

<<权衡>>

图书基本信息

书名：<<权衡>>

13位ISBN编号：9787508623023

10位ISBN编号：7508623029

出版时间：2010/11/16

出版时间：中信出版社

作者：凯文·梅尼

页数：198

译者：曾贤明

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>

## <<权衡>>

### 内容概要

你喜欢到电影院看电影，还是从网上下载观看？

为什么你会那么频繁地使用手机短信，而不是直接打电话？

为什么那么多人喜欢买CD唱片，而不是免费下载？

你追求的究竟是便利性？

还是美好的体验？

为什么刀锋手机最终让摩托罗拉一蹶不振？

为什么沃尔玛在农村及城郊地区独占鳌头，却又逐渐败走大型城市？

为什么星巴克在似乎即将战无不胜之际，却又步履蹒跚，难以为继？

答案就在于，(用户)感受(消费者体验好坏与否)与(产品)便利性(获得、购买产品的方便程度)之间存在着永无休止的较量。

在这本书中，凯文·梅尼将会告诉我们，这些互相冲突的因素是如何决定市场中的产品和服务的成败的。

他将给我们阐释，我们作为消费者就所喜欢和需要的产品所作的几乎每个决定，都涉及用户感受与产品便利性的权衡和妥协。

梅尼采用了诸多我们熟知的案例，阐述了最成功的公司是如何将其产品(服务)在某方面(用户体验度或便利性)的优势发挥到极致和成功塑造产品特点进而打造品牌的。

权衡产品的便利性和体验度将成为未来产品发展的终途，你一定不要错过这场即将到来的产品革命！

## 作者简介

凯文·梅尼，著有《大媒体潮》和《沃森传：特立独行者和他的IBM帝国》，长期担任Conde Nast Portfolio撰稿编辑，《大西洋》、《连线》、美国国家公共电台撰稿人。他为《今日美国》撰写技术产业方面的文章达20年之久。目前定居于华盛顿特区郊外。

<<权衡>>

书籍目录

序前言第一部分 体验度和便利性的博弈 导言 第一章 产品体验度和便利性——你所不知道的 第二章 要体验度，还是要便利性？  
    体验度是什么？  
    便利性是什么？  
    技术效应 第三章 可以做得更好：走出体验度与便利性的误区 权衡与取舍 无主之地 体验度幻觉区 第四章 便利性的追求：拍照手机让摄影产业面临实难第二部分 为什么输？  
为什么赢？  
    第五章 摩托罗拉成功的秘诀 第六章 沃尔玛错在哪里？  
高便利性也会出错？  
    第七章 报纸为什么竞争不过互联网？  
——走出体验度的陷阱 第八章 星巴克如何摆脱困境？  
——体验度与便利性的矛盾第三部分 如何把体验度和便利性运用到企业战略中？  
    第九章 从体验度和便利性中创新 第十章 比尔·盖茨为什么会失败？  
——体验度与便利性的误区 第十一章 想提高体验度吗？  
去读哈佛大学吧！  
    第十二章 未来是报纸和书籍的天下，还是互联网的天下 后记致谢

## 章节摘录

第一部分 体验度和便利性的博弈 第一章 产品体验度和便利性——你所不知道的 在日常生活中，我们永远都在体验的质量及其便利性之间进行权衡。当我们决定不去公园溜达而观看一场棒球比赛电视节目时，当我们决定不见面，而是打个电话沟通时，当我们放弃在一家餐厅享用美食，而跑进麦当劳吃快餐时，当我们不用音乐播放器附带的那个廉价耳麦，而心甘情愿花上300美元买一个去噪的Bose耳机时，体验度和便利性博弈便开始发挥作用了。企业、非营利组织及政府在决策时同样也在进行权衡。

