

为自己工作——世界顶级设计师成功法则

作者：[英]David Airey 著

目 录

[版权信息](#)

[版权声明](#)

[内容提要](#)

[译者序](#)

[前言](#)

[第一部分 从何开始](#)

[第1章 本质特征](#)

[1.1 有好奇心](#)

[1.2 有同情心](#)

[1.3 有信心](#)

[1.4 你是经理](#)

[1.5 自我激励](#)

[1.6 专业](#)

[1.7 平衡](#)

[1.8 不要盲目相信你的经验](#)

[1.9 别忘了.....](#)

[第2章 学无止境](#)

[2.1 终身学习](#)

[2.2 设计学院没有教你的事](#)

[2.2.1 有效沟通](#)

[2.2.2 跨学科知识](#)

[2.2.3 如何问问题](#)

[2.2.4 学会倾听](#)

[2.2.5 时间管理](#)

[2.2.6 建立自信](#)

[2.2.7 了解业务](#)

[2.3 其他学习途径](#)

[第3章 寻找利基](#)

[3.1 什么是利基](#)

[3.2 为何要专攻](#)

[3.3 分散风险](#)

[第4章 创业的利与弊](#)

[利：可以自己安排时间](#)

[弊：人们期望你“7×24”地工作](#)

[利：可以自己定价](#)

[弊：不知该收多少钱](#)

[利：做自己喜爱的工作](#)

[弊：有些人会认为，既然你热爱你的工作，那么你会乐于提供免费的服务](#)

[利：你是头儿](#)

[弊：没有人可以给你指正](#)

[利：想休假就休假](#)

[弊：没有了带薪休假](#)

[利：你有了许多不同的帽子](#)

[弊：有时你只想戴你最喜欢的那顶帽子](#)

[利：客户来自世界各地、各行各业](#)

[弊：未必能亲自会见每位客户](#)

[利：从卧室到工作间只有10米之遥](#)

[弊：无法把工作“丢在办公室”](#)

[利：可以到户外办公](#)

[弊：有时天公不作美](#)

[第二部分 你需要成为什么样的人](#)

[第5章 直接与客户打交道还是做一名承包者](#)

[5.1 直接与客户打交道](#)

[5.1.1 优势](#)

[5.1.2 劣势](#)

[5.2 从代理机构承包](#)

[5.2.1 优势](#)

[5.2.2 劣势](#)

[第6章 为成功而规划](#)

[6.1 事实](#)

[6.2 主张](#)

[6.3 资金](#)

[6.4 替代方案](#)

[6.5 人员](#)

[6.6 多少页的计划](#)

[第7章 品牌命名](#)

[7.1 一切皆始于名字](#)

[7.1.1 域名的可用性](#)

[7.1.2 社交媒体平台中用户名的可用性](#)

[7.1.3 合法性](#)

[7.1.4 它听起来如何](#)

[7.1.5 拼写](#)

[7.1.6 记忆性](#)

[7.1.7 意义](#)

[7.1.8 感觉](#)

[7.1.9 定位](#)

[7.1.10 一些其他想法.....](#)

[第8章 设计品牌形象](#)

[8.1 图形标识](#)

[8.1.1 像对待客户一样对待自己](#)

[8.1.2 寻求批评](#)

[8.1.3 放放再说](#)

[8.2 形象设计的其他方面](#)

[恪守承诺](#)

[第9章 何处办公](#)

[9.1 在家工作](#)

[9.2 租用办公地点](#)

[9.3 健康工作](#)

[第10章 在线展示](#)

[10.1 必备基本要素](#)

[10.1.1 域名](#)

[10.1.2 Web主机](#)

[10.1.3 设计](#)

[10.1.4 内容](#)

[10.1.5 最好的广告：口碑](#)

[10.1.6 博客难以置信的价值](#)

[10.2 来之不易的教训](#)

[10.2.1 发布博客](#)

[10.2.2 使用自己托管的博客](#)

[10.2.3 不要以为人们会来访问](#)

[10.2.4 像平日说话那样写作](#)

[10.2.5 留在原地](#)

[10.2.6 不要低估时间上的投入](#)

[10.3 视竞争对手为盟友](#)

[第11章 推销自己，寻找好客户](#)

[11.1 为了公益](#)

[11.2 善待现有客户](#)

[11.3 在线免费推广](#)

[11.4 事半功倍](#)

[11.5 你认识的人](#)

[11.6 接触其他设计机构](#)

[11.7 与众不同](#)

[11.8 展现真才实学](#)

[11.9 灵机一动](#)

[11.10 在当地做生意](#)

[11.11 遇到错误时.....](#)

[第12章 为何公司并非越大越好](#)

[12.1 亲自接洽](#)

[12.2 客户需要的是你](#)

[12.2.1 与大客户同行](#)

[12.2.2 质量管理](#)

[12.2.3 不要庞大要扎实](#)

[12.2.4 小意味着敏捷而充满激情](#)

[第13章 合法性、诚信以及道德](#)

[13.1 合法性](#)

[13.2 诚信](#)

[13.2.1 避免投机](#)

[13.2.2 写下来](#)

