

<<至关重要的设计>>

图书基本信息

<<至关重要的设计>>

内容概要

设计于企业至关重要，本书于设计至关重要。

在《至关重要的设计》中，苹果前首席设计师领衔讲述，如何成就俘获人心的伟大设计，如何为你的客户设计出心仪的体验。

书中呈现了世界顶尖设计大师对于设计内涵与企业文化的精彩诠释，伟大的设计不只是参与游戏，而是重写游戏规则，要建立以设计为导向的文化，让设计意识融入企业文化的每个细胞当中。

· 读懂设计，你也许就是下一个苹果。

<<至关重要的设计>>

作者简介

罗伯特·布伦纳 (Robert Brunner)

作为工业设计师，罗伯特·布伦纳是高科技领域的标志性人物。

他曾为苹果公司的首席设计师，苹果工业设计部门的创立者。

他在苹果公司担任工业设计主管时，他创立了工业设计小组 (Industrial Design Group)，开发了世界上第一款平板电脑苹果Newton，以及奠定了如今笔记本电脑标准PowerBook

。同时，他还是Mac电脑，即iMac的前身的发明者。

之后，他又设计了第一款Kindle。

后来，他作为Pentagram (世界最具影响力的设计公司之一) 的合伙人，他与包括耐克、微软、惠普、戴尔以及诺基亚等《财富》500强公司合作，并为许多国际企业研发新产品。

2007年初，罗伯特创立了Ammunition公司，这是一家专门从事产品设计、品牌以及互动开发的咨询公司。

作为工业设计的大师，布伦纳多次获得美国工业设计师协会 (IDSA)，Red Dot，iF 这几个设计师协会的奖项，仅 IDSA

他就获得总计 23 次奖项，其中有8次评为最佳。

他的作品已作为一项永恒设计被收藏于现代艺术博物馆。

此外，罗伯特还在斯坦福大学教授高等产品设计课程。

<<至关重要的设计>>

书籍目录

设计，至关重要

设计是一条“in”的咒语
拥有完整的设计
要么设计，要么去死
设计就是有意识地经营你与顾客之间的互动点
你能成为下一个苹果吗
真正的好设计如同空气一样
你是谁？
你在做什么？
你的公司重要吗？

三个问题锁定公司的未来
没有你，世界会不会黯然失色
设计，与顾客的梦想相连
不只是参与游戏，而是重写游戏规则
让你的产品与客户建立情感纽带
用伟大的设计去建立一个“刀枪不入”的品牌
用伟大的设计去重新定义一个产业
以设计为导向
让设计自上而下
做“首席体验官”
以设计指导制造，而不是以制造
指导设计
把冰冷的数据转换成伟大的设计
品牌不等于Logo
为什么你的品牌并非如你所言？

时时留意你的口碑
让品牌“活”起来
你的品牌能与人沟通吗
你是“真酷”，还是“装酷”

打造完美体验

产品，至关重要的体验门户
以体验为始，以体验为终
把自己当做顾客
用设计管理客户体验供应链
你的产品会与顾客交谈吗
让你的产品乖乖替你说话
创造精准的设计语言
开始你自己的设计语言与策略
不要去取悦所有人
用标志性产品讲述最纯粹
最标志性的语言
伟大的设计人人有责
改变文化需要时间

<<至关重要的设计>>

了解风险，而不是避免风险

伟大的设计需要信念与承诺

领导，伟大设计的根本

管理创意资源

寻求最富有生命力的美妙体验

设计成就未来

设计，是一个过程，而不是偶然事件

<<至关重要的设计>>

章节摘录

版权页:01 Design matters 设计，至关重要你可以创造一项好的设计，制作一个不错的实物，但这并不意味着它将成为一个优秀的产品或一桩好生意。

也许还算成功，也许会赢得某些奖励，甚至这会成为某些博客上热烈讨论的话题。

然而，伟大的产品与好产品之间的区别就在于，伟大的产品会体现出一种大众能理解和感知的理念，这种理念能够在大众心目中成长，从情感上与之契合。

现在，你可以设计一款与iPhone相似的产品，拥有漂亮的细节和材质，但这并不意味着它最终能够成功。

除非你拥有一个强大的理念，能够覆盖它的外观展示、操作、功能，以及它与大众沟通的方式、它的品牌定位和品牌效应。

只有当以上提及的各方面全部具备且相辅相成时，才能形成一款优秀的产品，从而成就一番好事业。

当然，时机也非常重要。

要不是手机、数码相机、掌上电脑、MP3以及手提电脑逐渐成为我们生活中密不可分的部分，我们就不会意识到自己是多么想拥有一部iPhone，一部功能繁多，却又简单奢华的手机。

如何通过设计让你的公司与顾客建立联系，正是本书的核心主题之一。

完整的设计应该包含顾客对公司的所有体验：亲眼所见，交流所感，以及接触所得，这些会逐步形成观念并激发出想拥有你的产品的欲望。

这些触点不应该只是碰巧被激发，而必须去精心地设计和协调，这能让你在顾客心目中有着举足轻重的地位，你和你的顾客都会非常享受这种一拍即合的感觉。

达到这种境界的方法就是，将产品设计看做一个整体概念，包括产品如何操作，给顾客的印象如何，以及给顾客的感受如何。

纳入设计的是整个体验过程：假如你是顾客，你会如何购买此产品，当你真正拥有此产品并打开包装盒时，有什么事情发生，你会有怎样的感受，以及有关产品的一切是如何与你沟通的。

