

《疯狂的简洁》

图书基本信息

书名：《疯狂的简洁》

13位ISBN编号：9787550215542

10位ISBN编号：7550215545

出版时间：2013-7

出版社：北京联合出版公司

作者：【美】肯·西格尔

页数：266

译者：王岑卉

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

《疯狂的简洁》

内容概要

苹果热门产品“i”系列的创意鼻祖

乔布斯御用17年的广告狂人

一旦做到了简洁，你将无所不能。

——史蒂夫·乔布斯

对史蒂夫·乔布斯来说，简洁是一种宗教。

同时也是一种武器。

在《疯狂的简洁》里，我将分享的故事都是关于市场营销吗？是的。如果你正在做买卖，这本书会对你有帮助吗？是的，肯定会。如果你不是做市场营销这一行的，你能从书里获得至关重要的洞悉吗？是的，可以。

《疯狂的简洁》关注的是创意和流程。它不仅关注如何创造最好的作品，如何为它争得发展空间，也关注如何高效运作、获得更圆满的结果。这些原则适用于很多商业领域，不光局限于市场营销领域。无论你的工作是处理用户关系、管理团队、保证工期，还是协调团队解决棘手的问题，无论你做的是什么样的生意，《疯狂的简洁》都将激发你思维的火花，让你的事业蒸蒸日上。

推荐：

肯·西格尔简直做到了把闪电捕入瓶中。《疯狂的简洁》一书以简单明了的文字揭示了史蒂夫·乔布斯成功的秘密，就算普通人也能从中获益。肯向我们展示了如何挑破思维模糊、官僚作风和才华平等困扰织就的蜘蛛网，明确了什么最根本——也就确定了什么最重要。

——史蒂夫·海登（Steve Hayden），奥美前副主席，

1984年超级碗苹果著名广告的策划者

《疯狂的简洁》值得任何一位面对企业体制庞大、业绩滑坡的老板一读。

——英国《卫报》（The Guardian）

在这部引人入胜的作品里，西格尔成功找出了是什么使史蒂夫·乔布斯获得了成功。这种方式无人料到——简洁。乔布斯对简洁疯狂迷恋，追求简洁的理念既不是一套守则，也不是一个目标，而是一个事物应当是什么样、事物应当如何运作的世界观……实践多于理论，这本是有关“用简洁的力量创立一家与众不同的公司”的精华之作。

——《出版者周刊》（Publishers Weekly）

来自乔布斯亲密的工作伙伴，提供关于苹果最成功的广告活动的有趣见解。

——《福布斯》（Forbes）

西格尔赋予了苹果电脑iMac这样一个潮名，这个名字开启了史上最成功的产品线。所以，在让濒临破产的苹果起死回生的过程中，西格尔起到了至关重要的作用。在工作中与乔布斯的亲密合作，让他深刻洞悉了，乔布斯对简洁的疯狂迷恋是如何发展成一种驱动力的。这种力量至今影响着苹果公司做出的每个决策。

——《书单》（Booklist）

《疯狂的简洁》

作者简介

肯·西格尔

曾担任NeXT和苹果公司的创意总监，与史蒂夫·乔布斯共事17年的广告狂人。

在苹果的复兴过程中起到了关键作用，帮助苹果创造了至关重要的营销活动“不同凡想”（Think Different），还参与了iMac等的命名。这个命名方式为“i”系列产品的热潮埋下了伏笔。

书籍目录

前言

- 引言 始于简洁 / 1
- 不可否认的事实 / 4
- 这是一本讲营销的书吗？ / 6
- 撰写《疯狂的简洁》的缘由 / 7
- 为什么“简洁”能够奏效？ / 8
- 准备战斗 / 10

第一章 残酷出击 / 1

- 标准不是用来妥协的 / 5
- 有格调的残酷 / 7
- 旋转的炮台 / 12
- 学会接受惨痛的教训 / 13

第二章 小即是好 / 16

- “简洁”的最佳搭档：精英小团队 / 17
- 如何召开出色的会议 / 20
- 大处着眼，小处着手 / 23
- “小型”原则 / 24
- 小团队=更融洽的关系 / 26
- 精简换来“小团队” / 29
- “崇尚流程”与“崇尚简洁”的对决 / 31
- “小型”是终极的高效 / 34
- 摆脱等级制度 / 36

第三章 少即是好 / 38

- 1998年的“削减成本方案” / 40
- 产品增殖的危险 / 44
- 越少越好 / 47
- 简化目标 / 48
- 我幻想中迈克尔·戴尔（Michael Dell）的英雄事迹 / 50
- 千刀万剐而死 / 53
- 别用琐事埋没真理 / 57
- 莫名其妙的混乱 / 59

