

為什麼你的公司生產不出 iPod ？

覺宮珠璣

導讀 蕭瑞祥（資管系副教授）

「從蘋果電腦到GE都採行的經營策略」、「史丹福大學D-School、伊利諾大學設計學院的商業課程都列入的必修課程」，是什麼碗糕這麼神奇？

本書作者奧出直人告訴我們是「設計思考」讓iPod不只是個攜帶型音樂播放器，而是創造出無可取代價值的設計創新。「設計思考」的第一步便是把感情注入要觀察的對象，以旁觀者角度檢視習以為常的日常生活，發揮創造力，只要一想到新點子，就去思考要如何表現出來。例如：創造iPod與其他MP3播放器不同的思考是iPod讓使用者把他選擇的音樂全部打包帶著走，而MP3播放器卻是需要操作複雜的「手動」轉檔。因此iPod就以讓人感動的「創造力」，改變產業的基本結構。作者認為組織的每個人皆應培養這樣的思考方法，而當組織每個人皆能如此，也就成為有助於組織經營的一種思考模式。

作者進一步發揚日本人實踐的精神，認為「創造力並非個人的才能，而是一種方法」，提出「創造的流程」與「創造的演練」的操作方法，可以迅速為組織導入設計思考的模式，使設計創新不流於空談，而是讓每個人、每個組織皆可以創造出iPod的具體作法。

本校正在推動課程改革之際，或許我們的思考需要設計一下，以創造出能夠緊緊抓住顧客的心，讓人感動的「淡江iPod」！

