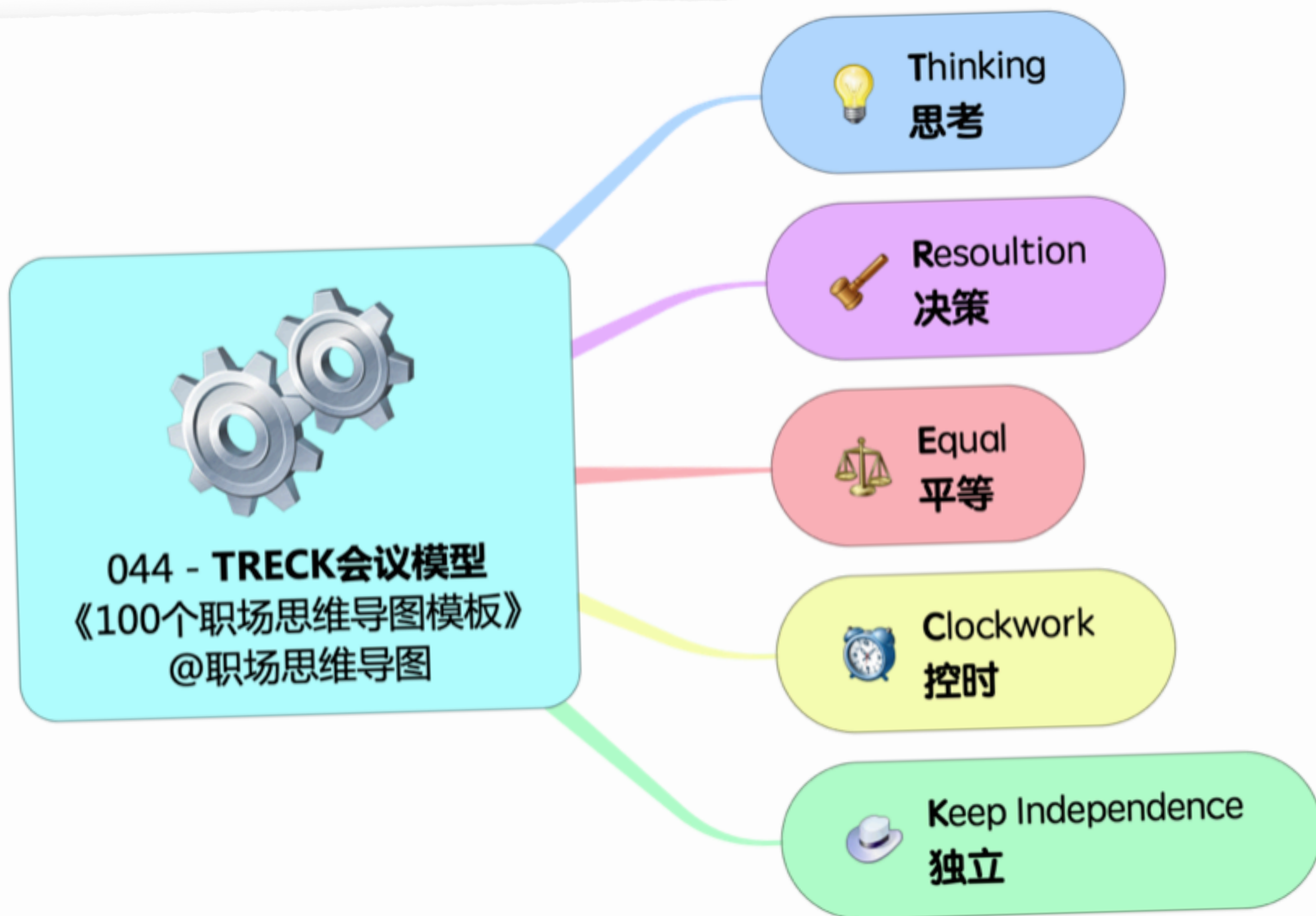
①**E-期待**：是指你期待参会者、听众在参加完会议或听完你的演讲后采取什么行动，类似此前分享过的PDA框架；



《100个职场思维导图模板》044

TRECK 会议模型

用思维导图提升会议效率





TRECK 会议模型

TRECK会议模型 由会议提效专家滕凯舟提出，Treck本意为艰苦跋涉、长途旅行。某种意义上会议也可以算得上是一群人的旅行。基于这一模型的会议，可以确保这群人同时出发、同时抵达目的地。

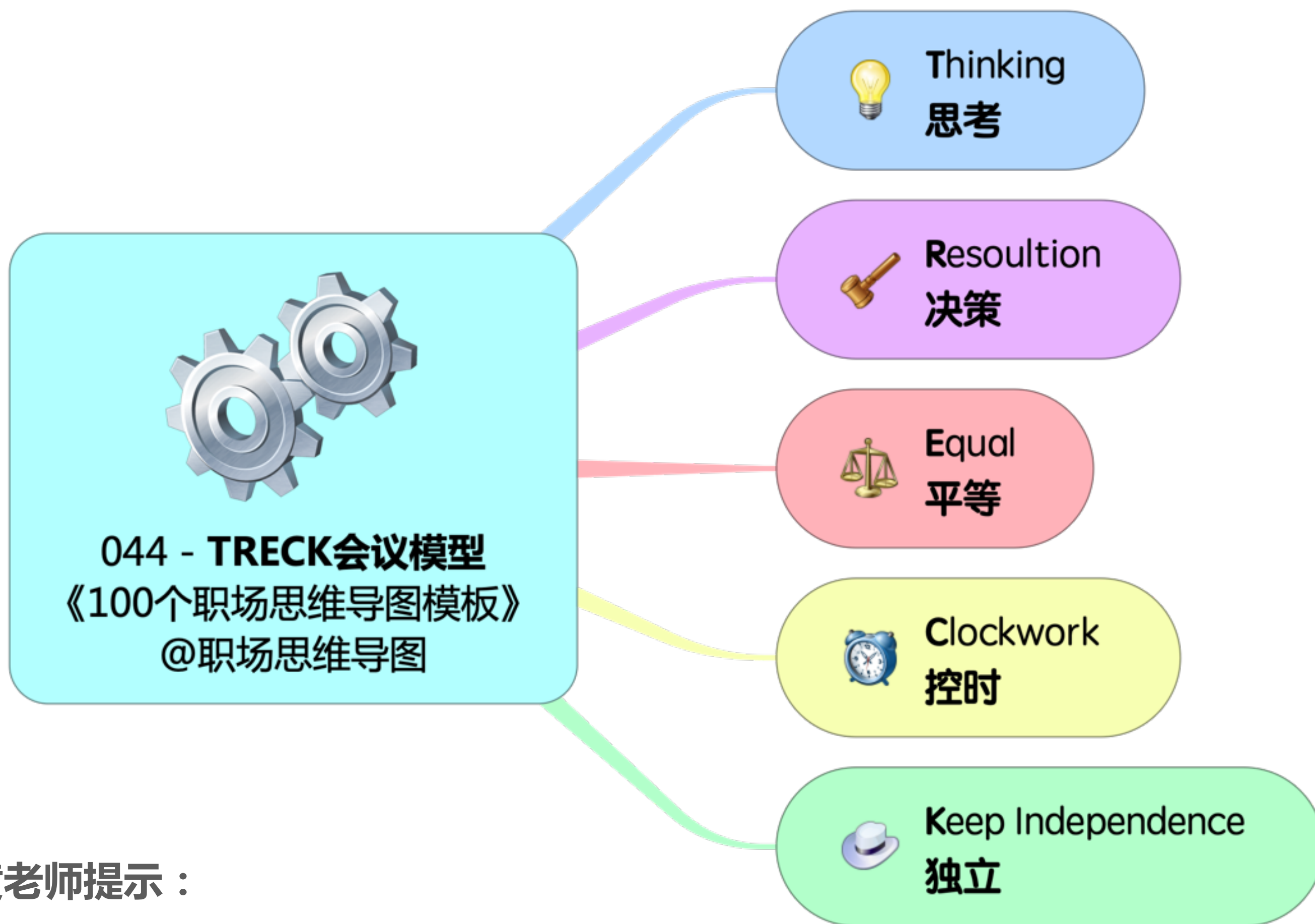
❤️**Thinking-思考**：所有与会者必须保持高密度的思考，跟随会议引导者的节奏参与其中；