第四章 牢记目标 / 61

- 简洁从不固步自封 / 62
- 灵活的时间表 / 64
- “不同凡想”与异想天开 / 66
- 寻找微软的价值观 / 70

第五章 寻找标志 / 74

- 苹果重生的源泉 / 76
- “不同凡想”：标志性宣传活动的诞生 / 79
- 展望全景 / 84
- 简洁的优势 / 86
- 一键设计：“简洁”的官方标志 / 88

将标志带进生活 / 90

将敌人标志化 / 93

第六章 推敲用词 / 97

苹果产品名称中的“i” / 100

为趣味和利润而命名 / 105

“简洁”是个奇特的东西 / 108

失败的那一个 / 109

最明显的选项 / 112

错误的选择 / 113

清晰明了的网站 / 115

绝不低估一个字的力量 / 117

第七章 拒绝正式 / 119

毫无畏惧的陈述 / 122

“正式”之死 / 125

第八章 思考人性 / 129

带有情感的科技 / 131

史蒂夫·乔布斯，真正意义上的人类 / 133

敬给狂人史蒂夫 / 134

更加人性化的史蒂夫 / 137

别在这儿提技术 / 143

拒绝傲慢 / 147

人性化的广告 / 150

培养人性化 / 152

针对商务和休闲的人性化产品 / 154

生而有之的人性化 / 156

数字与人性的斗争 / 157

第九章 时刻质疑 / 161

接受建议，而不是接受命令 / 162

iPhone与iPhone的对决 / 163

欣赏多疑的律师 / 166

律师的枷锁 / 167

死亡威胁创造奇迹 / 170

注重细节 / 175

忽略反对的声音：创造苹果商店 / 177

第十章 保持斗志 / 182

有敌人是件好事 / 184

利用所有可用的武器 / 187

动用压倒性的力量 / 189

简洁：战斗的终极武器 / 190

结论 不同凡想 / 194

简洁永远是原创的 / 194

默默无闻的鼠标 / 195

品牌银行里的存款 / 197

利用简洁的力量 / 198

《疯狂的简洁》

传播简洁的信仰 / 202

史蒂夫·乔布斯为简洁树立的纪念碑 / 203

致谢 / 205

《疯狂的简洁》

精彩短评

- 1、最好读英文原文的。
- 2、Tap4fun的创始人强烈推荐，我读了一下，没有预期的那么多干货，但也给了我一些启发，值得一读，不完全是畅销书。
- 3、这本书从一个乔布斯近距离工作过人为视角，展开回顾了与乔布斯参与制作广告创意，文案，网站制作，苹果专卖店，甚至说明书等的若干事例，集中突出了乔布斯对“简洁”的追求，从产品的功能要求，使用体验，到营销会议的组织形式，表达意见的方式等等。乔布斯抵制大公司流程，倡导小团队，快速果断的决策，不用考虑人情世故与办公室整治，从而保障了合作伙伴到员工把精力花在创意上即可。给我震惊比较大的是，之前一直不知道乔布斯居然介入公司工作细致到这种程度，他对细节的关注和对“简洁”的追求，影响并带动了世界范围内无数企业的产品与设计理念。CEO们需要反思，是不是只有这样做，才能保证公司能够拿出极致的产品来征服世界。
- 4、每个人都喜欢简洁，但大多数人溺爱复杂。
- 5、拒绝正式。时刻质疑。保持斗志。不同凡响。
- 6、是现在我唯一珍藏的书，也算是思想启蒙的一本书。尽管书中讲的更多是简洁的理念，但也离不开生活的方方面面，离不开思想。
- 7、简洁是聪明人才能玩得转的，想到古人作诗，除了努力认真反复推敲，最主要还是才气啊。除此之外，乔布斯的决断力和领导力也让我钦佩不已。
- 8、作者真是啰嗦 没有一丝简洁可言 不过一些工作方式还是可以参考的
- 9、虽然乔布斯是很伟大，but，我就是不喜欢一本书从头写到尾基本都是对一个人的溢美之词，哪怕举个乔布斯犯错误的例子之后也要想个法子赞美一下。
- 10、买《苹果》搭送的
- 11、标题党，实际上全书过于笼统或者说呆板，没能很好的诠释简洁的美和力量。
- 12、从0变成100很简单，你只需要不断往上加；但从100变成0，你变得很困难，因为你舍不得。越是好的设计，越简单精炼。简洁是一种能力。
- 13、看了之后，各种失望，完全没有框架和体系。只是举了大量的例子，都快成苹果传或乔布斯传了。。。。。。。。难过
- 14、作者一再强调简洁，但是对于真正简洁却没有一个完整的定义，如果简洁与复杂只是字典上的定义，我们没必要去看这样一本书，许多章节的标题与内容实际上是不相匹配的，所以当文章中过分出现“简洁”时，就有些生搬硬套强词夺理的味道。从简洁为王的角度来说，这本书至少可以压缩一半。
- 15、边做笔记边看了前半本。这本书唯一的reason是apple取得的成就，没有什么逻辑。成功的营销案例大抵如此，all or nothing，为结果是问。
有很多广告业元老的轶事，都是十分有趣的小故事。
- 16、带你了解更多关于乔布斯的故事。所以这是乔布斯。
- 17、简洁并不简单，good enough is not enough！简洁是个非黑即白的命题，没有灰色地带。乔布斯的简洁不仅仅体现在产品上，而且在做事方式上，不相信focus group，不相信金字塔式揣摩，不妥协，不喜欢制度流程化，不相信无聊的会议，永远追求少，小而美的极致！苹果铁粉不得不说最近iPhone退步了，居然在photo里面推送广告，为乔布斯为精神感到惋惜啊！
- 18、垃圾书一本
- 19、读的是“得到”解读版。
- 20、受益匪浅。但文字该再提炼一下就好了，省点时间。
- 21、我印象最深的是关于乔布斯对于团队的管理，团队里的人员永远不超过100个人。别具一格的管理模式，对产品的的设计，对营销理念的概况，我都想给作者点个赞。我们要做到这样的方式不容易，但是我们应该知道，有这种方式的存在。推荐。
- 22、我读过最对不起书名的一本书，反复，啰嗦，言之无物，没有重点，为写而写，给广告人丢脸！
- 23、李善友教授推荐阅读。
- 24、在信息爆炸的时代，减法是很重要的。推荐。
- 25、少即是多

