

<<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

出版公司：北京联合出版公司

作者：【美】肯·西格尔

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，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.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。

<<疯狂的简洁>>

——《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。

<<疯狂的简洁>>

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	

<<疯狂的简洁>>

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
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>>

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