

《创新设计》

图书基本信息

书名：《创新设计》

13位ISBN编号：9787121229706

出版时间：2014-5-1

作者：Craig M. Vogel , Jonathan Cagan, Peter Boatwright

页数：244

译者：吴卓浩,郑佳朋

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《创新设计》

内容概要

本书以翔实的案例和独到的见解，向大家展现了一个产品创新的世界：什么样的人，在怎样的条件下，如何为他们瞄准的用户开发创新型的产品和服务，这些人是怎样成为“新型创新者”的，他们是如何在大型的成熟公司或者在小型的创业公司中搭建团队和营造创新氛围的，在发起并推动产品和服务创新的过程中会遇到怎样的挑战和困难，这些人是如何应对的，并将创新解构为易懂的一个个部分，构成引人入胜的论点：什么是创新，为什么创新重要，如何开始将你和你的公司转变为适应当前市场的需求。

在充斥着各种诸如“互联网思维”、“敏捷开发”、“用户体验致胜”、“社会化产品开发与营销”、“大数据驱动”等新型的产品和服务创新方式的年代，阅读这本充满真知灼见的书，无疑会增进你赶超时代潮流的步伐。

本书适合愿意创新、愿意改变世界的所有人阅读，无论您是产品经理、项目经理、设计师、市场营销人员，还是企业管理人员，抑或是充满闯劲的创业者、踌躇满志的学生。

《创新设计》

书籍目录

《创新设计》

精彩短评

- 1、务实创新，这才是真谛。创新不是科技发明，不是奇异设计，创新是解决实际问题。
- 2、豆瓣口味还是真是明显，翻译不好正好可以自行理解揣摩。
- 3、案例集，翻译也有点疙瘩,不实用
- 4、不太好看 就是些案例啥的 翻译略挫
- 5、翻译的太差
- 6、厉害的一本书。需要来回研究
- 7、里面列举了很多产品的设计理念，看过很久了，至今只记得一个例子就是削土豆皮刀的设计，创新设计的理念并非发明或者颠覆性的设计。
- 8、极度垃圾的翻译！真想对翻译的人说一句：请不要糟蹋了原著！
- 9、翻译太差。主要是分析案例的，然而案例内容也很冗长，主线不明晰。
- 10、例子很多，但是描述太简单，没有解释清楚产品为什么成功。还有翻译不佳，读起来比较生硬。
- 11、空洞无力，不知所云，除了专利一块还算有点东西。本年度最差的书籍！