《疯狂的简洁》

- 26、像读书一样，先厚再薄。
- 27、一些和乔布斯相处的故事，传递了他的设计理念，简洁就是好
- 28、有收获 最后一段概括 还有苹果的简洁理念 内容很散 要是国内写的 估计被说哭
- 29、人家告诉你世界观，方法论可以自己找呀！总不是跟你说往哪里走再跟你说走哪条路吧。学会建设而不局限于质疑！回归到这本书:归于定位，长板原理。
- 30、老板叫公司里人人都读，我觉得是有必要的，因为读完就明白老板在想什么了。
- 31、几乎把苹果的各个产品和广告都介绍了一遍 前面的和讲乔布斯的内容还不错
- 32、简洁并不是件容易的事情，简洁意味着我们需要更专注、更坚韧、更具智慧。前两年开始注意生活上的简洁，受益匪浅。最近写日记说话也开始注意精简，很认可大道至简，少即是多。
- 33、对自己的启发“制定计划并且给自己相对紧迫的时间”。如果时间太短会让质量无法保证，但如果时间太充足则容易节外生枝。

- 34、我总觉得成功是不可复制的~并不可以全全套用~不会再有第二个苹果的出现~成功的人都有自己的一套~~~不可否认的是~简洁绝对是疯狂的~
- 35、大道至简，适合为上，过度偶像化某个人进而对其观点照单全收是怠惰而不是简洁。这书可以不这么复杂的。
- 36、再看 后来评论
- 37、精读版
- 38、没啥干货，太情绪化，令人向往，但借鉴不易。
- 39、Good enough is not enough 直接而坦诚 不能展示连自己都不确认的事。妥协往往把你打回原形，让别人质疑你的能力。为了实现伟大的目标，必须做两件事：制定计划，然后给自己相对紧迫的时间。太充足的时间，足以让大家再三思考，再三修改，越改越平庸。
- 40、一本说简洁说书但是书写的有点啰嗦
- 41、在读。
- 42、思路有的
- 43、“只有‘复杂’才会找理由，‘简洁’就是永远不会向不可能说不。

- 44、带给一个概念就行。
- 45、讲的就是苹果，讲的就是乔布斯，最好再看下乔布斯的传记，更有感觉
- 46、有一段时间，任何关于乔布斯的东西都很过瘾！
- 47、除了给乔布斯的简洁理论歌功颂德没有看到其他实质上的内容。毕竟，只有一个乔布斯，也只有一个苹果，全书用零散的论据陈述已有事实，没有实际行动。当然这些理论都很重要，但是论据薄弱
- 48、作者描述与乔布斯工作的分享，看到乔布斯的偏执，对事情的坚持。坚持最简洁的，不要养冗余的人，确保效率最高，事情最高效。
- 49、话说翻译的文学水平真的让人怀疑 即使是原本是一本好书 翻译完也很难读 开篇作者就贬低了其他人关于乔布斯和苹果的种种书籍 但他的作品也不过如此 这书是给终极大boss看的 简直就是乔布斯的极度赞歌 于普通人无参考价值 还是不推荐
- 50、其实内容可以更简洁，可是，可是，可是废话一大堆。

《疯狂的简洁》

精彩书评

《疯狂的简洁》

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