

《是很酷，但又如何？》

图书基本信息

书名：《是很酷，但又如何？》

13位ISBN编号：978986574094X

出版时间：2015-3-13

作者：馬克·潘恩

译者：連緯晏

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《是很酷，但又如何？》

內容概要

2014年10月出版至今，獲amazon4.5顆星評價。

全球最知名創新顧問團隊 " Fahrenheit 212 "

《財星雜誌》讚譽為「創新者的天堂」、

《新聞週刊》比喻為「火熱的創意工廠」、

《ESQUIRE君子雜誌》力捧為「創新的中心」、

《Fast Company雜誌》說它是「結合IDEO的創意及麥肯錫的策略」，

且讓他們為你闡述每個成功創新背後精彩過程！

本書以Fahrenheit212實際顧問執行的案例，從星巴克、可口可樂、時代華納有線電視、三星電子

、STARWOOD酒店集團（寒舍艾美、W HOTEL、喜來登等）、Nature ' s Variety寵物食品、

到Tuthilltown Spirits釀酒廠、安維斯租車，透過顧客及商業兩個層面（即本書所倡導的雙M模式），描述如何從無到有的創新過程。

特別給台灣讀者

遠在我參與創辦Fahrenheit 212的好久之之前，曾在亞洲居住了六年，其中包括在台灣度過了三個不可思議的年頭。這般的經驗讓我在很多方面大開眼界、更加強了我的觀察能力（也就是每一位創新者每天仰賴的工具）。我深深地被這股豐沛的能量所啟發，在台灣，有一種勇於實現夢想的文化，讓它不同於任何一個我所去過的國家。一想到在Fahrenheit 212之中的啟發多多少少是源自於此，我就對此深感欣慰。我希望你能在本書找到其中的價值，並在你將自己遠大夢想付諸實現時，享受前方的這段旅程。

長久以來，我們都嚴重誤解了「創新」！

創新不是密密麻麻的便利貼，創新失敗率高也非不可逆轉的宿命，

創新必須經得起商業價值的考驗，並且轉換成能夠獲利的產品與服務。

全球創新頂尖團隊Fahrenheit 212，用真實案例告訴你 創新不只是從0到1，而是要從雙M下手，也就是從消費者角度（Magic，吸引人的特點）及商業角度（Money，賺不賺得到錢）來研究。

走進被《新聞週刊》比喻為「火熱的創意工廠」Fahrenheit212紐約總部，會發現辦公空間被一分為二：一邊是Magic（魔法／創意策略部門；從消費者角度找出吸引人的特點）、一邊是Money（金錢／財務執行部門；從商業角度找到賺得到錢的特點），在每個專案中，兩部門的人馬分別將自己的長處做最大發揮；但在幾個特定的里程碑，兩部門必須整合討論，找出雙方都同意的專案方向。他們常用的策略地圖之一叫BFD Map（Big Fast Doable），在考慮每個創意潛能（Big）的同時，也考慮當下執行的難易度（Fast Doable）。每個創新都值得被深思探討，但如果是遙遠如獨角獸般難以實現的想法，也必須當機立斷加以撲殺。

作者的寫作脈絡，也承襲這樣簡潔有效的工作方式，針對創意與執行兩方面，17個章節分別輔以Fahrenheit212實際顧問執行的案例。包括：三星的高科技玻璃液晶螢幕、杜拜私人銀行的金融產品整合系統、星巴克的紅酒之夜、喜達屋酒店集團的會員卡、時代華納有線電視的居家安全系統、Tuthilltown Spirits釀酒廠的烈酒研發、可口可樂互動式自動販賣機成為全新媒體寵身等等，藉此來闡述創意與執行的秘訣。如何跳脫窠臼，以獨特的觀點重新探討：何謂設計思考、如何進行轉換式思考（transformational thinking）、手上的商品到底是不是個好創意？

本書極度推薦給：創業家、經理人、創意工作者，以及任何對創新管理有興趣的人士。

《是很酷，但又如何？》

作者簡介

Fahrenheit 212 / 馬克·潘恩 Mark Payne

在亞洲、歐美等地擁有數十年創新經驗，協助寶僑開發產品、創立品牌。早早預見創新在未來的重要性，他回到紐約創立了Fahrenheit212顧問公司。從一張咖啡桌開始，今日，這間總員工人數不到50人的小公司在顧問界鼎鼎有名，《財星雜誌》讚譽它為「創新者的天堂」、《新聞週刊》將它比喻為「火熱的創意工廠」、《ESQUIRE君子雜誌》說它是「創新的中心」、《Fast Company雜誌》說它的成功，來自於「結合IDEO的創意及麥肯錫的策略顧問」。客戶包括：可口可樂、三星、愛迪達、奇異家電、星巴克、雀巢等眾多財星五百大企業。

多年的顧問經驗，歸納出的創新秘訣究竟是什麼？馬克·潘恩指出，大部分人以為的創新，就是開發新產品來滿足當前顧客/市場需求的不足。只考慮創意而沒有兼顧產品獲利與執行面，這其實正是創新失敗的主因。而Fahrenheit212的創新秘訣就只有兩個字：金錢(Money)與魔法(Magic)，只有兼顧創意與執行的經營方式，才有可能在這場白熱化的創新競爭中脫穎而出。

Fahrenheit212 | www.fahrenheit-212.com

書籍目錄

1. 看清創新議題背後的真相

清點一下，你有多少創新的點子是屬於獨角獸（美好但不切實際）

2. 從雙M視角，找出問題

從消費者層面及商業層面，找出你的點子或技術有什麼問題。

3. 從雙M問題，找出解決方案

從消費者層面及商業層面，找出你的問題有什麼解決方案。

4. 讓企業具備延伸能力

面對創新議題，企業應該擁有能屈能伸的絕佳彈性。

5. 好高騖遠 VS. 腳踏實地

驚豔四座的創意要經得起兩個問題的拷問：怎麼做、花多少？

6. 創新對速度的要求

發現還沒人做的潛在商機，速度就是決勝關鍵。

7. 一開始便著眼於突破性創新

是企業在尋求創新構想，還是創新構想在尋求適合的企業？

8. 先求問題背後的問題，而不是解答

位居市場龍頭的領導企業，要如何從轉變中仍擁有競爭優勢。

9. 刮刀哲學 拿出刮刀、鏟起來、翻轉

將缺點轉變成優點的勇氣

10. 膠合板哲學 彎曲到極限，但別過頭

把企業能力看成一片膠合板，讓它們能彎曲得恰到好處。

11. 關於洞悉的洞悉

洞悉是一種競爭優勢，看見競爭對手無法看透的事。

12. 創新策略的選擇建議

沒有先做出明確的策略選擇，便難以達到卓越的創新結果。

13. 2B OR NOT 2B

B2B的創新思考，比直接面對消費者還要複雜。

14. 破除創新的神話

這裡有九個關於創新的歪理（卻有人奉為圭臬）你需要全部拋諸腦後。

15. 別再讓「創新失敗」這種理由騎到你頭上

回頭想想，對創新來說失敗仍然有價值嗎？

16. 依據八個創新準則，讓構想得以實現

把金錢與魔法從理論轉化成健全、可重複的過程

17. 全新的星期一早晨

過濾並擺脫創新的獨角獸（美好但不切實際的點子）。

《是很酷，但又如何？》

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:www.tushu000.com