

《HUMBLES完美产品设计法》

图书基本信息

书名：《HUMBLES完美产品设计法》

13位ISBN编号：9787516408239

出版时间：2014-8-1

作者：弗朗塞斯·阿拉加尔 (Francesc Aragall), 蒙塔纳 (Jordi Montana)

页数：260

译者：屈云波

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

《HUMBLES完美产品设计法》

内容概要

HUMBLES是七个英文短语的首字母缩写，分别代表完美设计的七个阶段：

抓住全面设计的机会（Highlight Design for All Oppotunities）

用户识别（User identification）

监测互动（Monitor Interaction）

选择突破口（Breakthrough Options）

提出解决方案（Lay Out Solution）

有效沟通（Efficient Communication）

成功度评估（Success Evaluation）

《HUMBLES完美产品设计法》

作者简介

《HUMBLES完美产品设计法》

书籍目录

第一部分HUMBLES完美产品设计法

抓住全面设计的机会

增加消费者的数量

增加客户的数量

针对潜在客户、现有客户和消费者确定企业战略

避免问题出现

在国外销售

增加旅游业的销量

改善外部声誉

改善内部声誉

预测趋势

培养忠诚的客户

中期成本的削减

产品与服务的创新

将产品转化为服务

以客户作为企业重心

寻找新的业务种类

捍卫企业的道德原则

提高企业声誉

最有可能从HUMBLES完美产品设计法中获益的企业

彼得·柯万的故事

第二章用户识别

谁是潜在的客户

人类的多样性

谁是现有的用户和客户，我们希望他们成为什么人

用户地图

彼得·柯万的故事

第三章监测互动

监测产品或服务的使用情况、客户意愿和需求

监测客户投诉

监测企业声誉和客户满意度

不要让客户义务劳动

收集数据

彼得·柯万的故事

第四章选择突破口

客户的潜在增长以及全面设计的其他目标

改进方案要与企业的主要战略相协调

评估所需投入

把握机会

提高开发与执行改进的能力

提高项目管理能力

七个独立的成功要素

彼得·柯万的故事

第五章提出解决方案

彻底研究每个需要改进的方面

避免原地踏步

确定创新的范围

《HUMBLES完美产品设计法》

研究可行的方案
倾听客户的心声
确保行动的灵活性
撰写详尽的报告
设计样品
测试样品
测试新产品或服务
彼得·柯万的故事
第六章有效沟通
灵活性
避免侮辱性言行
真挚诚恳
简明
尊重对方
渗透性
彼得·柯万的故事
第七章成功度评估
实用性
表达性
可靠性
彼得·柯万的故事
第二部分经验、实例和案例研究
第八章经验
全面设计在日本的成功
将无障碍设施与服务进行整合的FGC
IED设计公司
OXO
第九章以用户为中心的产品和服务实例
第十章案例研究

《HUMBLES完美产品设计法》

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