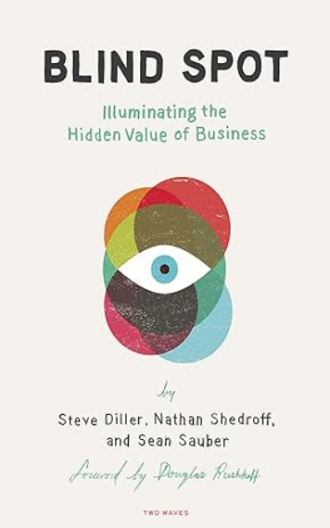
**新 书 推 荐**

**中文书名：****《盲点：点亮商业的隐藏价值》**

**英文书名：****BLIND SPOT: Illuminating the Hidden Value of Business**

**作 者：Steve Diller and Nathan Shedroff and Sean Sauber**

**出 版 社：Rosenfeld Media**

**代理公司：Waterside/ANA/Jessica Wu**

**页 数：248页**

**出版时间：2016年11月**

**代理地区：中国大陆、台湾**

**审读资料：电子稿**

**类 型：经管**

**内容简介：**

传统的衡量标准和不断增加的数据访问量分散了领导者的注意力，他们忽视了为企业创造更大价值的真谛：与客户建立有意义的长期关系。

在《盲点》一书中，您将了解到从迪斯尼到Instagram等卓越企业是如何创新并维持有价值、富有成效的客户关系的。《盲点》的课程为您的客户、企业甚至股东提供了突破性的视角转变和双赢方法。

**作者简介：**

**史蒂夫·迪勒（Steve Diller）**领导着一家创新战略公司Scansion，该公司致力于识别、塑造和构建能够改变市场和企业的体验。作为一名“体验战略家”，史蒂夫从电影、音乐等“基于时间的艺术”以及人类学和认知心理学的角度出发，为读者提供了独特的视角，使得在技术和社会快速变革的时代优化任何产品成为可能。他的客户既有《财富》100强企业，也有初创企业，包括欧特克、宝洁、克莱斯勒、罗技、英特尔、甘尼特、华盛顿邮报、经济学人集团、服装品牌Carhartt、卫星电视服务商DirecTV、通用汽车、伊莱克斯和微软。在成立Scansion 之前，史蒂夫是Added Value公司品牌战略高级副总裁，此前是美国调查机构Cheskin的合伙人兼创新总监。在加入Cheskin之前，他拥有一家电影制作公司，制作并导演了多部故事片。史蒂夫还是加州艺术学院设计战略MBA课程的创始教师之一，教授市场洞察和社会风险投资课程。史蒂夫拥有芝加哥大学公共政策研究硕士学位、卡尔顿学院历史学士学位和哥伦比亚学院电影学士学位。他与南森（Nathan）和戴伦·瑞亚（Darrel Rhea）合著了《创造意义：成功的企业如何提供有意义的客户体验》一书，并参与撰写了《信任》和《人机交互手册》。

**南森·谢德罗夫（Nathan Shedroff）**是加利福尼亚州旧金山加利福尼亚艺术学院（CCA）开创性的设计战略MBA课程的主席。这个21世纪的商业项目为下一代创新领袖赋能，使他们能够创造一个有利可图、可持续发展、合乎道德和真正有意义的世界。他还是体验设计、交互设计和商业战略领域的先驱，在国际舞台上演讲和授课，更是一名连续创业者，目前正在创办一家新公司。他的著作包括：《体验设计1.1》、《创造意义》、《设计就是问题》和《让设计成为现实》。他拥有普雷西迪奥研究生院的可持续管理工商管理硕士学位和艺术中心设计学院的工业设计学士学位。他曾在《认识商业》与理查德·索尔·沃曼（Richard Saul Wurman）共事，后来共同创办了vivid工作室，这是一家拥有十年历史的互动媒体先驱公司，也是全球首批网络服务公司之一。vivid的标志性贡献是帮助建立和验证了信息架构领域，为新兴的网络行业培养了整整一代设计师。南森还是世界上历史最悠久的设计公司Teague的董事会成员。

**肖恩·索伯（Sean Sauber）**从创伤、运动和关节重建领域的骨科医生助理，成长为了“五大”咨询公司的顾问。他在宝洁公司担任过多种职务，在一家软件网络公司从事过业务开发，还抽空在大学里教过书。在所有这些工作中，他的共同点是了解个人和团体之间的关系，并利用这些洞察力推动创新。他是宝洁公司克雷街项目的创始成员之一，负责会议开发、设计研究和商业模式开发。这些经历促使他创建并实施了以组织内创意文化发展为重点的研讨会。2007 年离开宝洁公司后，他继续帮助个人、团队和组织发挥效能和创新潜力。2009 年，他创办了Extending Minds公司，专门为通用电气医疗保健公司、塔吉特公司、辉瑞公司、梅奥诊所和辛辛那提大学校长办公室等公司的团队提供突破性创新的设计文化发展服务。

**媒体评价：**

“《盲点》揭开了企业如何为最重要的人群——客户创造持久价值的神秘面纱。”

——所罗门（Lisa Kay Solomon），《影响力时刻》（Moments of Impact）和《设计更好的企业》（Design a Better Business）的作者之一

“《盲点》提供了有益的实例，教导领导者如何深入接触客户并对他们做出承诺，而不是简单地与之进行交易，同时知道顾客为什么不再光顾。”

——Kleiner Perkins Caufield & Byers公司合伙人约翰·前田

“《盲点》为企业与客户建立长久、有意义的关系提供了一种强大的设计思维方法。”

——Linkedin主席、Greylock合伙人里德·霍夫曼（Reid Hoffman）

**全书目录：**

前言

1. 隐藏价值的世界
2. 定义商业关系
3. 关系可视化
4. 在关系中发现机遇
5. 通过实践取得回报
6. 距离与团队结构
7. 发现
8. 决策
9. 宣布
10. 设计
11. 交付
12. 顶级价值的世界

索引

致谢

作者简介

**感谢您的阅读！**

**请将反馈信息发至：版权负责人**

**Email**：**[Rights@nurnberg.com.cn](mailto:Rights@nurnberg.com.cn)**

安德鲁·纳伯格联合国际有限公司北京代表处

北京市海淀区中关村大街甲59号中国人民大学文化大厦1705室, 邮编：100872

电话：010-82504106, 传真：010-82504200

公司网址：[http://www.nurnberg.com.cn](http://www.nurnberg.com.cn/)

书目下载：<http://www.nurnberg.com.cn/booklist_zh/list.aspx>

书讯浏览：<http://www.nurnberg.com.cn/book/book.aspx>

视频推荐：<http://www.nurnberg.com.cn/video/video.aspx>

豆瓣小站：<http://site.douban.com/110577/>

新浪微博：[安德鲁纳伯格公司的微博\_微博 (weibo.com)](https://weibo.com/1877653117/profile?topnav=1&wvr=6)

微信订阅号：ANABJ2002

