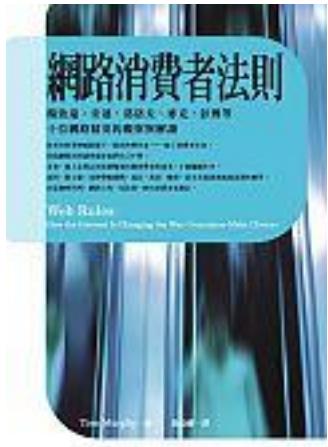


網路消費者法則



[網路消費者法則_下载链接1](#)

著者:MURPHY,TOM楊幼蘭譯

出版者:巨思 (藍鯨)

出版时间:20010901

裝帧:

isbn:9789579778138

「如今我們正面臨資訊時代，那標榜廉價、唾手可得資訊的時代。或許，過去幾十年來的代表，是強大的跨國企業，但資訊時代卻是屬於消費者，也就是那全能個人的。它與他們的所知、所要、所需有關。它與他們的幻想與現實、健康與快樂、信仰與好奇有關。」本書所描繪的，是個嶄新的景象：網際網路使消費者得以做出更能掌握狀況的決定。未來線上企業必須回應消費者的需求，繼而帶動商業、媒體、政治、健保，甚至其他領域風起雲湧的變革。在這兒，制定規則，那網路規則的，正是消費者。

在書中，作者Tom

Murphy不僅分析了形成資訊時代的流行趨勢，也廣泛地與這新媒體領域內的佼佼者，如拜瑞. 狄勒 (Barry Diller)、楊致遠 (Jerry Yang)、麥克. 彭博 (Mike Bloomberg)、安迪. 葛洛夫 (Andy Grove)、安. 溫布蕾 (Ann Winblad) 與保羅. 沙弗 (Paul Saffo) 等人對談。從而發現：在資訊時代，消費者將成為權力新貴，期望能受到最好的待遇、擁有一流的商品、獲得最實惠的價格。顧客至上，顧客永遠是對的。商家若不遵守這些規則，就甭想在業界長久立足。

作者介绍:

目录:

[網路消費者法則_下载链接1](#)

标签

评论

[網路消費者法則_下载链接1](#)

书评

[網路消費者法則_下载链接1](#)