💛**Resolution-决策**：会议结束后必须拿出切实可行的决策，这样的会议才是卓有成效的；

💛**Equal-平等**：参与者应该有平等的发言时间，并且在发言时应该受到尊重不被打断；

💚**Clockwork-控时**：会议应该有精准的时间控制，不能随意超时。要意识到每个人的时间背后的价值是昂贵的；

💙**Keep-independence-独立**：会议中的投票环节每个人都应该保持自己的独立性，不要受自己的岗位、职级、人际关系等因素的影响而改变自己的意见；



黄老师提示：

TRECK会议模型直击职场中会议的四大痛点——**会而不议、议而不决、决而不行、行而不管**。会议策划、演讲准备前非常重要的分析框架。这一模型对于会议的发起者和组织者而言非常有参考价值，建议前期准备时充分对标考量这几个因素，为高效会议打下基础。

①**会而不议**：光召集了一群人来“会”面，而不进行实质性的“议论、研讨、交换意见”；

②**议而不决**：议论了但是没有形成最终的决议，相当于打车回家没到终点就下车了，浪费时间和金钱；

③**决而不行**：好不容易会议形成了决定，但是却没有明确的分工，导致最终无法落地行动；

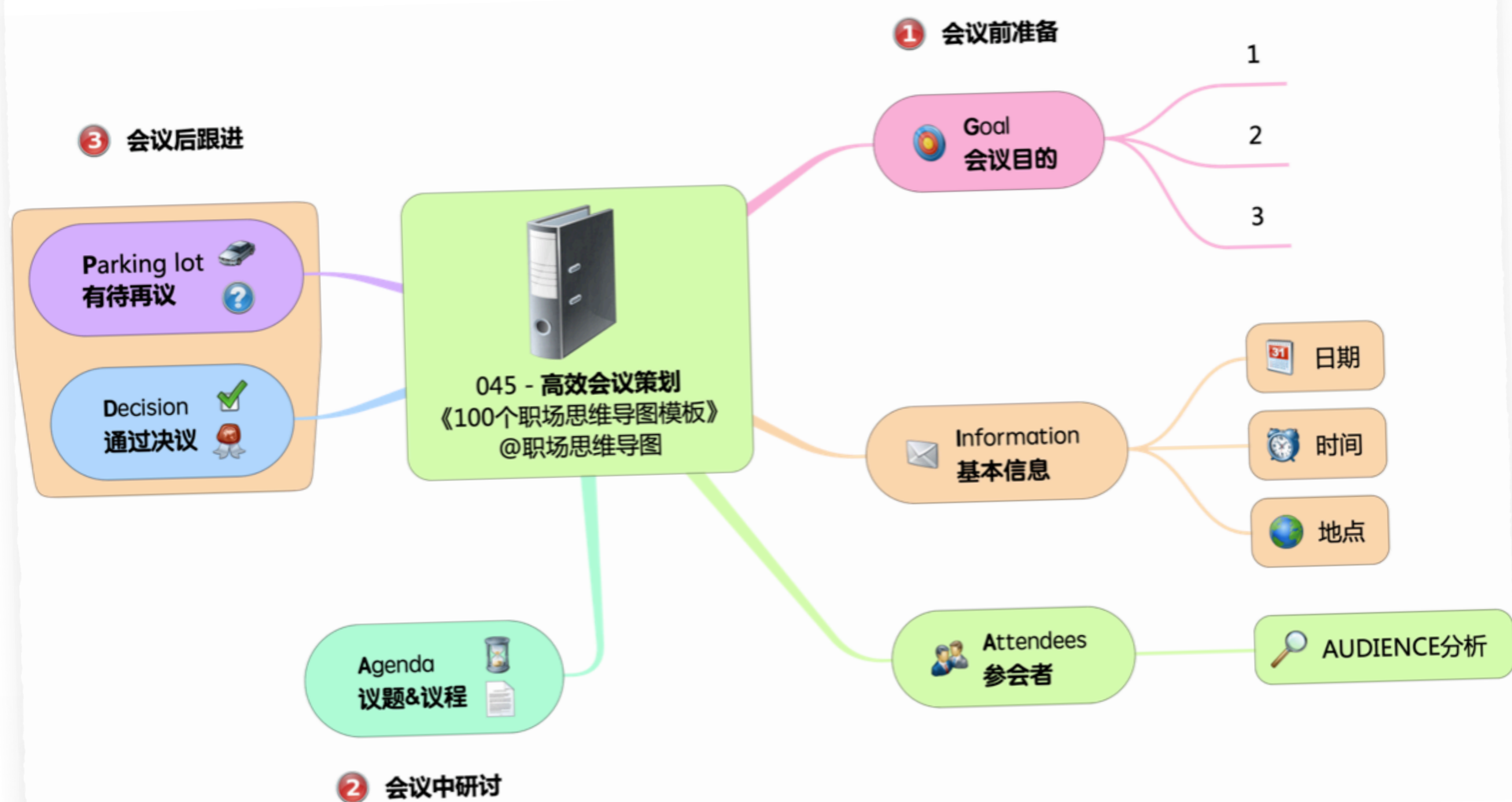
④**行而不管**：有了决议也有了责任人，但是却没有后续的跟进和反馈，最终导致不了了之；



