

酷效应

诺亚·柯纳 金恩·普列斯曼 著

安卓·埃瑟斯 协助

曾沁音 译

大 品 牌 与 明 星 产 品 成 功 之 道

Standing Out in Today's Cluttered Marketplace



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

图书在版编目 (CIP) 数据

酷效应:大品牌与明星产品成功之道 / (美)柯纳, (美)普列斯曼著; 曾沁音译.
— 北京: 中央编译出版社, 2013. 9

书名原文: Chasing Cool: Standing Out in Today's Cluttered Marketplace
ISBN 978-7-5117-1715-3

I. ①酷… II. ①柯…②普…③曾… III. ①设计市场—市场营销学 IV. ①F713.584
中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第169639号

CHASING COOL: Standing Out in Today's Cluttered Marketplace

By Noah Kerner and Gene Pressman

Copyright © 2007 by Noah Kerner and Gene Pressman

Simplified Chinese translation copyright © 2013

By Central Compilation & Translation Press

Published by arrangement with Atria Books, a Division of Simon & Schuster, Inc.

Through Bardonia-Chinese Media Agency

ALL RIGHT RESERVED

酷效应: 大品牌与明星产品成功之道

出 版 人: 刘明清

出版统筹: 薛晓源

责任编辑: 饶莎莎

执行编辑: 廖晓莹

出版发行: 中央编译出版社

地 址: 北京市西城区车公庄大街乙5号鸿儒大厦B座(100044)

电 话: (010) 52162345 (总编室) (010) 52162342 (编辑部)

(010) 66161011 (团购部) (010) 52162332 (网络销售)

(010) 66130345 (发行部) (010) 66509618 (读者服务部)

网 址: www.cctphome.com

印 刷: 利丰雅高印刷(深圳)有限公司

成品尺寸: 140毫米×210毫米 8.75印张

版 次: 2013年9月北京第1版

印 次: 2013年9月第1次印刷

定 价: 48.00元(精)

本社常年法律顾问: 北京市吴栾赵阎律师事务所律师 闫军 梁勤

UNIVERSAL PRINCIPLES OF LEADING DESIGN AND MARKETING

CHASING COOL

本书写给当前为了“酷”而伤透脑筋的产品经理、营销企划人员以及所有的商业工作者。

在这个分众市场更加鲜明、消费者口味更加多元化的时代里，我们总是认为得用“酷”来满足人们想要得到的那些更具特色的消费体验。

然而，“酷”到底是什么呢？我们一味追求的“酷”应该用什么样的营销与设计才能真正打动人心，成为引爆畅销的“酷效应”呢？

还是让我们先来听听商业世界上最聪明的天才们怎么说“酷”的吧....



酷语录

广告大师马丁·普力斯（Martin Puris）：

亦步亦趋通常会抹杀个人的独立思考。并且，与他人相比，如果你难以有所超越的话，那么你必将在竞争中沦为次席。



酷语录

旅馆营销高手伊恩·施拉格（Ian Schrager）：

在市场上没有第二，只有第一。

酷语录

耐克公司前任广告总监、星巴克现任营销总监史考特·贝德立（Scott Bedbury）：

我们可以既主流又前卫。你可以是歌利亚巨人，但是也要像力抗巨人的大卫那样去思考与行事。







酷语录

全美第二大零售商塔吉特百货营销总监迈克尔·费朗西斯 (Michael Francis) :

我们不会只因为对方是名人就找他来进行设计。



酷语录

耐克公司前任广告总监、星巴克现任营销总监史考特·贝德立（Scott Bedbury）：

可以说，我们想要知道所有的事情。如果你是耐克公司的篮球部主管的话，那么你最好摸透年轻球员心里在想些什么，包括他们听的音乐、惯用的词语、对成功的理解、畏惧的东西、梦想的事物……





酷语录

超级经纪公司ICM公司的总裁、丹泽尔·华盛顿（Danzel Washington）和史蒂夫·马丁（Steve Martin）等巨星的经纪人艾德·利马杜（Ed Limato）：

伟大的传奇人物，通常是那些英年早逝的天才。因为他们的早逝，所以其光辉形象永存。



酷语录

当一家公司还没确定自己的优势就急着向外取经的时候，这难道不是在指责公司的管理阶层，特别是那些年轻的管理人员无能吗？





001 引言

我们相信，“酷”不是刻意追求的结果，而是有品位、高瞻远瞩人士的积极作为；他们始终以个人真实的观点来看待周围的事情。

1⁺

009 行业中的i Pod

不论他人如何，我都会坚持自己

2⁺

045 对外取经

如果你不先弄清楚自身的实际情况，即使请外人想出来愿景，也不会有用。

3⁺

079 为了破坏而破坏？

瓶中口碑VS美学价值