1、这本书开局很大，基本是面向能左右企业战略方向的读者。但是也不妨碍作为一个普通读者从更开阔的角度去理解创新的不同定义与应用。以下为笔记：1.狄更斯：这是最好的时代，也是最坏的时代。命运决定于我们如何有效的把障碍转变成机会。我们不能把未来寄托于好运，当我们能学着洞察先机，增加成功的概率。2.创造的能力在于发掘原本模糊事后却证明却为人所需的东西，这是一种在普通事物中看到非凡潜力的能力。3.运用10的次方分析法，解构产品在不同层面的用户需求场景以及产品应对方式。4.真正的产品是基于对用户的精准评估的，而不仅仅是以精准为导向的产品开发过程或者制作精良的产品。5.在傻瓜流程中填空的工作方式和在使用过程中获得深刻的见解，前者是没有上升空间的。6.好的产品不仅仅需要关注技术维度，还要善于将技术作为用户可以使用、被渴望并且有用的东西或服务。7.创新从消费者角度来看是有价值的飞跃，从生产者的角度来看是否有渐进发展。8.创新不仅意味着有好的创意，它还是一个管理过程。常常有一队人马在既定的时间内做出多个互相关联的决定。通常会从成本、性能、用户体验或者美学的角度去权衡，但是只有以用户为核心的方法才能实现利润和高价值分化。在实际的产品开发过程中，应在掌控大局和目标的基础上，随时根据实际变动进行调整。并且在制定决策时融合这些观点，得出最大限度发挥每个变量潜力的解决方案，阿隆·罗尔斯顿在手臂被200公斤的石头压住难以脱身时，就能冷静的分析局势并且做出调整，最后断臂求生。当我们认为我们处于灾难边缘时，如果我们能够退一步，从全局着眼，总是可能找到机会把迫在眉睫的厄运转变为意想不到的成功。9.一个构建自身结构的过程，加上适应十五的变化莫测，这就是创新的基础。10.产品开发的过程中决策的制定就好比蝴蝶效应，一些随机的因素也可能造成产品的不同结局。11.在苏黎世投机定律里有一句关于模式的定律：“在没有显示秩序之前，混乱并不危险”。产品开发的早期通常是杂乱无序的，这是好事，可以帮助我们不断探索学习，在混乱的碰撞中得到灵感。我们学到的越多，对混沌思维就过滤的越好，从而明确产品的方向，获取更好的精确度。一定量的混沌存在并且不得不在体系中发生，如果我们让其早点儿发生，如果诱发得好，那么混沌就会变得很有利：让我们在早期得以探索更多的可能性。12.知识产权之所以重要，是因为知识产权能帮助确定和保护品牌。功能性专利保护技术创新，设计专利保护产品的风格创新。值得注意的是，产品的颜色、包装盒整体展示由版权、商标和产品装饰共同保护，这是定义品牌标识、与消费者建立感情纽带的重要方面。13.IDEO的启示：真正的创新源于对人及其需求的理解。理解人们是怎样与周围世界互动的。然后从技术与商业的角度去平衡它。14.在考虑创新的品质时，我们需要从软品质和硬品质去考虑。硬品质是比较传统的工程品质如：制造类、技术类、环保类和人类工程学。软品质则包括情感、审美、品牌认同、社交、产品或服务互动等。结合两个维度的创新往往能发挥巨大的竞争优势，软品质的提升会带来潜在的利益点，形成情感驱动，与用户建立情感纽带。

2、该书第139页中有这么一段话：当你驾驶着一辆由2万多个零部件组装成的汽车时，想象一下，有多少零部件必须要正常运转。上百人不得不在一个计划中相互协作长达几年之久。创新不仅意味着有好的创意，它还是一个管理过程，常常会有一队人马在既定的时间内做出多个互相关联的决定。这段话十分准确地描述了我们项目研发团队的状态，并使我对自己的工作有了更加清晰的理解。这种生动的描写在这本书中比比皆是，使听上去很玄妙的创新过程变得实际而可操作。

3、本书译者，将于2014-7-18在国家会议中心2014国际体验设计大会现场签售。大家可以关注下后续报道~~~《创新设计:如何打造赢得用户的产品、服务与商业模式》以翔实的案例和独到的见解，向大家展现了一个产品创新的世界：什么样的人，在怎样的条件下，如何为他们瞄准的用户开发创新型的产品和服务，这些人是怎样成为“新型创新者”的，他们是如何在大型的成熟公司或者在小型的创业公司中搭建团队和营造创新氛围的，在发起并推动产品和服务创新的过程中会遇到怎样的挑战和困难，这些人是如何应对的，并将创新解构为易懂的一个个部分，构成引人入胜的论点：什么是创新，为什么创新重要，如何开始将你和你的公司转变为适应当前市场的需求。在充斥着各种诸如“互联网思维”、“敏捷开发”、“用户体验致胜”、“社会化产品开发与营销”、“大数据驱动”等新型的产品和服务创新方式的年代，阅读这本充满真知灼见的书，无疑会增进你赶超时代潮流的步伐。《创新设计:如何打造赢得用户的产品、服务与商业模式》适合愿意创新、愿意改变世界的所有人阅读，无论您是产品经理、项目经理、设计师、市场营销人员，还是企业管理人员，抑或是充满闯劲的创业者、踌躇满志的学生。

《创新设计》

《创新设计》

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:www.tushu111.com