《100个职场思维导图模板》045

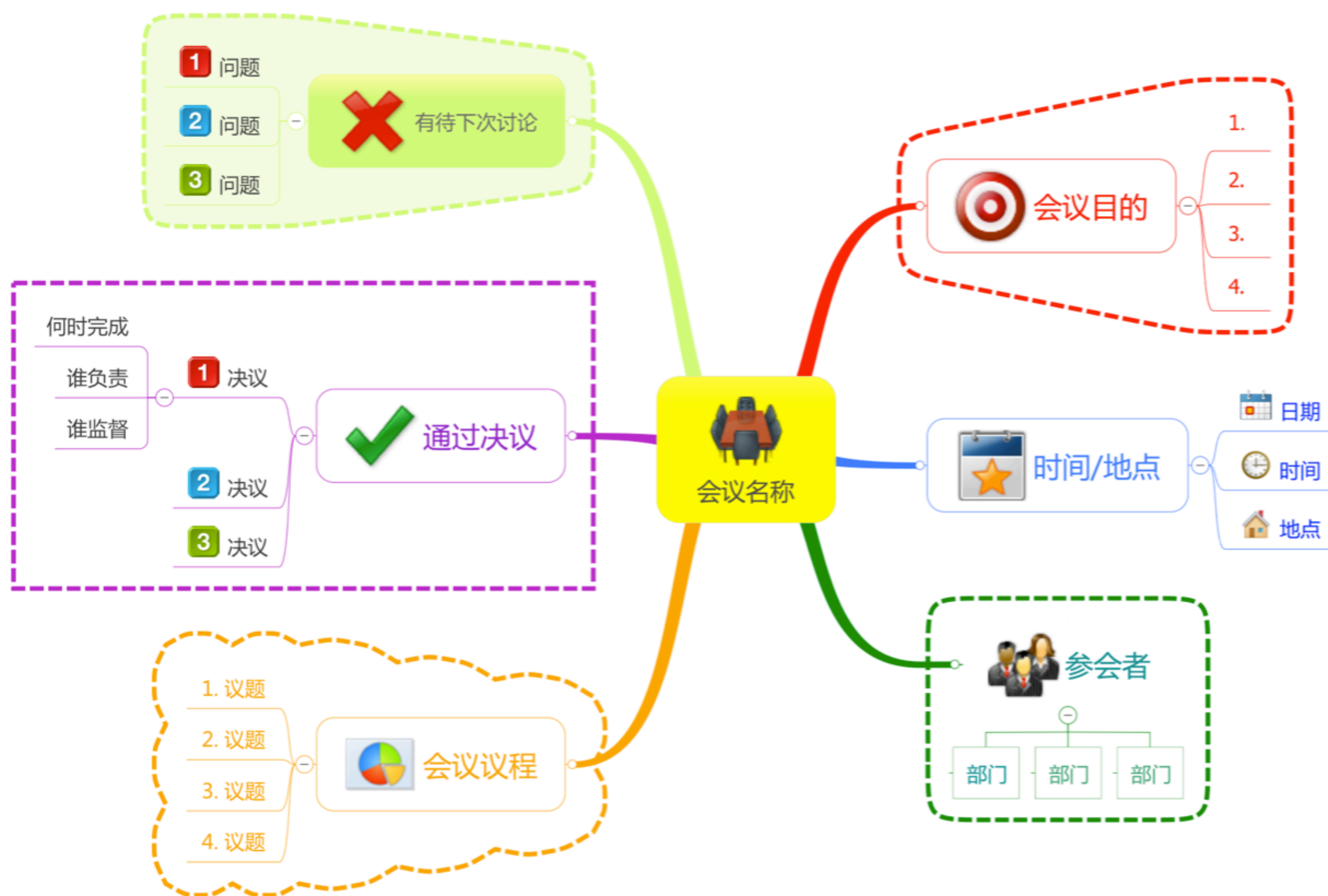
高效会议策划

用思维导图提升会议效率





高效会议策划

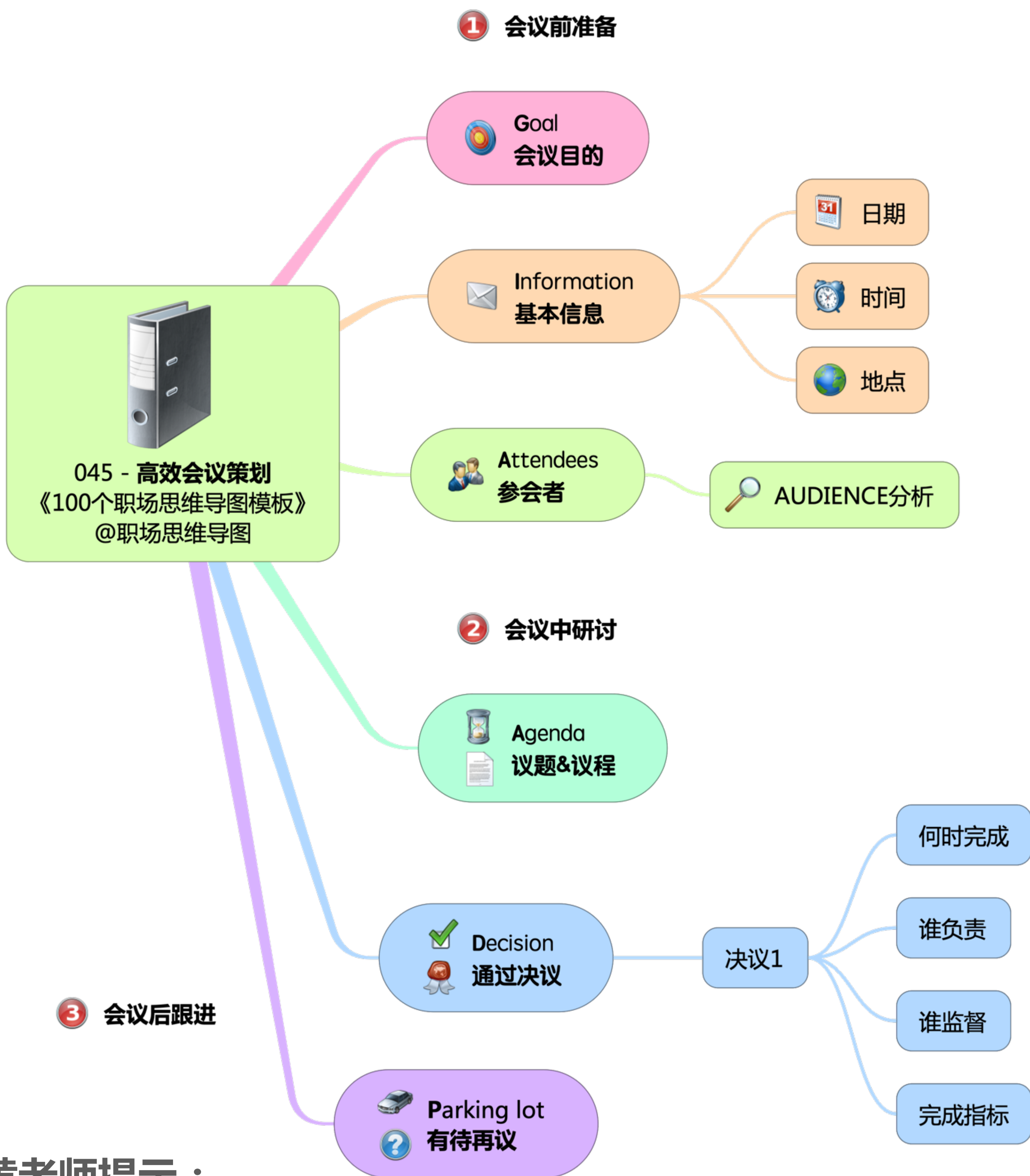


这一模板目前被大量企业使用来进行会议策划

基本上听过黄老师思维导图课程后的企业都将自己的会议发起流程中加上了这张思维导图。涵盖了会议前期策划、会议中的议题和议程、会议后的决议跟进



· 每天学点实用的职场思维 ·



黄老师提示：

本次对这一模板进行了重新绘制，分为会议前准备阶段、会议中的研讨阶段和会议后的跟进。同上一个TRECK会议模板一样，旨在解决职场中会议四大痛点——**会而不议、议而不决、决而不行、行而不管。**



《100个职场思维导图模板》046

高效会议准备

用思维导图提升会议效率





高效会议准备

提高会议效率的一个重要做法就是会前做好充分的准备。今天黄老师整理了六类职场中常见的会议类型，并针对性地介绍如果你要去参加这些会议所应该做的准备。

1、每日站会 (Stand-up) 可以算得上是职场人士尤其是互联网从业者最熟悉的一种会议了，通常每个人2分钟左右，重点介绍昨天的工作成果、今天的工作计划、是否有需要团队或领导协助的问题；

