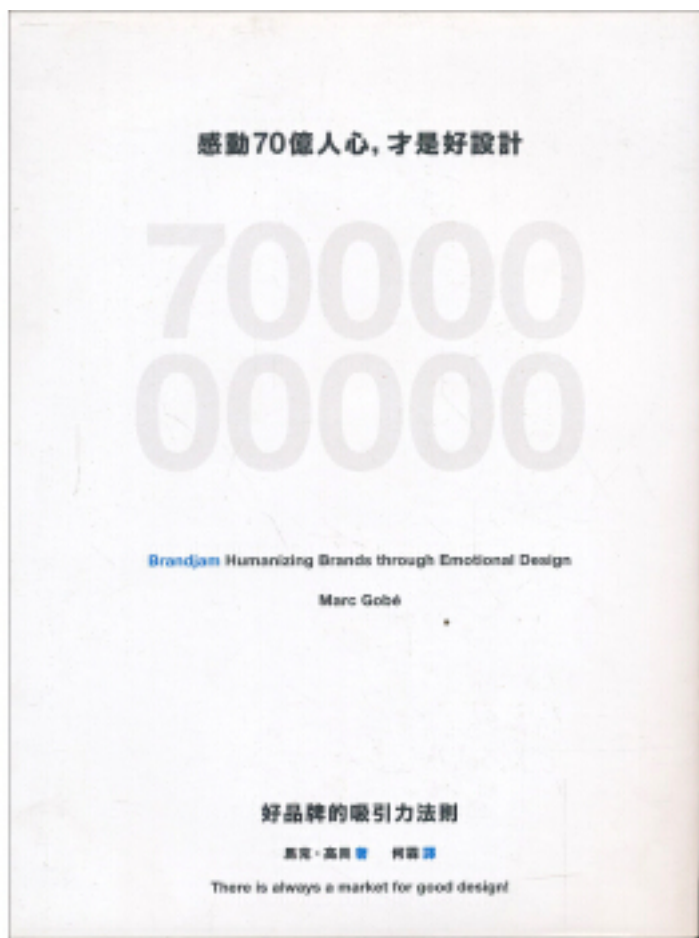


感動70億人心，才是好設計：好品牌的吸引力法則 [Brandjam: Humanizing Brands through Emotional Design]



[感動70億人心，才是好設計：好品牌的吸引力法則 \[Brandjam: Humanizing Brands through Emotional Design\]_下载链接1](#)

著者:馬克·高貝 (Marc Gobé) 著，何霖 译

[感動70億人心，才是好設計：好品牌的吸引力法則 \[Brandjam: Humanizing Brands through Emotional Design\]_下载链接1](#)