[13.2.3 相信你的直觉](#)

[13.3 道德](#)

[第三部分 如何管理项目](#)

[第14章 明智地选择客户](#)

[14.1 危险信号](#)

[14.1.1 “好到难以置信”先生](#)

[14.1.2 双重人格客户](#)

[14.1.3 错误先生](#)

[14.1.4 其他噩梦般的客户](#)

[第15章 应对客户之道](#)

[15.1 客户问卷调查](#)

[15.1.1 要问的问题](#)

[15.1.2 分发调查问卷](#)

[15.2 避免浪费时间](#)

[15.3 迈对步子](#)

[第16章 如何定价](#)

[16.1 定价](#)

[16.2 分解提案](#)

[16.3 并非总要涉及钱](#)

[16.4 了解采购部门](#)

[16.5 如何谈判](#)

[16.6 提高现有用户的价格](#)

[16.7 “你应该多要一些”](#)

[第17章 合同条款](#)

[17.1 Pear Deli和达摩克利斯之剑](#)

[17.2 成长之痛](#)

[17.3 要包含哪些内容](#)

[17.3.1 版权及所有权](#)

[17.3.2 联络](#)

[17.3.3 支付日期](#)

[17.3.4 拖欠费用](#)

[17.3.5 取消合作](#)

[17.3.6 其他事宜](#)

[17.4 这很常见](#)

[第18章 如何更好地展示作品](#)

[18.1 倾听客户并与之建立融洽的关系](#)

[18.2 引导客户](#)

[18.3 远离“极品”客户](#)

[18.4 太多的想法](#)

[18.5 专注大局](#)

[18.6 在上下文中展示作品](#)

[18.7 接受反馈](#)

[18.8 客户也许是粗鲁的，但他们没错](#)

[18.9 展示技巧](#)

[第四部分 出发之前](#)

[第19章 经验之谈](#)

[19.1 与不同的专家合作](#)

[19.2 签合同前先什么都别干](#)

[19.3 客户能助你成长](#)

[19.4 不要限制自己的发挥](#)

[19.5 30年积累的建议](#)

[19.6 以往的工作经验是关键](#)

[19.7 寻求客户反馈](#)

[19.8 来自Behavior的教训](#)

[19.8.1 员工](#)

[19.8.2 客户](#)

[19.8.3 提供服务与创建产品](#)

[19.8.4 愿景](#)

[19.8.5 市场](#)

[19.8.6 学会拒绝](#)

[第20章 没有客户的未来](#)

[20.1 在线广告](#)

[20.2 与人结盟](#)

[20.3 发布产品](#)

[20.4 写一本书](#)

[20.5 收入即能量](#)

[第21章 永不止步](#)

[21.1 追逐机会，而不是钱](#)

[21.2 证明自己](#)

[21.3 先考虑和谁工作，再考虑做什么](#)

[21.4 设计出人意料的作品](#)

[21.5 专注于适合你的项目](#)

[21.6 拥有控制权](#)

[21.7 通过坏客户来欣赏好客户](#)

[21.8 拒绝自我放纵](#)

[21.9 全心投入](#)

[21.10 换个角度思考](#)

[21.11 设计漂亮的东西](#)

[21.12 要有满足感](#)

[21.13 加入社区](#)

[21.14 要感到自豪](#)

[21.15 离开特定领域](#)

[21.16 通过他人激励自己](#)

[21.17 取舍之间](#)

[21.18 做一些自己的小项目](#)

[21.19 热爱你的职业](#)

[欢迎来到异步社区！](#)

[异步社区的来历](#)

[社区里都有什么？](#)

[购买图书](#)

[下载资源](#)

[与作译者互动](#)

[灵活优惠的购书](#)

[纸电图书组合购买](#)

[社区里还可以做什么？](#)

[提交勘误](#)

[写作](#)

[会议活动早知道](#)

[加入异步](#)

版权信息

书名：为自己工作——世界顶级设计师成功法则

ISBN：978-7-115-31983-8

本书由人民邮电出版社发行数字版。版权所有，侵权必究。

您购买的人民邮电出版社电子书仅供您个人使用，未经授权，不得以任何方式复制和传播本书内容。

我们愿意相信读者具有这样的良知和觉悟，与我们共同保护知识产权。

如果购买者有侵权行为，我们可能对该用户实施包括但不限于关闭该帐号等维权措施，并可能追究法律责任。

• 著 [英]David Airey

译 侯鸿儒

责任编辑 赵 轩

• 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

• 读者服务热线：(010)81055410

反盗版热线：(010)81055315

版权声明

Work for Money, Design for Love

ISBN: 9780321844279

Copyright © 20113

Authorized translation from the English language edition published by New Riders.

All rights reserved.

本书中文简体字版由美国New Riders 出版公司授权人民邮电出版社出版。未经出版者书面许可，对本书任何部分不得以任何方式复制或抄袭。

版权所有，侵权必究。

欢迎访问：电子书学习和下载网站（<https://www.shgis.cn>）

文档名称：《为自己工作——世界顶级设计师成功法则》[英]David Airey 著.epub

请登录 <https://shgis.cn/post/574.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