2、头脑风暴 (Brainstorming) 外企通常叫头脑风暴，国内企业喜欢称为务虚会。核心就是让大家开足脑洞，收集一些好的灵感和点子，供后续进一步研讨；

3、信息同步 (Informational) 一些信息的上传下达，比较重要的信息除了邮件、企微、钉钉等手段，还有必要开会和大家当面沟通；

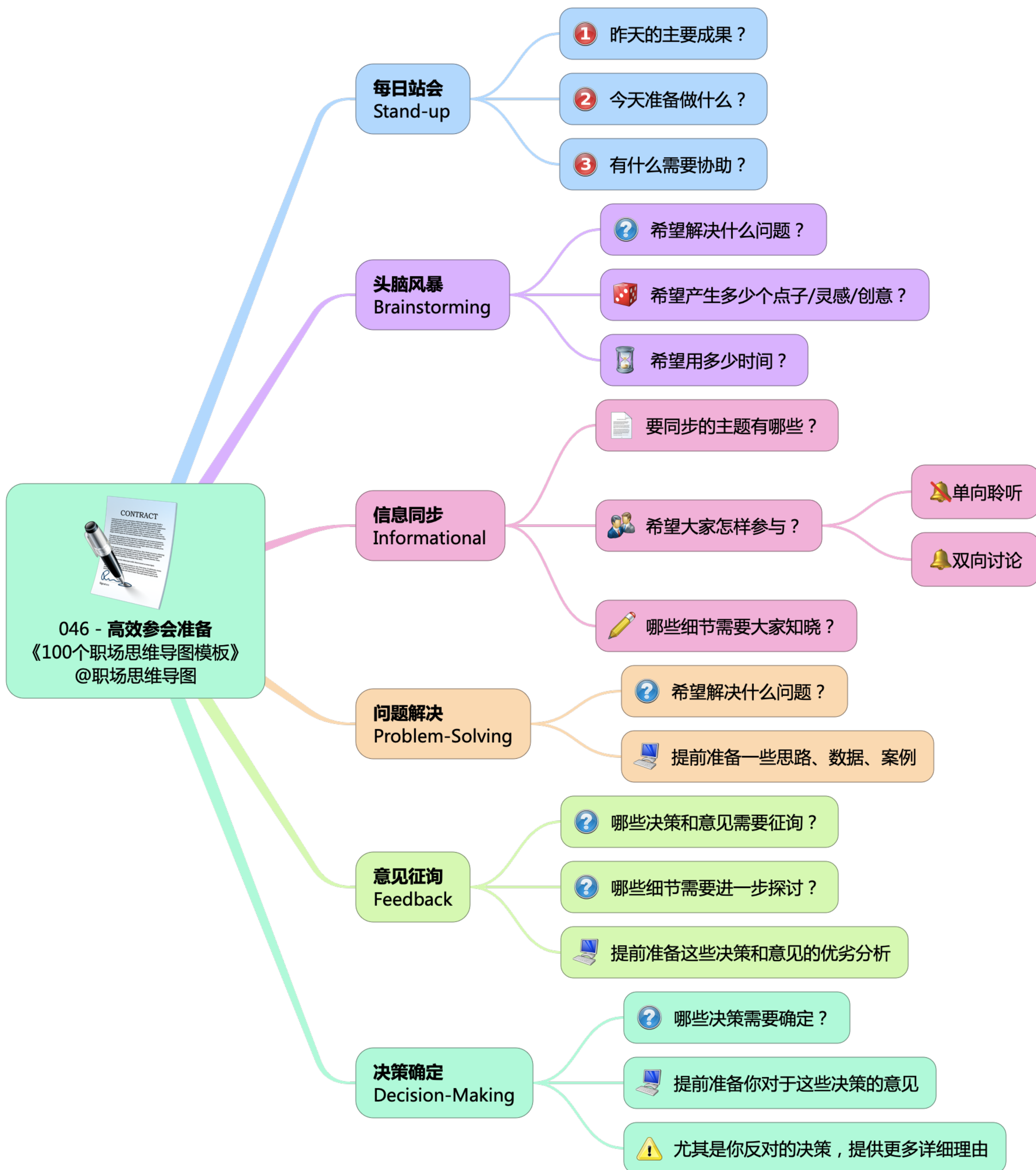
4、问题解决 (Problem-Solving) 相比头脑风暴，问题解决的会议更注重后续的实际落地；

5、意见征询 (Feedback) 通常是中高层参与，一些重大决策再正式公布下发前需要更好的听取大家的意见；

6、决策确定 (Decision-Making) 通常是高层或干系人参与，对于一些重大决策最终选定的会议，一般会有表决流程；



· 每天学点实用的职场思维 ·



黄老师提示：

会前准备越充分，会议效率就越高！



《100个职场思维导图模板》047

头脑风暴法

用思维导图提升会议效率





头脑风暴法

头脑风暴法（Brainstorming）是由美国的创新学家**亚历克斯·奥斯本**于1939年首创。最初用于广告的创意设计，经过长期的优化和实践，目前已经被用于各种需要“开脑洞”的场景。今天黄老师给大家介绍的是通过思维导图结合头脑风暴形成的ORECC法：

