

BOOK

「ブランドデザインブックス」シリーズ第3弾

『ビジネスは「非言語」で動く』 ～合理主義思考が見落としたもの～



<書籍情報>

著者：博報堂ブランドデザイン

ページ数：224頁

発行：株式会社アスキー・メディアワークス

書店発売日：2012年8月10日（金）

<目次>

はじめに——論理で説明できないものが売れる時代

第1章「たとえ」は、なにを伝えているのか

第2章大切なことは「非言語領域」に眠っている

第3章経済は「非言語」で動く

第4章「非言語領域」から生活者の真のニーズをつかむ

第5章アイデアとコミュニケーションに「非言語」を活かす

第6章チームの限界は、言語の限界

第7章非言語的自分になるために

おわりに

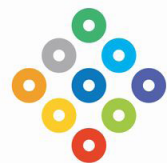
「正しくやった」のに「うまくいかない」こと、ありませんか？—このところ、ビジネス界の最先端では、「非言語領域の情報」に対する関心が高まっています。ハーバードビジネススクールのザルトマン教授によれば、人間が言語化して意識できる情報は5%。残りの95%は言語化されない、とされています。言語化情報ばかりに頼って情報の大半を取り逃がしてしまうことなく、「非言語領域の情報」を上手く使いこなすにはどうすればよいか。本書では、その重要性を改めて提起し、「非言語領域を活用したビジネスコミュニケーション」を読み解きます。

<「ブランドデザインブックス」とは>

会社って楽しい！会社員で良かった。そう思ってもらえるようなビジネスヒントの提供をコンセプトに、博報堂ブランドデザインが様々な業界のクライアントや専門家と接する中で培った知識と経験を分かりやすく、読みやすく提供する新書シリーズ。第1弾『「応援したくなる企業」の時代』、第2弾『あなたイズム』（ともに2011年6月発売）、第4弾『ビジネス寓話50選』（2012年8月発売）は、各方面から大きな反響を頂いています。

<博報堂ブランドデザイン>

ブランド専門家の立場から、CI/ネーミングなどのブランディングに関わるアウトプットの開発・制作までをワンストップで実行し、一貫したブランド構築ソリューションを提供するブランディング専門チーム。
事業戦略/空間開発/商品開発/組織風土改革/人材開発支援/都市計画/新規事業開発など、様々なビジネス領域における成長戦略の立案・実現の支援を行っています。
<http://www.h-branddesign.com/>



hakuodo brand design



読みやすさを追求した書体を使用