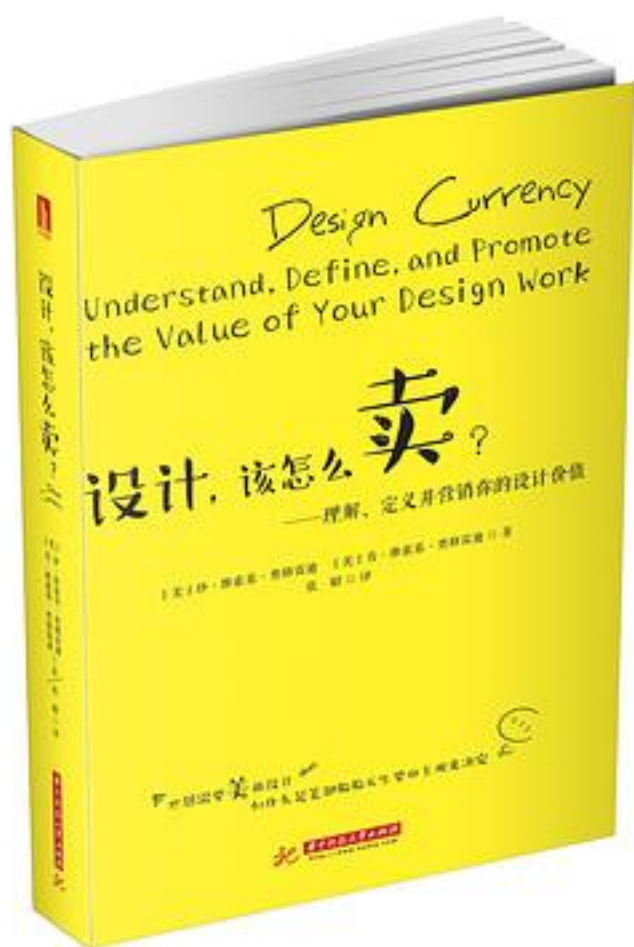


设计，该怎么卖？



[设计，该怎么卖？_下载链接1](#)

著者:[美] 奥格雷迪 (O' Grady,J.V.) , [美]奥格雷迪 (O' Grady,K.V.)

出版者:华中科技大学出版社

出版时间:2015-8

装帧:平装

isbn:9787568008921

在《设计，该怎么卖？》一书中，作者珍与肯·维索基·奥格雷迪展示了怎样用客户能理解的方式阐释你的设计价值，并赢得客户的青睐。本书提供了一套可行的方法，让你

不再依赖他人的主观审美趣味赢得业务。书中方法鼓励设计师更早介入设计项目，并让客户感到你的收费物有所值。

设计师必须理解自己的工作是怎样创造价值的，方能有效的拓展业务和建立长久有利的客户关系。如果你能说得清自己的能力可以怎样满足客户需求，建立和维护稳定的客户关系就并非难事。本书将告诉你具体怎么做。

作者介绍:

珍和肯·维索基·奥格雷迪是大学教授、设计师、作家。夫妇二人还共同出版了《信息设计指南》和《设计师研究手册》等书。他们致力于以平易近人的方式介绍设计的学术理念，宣传推广好的设计之潜能和力量。

目录: 引言 为什么要读这本书

第一部分：理解价值

第一章：理解市场环境

不必杞人忧天

新的机遇

第二章：了解你的技能

你的优选资质

将你的能力可视化

你是哪种字母型人才

第三章：了解你的服务内容

硬价值和软价值

用项目定义你的价值

价值体系

第二部分：定义价值

第四章：定义量化体系

设定量化体系：投资回报率

确定量化体系：成本收益分析

钱不是一切：钞票之外的衡量标准

成功实例：用相关的数字说话

时间即金钱：既拥抱量化又不让创造力流失

第五章：定义商业影响力

设计的价值：调查报告

设计的有效性：行业报告

设计的经济效益

开始传播信息

第六章：定义你的受众

以人为本的设计：以使用者为中心的方法

了解你自己：使用者调查的工具

你需要一个计划：将研究融入设计流程

逻辑模型：将流程可视化

翻译损耗：让数据更易理解

借鉴案例

设计的炼金术

第三部分：营销价值

第七章：在真实世界里的营销方案

巴冰顿英国茶室品牌重塑

贝特莱自行车店品牌改造

康卓沙滩鞋计划

M-Savers 平价超市品牌重塑

塑造客户体验：解构教科书项目
MiWay 公车计划
MYBURGER 汉堡品牌再造
开放学院品牌重塑
“oHlo” 零售业营销产品开发
商户夏季挑战
Vuly 蹦床公司品牌重塑
精选创意事务所
照片和插图信息
参考书目和附加资源
作者鸣谢
关于作者
· · · · · (收起)

[设计，该怎么卖？_下载链接1](#)

标签

设计

营销

艺术

商业

美国

用户体验

2018

经济

评论

四星全给主题立意。理论是好的，指导实践是不够的。最后的实践案例全是品牌视觉形象传达也是不能好了。

了解一点皮毛，就是把经管常识讲给设计师听罢了

有趣且无用

图书馆喵到，大致翻了翻。内容很浅，但原则和流程的视觉包装不错。

看看

[设计，该怎么卖？_下载链接1](#)

书评

设计本来是一门艺术学科，设计师根据甲方的需求，提供相应得设计，但如果衡量你的设计是否成功，或者说如何向你的甲方说明你的设计能够成功，成功之处在哪里，如果验证是否成功，这些都是困扰设计师和甲方的问题，本书通过将设计的过程和结果定义相应得量化模型等方法，告诉设...

[设计，该怎么卖？_下载链接1](#)