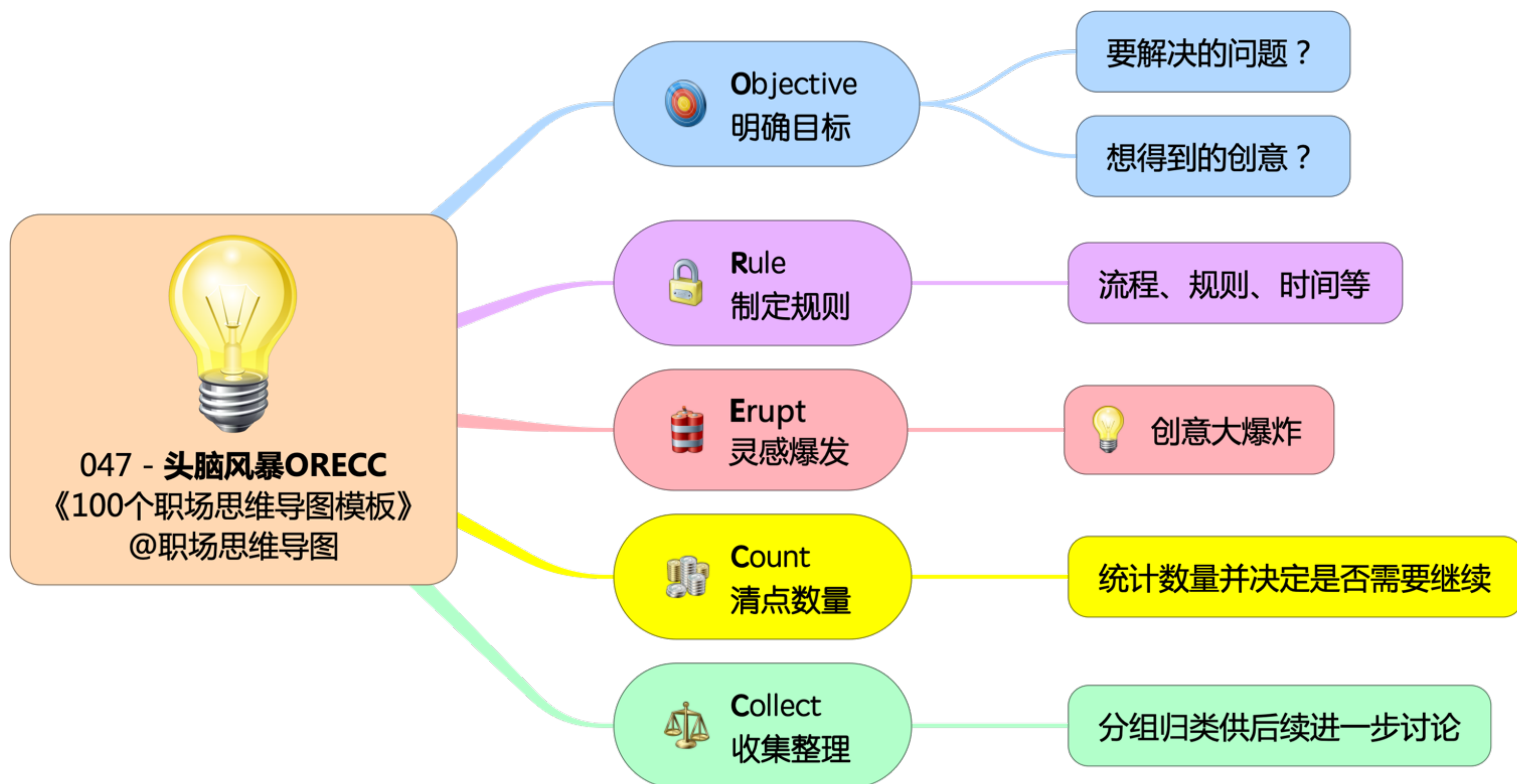
1、明确目标（Objective） 贯彻“以终为始”原则，在开始一场头脑风暴之前，必须首先明确目标。比如想要解决的问题是什么？想要得到哪方面的创意？只有让大家明确了目标，才有可能达成目标。否则就可能变成浪费时间的无效会议；

2、制定规则（Rule） 千万不要小看了规则，国内大量失败的头脑风暴会议就是缺乏明确的规则，最后导致整个创意过程七零八落，很多想法还没提出来就被扼杀了。黄老师建议大家一定要在开始头脑风暴之前强调后续的流程和规则，比如不允许打断某人的发言，不要着急判断对错等；

3、灵感爆发（Erupt） 高效率的头脑风暴离不开好的会议引导，就像六顶思考帽中的蓝帽一样，需要有人来把控整个会议的进程。把上面提到的目标、规则、流程等告知参会人，并严格执行，促进更好的爆发出创意和灵感；

4、清点数量（Count） 创意灵感的数量是头脑风暴中的一个重要指标，所以在每个阶段结束后，记得清点数量。比较下是否达到了当前阶段设定的最低值，如果没有到的话主持人需要考虑是否给大家更多的时间进一步思考；

5、收集整理（Collect） 进行完上面的这些步骤，接下来也是最重要的就是从这些创意灵感中寻找达成目标的线索，将它们进一步的分组归纳整理。这也是头脑风暴最宝贵的产出物；



