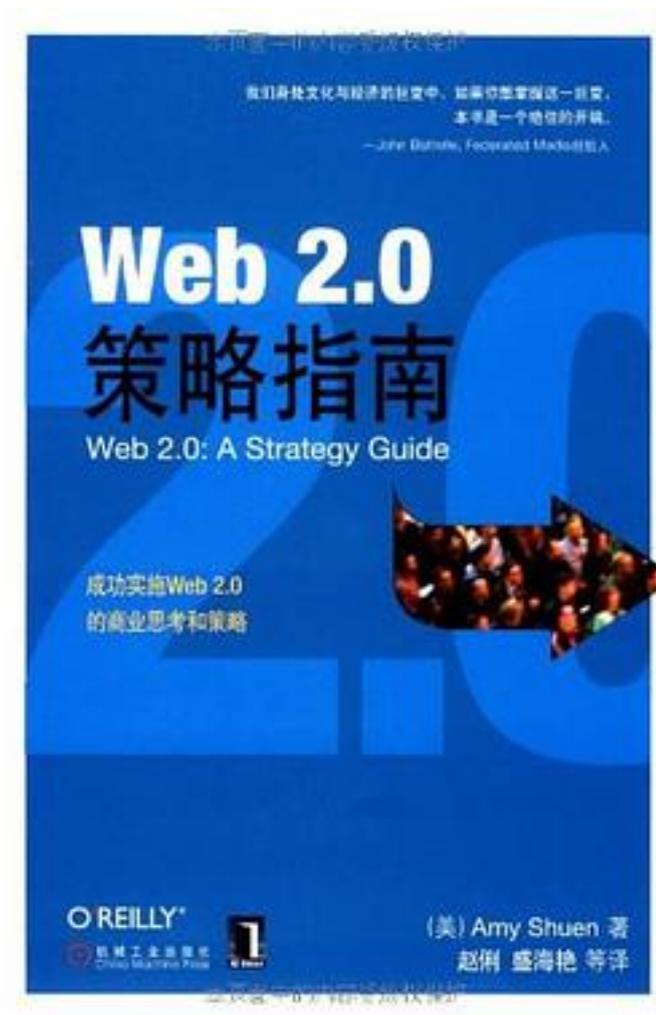


Web2.0策略指南



[Web2.0策略指南_下载链接1](#)

著者:[美] 艾米

出版者:

出版时间:2009-3

装帧:

isbn:9787111265443

《Web2.0策略指南》是有关战略的。书中的示例关注的是Web

2.0的效率，而不是聚焦于技术。你将了解到这样一个事实：创建Web 2.0业务或将Web 2.0战略整合到现在业务中，意味着创建一个吸引人们前来访问的在线站点，让人们愿意到这里来共享他们的思想、见闻和行动。当人们通过Web走到一起时，结果可能远远大于各部分的和。随着传统的“口碑传诵”助推站点高速成长，客户本身就能够帮助建立站点。

Web 2.0已成为新闻焦点，但它是如何赚钱的?作为一个简明指南，《Web2.0策略指南》解释了Web 2.0有什么特异之处，以及这些特异之处如何帮助公司赢利。无论你是一位正在谋划下一步行动的执行官，还是正在寻找扩张途径的企业主，或是正在规划下一个创新业务的企业家，《Web2.0策略指南》都通过真实生活中的示例展示了各种规模的公司如何在当今的网络上创造新机遇。

作者介绍:

目录:

[Web2.0策略指南_下载链接1](#)

标签

web2.0

互联网

商业

战略

Web

策略

网站

架构

评论

英文版很赞

感觉这本书没有说清楚到底什么是web 2.0。太绕口了文字

这是我去年三月买的书，每次拿起来读不超过5页就无法继续下去。因为太难了，太严谨了。每个月都会读几页。由于从头到尾都是专业数据，作者翻译的好难懂。一本特别薄的书，39元。当时我就犹豫，这么薄还这么贵，接着反过来一想，肯定很有价值。而作者Amy shuen是硅谷的权威。

有点过于具体。就像是国外二流记者写的。对行业的洞见略微缺乏。

这是一本策略书，正如书名所说。

翻译太差了

一般般

经济和管理知识太多。。。我就懵了。。。

[Web2.0策略指南_下载链接1](#)

书评

这本书正在读，还没有看完，所以不能算作对整书内容的评价，不过从已读的部分来看，有两点可以确定。

1.内容还是有些受用的，作者的观点虽然看起来大家都明白，甚至会让你有一些不屑。不过也许正是出于此吧，我们很少看到能把一些简单明白的思想系统化的书籍，而这算是一本。 2...

去年寒假读的，对下面这些词有记录 1、集体用户价值
谈到web2.0，以前我们说得最多的是UGC（用户创造内容），但是其实用户不创造内容的产品也可以是web2.0的，对digg、del.icio.us……用户有时并没有直接创造内容，但我们仍说这些是2.0产品，因为用户的互动参与让这些产品产生...

内容以总结当时2.0应用为主，对于web2.0的盈利模式没有给出太好的建议
翻译同意LSS的，越往后越不太像人说的话，
有一段（忘了哪一章了）有种在看google翻译感觉。
内容条理算清晰，对于了解2.0有一定帮助。

从经济学原理解释了web2.0所带来的冲击，对2.0的商业模式进行了探讨，特别是对价格歧视、规模经济的分析令人耳目一新，本年读过的最好一本书，推荐

实际上是Tim O'Reilly的那篇what is web2.0的文章的具体化版。
书很薄，但是内容远超过书的厚度，而且读一遍对我来说貌似还不太够。
唯一缺憾是中文翻译有那么一点点问题。

[Web2.0策略指南_下载链接1](#)