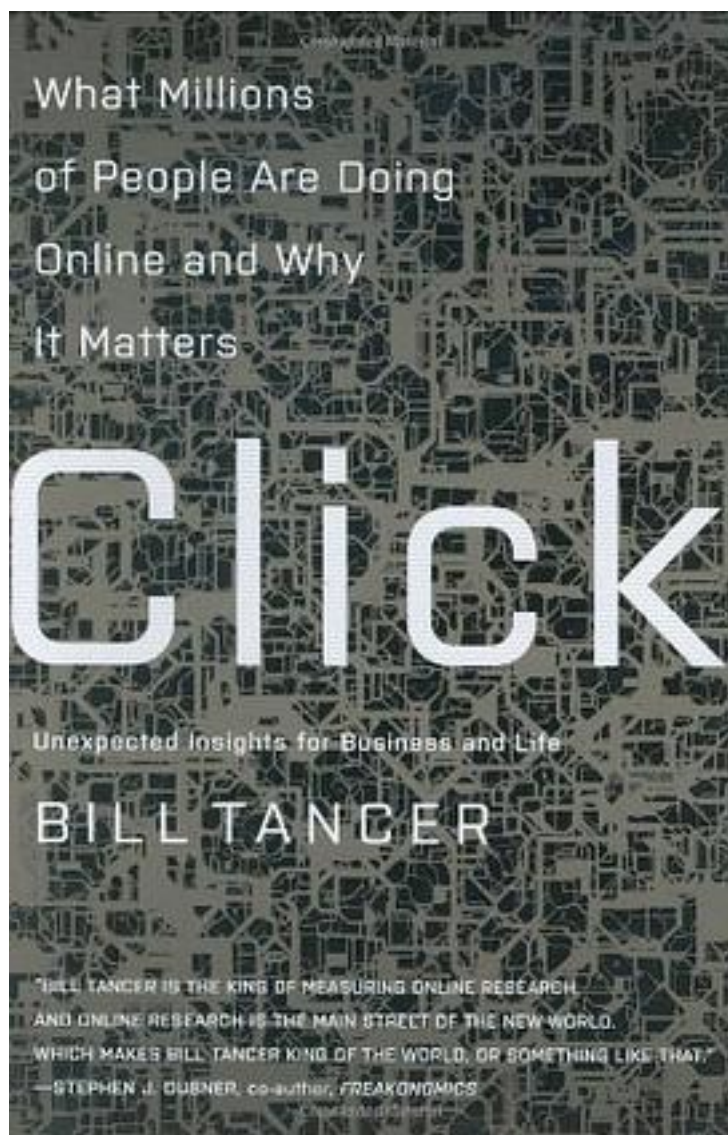


Click



[Click_下载链接1](#)

著者:Bill Tancer

出版者:Hyperion Books

出版时间:2008-9-2

装帧:Hardcover

isbn:9781401323042

What time of year do teenage girls search for prom dresses online? How does the quick adoption of technology affect business success (and how is that related to corn farmers in Iowa)? How do time and money affect the gender of visitors to online dating sites? And how is the Internet itself affecting the way we experience the world? In *Click*, Bill Tancer takes us behind the scenes into the massive database of online intelligence to reveal the naked truth about how we use the Web, navigate to sites, and search for information--and what all of that says about who we are. As online directories replace the yellow pages, search engines replace traditional research, and news sites replace newsprint, we are in an age in which we've come to rely tremendously on the Internet--leaving behind a trail of information about ourselves as a culture and the direction in which we are headed. With surprising and practical insight, Tancer demonstrates how the Internet is changing the way we absorb information and how understanding that change can be used to our advantage in business and in life. *Click* analyzes the new generation of consumerism in a way no other book has before, showing how we use the Internet, and how those trends provide a wealth of market research nearly as vast as the Internet itself. Understanding how we change is integral to our success. After all, we are what we click.

