

<<颠覆性思维>>

图书基本信息

书名：<<颠覆性思维>>

13位ISBN编号：9787115262516

10位ISBN编号：7115262519

出版时间：2011-10

出版单位：人民邮电出版社

作者：卢克·威廉姆斯

页数：157

字数：120000

译者：房小冉

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>

<<颠覆性思维>>

内容概要

《颠覆性思维——想别人所未想，做别人所未做》作者凭借在国际顶级创新型设计公司中多年的工作经验，向读者介绍了五步颠覆性创意法则：第一步，指导你突破常规，提出颠覆性假设；第二步，针对假设发现颠覆性商机；第三步，将诱人的商机转化为切实可行的颠覆性创意；第四步，经目标市场检验后，整合创意形成颠覆性解决方案；第五步，以颠覆性方式演示方案，说服投资者。书中观点独到，配有大量潮流新锐的案例，五步思维法简单易学，可以帮助读者重新审视周围那些被忽略的事物，设计出颠覆性的市场方案。

《颠覆性思维——想别人所未想，做别人所未做》是企业产品和服务开发设计者、市场营销人员、广告业从业者必读的思维开发教程，同时也为任何一位希望突破传统思维、保持新鲜理念的读者提供了必备攻略。

<<颠覆性思维>>

作者简介

卢克·威廉姆斯（Luke Williams）作为世界首屈一指的咨询顾问、教育家以及研究颠覆性思维方法与创新战略的演讲家，十多年来，一直与美国运通、通用电气、索尼、卡洛驰、维珍集团、迪士尼和惠普公司等行业领航者共同合作开发新产品、新服务模式及新品牌。

威廉姆斯是世界上最具创新影响力的公司之一——青蛙设计公司的一员。同时还是纽约大学斯特恩商学院创新理论的兼职副教授。他曾获邀去世界各地演讲，美国《商业周刊》（BusinessWeek）、《快速公司》（Fast Company）和美国国家公共电台（NPR）都对他的观点进行过专题报道。

<<颠覆性思维>>

书籍目录

目 录

- 01 假设、商机和创意
如果销售的袜子三只一组各不相同，会出现什么情况呢？
- 第一章 提出颠覆性假设——错误的开始，正确的结果 003
你想颠覆什么 006
有哪些陈规旧律 007
寻觅陈规旧律的踪迹 010
你的颠覆性假设是什么 012
- 第二章 发现颠覆性商机——隐秘之处觅良机 023
快速而非正式的调研 026
你观察到什么 027
你发现了什么 037
区分观察结果 041
你得出什么结论 042
你发现了怎样的商机 048
- 第三章 形成颠覆性创意——出奇制胜才能独占鳌头 059
将商机转化为创意 062
打败第一只拦路虎的方法——你要关注什么 065
打败第二只拦路虎的方法——你可以融合什么 071
打败第三只拦路虎的方法——什么才是你的颠覆性创意 075
- 02 解决方案和方案演示
仅开出颠覆性的产品是不够的，对消费者来说，这种颠覆必须有价值。
- 第四章 设计颠覆性解决方案——创意的最大杀手就是为了创意而创意 085
与告诉你的相比，人们真正在想的更重要 089
你应该采用哪个创意——隆重推出土豆先生 102
制作样品的三大步骤——形成颠覆性方案 107
- 第五章 采用颠覆性方式演示最终方案——主次分明，不寻常处多下工夫 117
9分钟说服演示 120
简洁明了的演示结构 121
请忍住，不要急于提问题 122
如果演示时间充裕，该怎么办 123
演示的开场白和前三张幻灯片至关重要——让听众感同身受 124
高潮迭起——制造冲突的第四至第六张演示幻灯片 128
获取听众信任的最后三张幻灯片 136
- 第六章 颠覆性思维导图 145
提出颠覆性假设 145
发现颠覆性商机 147
形成颠覆性创意 149
设计颠覆性市场方案 151
演示颠覆性方案 153
- 后记 变革的本能——看到别人未曾看到的 155