黄老师提示：

头脑风暴可能是职场中大家最常遇到的一种会议了，但是要用好头脑风暴并不像想象中那么简单，需要注意以下几点：

①明确头脑风暴目标：没有**目标**的头脑风暴可能就是一场闹剧，大家开了半天脑洞却对工作没有任何帮助！

②强调头脑风暴规则：最重要的一条可能就是“**延迟判断**”千万不要在一个灵感创意被抛出后着急去讨论对错、可行性等，这样只会限制大家进一步产生好的灵感！

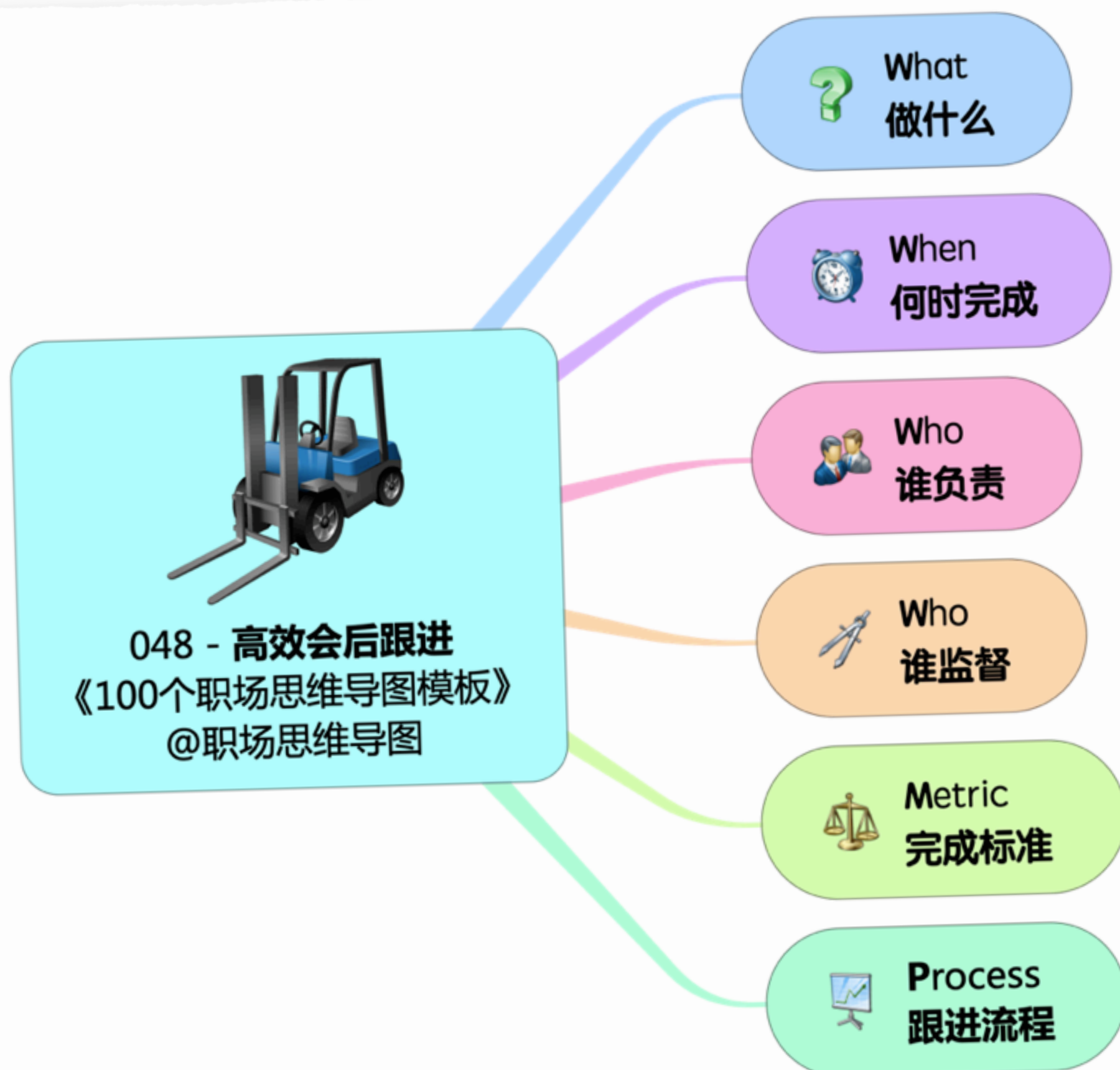
③数量很重要：一定记得定时检查大家产生的灵感数量，头脑风暴某种程度上来说更追求“**数量**”！



《100个职场思维导图模板》048

高效会后跟进

用思维导图提升会议效率





高效会后跟进

“会而不议、议而不决、决而不行、行而不管”是大家目前所面临的职场会议四大痛点，其中只可惜的就是行而不管。因为好不容易达成了一致的决议如果不严格执行并及时跟进效果，那前面这些时间和精力就都白费了！今天黄老师就来给大家介绍一个原创的**4WMP**会后跟进模型。

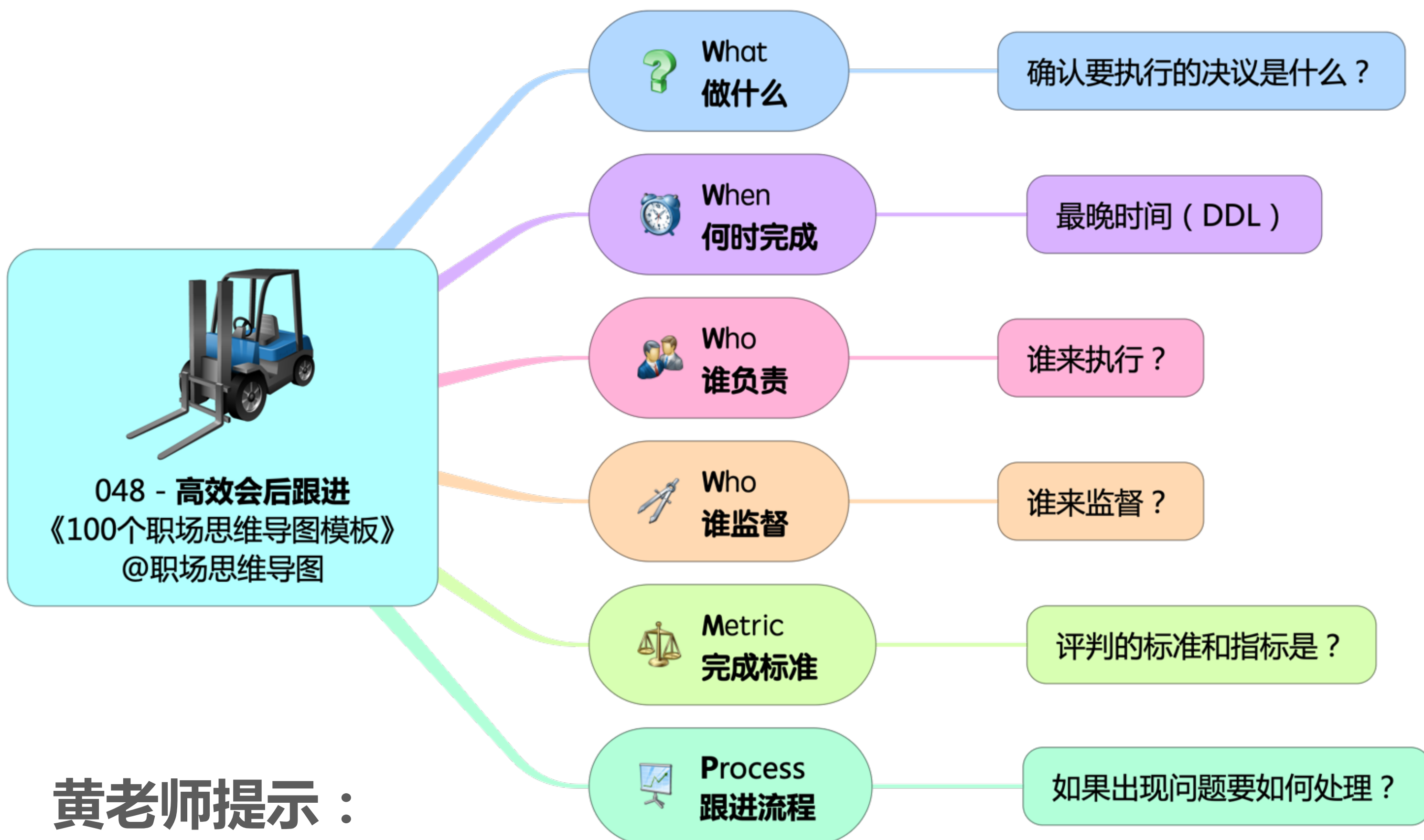
1、做什么 (What) 首先明确接下来要跟进的具体是哪个决议，如果这个都没搞清楚，那结果可想而知了；

