

图书基本信息

书名：<<室内设计师报价、评估、预算指南>>

13位ISBN编号：9787111311126

10位ISBN编号：7111311124

出版时间：2010-8

出版时间：机械工业出版社

作者：威廉姆斯

页数：209

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>

## 前言

中国的室内设计从成为一个专业，进而发展成一个行业，至少已经经过了20年。2009年12月5日，中国建筑学会室内设计分会在北京人民大会堂举行了20周年庆典，这再一次从学术和专业的角度证明了中国室内设计的发展历程。

随着室内设计行业的迅猛发展，从业人员和在校学生数目的猛增，相关的专业书籍与参考资料也日益丰富，但内容主要集中在基础教材、表现技法、设计理论和工程实例等类型上。

相比之下，设计管理和设计服务类的资料偏少，更缺乏专门论述室内设计定价、评估与预算的书籍。

无论是专职设计师、设计负责人，还是项目经理、企业领导，室内设计的职业生涯远不只是创意、画图和施工那么简单，在“以人为本，为客户服务”的大前提下，市场经济的诸多变数还需要我们兼顾多种业务和技能。

本书的出版，为业内的广大读者提供了设计经营、设计管理和设计服务的实务，至少解决了目前设计领域里经常困惑我们的一些实际问题，如怎样确定既有竞争力，又能获取可观利润的工程定价；当客户提供的资金小于实际项目预算时，通过采取哪些措施可以用来匹配客户的预算，并以此来完成项目；如何向客户做工程提案；如何应对在施工过程中对方案反复修改的客户；室内设计业务中的谈判技巧；在项目由创意展示到施工完成的整个过程中，如何正确行使设计师应有的权利，以及如何进行自我价值的提升；如何制定支付与结算协议；如何确定评估范围与评估底价；如何在评估中追加由实际项目发生的变量；如何制定适合公司的工作制度；如何加强项目管理与时间管理；如何控制成本；如何聘请优秀的业务经理、运营主管与销售开发人员；如何与员工、供应商以及客户保持良机的沟通等内容。

## <<室内设计师报价、评估、预算指南>>

### 内容概要

本书阐述了与室内设计行业报价、评估与预算的相关问题，提供了有效解决设计师、投资者、供应商、承包商之间矛盾的切实可行的一系列方法。

为解决室内设计中重要的报价、评估与预算环节中的问题产生积极的作用，间接成为促进设计理念更新、设计质量优化的有效推动力。

本书阐述的内容对室内设计师、设计公司负责人、室内设计企业投标报价人员、概(预)算人员、室内设计相关专业大专院校教师与学生、工程建设职能部门与管理者是一种理论支持，使得设计回归其应有的价值与地位，获取其应有的商业回报，同时也成为有理想进行自主创业的设计师的行动指南。

