

“我们”比“我”更聪明



[“我们”比“我”更聪明 下载链接1](#)

著者:[美] 巴里·李伯特

出版者:中国人民大学出版社

出版时间:2011-11-1

装帧:平装

isbn:9787300144382

©商业社群先行者的智慧呈现，最真实的案例研究和制胜之法

◎如果说《长尾理论》和《维基经济学》是在讨论web2.0时代的“why and how”，那么，《“我们”比“我”更聪明》就是在讨论web2.0时代的“How”。

别躲了，你藏不了

让志趣相投的人组成真正的社区

停止空谈，动手实践！

不知是实践……还要正确的实践！

“我们”可以创造，所以“我们”来了

这是一本由多位社群成员共同完成的有关如何发挥社群力量的作品。在本书中，作者强调了随着互联网的兴起，人们开始注意到社群的力量。人们在网络上聚集在一起，商讨如何改进产品，如何提高客服质量，如何更好地营销，如何管理公司等。虽然，在这之中有一些尝试是获得了成功，也有一些尝试失败了，但是，人们还是从中发现了社群巨大的力量。更多的人通过网络聚集到一起，共同努力，发挥出“我们”的力量，获取了属于“我们”的成功。

作者介绍:

巴里·李伯特：拥有超过25年企业中高层管理经验，现为意诺新公司董事，致力于通过社交网络的力量提升企业绩效。

乔恩·斯佩克特：宾夕法尼亚大学沃顿商学院前副院长，现任学校联合会CEO

撰写本书的构想由巴里·李伯特和乔恩·斯佩克特共同发起，并设立了www.wearesmarter.org网站，由数千名社交网络达人共同撰写。

目录: 序言 “我们”可以做到 / 1

01 “我们”的力量 / 7

网络让将近10亿人联系到一起，而这10

亿人的头脑又形成了一股驱动力，驱动这场由网络带来的社会变革到达从量变向质变转化的阶段。作为一个整体，“我们”这些网民的力量不可估量。

02 社群，从研究与开发到研究与“我们” / 31

人们积极参与某家公司的社群活动的主要原因之一就是，他们曾经对使用过的产品或服务有过惨痛的经验。在听取客户的意见并吸取教训的过程中，公司能学到有关如何改进产品质量的很多东西。

03 “我们”如何互相帮助 / 61

对于公司来说，网上客服是一项一箭双雕的安排。客服人员的担子轻了，公司节约了成本，同时还形成了一个具有内部凝聚力的、忠诚度的老顾客社区。公司可利用这一社区来做其他事情——比如说新产品测试。

04 让客户自动销售 / 83

所有人都喜欢与人分享自己购买和使用的产品。平常人每周会在100

次谈话中提到特定品牌56

次。调查显示，如今的消费者在消费时对他们的朋友和同事的信赖甚于对电视广告的依赖。因此，最强有力的营销就是一个值得信赖的朋友表达的对某一产品的支持。

05 “我们”可以创造，所以“我们”来了 / 105

利用社群力量促进公司生产的精髓在于“意愿”，也就是社群为公司创造产品的“渴望”。年复一年，我们看到技术的提升让社群有能力为公司创造更多价值；年复一年，我们看到网上的新宠儿利用社群的力量。机会是无穷无尽的，只是被有限的想象力和愿望

约束住了。

06 欢迎来到“我们”的世界银行 /129

小额信贷网站给普通人提供了将钱借给小规模企业的途径。其中的决策（对每笔贷款的风险的评估）都是由个人完成的，贷款的价格则由放款人竞标来确定。我们希望这些贷款决策优于银行里的专家做出的贷款决策。

07 人人都是C-WE-O /149

社群能否成功地决定公司的发展方向？能否制定出有关产品或服务的种类以及如何制造、营销和分配这些产品的战略决策？答案是，直到今日还不能，不过这方面的尝试很多。

08 Yes，倒过来领导 /159

构建一个社群需要公司付出大量的时间、金钱和努力。而且，公司会不可避免地想要像管理公司的其他部门一样驾驭这个社群。这是一个糟糕的想法。众包的所有意义在于汲取社群新鲜而强大的灵感和想法。公司的角色只不过是指出方向。

后记 加入人群中179

译者后记 /185

• • • • • ([收起](#))

[“我们”比“我”更聪明 下载链接1](#)

标签

互联网

群体智慧

商业

社交网站

新经济

心理学

社会化营销

经济

评论

读完后完全没感觉的一本书

众包在商业领域案例的堆砌，很一般。适合不明情况的公司VIP。

书名不错，内容没深度

讨论web2.0时代的“How”。这是第一本成功复制维基百科模式、集结数千名社交网络达人共同撰写的商业书，汇聚最真实的案例研究和实践真知

群体智慧的故事，众包、社群可以给我们带来什么？ 大众读物

大饼硬销二

一般，号称是2.0时代的how，看到最后也没看到很多实质性的how。倒是介绍了不少有趣的众包案例，挺开眼界的。

看看

可读性的内容太少，长篇大论的描述案例，观点的部分显得寒酸了

内容很一般

相比前段时间读的《大数据时代》，这本书稍显逊色，它更像是大数据的一个前身，或者是一个基石。通过这本书，可以对众包有一个了解。准备再深入了解一下维基经济学。
。

就是一般，堆案例，没深度

[“我们”比“我”更聪明_下载链接1](#)

书评

群体智慧，社交网络，维基和众包，每一个关键词都能挑起我的打开这本书的兴趣。而且此书声称这是第一本通过众包模式由社群成员合作著称成的数。不过当我翻开它后，发现里面只是一些陈旧案例的罗列，没有太多思想可言。也许是期望太高的缘故吧。

[“我们”比“我”更聪明_下载链接1](#)