2、何时完成 (When) 其次明确最后期限 (DDL-Deadline) 是什么，一个决议通常有时效性，如果不及时完成可能内外部环境都会发生很大的变化，可能到了那时意义就不大了；

3、谁负责、谁监督 (Who) 然后一定要把责任落实到具体的执行人和监督人。甚至明确相应的奖惩机制，只有这样才有可能确保执行和监管到位；

4、完成标准 (Metric) 怎样才算达到了预期的目标呢？这就需要明确完成的标准，尽可能是一个可量化的指标；

5、跟进流程 (Process) 如果在跟进过程中产生了问题那要怎么办？有没有相应的问题处理流程？比如由监督人发起一个会议召集大家商议；



黄老师提示：

光开会不执行等于白开，怎么样高效的执行和跟进会后的决议是非常重要的，4WMP模型可以很好的提升效率：

①**4W**：What执行什么、When何时必须完成、Who谁来执行、Who谁来监督；

②**M**：完成标准，怎样评判是否按要求完成？首先需要明确的量化指标作为依据；

③**P**：一旦在执行过程中出现问题，该如何处理？事先就确定相应的流程可以极大的提高问题处理效率；



《100个职场思维导图模板》049

SMART 目标模型

用思维导图提升会议效率





SMART 模型

“会而不议、议而不决、决而不行、行而不管”是大家目前所面临的职场会议四大痛点，怎样的决议才是好的决议？彼得·德鲁克提出的SMART模型是广为流传的目标管理方法，符合SMART模型的决议才称得上是一个好的决议：

1、Specific 目标明确：目标清晰且可明确描述，例如：2023年底前A、B、C三款产品总计完成1亿人民币的销售额并确保利润不低于500万；

2、Measurable 可以衡量：目标如果无法衡量那就无法检验其是否完成，例如：研发一款受用户喜爱的产品...显然这个目标无法很好的加以衡量，可以修改为“研发一款目标用户为年龄区间18-25岁的卡牌类手游，半年内下载量达到100万”；

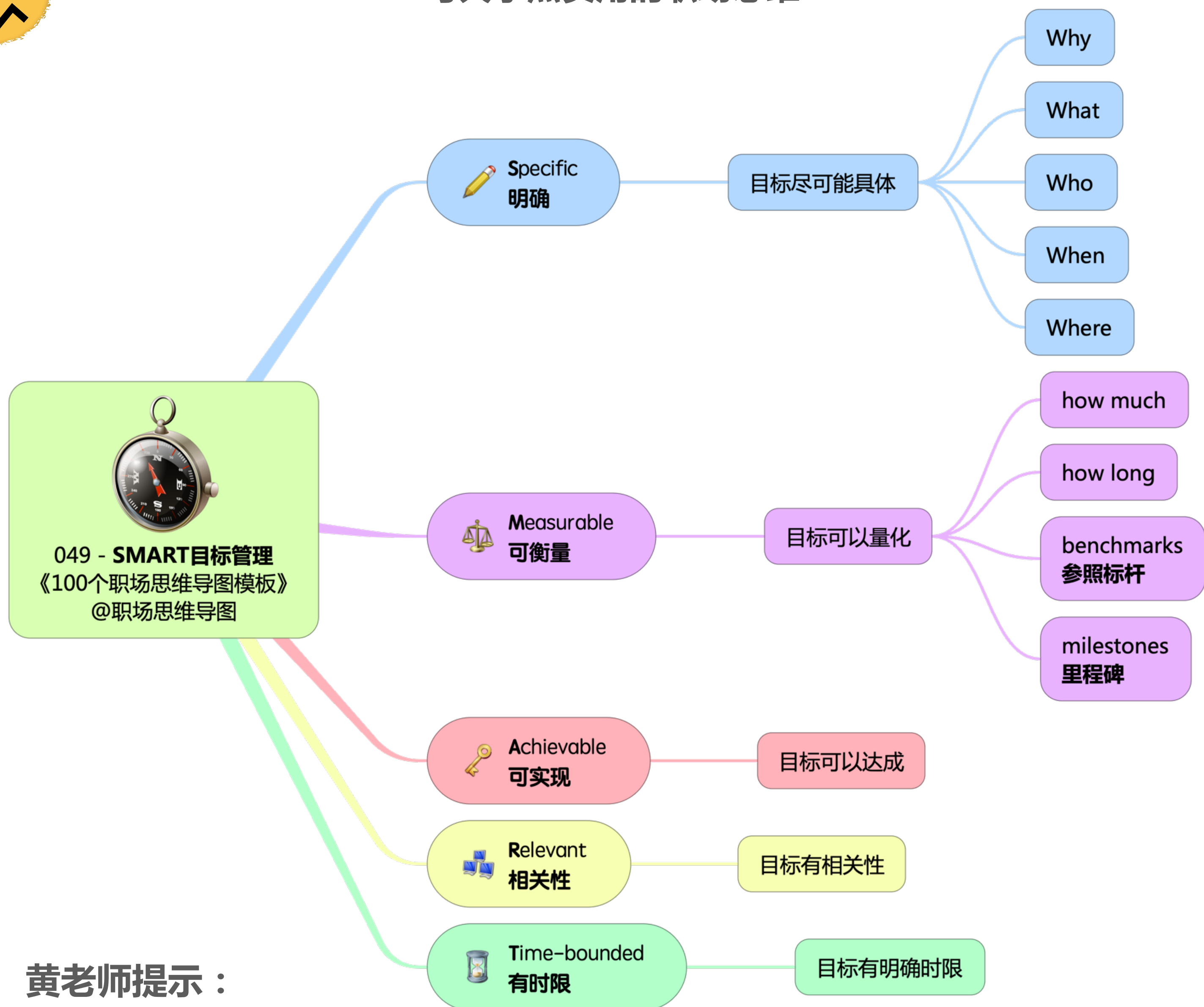
3、Achievable 可实现：一个好的目标必须是符合实际的，通过现有的资源经过合理规划可以实现的。如果只是提出一个看似高大上但却无法实现的目标，那只会是浪费时间；

4、Relevant 相关性：通常企业会有一个大的战略目标，其他目标在制定的时候应该和大目标保持相关性和一致性，否则这样的小目标很容易被认为是偏离大方向的投入，在遇到外部环境变化的时候很有可能会被喊停；

5、Time-bounded 时限性：最后一个好的目标必须有明确的时限性，注意这里并不是说目标必须在短时间内实现，而是说针对一些长远的目标，企业或个人也应该有一个最晚时限的意识，否则这个目标就永远无法落地；