当然，这一切都是你开始去了解此产品时会产生的一连串事件。

这也是设计的一部分，所有这些触点对你而言具有非凡的意义。

拥有产品只是下一步关系的开始。

产品有问题时会发生什么事？

之后又会发生什么？

对此，顾客有何感受？

所有这一切都必须纳入客户体验的总体设计中。

IDEO设计公司就是基于这样的观念来开展所有工作的。

该理念认为，设计并不仅限于制造带有各种按钮的产品，而是涵盖了设计理应包含的方方面面：大众与产品之间的所有互动。

因为这些产品既创造（或毁灭）了大众与公司之间的关系，也决定了他们是否会关注某家公司。

在这些顾客中，有些是以旧想法去理解设计的含义，认为设计只是创造视觉或实体效果，而有些则把设计看做是整体体验。

例如，电话服务所带来的体验应该如何？

这是怎么设计出来的？

无疑，这就是一种设计出来的体验——要么是刻意为之，要么是遵循潜规则。

我们试图传达给你的是：除非真正掌握设计的概念，否则将只有死路一条。

当然，你的产品本身也应该无可挑剔。

要么设计，要么去死事实上，设计制胜或死路一条，对于制造产品，以及提供服务的公司而言是至关重要的抉择。

商家必须了解如何设计客户体验，否则就将被抛弃在无人问津的墓地里。

然而，令人相当惊奇的是，美国汽车制造业在某种程度上似乎并未掌握设计理念。

为什么呢？

<<至关重要的设计>>

因为在设计问题上，美国的汽车业并无一个令人满意的答案。

但是，欧洲汽车制造公司在设计上却一直远远优于美国同行。

可以猜测，美国汽车制造业并不清楚如何将注意力集中在他们希望创造并提供的体验上，而这一体验又会引起之后的一连串反应。

但真正令人难过的是，当美国汽车业一统天下时，设计曾是它们最灵验的咒语。

想想那些大胆的铬合金配件和尾翼设计吧！

另外一个非常重要的理念就是：当一切已经完成时，你的顾客并不关心过程只关心结果，但对你而言，每件事细节的部署和落实都很重要。

策划、制造并分析成本构成的过程，这一切都非常重要。

商家们对此情有独钟，因为一个方便的Excel界面就可以将所有的东西全部量化。

但最终，如果设计体验出错，这一切都会付诸东流。

1997年，就在史蒂夫·乔布斯重返苹果公司后不久，在当年的高德纳IT专场研讨会(97GartnerSymposium/ITxpo)上，有人问戴尔公司创始人兼主席迈克尔·戴尔：“如果是你，会怎么从财政上治理麻烦不断的苹果公司？”

戴尔回答道：“我该怎么做？我会直接让公司关门大吉并把钱还给股东。”然而，令他出乎意料的是，14年后的苹果，市值不但超过了戴尔和IBM，还逐一超过了谷歌和微软，成为世界上最大的科技公司。这家十多年前还处于破产边缘的公司，如今却称霸全球，迈克尔·戴尔不得不承认当初自己是大错特错了。事实说明了一切——苹果至关重要。而我们又能从中能学到什么呢？

扎林(TimBajarin)会面。巴扎林被认为是横跨个人电脑与科技消费两大领域的著名分析师及预言家，他向乔布斯提出的问题之一便是，如何让苹果公司重返赢利之路。让他惊讶的是，乔布斯提出的基本解决方案之一竟是“工业设计”。在当时，这句话毫无意义。然而，苹果公司却很快推出了用色大胆且屏幕可随意转动的iMac，这让整个外观单调呆板的个人电脑行业都大吃一惊。之后，苹果公司继而推出了iPod，以及更为优雅的iMac以及iPhone，这些都被《个人计算机杂志》(PCMagazine)的专栏记者兰斯·乌兰诺夫(LanceUlanoff)称为“21世纪最青春永驻的产品”。目前，苹果公司又以超薄、超轻和时尚的MacBookAir令手提电脑市场刮目相看，同时，它还凭借iPad打入了平板电脑市场。

<<至关重要的设计>>

媒体关注与评论

“这是个真正的改变游戏规则的人！
设计体验是改变我们世纪的强大动力，就如大众营销在上个世纪的左右一样。
” 约翰·斯考利（John Scully），百事公司和苹果公司前首席执行官 “
伟大的设计是与你的客户建立深厚的关系。
如果不这么做，就会功亏一篑。
这本书向你展示如何成就伟大的设计，以及其他更多能够带给你惊喜的东西。
请做好准备，让你的观念焕然一新。
” 比尔·伯纳特（Bill Burnette），斯坦福大学，设计项目执行总监 “
设计是最伟大的改变者，然而很少人能对一点有透彻了解。
《至关重要的设计》展示了一系列这个领域最鲜活最典型的案例，能够让完全你理解整合设计策略的意义。
” 雷·瑞利（Ray Riley），微软公司娱乐与产品设计总经理 “
本书对你而言是个挑战，它提出并解答了当今总裁才会思考的重大问题。
所以，打开书，开始阅读吧。
” 诺亚·科纳（Noah Kerner），Noise公司首席执行官

<<至关重要的设计>>

编辑推荐

<<至关重要的设计>>

名人推荐

<<至关重要的设计>>

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:<http://www.tushu007.com>