<<颠覆性思维>>

章节摘录

第一章 提出颠覆性假设--错误的开始，正确的结果 我喜欢对付不思进取的行业。

--理查德·布兰森 一切皆始于一个大胆假设的提出：在好莱坞，这个假设可能是“如果一只鲨鱼游人海滩度假圣地，袭击了一名游泳者会有怎样的情况出现？”结果好莱坞拍出了电影《大白鲨》；在建筑领域，“如果将管道、电力设施和通气孔建在建筑物外面，而不是放在建筑物里面，会出现什么样的情况？”结果建成了法国巴黎蓬皮杜文化中心；在时尚界，“如果销售的袜子三只一组销售且各不相同，会出现什么情况？”结果出现了“Little Miss Matched（搭配小姑娘）”这个品牌；在录影带租赁行业，“如果不收取出租逾期费用会怎样？”结果奈飞公司（Netflix）成为了世界上最大的在线影片租赁商。

这些在当时看来都具有革命性的创意皆始于一个颠覆性的假设。

很明显，对于“如果--，那么会怎么样？”这样的填空题来说，这些答全是疯狂的。

通常人们填入的答案往往是与产品性质相关的一些小改动，例如，改变一下产品的颜色、为产品增加一个新功能或将产品出口到国外。

但是，颠覆性假设远比这些答案更疯狂。

颠覆性假设是一种有意为之且毫无理性可言的想法，它会彻底调转你的思维方向。

这有点像生物进化论中的点断平衡论（Punctuated Equilibrium），即进化的过程是缓慢的，每一次平衡都是被渐变过程中发生的突变打断。

颠覆性假设的目的就在于，打破让人感到舒适的、习以为常的商业平衡，从而让你的思维方式发生激变。

颠覆性假设与平常意义的假设截然不同，平常所说的假设是人们根据一系列事实，作出最符合事实的猜测，随后通过进一步的调查对假设进行验证。

例如，当你要打电话时，发现手机关机了；根据这个事实，你得出的假设是手机电池可能没电了，充电后就可以继续打电话了；然后，你会通过给手机充电这个行为来验证假设是否正确。

如果假设是正确的，你就可以继续用手机打电话；但如果充电后，手机还是无法开机，则需要作出其他假设，然后再进行验证。

……

<<颠覆性思维>>

媒体关注与评论

“千万别被书名吓到。

书中介绍的很多实用的、有效的方法将改变你原有创新和推销创意的方式。

” --塞斯·高汀《做不可替代的人》作者 “还记得苹果公司很早之前的宣传口号，鼓舞大家去“Think Different”吗?卢克·威廉姆斯在本书中详细介绍了如何才能做到这点。

《颠覆性思维》教你用全新的视角去审视你的企业和身边的世界，这将使理所当然的事物和传统观念发生翻天覆地的变化。

更重要的一点，这是一本实用的工具书，威廉姆斯不但介绍了得到颠覆性创意的方法，还告诉你如何继续完善这些创意，对创意进行检测与修改，直到最终将创意变为实际可用、能够带来收益的市场方案。

” --沃伦·贝格尔《发光：设计是如何改变你的企业，你的生活：甚至是世界的》

“作者卢克·威廉姆斯向当代企业传达了一个强有力的信息：小心!别让只在车库办公的几个人所想出的创意把你的企业置于死地。

通过《颠覆性思维》所介绍的方法，企业可以激发出自己的创意以确保在竞争中成为领跑者，而不是跟在他人后面。

” --琳达·蒂施勒《快速公司》高级编辑 “颠覆性思维是一种简单却非常强大的思维方法，它可以让你的企业在市场上瞬间重获新生。

你准备好颠覆你的企业了吗?” --马丁·林斯特龙畅销书《买》作者 “

卢克·威廉姆斯巧妙地将各种理念--从创新理论始祖熊彼特到好莱坞电影导演塔伦蒂诺，从商业营销到设计思维--融为一体，打破常规，为读者掌握创新思维特供了一本激动人心的实用指导手册。

” --吉米恩·艾迪斯 HBO电视网新兴技术研发中心副总裁

<<颠覆性思维>>

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>