• 每天学点实用的职场思维 •



黄老师提示：

SMART目标制定是职场人士所应该熟练掌握的目标管理工具，在每个目标被设定的时候都可以对照这一模型，避免因为目标本身的问题导致资源的浪费：

- ①可以借鉴6W3H模型来描述目标，做到尽可能清晰明确；
- ②目标一定要可以被量化，否则后续很难评判目标是否被完成；
- ③有些目标在无限资源投入的情况下可以实现，但是实际工作场景中这基本上不可能，所以可实现性强调的是基于目前的资源情况来判断是否达成；
- ④有时候目标本身没有错，但是和更大的目标却没有相关性甚至还会起到相反的作用，这个时候就要引起重视了。可能这个目标会对企业产生负面影响。



《100个职场思维导图模板》049

LISTEN 聆听模型

用思维导图提升会议效率





LISTEN 聆听模型

会议的核心目标是“议论”，主要形式是对话，但是大部分人都只懂得“说”，却不懂得“听”，这就导致了很多人会议经常淹没在众人的口水中，很难真正形成决议。今天黄老师来给大家介绍一个提升聆听力的LISTEN模型：

1、Look 注视：在会议中第一种取得发言人信任的方法就是注视对方的双眼，让对方真切地感受到你此刻正在认真地关注他；

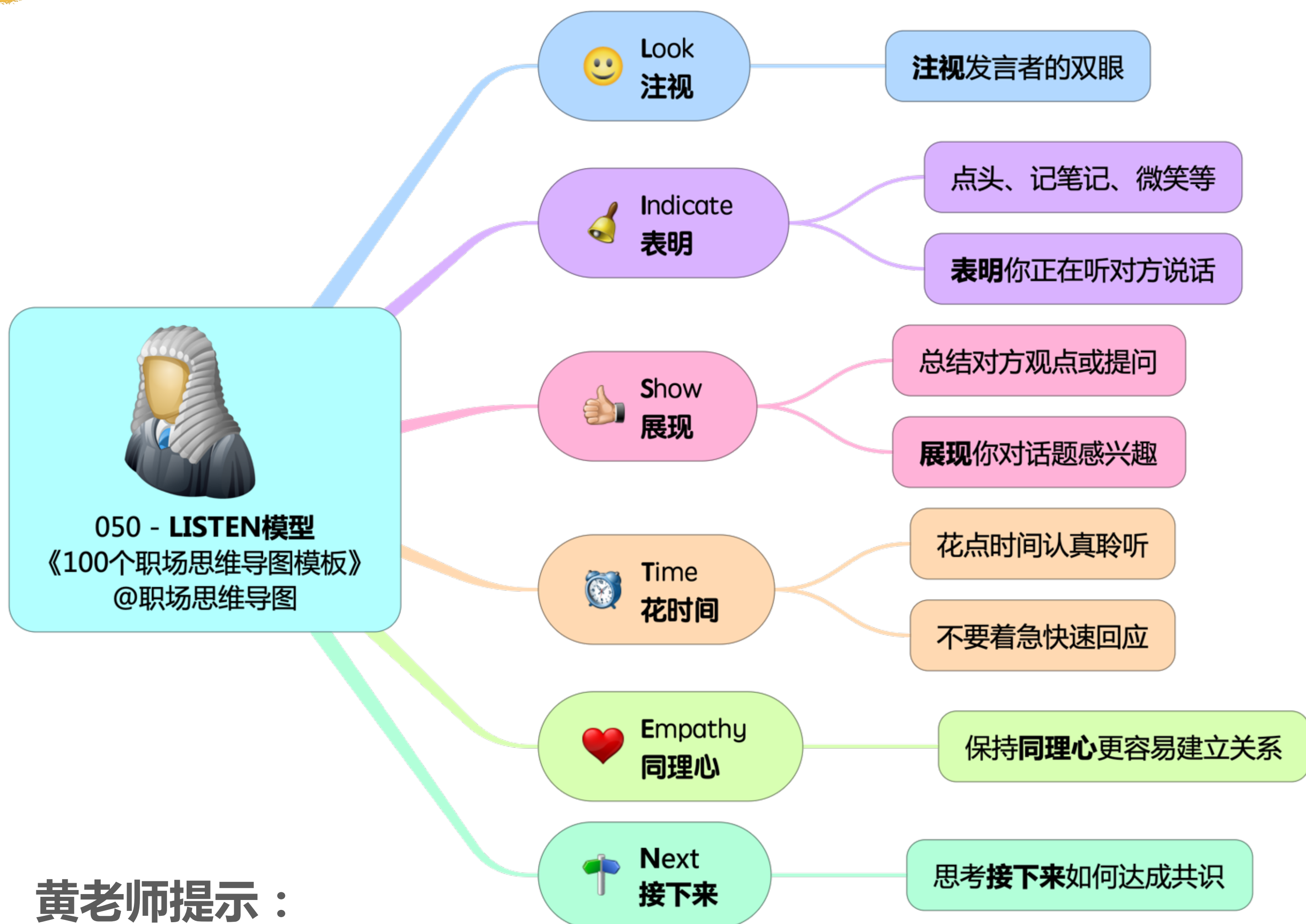
2、Indicate 表明：第二种做法就是点头示意、认真记录笔记、微笑等方式让发言者感受到你在认真地听他发言；

3、Show 展现：第三种做法就是总结发言者的观点或者提出你的问题，通过这种方式来展现出你对对方分享话题的兴趣；

4、Time 花时间：第四种做法是不要立刻做出回应，花点时间认真思考后再给出你的观点，避免很草率地激怒对方；

5、Empathy 同理心：第五种做法时刻尝试用同理心去理解发言者的观点，这样能更好的换位思考保持同频；

6、Next 接下来：最后等发言者结束发言后，可以考虑接下来如何推进议题，或者如何尽可能达成共识；



黄老师提示：

会议和沟通的本质是交换信息，通过良好的沟通可以更高效地提升会议质量，在这个过程中良好的聆听能力是不可或缺的，Listen模型可以很好的让参会者有意识地去关注其他人的发言，尝试从中获取有用的信息。

①眼睛是心灵的视窗，通过注视对方的双眼，可以很好的表现出你在认真听对方讲话；

②好记性不如烂笔头，别人发言的时候动笔记录是很好的习惯，同样能让对方感受到你在认真听；

③保持同理心能更容易理解对方的立场和观点，同样也能为接下来如何更高效的达成一致提供帮助；



• 每天学点实用的职场思维 •

❤感谢您的观看！

欢迎扫码添加专属学习小助手（备注思维导图学习）



加入职场思维导图粉丝群进一步交流

官方网站：www.huangyidong.com



官方小红书：
职场思维导图



官方公众号：
黄亦栋职场思维导图培训



官方视频号：
易懂思维