

# 《为什么他接的案子比我多》

## 图书基本信息

书名：《为什么他接的案子比我多》

13位ISBN编号：9789572242490

出版时间：2014-3-27

页数：304

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](http://www.tushu000.com)

# 《为什么他接的案子比我多》

## 内容概要

### 内容简介

「如果你想學的是設計，請到設計學校就讀。

如果你想學如何在設計界生存，請讀完這本書。」

美國Amazon網站讀者 推薦

國家地理頻道、NBC環球媒體、ABC家庭頻道、Sony影視娛樂……等各家媒體人士一致好評推薦

為什麼設計這一行，屢見天才設計師掙扎著想出頭，而資質平庸的設計師卻左右逢源的情形？

是因為努力？機運？或只能歸咎造化弄人？

不要再怨天尤人了！作者要告訴你，他如何從大學畢業的時薪9美元，到自己當老闆，年獲利2百萬美元。

離開福斯影業後，靠著接案餬口

4年後，案子多到被老婆逼著雇用人手

又過了幾年，成為擁有17名手下的老闆

2009年到2012年，獲利成長三倍

2013年擠進全美快速成長企業第1657名

他沒有有錢的老爸可以靠，也自認不是天才設計師。

團隊工作、客戶關係、溝通、社交才能、生產速度及商業嗅覺，才是絕大多數導向成功的要素。

一個成功的創意設計人，絕不是只要有設計學位與精美作品集就可以，比起如何將Photoshop

、InDesign、Illustrator運用到出神入化，反倒是個人的行為舉止、工作倫理、人際關係，與成功更為密切。

讀完本書，你將了解到的業界現實面有

決定錄不錄取你的時間只有65秒。

設計師都是火星人，客戶都是金星人。

腦力激盪的點子有九成的淘汰率。

毀掉客戶關係最快的方法，就是錯過時限。

「公司有其他考量」表示「對你不滿意」。

現在坐在你隔壁的菜鳥，以後說不定是給你大案子的推手。

當你捲進爛攤子，唯一派得上用場的只有手上的「免死金牌」。

以上只是部份書中所提良心建議的其中幾項，看完本書，你將學到如何調整自己的舉措，就像個經驗老道的業界老鳥；如何可以加快專案流程，又如何避免客戶死不認帳；了解哪些必做，而哪些又是大忌；以及那些在課堂上永遠都學不到的業界潛規則。

### 本書特色

富含作者詼諧幽默的見解

改善現有工作流程的實用建議

眾多A咖媒體人士好評推薦

設計老手看了不禁會心一笑

設計新手看了可以避免踩地雷

名人推薦

黑秀網創辦人 唐聖瀚 好評推薦

知名設計師 陳彥廷 序文推薦

聯成文創行銷首席講師 吳正順 序文推薦

# 《为什么他接的案子比我多》

## 作者简介

### 作者簡介

Michael Janda

Michael Janda的職業生涯，都在設計相關行業服務，擔任過行銷商、美術部設計師、美術總監、創意總監及全職接案者。

Michael是備受推崇的設計公司Riser的創辦人暨所有人。成立於2002年的Riser，為包含迪士尼、Google、NBC、ABC、華納兄弟、Sony、國家地理頻道、福斯、TV Guide在內的諸多A咖客戶，提供美術設計和程式設計的服務。

Michael和妻子Jodi及三個兒子 Max、Mason與Miles 過著幸福的生活。

更多資訊請到[www.michaeljanda.com](http://www.michaeljanda.com)查看。

# 《为什么他接的案子比我多》

## 书籍目录

### 目錄

#### Section 1 第一話 人性工學

「言行、工作倫理與社交本領跟會不會成功的關係，至少和你下意識要Photoshop服從你的想法一樣密切。」

1 天大的祕密 / 2 百尺竿頭 / 3 虛懷若谷 / 4 從善如流 / 5 廣結善緣 / 6 灑狗血的劇情就留給肥皂劇 / 7 別當「孤鳥」 / 8 負面情緒的超強傳染力 / 9 壓力桶 / 10 「怪老頭」或「長者」 / 11 基層的工作 / 12 看重自己 / 13 領導或跟隨 / 14 成功的一半 / 15 淡季的用途 / 16 不要畫地自限 / 17 擦亮自己的招牌 / 18 別掉到外太空 / 19 「合體」力量大 / 20 團隊有團隊的考量 / 21 沒有人是全能的 / 22 時間是自己的

#### Section 2 第二話 藝術之巧

「一流的設計師，從不考慮「運氣」這件事。聰明的流程、策略及技巧，是每件傑作背後的創作助力。」

23 強迫症是種資質 / 24 遮醜的迷思 / 25 瑕「會」掩瑜 / 26 這不是在「當兵」 / 27 震懾戰術 / 28 給客戶「好看」 / 29 更好的點子永遠不嫌晚 / 30 愈補愈大洞 / 31 「格」「格」不入 / 32 Comp的說文解字 / 33 手腳疾如風 / 34 手腳要快 / 35 如何吃下一頭大象 / 36 維納斯行動 / 37 進擊的流程 / 38 成功登上山頂的步驟 / 39 下班免於急就章 / 40 案子為何不得善終 / 41 紙筆有它的好 / 42 回首來時路 / 43 打草驚蛇 / 44 紅旗與滅火器 / 45 腦力激盪的點子有九成的淘汰率 / 46 三個臭皮匠，勝過一個諸葛亮

