

<<洞悉狂想>>

图书基本信息

书名：<<洞悉狂想>>

13位ISBN编号：9789862410691

10位ISBN编号：9862410698

出版时间：2009-11-4

出版时间：天下雜誌

作者：黃世嘉

页数：192

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>

<<洞悉狂想>>

前言

當創意遇上生意，我這邊提出一個個人觀察與思考而得到的架構。
創新，現已成為關鍵的競爭要素，當生產工具普及（如代工），消費資訊發達（如網路），商業的運作必須要立體化地掌握多項要素，才能有效地達成消費者與生產者之間的潤滑價值，產生利潤空間。在這樣的環境下，創意者應該學習生意，以穩固創作的效益與價值。

生意人應該學習創意，讓創意的思維（在本書稱為「創意心靈」）能融入商業的運作。

現代商業競爭的關鍵之一，在於贏得消費者的心，因此我特別把「挖掘需求與感受」從4P中拉出（這類內容傳統是落在消費者行為分析或是新產品發展），成為我個人思考的首站，作為創新產品思考時的核心，是創意商務三角形的第一個角。

創新通路與行銷的方式，是小資源或新進者最感興趣的題目，我把這個列在創意商務三角形的第二個角。

商業結構與模式，在商業世界中是極為重要的一環，值得商業家以及創業家多了解，更是值得用創意心靈來面對、挑戰與創新。
是創意商務三角形的第三個角。

<<洞悉狂想>>

内容概要

推薦人：學學文創志業董事長 / 徐莉玲 簡約優雅的線條，從瓶蓋到瓶身，表現出單純的生活主義。

創意人該懂得做生意 生意人也要會玩創意 商業世界變化得愈來愈快，過去壁壘分明的領域也全都攪和在一起。

不論大企業小公司，都感受到「沒有創意就活不下去」的壓力。

北歐櫥窗公司總經理、暢銷書《北歐魅力ICE》作者黃世嘉，透過在生活與工作中深刻感受創意的價值，告訴你什麼是成功創意商品背後的商業邏輯，如何把生意與創意結合，更重要的是如何感受與挖掘消費者細膩的需求。

北歐櫥窗公司總經理、暢銷書《北歐魅力ICE》作者黃世嘉： 創意人該懂得做生意 生意人也要會玩創意 商業世界變化得愈來愈快，過去壁壘分明的領域也全都攪和在一起。

不論大企業小公司，都感受到「沒有創意就活不下去」的壓力。

大家都愛談創意、談美學、談設計，卻往往忽略「商業邏輯」。

創意未必能成為好設計，漂亮的設計不必然成為好用的商品。

因為創意不是設計公司或廣告公司在談。

而是應該成為每個公司都能夠擁有的重要關鍵能力。

身為知名品牌「北歐櫥窗」總經理，黃世嘉在自身創業的歷程中，深刻感受到創意對生活與企業的幫助，同時也開始對創意與生意間如何完美結合產生興趣。

在新書《洞悉狂想》中，黃世嘉將與讀者分享什麼是「有價值的創意」？

透過一則則他所觀察到的好玩案例，告訴你什麼是成功創意商品背後的商業邏輯。

如何把生意與創意結合，更重要的是如何感受與挖掘消費者細膩的需求。

<<洞悉狂想>>

作者简介

黃世嘉 台大商學系畢業，畢業後於挪威工作兩年，擔任Opera Software公司亞洲商務發展經理；回台後創立「北歐櫥窗」公司，並從事專欄寫作。著有《北歐魅力ICE》（天下雜誌出版）。

<<洞悉狂想>>

书籍目录

第一篇 創意心靈以柔克剛，逆向思考想像未來跳Tone或靠譜創意的原料認識自我
第二篇 挖掘需求與感受供需的遊戲一 供需的遊戲二 讓感動口耳相傳「第二」的經濟機會創新All in One販賣希望和恐懼美聲男伶的創新感受力的創新創業解決未被滿足的需求
第三篇 創新行銷幽對手一默關鍵47秒命名的創意大堡礁的另類行銷走進人群的北歐行銷七分鐘婚禮的創意啓發迷你小卡通路的創意克服文化差異的行銷文案孔明借箭
第四篇 商業模式的新思維平台創業的迷思多邊策略模式你，上過電視了沒？
USB的創意老闆跟員工，誰才應該有創意？
網路創業真的好嗎？
自導自演