体验度和便利性博弈在市场中如何作用，最终结果如何，是无数企业成败的关键。这就是体验度和便利性博弈的精髓。

自商业出现以来，这种体验度和便利性博弈就一直存在着。不同的是，当今科技的发展加速了这种博弈进程。

体验度和便利性博弈包括5个关键概念： 体验度与便利性的博弈。体验度是用户对某种产品或服务的总体感受。

在摇滚音乐会上，音乐爱好者亲身体会到的，不仅仅是摇滚乐的音质效果（通常还不如家庭立体音响设备中播放CD的音质好），还包括在音乐会上体验的一切。亲眼目睹摇滚乐队的明星，灯光和舞台效果，挤得水泄不通的粉丝，甚至还构成了以后你的一种谈资——你告诉别人，你曾参加了某个现场音乐会，你看到了谁人乐队（The Who）或酷玩乐队（Coldplay）。

凡此种种经历和感受，均构成了我们的体验。

便利性是指，获得你想要获得的产品（服务）是否容易，包括：产品或服务是否可随时获得；购买和使用起来是否容易；价格如何。

如果某个产品或服务的价格较为便宜，那么相应地，该产品或服务的便利性也就更佳，因为更多的消费者会更容易地获得它们。

就音乐而言，使用iTunes音乐软件下载歌曲极为便利，这个软件随时可以进行下载，用起来简单，而且价格便宜。

但相对而言，下载的歌曲给用户带来的体验却很低——就音乐文件携带的信息量而论，下载而来的歌曲文件所携带的信息量，往往比录制在CD中的歌曲少10倍。

消费者总是舍弃体验度而追求便利性或冲着体验度而放弃便利性。

有时，即使参加U2现场音乐会麻烦之极，你可能还是会亲临现场，而这纯粹是因为现场音乐会的体验是无法复制的。

然而，在大多数情况下，我们会选择真实性低、便利性高的体验：通过塞在口袋中的数字音乐播放器听U2的音乐。

## &lt;&lt;权衡&gt;&gt;

## 媒体关注与评论

凯文·梅尼充满激情地谈到，一定要在权衡后作出选择性取舍。如果企业领导人没能作出决策，确切地说，如果没能着眼于企业的长期发展，作出狂热的、痴迷的、专注的或明智的决策，而是急功近利，满足于在短期之内攫取尽可能多的利润，那么，他们领导的将是二流的企业。

——吉姆·柯林斯《基业长青》作者 凯文·梅尼写的这本书向我们展示了体验度与便利性之间的较量是如何造就或毁灭一种产品、一个品牌、一家企业的。

这本书提出了新的见解，从另一种角度诠释了我们在市场中作出选择的原因所在。

该书是观点新颖、令人着迷的一本书！

——肯·布兰查德 企业管理大师，《一分钟经理人》作者 要想打造完美的产品，构建强有力的企业组织机构，有一种既简单又有效的方法可以帮你实现，读读这本难得的好书吧！

本书所提出的观点势必如同那些伟大的思想一样，长期影响你的思维方式。

现在就作好准备，再次思考导致成功与失败的逻辑吧！

——汤姆·拉思 盖洛普全球咨询业务负责人，畅销书作家 这一切在明天还会延续吗？

苹果公司备受追捧，摩托罗拉公司却不再如日中天，原因何在？

星巴克、沃尔玛及美国航空将不断壮大，还是会逐渐陨落？

针对我们消费生活中的诸多误区，凯文·梅尼的探讨方法格外新颖，催人深思。

这是所有首席执行官的必读书，这是我们大众不可不读的趣味横生、引人入胜的一本书。

——哈罗德·埃文斯 英国媒体界泰斗、《星期日泰晤士报》总编辑 这是一本带你走出商业困境和指引你的企业走向持久成功的实用指导书，在书中，凯文·梅尼一针见血地指出了选择如何维持贵公司强大品牌的制胜策略。

——汤姆·凯利 世界领先的产品设计公司IDEO公司CEO

编辑推荐

《基业长青》作者吉姆·柯林斯倾情作序并推荐！

任何产品都摆脱不了对便利性和体验度的抉择！

沃尔玛公司、苹果公司、英特尔公司、摩托罗拉公司、星巴克、柯达、IBM公司、福特公司、杜邦公司、麦当劳公司……对便利性和体验度的追求，是它们获得成功的制胜法宝。

#### 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>