#### Section 3 第三話 耳聽口說

「搞創意的人，還是得不時拿下耳機，跟其他活生生的人互動。」

47 終極Email範本 / 48 留意收件匣 / 49 Email黑洞 / 50 何必單打獨鬥 / 51 罐頭資訊 / 52 充當傳聲筒 / 53 帶有負面觀感的用詞 / 54 落單也別露餡 / 55 善意的告知進度 / 56 時限的魔術 / 57 無所不在的老大哥 / 58 骨牌效應 / 59 慎防W.W.W. / 60 寄出前務必三思 / 61 時區的悲劇

#### Section 4 第四話 取悅老闆

「誰沒有需要交代的對象？這人也許是你的主管、客戶，甚至老母親。學習如何圓滑地應對上級，會為你打開成功大門。」

62 來自火星的設計師，來自金星的客戶 / 63 留下客戶的足跡 / 64 不放手，直到「免死金牌」到手 / 65 放大客戶的音量 / 66 跟衣食父母打好關係 / 67 別替客戶出作業 / 68 知無不言，言無不盡 / 69 建立長期關係VS. 海撈一筆 / 70 苗頭不對快閃人 / 71 沒你也還好 / 72 留心踩到「黃金」 / 73 絕對不要開除客戶？ / 74 客戶其實沒改變主意 / 75 你是不是問了笨問題 / 76 數字不會騙人 / 77 錄取與否只需要65秒 / 78 不著痕跡的加薪說詞

#### Section 5 第五話 生意經

「沒有任何商業素養，就貿然踏入設計這行，跟沒受過跳傘訓練，就跳出飛機機艙一樣，等著倒大楣吧。」

79 熱忱會帶來黃金 / 80 表面工夫 / 81 各種收費方式 / 82 開工費率 / 83 定額收費的算計 / 84 當心價目表 / 85 不花錢的最貴 / 86 預算現形記 / 87 麥克雞塊經濟學 / 88 「義工」守則 / 89 公平作業規範 / 90 合約的攻略 / 91 沒有「等等」 / 92 別傻傻簽下去 / 93 救援名單 / 94 落袋為安 / 95 自掘墳墓 / 96 合夥的誘惑 / 97 時時緊盯分數 / 98 不會只是「見面聊聊」 / 99 報上本領來 / 100 天有不測風雲 / 101 彈性或自由 / 102 白紙黑字 / 103 下一個愁錢日 / 104 零頭炸彈 / 105 疑人莫用，用人莫疑 / 106 金錢的去向 / 107 花錢來賺錢 / 108 作嫁與作股 / 109 前途「三個月」 / 110 頭家或辛勞 / 111 硬著頭皮上

# 《为什么他接的案子比我多》

## 精彩短评

- 1、 Burn Your Portfolio akanelee
- 2、 英文原名比较贴合书中所述的内容，设计师应该掌握的人际交往、团队合作、项目管理等等内容，随便抓出两节都能写成一本书，算是浓缩精华的典范
- 3、 对设计师来说,很好的一本书!从人际关系到如何分别顾客,如何计算你应该得到的工薪都一一详细解释清楚!强烈推荐
- 4、 有点参考价值，但不太接地气。
- 5、 英文标题比较贴切书内容，例子都举得很实在
- 6、 第二遍阅读，对于自由设计师非常有用。
- 7、

# 《为什么他接的案子比我多》

## 章节试读

### 1、《为什么他接的案子比我多》的笔记-第60页

巩固潜在客户关系，取得专案放行的指示

- 给客户送蓝“心意”或意外的赠品
  - 比约定时间早呈交提案。
  - 找客户一起午餐或打高尔夫球
  - 亲自把装订好的提案交到客户手上（而非邮寄PDF档）
  - 提案加入一些说明样稿
  - 提供项目折扣，名目可以是慈善、交情、或批发价。
  - 大公司的话，请一名上级写张书签或邮件给潜在客户
  - 案子一旦放行，接着应该有一连串动作，开个开工会议，或介绍经手的团队成员，有利于加快脚步
- 专案的创作阶段
- 多给几个样稿，可以是主题底下的变化或新方向。例如，客户原以为有5个，结果有十个。
  - 设计logo的案子，为最好的logo套用情景（如货车或建筑的外侧），而且logo的案子可以搭配名片的点子，看看品牌延伸到行销的效果
  - 印刷品的案子，请附带一份打样稿，用来展示成品的样子
  - 当面开会，把样稿印出来，裱在立板上，开完会留给客户。也可以顺便带个小礼物或礼盒。
  - 网站的案子，经过一、两轮的样稿来回，但客户回馈意见很少，可以考虑做出部分可点击的网页，最后一次样稿时给对方看

网站专案的建置阶段

- 手上已有要用的所有素材，第一次展示可执行版本就把整个网站做好，完成约定内容
- 在客户预期上线日以前，建立好可执行的互动界面或视讯元件。许多客户对会动的内容比较有印象，建立互动或动画元件，像是替专案画龙点睛。
- 你可以在网站上新增约定以外的程式改良及功能。

案子的收尾阶段

- 请款金额低于预算，谁不喜欢成本比原先以为的低
- 不向客户额外要求的新增项目请款。
- 送样礼物给对方，或以其他法子表示心意
- 别忘了，专案的每个阶段，你应该试图提前交稿，而且靠“震慑战术”出乎对方期待。

这完全是中国人的逻辑嘛！！要是每个项目都这么搞的话真的是要累死人……其实老外也吃人情那套

- = 中国人就是太没规矩了，否则早就屹立于世界不败了……

# 《为什么他接的案子比我多》

## 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](http://www.tushu000.com)