标签

评论

好

感性密码1 大家都有个后现代梦想 后现代启示：后现代解构
．透过品牌印象主义重新打造世界 感性密码2 创新来自边缘世界
将玩滑板当成设计灵感：「流行文化透镜让我们看见每件事。」——Tommy Hilfiger
．设计赋予小区灵感：纽约市与梦想的界限 感性密码3 情感设计是针对女人的设计
女性消费者正领导设计趋势：女人要什么？．赋予旅馆家的感觉：终结世代鸿沟．
勇于表达自我：NIKE的真相解剖：以复仇心态回到厨房：从厨房到婴儿房
．欢迎女性的工作场所！．科技产品吹起女性风：家庭计算机的好感度．
数位摄影：数大不头痛：小提包里的移动电话：专门为女人设计的汽车．
全球女性化风潮 感性密码4 感官的二十一世纪 尚路易餐厅．
香料与香精：人们总是爱花！．从一朵花开始：了解更多情感与感官体验．
进入右脑：品牌设计协奏曲的感觉体验：倾听品牌．
设计出感觉像是冰淇淋的一块肥皂：葡萄酒香水的味道 感性密码5 设计民主化
在「土口可乐」之国……．靠设计存活：抱持异议的新锐品牌：竞争自由．
今日设计创造明日欢乐：宝侨家品的自由品牌：墨西哥式的品牌民主！．
行动主义正在支持品牌 第二部 升级品牌价值的七项变身计划 品牌变身1
为品牌挂上一张情感识别证 定义一家公司的灵魂与胆识
．情感认同必须有个「情感焦点」：五种主要的「情感推动力」．
真相能建立人们的忠诚度：商标中该有什么？．敢于突显自己：聚焦的AOL．
多面向的识别：购物袋上的星星是什么？．命名的学问
．制造情感认同是执行长的本份：情感认同反映生活真相：一只鸭子代表什么意义．
设计是品牌的大使 品牌变身2 好品牌需要一个好标志 使人信服的视觉讯息．
再谈标靶百货：来一杯伏特加！．【访谈】标靶百货营销执行副总裁弗朗西斯．
巴哈马，众多惊喜的群岛：「污渍是好的」：重新定义污渍的视觉语言
．品牌需要一种设计观点：将情感可视化：SPLAT！诞生：可口可乐的感性图像学
．图像学能诱发什么情感？．用头脑、内心、本能说明你的出场计划：图像战争．
法国航空的视觉格调：以都会艺术为情感讯息．
太阳马戏团：字体设计也是图像识别证 品牌变身3 广告就是一种体验
选择自由：广告跟不上消费者的步调：巨大隔阂：电视不知道你是谁，但网络知道
．对抗旧潮流：广告必须参与品牌协奏曲：一张热门的入场券
．别攻击传话者，要解决产品问题：传播业失去灵魂了吗？．创意人都到哪去了？
．关于听话鸡：品牌讯息垂手可得：品牌营销不只是商业广告．
今日的广告没有所有答案，未来也不会有：广告的末日：如何变成一种「体验」
．当诺言兑现时 品牌变身4 门市就是你的广告 让你的讯息突然出现．
透过零售点连结人们情感：自然的广告招牌：融合型广告终于出现！．
有品牌的建筑也成了广告：一条最值钱的桥：城市艺术也是广告：身历其境的体验
．苹果零售店：创新和生活全方位连结：汽车的品牌零售：奢华品牌的零售形象
．搞零售却又讲品牌：这是种矛盾吗？．小就是美
．带给人欢乐吧！：百货公司的下一步：创造人性的品牌避风港 品牌变身5
研究品牌，先搞懂设计 用视觉研究打造富想象力的解决方案：情感：设计与潜意识
．市场没有规则：灵感与直觉是市场研究吗？．赤裸裸的消费者
．影响未来营销的人性哲学家：想象力：透过可视化设计：全球网络的可视化．
可视化的情感讯息图：五角大厦与可视化：观察：透过设计师的眼睛研究．
来自设计的观察：内在敏锐的设计师：设计师的大发现：设计师也是消费者
．品牌协奏曲：共同探索人心深处：语言是固定的——视觉图像没法说谎
．「与设计产生共鸣」的创新品牌：全球企业的视觉写照
．用视觉图像发现自己的故事：研究设计师们的渴望 品牌变身6
设计真正不一样的品牌！中国发明：IDSA：设计的新世界

． 新思维：品牌营销需要大胆设计． 品牌设计高手1：多芬香皂．
品牌设计高手2：DKNY香水． 品牌设计高手3：通用汽车
． 品牌设计高手4：翻新自由女神像． 品牌设计高手5：标靶百货药品包装．
品牌设计高手6：BMW汽车． 品牌设计高手7：NATURA化妆保养品．
品牌设计高手8：赫曼米勒家具． 你会设计语言吗？． 创意从哪来？．
原创思考的语言． 设计狂热． 设计会太多吗？． 个人风格． 人们走在设计之前……
． 新竞争优势 品牌变身7 情感也可以客制化 透过设计带来更好的生活． 透过设计灵感
． 透过个人化服务． 透过情感探索． 私密接触：设计好的顾客假期． 透过优质工艺
． 透过社会现实． 这不是「一体适用」的世界 结语 打造品牌设计协同中心

[感動70億人心，才是好設計：好品牌的吸引力法則 \[Brandjam: Humanizing Brands through Emotional Design\]_下载链接1](#)

书评

[感動70億人心，才是好設計：好品牌的吸引力法則 \[Brandjam: Humanizing Brands through Emotional Design\]_下载链接1](#)