## <<室内设计师报价、评估、预算指南>>

### 书籍目录

译者前言第1章 引论 1.1 报价、评估与预算在室内设计业务中的重要性 1.2 制定合理的收费标准 1.3 掌握一些会计术语 1.4 透支还是计划消费第2章 如何确定你的单位小时收费价格 2.1 报价 2.2 重要公式 2.3 每项工作的单位小时收费价格 2.4 价值评估与单位小时收费价格 2.5 确定公司的业务方向——住宅或商业空间第3章 比较与对照 3.1 对你而言正确的选择是什么 3.2 衡量你的收费价格 3.3 何时提高你的收费 3.4 专题采访：美国加利福尼亚设计大师AngjMawong第4章 客户预算 4.1 首先需要做的准备工作 4.2 客户提供的资金小于实际项目预算 4.3 构筑坚实的盟友 4.4 正确分辨客户的“想要”和“需要” 4.5 不要先工作后取报酬 4.6 合理利用你的权利第5章 详细解读价值评估 5.1 时刻为突发事件做好准备 5.2 自我提升的价值 5.3 非盈利性质的设计工作 5.4 提高竞争力 5.5 专题采访：俄亥俄州德顿市洛伦兹·威廉姆斯股份有限公司负责人、艺术家Karen第6章 相关注意事项 6.1 如何应对在施工过程中对方案反复修改的客户 6.2 制定结算协议 6.3 走自己的路 6.4 时间管理是你的生存之本 6.5 了解你的工作流程 6.6 尊重客户并把他们当做自己的朋友 6.7 创造一项适合你的工作制度 6.8 专题采访：高级设计师、企业主管ShawnTaddey第7章 定价的选择 7.1 价格涨幅 7.2 管理费用 7.3 单位面积报价 7.4 预付定金 7.5 短期支付协议 7.6 单位项目定价 7.7 货货交易第8章 评估的细节 8.1 什么是评估 8.2 评估报告 8.3 评估范围与评估底价 8.4 评估的程序 8.5 追加的变量第9章 提案 9.1 RFPs还是RIPs 9.2 实际案例研究 9.3 提案与评估 9.4 做到最好第10章 评估与提案相关问题的解决 10.1 通过管理来提高生产力与创造力 10.2 加强项目管理 10.3 完美主义的危害 10.4 比讨价还价更重要的问题 10.5 避免时间的流逝 10.6 确保良好的交流与沟通 10.7 当过错方为客户时 10.8 专题采访：美国密苏里州堪萨斯市住宅室内设计师LisaSchmitz第11章 成功建立与管理预算 11.1 重视成本意识 11.2 运用成本意识进行设计 11.3 指导你的客户 11.4 匹配客户预算进行报价 11.5 成本控制与时间管理 11.6 优秀的业务经理 11.7 优秀的运营主管第12章 谈判 12.1 怎样向客户展示你的价值所在 12.2 关于收费的探讨 12.3 与你的客户实现双赢 12.4 回报重复消费的老客户 12.5 专题采访：美国俄亥俄州装饰与室内设计精品店店主Kimberly第13章 给公司定位 13.1 打造“智能公司” 13.2 雇用精明能干的销售开发人员 13.3 新闻媒体的宣传 13.4 与员工、供应商、客户保持良好的沟通 13.5 吸取教训 13.6 从基础做起 13.7 一些改进建议 13.8 为所做工作收取费用的原因附录 商业表格 附表1 项目计划和预算 附表2 投保单 附表3 协议条款与前提条件 附表4 全部生产计划 附表5 工作时间表样本 附表6 时间表 附表7 采购记录 附表8 采购订单 附表9 工作变更通知单 附表10 住宅项目设计师与客户的协议 附表11 商业项目设计师与客户的协议 附表12 合同汇总表 附表13 客户认证

章节摘录

所以，可以把与钱有关的话题放轻松一些了。  
放轻松，坐下来，享受学习的过程与成果，学习有关报价、评估与管理所摆在你面前的众多项目的新方法。

你要准备的是一支笔和一个记录本，记录下重点信息以便将来参考。

1.2 制定合理的收费标准你对自己提供的设计服务收费的多少是具有重要意义的一件事情。确定报价是充满挑战的事情，同时也带来许多问题：你所在地区的经济情况如何？

你所提供的设计服务，市场上的平均报价是多少？

你的定位是高端市场、低端市场还是中间档次？

总而言之，你既希望报价足够高，能确保你的成本和利润，也希望报价足够低，能充满竞争力。

要始终想着报价直接关系收益——两者的确是齐头并进的。

除此之外，当你做决定时，也要保持商业头脑，使用本章提供的指导方针来研究你遇到的具体情况。确定报价时要自信，相信这只不过是你设计业务中的一部分，只不过需要一点科学和数学知识以及一定的自我反思能力。

我保证，它并没有你想象的那么难。

尽管你无数次的听到像“开销”和“利润”这样的词儿，但当你独自一人挑大梁时——做自由设计师、建立小工作室或者聘用了工作人员，突然间，这些词就会一下子从高空中掉落在你脆弱的肩膀上。如果你可以仰望，看到这些词是如何落下的，你就能轻松地逮住他们，那一切是不是就简单了不少？现在，你就可以！

开销，韦伯斯特（webster）将其定义为“与业务相关的营业费用”。

许多设计师将它比作探索未知世界的神秘旅程。

幸运的是，你并不是这些设计师中的一员，只需意识到日常开销的存在就足以让你开始以不同的方式进行思考了。

对待开销不能谈之色变或避之不及，应该以理解与开放的态度拥抱它。

.....

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>