<<洞悉狂想>>

章节摘录

這本書的問世，起源於我個人的興趣與需要。

我一直喜愛的商業書籍，是能提供足夠啟發，有點理論基礎，不要只有活跳跳的敘事；有些思考脈絡可以學習，不要只有天馬行空的創意；有周遭小人物的故事，不只看《財星》五百大的偉大；想有多元的國際案例，不只談本地的創意故事。

也許自身也在經歷創業的旅程，深刻感受到創意對生活與企業的幫助，使得我開始對這樣的題材特別感興趣。

在過程中很多經歷，我看到了有價值的創意，不寫出來也有點可惜。

因為這樣，我開始了在《快樂工作人》(Cheers)雜誌寫專欄，將我自己的小小觀察，用商業創意以及創業的角度來分析，自得其樂，也得到不少讀者的共鳴。

決定付梓出版後，重新整理思路的過程中，我更深入地去思考了「創意是什麼」這件事。

活出創意生活的人不多，但有創意潛力的人很多。

創意人如果能夠更精準地運用自己的獨特觀點，發揮更大的商業價值以及文化影響力，實為一大樂事。

擁有生意成果的人不多，但想做生意的人很多，生意人如果能夠更開闊地運用多元的創意，突破瓶頸、提升企業價值與客戶關係、拉高毛利、贏得尊敬，不亦快哉？

商業的世界變化愈來愈快，傳統的商業管理架構天天在變，網路、社群、媒體變化多端，要看清世界面貌已經成為一門藝術，而且是動態藝術。

我們找不到一艘船可以帶我們渡過波濤大海，我們必須要在浮沉當中看準座標，隨時重新棄船、造船再出發。

這樣的世界中，過去壁壘分明的領域，也全都攪和在一起。

宗教大方地做起生意，文化人得愈來愈像商人（例如村上隆的藝術創業論引發爭議與討論），同時，成功品牌愈來愈像聖教；全球化的時代，連菜市場的阿嬤都得對華爾街破口大罵。

無論你喜歡不喜歡，世界已經是如此。

如果你是大企業，應該很能深刻體驗到「不持續求新求變就活不了」的壓力。

如果你是小企業，缺乏創新可能不至於活不了，但很可能「成長不了」。

新一代實業家的本質，就是用創意的方式打造渴望模式，並運用商業頭腦建一道水門，讓供需不平衡，錢就像水一樣往你這邊流。

像賈伯斯(Steve Jobs)那樣的奇才，有人文氣息創造超高感度，技術與商業上又精得要命，就是新一代贏家的寫照。

企業普遍會愈來愈短壽，速食化成為主流，經典愈來愈難出現。

短生命週期的概念會開始滲入每一個行業，開一家餐廳，你可能要做好只紅三年的準備，如果想要維持品牌歷久不衰，就要不斷自我挑戰，重新定義所在的行業範疇，重新思考提供消費者的價值是否還存在。

創意與突破性的思考，永遠都是你面對時代的重要工具。

老的家族企業重新盤點自身的企業價值，許多透過第二代、第三代的創新思維變出新魔術，這類案例正在台灣發生，成為下一波台灣經濟的推手。

新創業者則是比上一代更加懂得運用新世界的規則，順勢而起，取而代之。

我發現，在思考創意與商業如何碰撞的這個題目時，不再只是「用創意賣商品」、或是「用商業運作把創意加值」這麼狹窄，而是一種思維上的轉變，我體會到創意的思維，正在發揮無比強大的力量，化身於各行各業當中。

我家裡有好多本《寂寞星球》(Lonely Planet)系列旅遊書，我尤其愛它有些主觀的風格，有時候一個作者喜愛的小咖啡館，所占的篇幅多過於著名景點。

本書如蒙您費時一讀，這樣的風格，還請多包涵。

<<洞悉狂想>>

媒体关注与评论

學學文創志業董事長 徐莉玲

<<洞悉狂想>>

编辑推荐

創意人該懂得做生意 生意人也要會玩創意 商業世界變化得愈來愈快，過去壁壘分明的領域也全都攪和在一起。

不論大企業小公司，都感受到「沒有創意就活不下去」的壓力。

北歐櫥窗公司總經理、暢銷書《北歐魅力ICE》作者黃世嘉，透過在生活與工作中深刻感受創意的價值，告訴你什麼是成功創意商品背後的商業邏輯，如何把生意與創意結合，更重要的是如何感受與挖掘消費者細膩的需求。

作者簡介 黃世嘉 台大商學系畢業，畢業後於挪威工作兩年，擔任Opera Software公司亞洲商務發展經理；回台後創立「北歐櫥窗」公司，並從事專欄寫作。著有《北歐魅力ICE》（天下雜誌出版）。

<<洞悉狂想>>

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>