

《體驗設計:整合品牌、經驗以及價值》

图书基本信息

书名：《體驗設計:整合品牌、經驗以及價值的架構》

13位ISBN编号：9789867214323

出版时间：2015-11-1

作者：Patrick Newbery, Kevin Farnham

页数：231

译者：陳建雄, 陳詩捷, 林庭如, 蕭文信

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

《體驗設計:整合品牌、經驗以及價值》

內容概要

在過去的幾十年來，商業的範疇已經產生了巨大的改變。科技（technology）與全球化（globalization）讓我們看到全世界成為一個開放的市場，而若能吸引顧客便會造就百業興旺。

體驗設計一書，藉由解說如何整合品牌、價值、顧客體驗到建立顧客參與，提供了企業與設計間合作的新方法。您將學習到如何思考「設計」，使其成為一個程序與產出互相依存關係的系統，以及能夠與設計夥伴更有效率的合作，並在顧客旅程中創造出更優質的體驗。體驗設計一書對企業領導者和設計師不僅只是參考工具書，而是讓您的團隊更專注在什麼是最重要的。

作者簡介

Patrick Newbery

Method公司策略長，藉由他對策略、品牌、創新以及設計的經驗，開發工具及架構，促使公司使用進而增加顧客參與。目前他居住在Berkeley，並且盡可能地陪伴兩個孩子。

Kevin Farnham

Method公司執行長，主要負責公司策略、全球人才招募，以及企業發展。他致力於幫助公司藉由設計創造真實強大的品牌、產品與服務。過去20年來，他曾與Apple, BBC, Microsoft, MoMA, Nike, Google和Ted等多家公司領導者合作過。

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