作者介绍:

Web2.0时代的数据狂人

比尔·唐瑟尔的职业经历

★奥巴马竞选网络顾问

★美国头号市场营销战略家

★Hitwise公司全球市场总监

★《时代》杂志“搜索科学”专栏作家

★《电视周刊》“全球最值得关注的12位人士”之一

比尔·唐瑟尔专业影响力

12年网民分析、市场营销、公司战略方面的丰富经历；

《华尔街日报》、《纽约时报》、《今日美国》、《商业周刊》、《电视周刊》、《福布斯》在线和Cnn《金钱》等媒体杂志热赞其研究成果；

CNBC、MSNBC、NPR、《道琼斯市场观察》、CNN“财富”频道给他预留版块,CNN Radio及CBS Radio的明星嘉宾；

全球因特网会议、JP摩根、奥赖利会议、哥伦比亚商学院的大牌演讲人；

Web 2.0、搜索经济、E-零售等专业领域的领军人物。

目录:

[Click 下载链接1](#)

标签

互联网

貌似经典

消费行为研究

极度想看

营销

网络

社会化

搜索行为

评论

[Click 下载链接1](#)

书评

早早听说这本书，拿到手，果然让这个出版社给毁了。你们这帮靠书吃饭的，看看手里被毁掉的书，有没有感觉自己在作孽？

本身就书来说，类似一个网络版的《小趋势》，讲故事的书，可以给四星，但是中文版就只有三星了。封皮恶心死了，这年头还有人用这种明晃晃的封皮吗？翻...

书还没有读完，中途有些感受，先记录下来以免忘记。
这本书尽管翻译很差，却唤起了我美好与遗憾交织的回忆。总结来说一句话：就是Tancer同学很幸运，我渴望如他般幸运。
为什么说它幸运？从Tancer的个人blog网址名称就能看出来：ilovedata。毫无疑问，他个人狂热于研究用户（...

SNS在过去两年间掀起了一轮轮的高潮，发展速度惊人，用户快速增长。值得注意的一个事件是，去年 Google统计美国的
“Facebook”搜索量已经超过了“Sex”的搜索量，这从另一个方面表明，社交网站已经逐步替代了成人网站，成为美国用户最喜欢上的网站，同时也成为美国企业和学校...

这本书看完之后比较后悔，后悔的主要是花钱去买了。幸亏我没买太多送别人，否则后悔死了。
这本书差的理由第一是翻译，已经有网友用竖起中指的方式表达了情绪，我就不多说了。
其次就是作者可能希望通过这本书来宣传他们的公司，这本书开始的时候更多的是作...

花了挺长一段时间才断断续续看完的书 没想到上来一看评价这么差啊
除却出版社和翻译的因素 我不知道是不是中国人的思维
习惯在书的论述里找到一种道式的答案 而实际上 西方人的思维显然更天马行空
著书论著本来就不是那么一种严肃的事 他们想表达的本来就不是一种定论而是一种...

主要讲的是通过搜索引擎关键词次数的变化，分析互联网，网站，或者大众的心理特征，实际需求，我觉得是一种非常好的分析顾客需求的方法。做网站运营和策划的朋友一定要看看啊，虽然是用举例说明的过程中，讲述他看的现象，怎么分析的，没有公式化的步骤提示等等，可能一下子看...

《在线为王》提醒人们，分析网民的行为能给公司带来新的增长点，能厘清社会趋势；但我更真实地感受到另一方面的提醒：我们的网络隐私为零，损失隐私是我们享受互联网的方便必须付出的代价。
《在线之王》这类图书让我心生恐惧。如果真有人对我感兴趣，很容易就能调出我的网

络...

这本书比较专业，里面有很多的专业术语，说实话有些还真的是不是很懂，不过印象比较深的还是当当网联合总裁李国庆写的那篇推荐序，看过这本书以后发现，还真的蛮适合像当当网、腾讯、新浪、百度等这样的公司。同样也适合我们这些平民老百姓来看，从中也可以获取一些知识。 不锈...

幸运的是，我不是一个看到经管书就会离开书架的人。
楼上的两位的评价，以及图书里边的评价都将这本书定位在了web时代的经济利益观点上。然而我喜欢这本书更多因为这是一本为数不多的研究现代人生活方式，习惯以及影响的图书。如果可以把他定位在人类学研究可能更让人高兴。（...

这本书比较专业，里面有很多的专业术语，说实话有些还真的是不是很懂，不过印象比较深的还是当当网联合总裁李国庆写的那篇推荐序，看过这本书以后发现，还真的蛮适合像当当网、腾讯、新浪、百度等这样的公司。同样也适合我们这些平民老百姓来看，从中也可以获取一些知识。不敢...

我觉得对于网络数据的分析真的太有价值了，如果一个人能做到如作者一样，那这个人在网络时代可以自由驰骋了。他创造的价值也是不一般的，太让人好奇了，他到底是如何做到的。
书中的内容也就是大致介绍了关于网络数据分析的重要性，对于我们这些普通人很难具有操作性。你没数据...

[Click 下载链接1](#)