第一图书网, tushu007.com

<<會設計也要會行銷>>

图书基本信息

书名：<<會設計也要會行銷>>

13位ISBN编号：9789862100127

10位ISBN编号：9862100125

出版时间：博誌文化股份有限公司

作者：（日）ウジ トモコ（Uji Tomoko） 著

页数：208

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

<<會設計也要會行銷>>

内容概要

讓百元滯銷品變成千元暢銷品的行銷關鍵 近年來打造品牌、提高毛利的討論經常出現在媒體或雜誌，從蘋果電腦推出iPod、iPhone的成功，更讓經營者與生產者對設計、美感與行銷、品牌型塑有深切的體悟。
不管是傳統或高科技產業，以往只專注在技術和生產上的思維，逐漸轉換思考到：想提高價格！
想提高銷量！
想讓公司的產品與服務有更好的方案！
想讓公司本身及公司的產品與服務比其他公司更引人注目！
想打造公司品牌！
希望顧客增加！
希望招攬優秀人才進公司！
不希望別人說自己的公司土里土氣！
即使是小公司，也希望看起來光芒四射！
想讓員工更積極！
想提高設計力！
…」等需求時，到底要從何處著手？
答案就在融合設計與行銷為出發點的「視覺行銷」。
《會設計也要會行銷：視覺行銷的法則》作者實際參與設計工作20年，經手過數十家上市公司、200家以上中小個人企業的設計專案，在實務經驗中也經歷了現場工作的變遷。
但是，一直到今天，設計這門工作仍持續大幅改變。
不論公司規模大小、設計的運用順利與否，都會使企業的價值產生極大差異。
在經營上有效利用「設計」的企業更能抓住顧客的心，更能超越營業種類與行業界限、活躍於全世界，蘋果電腦的產品就是一個例子。
談設計與行銷、打造品牌等議題好像仍只限於大型企業、大的設計專案，但實際上，對中小企業或小專案，設計仍十分重要。
本書第一篇開宗明義的主題就是「小投資大獲利的設計策略」，作者將在日本多年來的經驗彙整出：以設計提升「商品力 服務力」；以設計來提高「價格」；以設計來提高「銷售額」；以設計來提高「顧客滿意度」；以設計來提高「廣告·宣傳」效果；甚至於以設計來改善「經營管理」和「組織團隊力」的策略。
本書的第二篇更針對「設計品味養成的5個重點」來介紹，快速掌握「文字」、「版面配置」、「配色」、「氛圍＆風格」、「文案」等重點。
從公司對外的LOGO、員工名片，到產品介紹的文宣品，都能以好的設計給人不同的印象。
理解設計給人的印象，將經深思熟慮的策略納入設計中，便能深入人的潛意識，得到您所期待的反應。
「視覺行銷」的重要不言而喻。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

Uji Tomoko　多摩美術大學設計系畢業，曾就業於廣告公司、事務所，並擔任過三菱電機、日清食品、SEIKO精工錶等大型企業的專屬設計師。
1994年獨立門戶，專門為大型上市公司企劃以女性為主的商品和精品行銷，也擔任CI、WEB連動的中小企業的行銷企劃。
以視覺設計總監的身分，為多數企業開發新商品，主導企劃事業轉換期的設計戰略，她巧用視覺戰略，在設計方面表現優異出色、成績卓越，獲得廣大好評。
株式會社UJI-PUBLICITY社長。

第一图书网, tushu007.com

<<會設計也要會行銷>>

书籍目录

第1篇 小投資大獲利的設計策略看準未來，培養品牌重要的是思考如何有效利用設計以等級（class）和類型（type）提高市場價值設計的資產價值思考有效率的商品開發PART 01 以設計提升「商品力?服務力」以瞬間印象擴大市場的技術相配性的重要性發現美好事物煮出好料理＝做出好設計？
PART 02 以設計提高「價格」提高等級的設計方法視覺識別與品牌化PART 03 以設計提高「銷售額」不打造品牌症候群光等待而不促銷是行不通的「大眾」與「小眾」的廣告活動設計真的是用廣告把商品銷售出去嗎？
提高銷售額的設計方法PART 04 以設計提高「顧客滿意度」交給設計的任務將設計導入您的商品?服務提高顧客滿意度的設計方法PART 05 以設計提高「廣告?宣傳」效果大原則！
先決定設計用「看」來感覺的事特別簡單「抓住心靈」的設計與「吸引目光」的設計用設計打動人心中小企業使用「感動」的設計與「強度」相同，「美」也能打動人心PART 06 以設計改善「經營管理」物以類聚以「顯示出來」的事物吸引對象以設計提升人才的搭配力用設計提高動機以室內設計提升公司風氣「顯示後結束」的視覺傳達以設計進行員工教育以設計提醒行動規範以設計提升階級以設計提高團隊力以設計經營戰略第2篇 設計品味養成的5個重點Point 01 文字：設計「人格」的90%是決定在「文字組合」上了解字體選擇字體使用字體Point 02 版面配置：了解機能，掌握觀感效果了解版面配置利用版面配置增加視覺效果設計或版面可以運用在生意之中Point 03 配色：可能性和購買動機的最後王牌其他注意事項選擇色彩運用顏色Point 04 氛圍與風格：您不知道的「專業」世界採用和自己公司吻合的氛圍與風格更接近未來可能成為顧客的族群低成本、高效率的廣告戰略原創設計＋氛圍與風格＝最強的行銷工具Point 05 廣告文案：最強的夥伴最重要的是職務分配和情報傳達組織文案弱，設計也會跟著弱的法則文案和設計的互補關係一飛沖天的關鍵就在您和設計的關係

第一图书网, tushu007.com

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