

可设计的增长：管理者的思维设计工具箱



[可设计的增长：管理者的思维设计工具箱_下载链接1](#)

著者:[美] 珍妮·丽迪卡 (Jeanne Liedtka)

出版者:机械工业出版社

出版时间:2016-9

装帧:精装

isbn:9787111546719

珍妮·丽迪卡与蒂姆·奥格尔维在这本书中讨论了最近热门的商业话题之一“设计思维”，或者说将抽象的点子转化为具体应用，实现商业成长最大化的能力。丽迪卡与奥格

尔维通过设计思维方式、技巧和用语的说明，解密设计与成长之间的关系，用一种简明的方式告诉管理者如何开发设计潜力。

以苹果及其独具匠心的产品为典范，经过高端设计公司艾迪欧（IDEO）的陶铸，设计思维解锁创造性右脑能力来解决一系列的问题。这种方法已经成为商业实践中不可或缺的一部分，帮助管理者在控制风险的同时，将抽象的概念转化为日常的实践工具。

这不是一本告诉你答案的书。这本书告诉你如何从一堆问题中找出最好的那个，与你的客户和合作方一起找到答案。设计思维的核心框架包括“是什么”“如果”“什么让人眼前一亮”与“什么行之有效”。我已将其内化为革新与成长的新准则。

——马克·斯坦因

凯瑟联营有限公司常务董事

《成功的组织社会化：挖掘组织潜在价值》作者

作者介绍:

珍妮·丽迪卡

弗吉尼亚大学达顿商学院的现任教授，以及研究创业与企业创新的巴顿研究所的前任行政董事。她还是美国联合技术公司（UTC）的首席学习官以及达顿商学院的副院长。

蒂姆·奥格尔维

创新战略咨询公司Peer

Insight的CEO，在服务创新、客户体验设计以及商业模型方面做出先人一步的贡献。他的客户包括美国退休者协会、美国银行、迪堡、GE、贺曼、惠普、宝洁、喜达屋酒店集团以及哈特福德金融服务公司。

目录: 译者序

鸣谢

第一部分 何为设计思维？如何进行设计思维

第1章 为何需要设计 / 2

第2章 四个问题 十种工具 / 23

第二部分 是什么

第3章 可视化 / 48

第4章 旅途绘制 / 61

第5章 价值链分析 / 73

第6章 思维绘图 / 80

第三部分 如果

第7章 头脑风暴 / 100

第8章 概念开发 / 111

第四部分 什么让人眼前一亮

第9章 假设测试 / 130

第10章 快速原型设计 / 140

第五部分 什么行之有效

第11章 客户共创 / 159

第12章 市场测试 / 168

第六部分 带领你的公司成长创新

附录 / 206

作者简介 / 216
拓展阅读 / 218
注释 / 220
• • • • • ([收起](#))

[可设计的增长：管理者的思维设计工具箱_下载链接1](#)

标签

设计

思维

设计思维

战略

产品

教育

科普

心理学

评论

是一本不实践收获指导，实践收获认知的书，值得一看

非常好的入门书 和商业联系非常紧密

通过四个问题，十种工具阐述设计思维，但坦白讲，就是引入用户参与的产品设计，四个问题：是什么，如果，什么让眼前一亮，什么行之有效。和之前读的游戏化思维有类同之处，均在产品初期引入超级粉丝参与设计。

结构化的设计思维，这本书有帮我形成一小股“心流”。属于意外收货吧。

[可设计的增长：管理者的思维设计工具箱_下载链接1](#)

书评

[可设计的增长：管理者的思维设计工具箱_下载链接1](#)