

<<聚联网>>

图书基本信息

书名：<<聚联网>>

13位ISBN编号：9787508631288

10位ISBN编号：7508631285

出版时间：2012-1

出版时间：中信出版社

作者：丽莎·甘斯基

页数：229

译者：马睿

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<聚联网>>

内容概要

什么是聚联网？

许多商家都遵循同样的模式：生产产品/提供服务、销售，最后收钱。

但是在近几年，一种全新的模式逐渐盛行，在这种模式下，客户将获得更多的选择、信息和帮助。

丽莎？

甘斯基称此为聚联网（The Mesh）。

在《聚联网》一书中，作者解释了为什么这一模式将深远地影响商业的未来。

在这种新模式下，一些新型的公司充分利用社交媒体、无线网络以及从各种可能的渠道收集到的信息，在第一时间为人们提供所需要的产品或服务，而无须承担过多负担和开销。

这本书将告诉所有的企业，在帮助客户实现少买多用的前提下，如何实现盈利，创立品牌，并维系忠实的用户群体。

现在就有很多成功运用了聚联网模式的企业，就人际交往、产品和服务给出了全新的定义。

其实，不论是智能型/科技型租赁，还是更大胆的点对点式交易，从汽车共享到交换住所，再到物品之间的借用以及网络资源开放性设计等，基于分享的商业模式已成为新趋势。

可以预见的是，聚联网模式将给我们带来无限的商机，并深刻地影响我们生活的方式。

作者简介

丽莎·甘斯基 (Lisa Gansky)
，创立了众多互联网公司，包括GNN和Ofoto。
目前，她为企业提供咨询和投资，包括New ReSource
Bank、Squidoo、Convio、TasteBook、Slide、Instructables 和Greener World
Media等。
她也是Dos Margaritas的联合创始人。
目前，丽莎·甘斯基居住在加利福尼亚州纳帕谷。

书籍目录

前言
第一章 了解聚联网
第二章 聚联网的优势
第三章 聚联网设计
第四章 加入聚联网
第五章 我们信任聚联网
第六章 聚联网生态系统
第七章 拥抱聚联网
第八章 聚联网公司
第九章 耕耘在聚联网
知识共享许可协议
国外聚联网企业名录
中国聚联网企业名录
致谢

章节摘录

“凡是对通用汽车有利的，就对国家有利。

”1953年，时任通用汽车首席执行官的查尔斯·E. 威尔逊在美国参议院的一个专门委员会上如此大放厥词。

当时著名的漫画家阿尔·卡普后来援引这一句式，讽刺威尔逊是“布尔姆斯上将”。

不过，这句话倒也并非毫无根据地自卖自夸。

通用汽车作为美国领军行业的龙头老大稳坐江山几十年，其创建的品牌和商业模式都令人艳羡不已。就在威尔逊发表这番言论三年之后，《财富》杂志开始公布全美最大的五百家公司排行榜，通用汽车公司高居榜首，且在其后的20年中独占鳌头。

26年之后，另外两家与汽车相关的公司——埃克森和福特——一直在与通用汽车竞争榜首之位。

通用汽车公司于2008年下半年被迫请求国会给予紧急援助，之后宣布破产。

就这样，以汽车为核心、在20世纪的大半时间占据统治地位的产业模式，黯然落幕。

与此同时，在远未获得举国关注之前，一种全新的汽车公司正在悄无声息地打破各类商界纪录。

在不到九年的时间里，Zipcar公司将自己的业务拓展至整个美国、加拿大和欧洲。

2001年刚刚创立的Zipcar公司成为21世纪第一个十年中增速最快的公司，在成立后的第二和第三年，营业额分别上升了两倍和三倍。

2009年，Zipcar创造了1.3亿美元的营业收入，与上一年相比，增幅超过30%。

Zipcar公司堪称成功运用聚联网商业模式的完美典范。

它并不制造、出售或修理汽车，而是共享汽车。

公司总部位于波士顿，想出这个点子的两位创始人是幼儿园时期就相识的一对闺蜜。

1999年，安特耶·丹尼尔森（Antje Danielson）坐在柏林的一家咖啡厅里，看着街头那些提供共享汽车服务的招牌，她很感兴趣，并继而深深地被它们吸引了。

她发现，这种服务使用起来很方便，且有着巨大而深远的意义。

不同于建立在旧式共享平台上的传统汽车租赁公司，如今人们可以很方便地在全城任何地方定位和分配汽车。

用户可以在网络上找到，并以可靠的方式预订自己想要的任何一辆汽车，使用时间短则一小时，长则一天或数天。

如此一来，租车服务就变得非常实用——一般的日常使用也可以租车，而不仅仅是旅行的时候才租车。

回到波士顿地区的剑桥市后，安特耶将她的发现告诉了好友，毕业于麻省理工学院商学院的罗宾·蔡斯（Robin Chase）。

“我的头脑中迅速闪出一个念头，”罗宾·蔡斯后来回忆说，“我想，这不正是互联网理所当然的用武之地吗？”

”从那次谈话以后，两人开始制订计划，创办了后来世界上最大的汽车共享服务企业。

学着连成一条“链” Zipcar公司的创建并非一帆风顺。

首先，两人必须战胜无数的怀疑论者。

每当她们提到瑞士的汽车共享服务已经取得巨大成功，潜在投资人就纷纷表示不屑。

“如今汽车共享似乎已经很普遍了，”罗宾说，“而在当时，风险投资人对我们说，‘哦，那是在瑞士，在我们这里是行不通的。’”

讽刺的是，多年以后，她又在巴黎听到一个商业集团工作人员说出同样的话：“当然啦，这种商业模式在美国可以运作良好，法国根本无法仿效。”

” Zipcar公司的第一辆汽车是一辆崭新的德国大众甲壳虫，是当年刚刚重新进入市场的车型。

公司创始人特意选择了不同于传统汽车租赁公司的汽车品牌，还给每辆汽车起了独一无二的名字。

她们给第一辆甲壳虫取名“贝琪”。

取名的做法便于识别顾客每一辆汽车，且有助于在顾客与汽车及其品牌之间建立纽带。

她们称自己的顾客为“链人”（Zipster），每一位会员都有一张“Zipcard”（链卡）。

这是一张钱包大小的塑料卡，样式和花色都十分新潮。

<<聚联网>>

她们确保公司的所有汽车都干净光鲜、妥善保养、便于定位，且在任何方面都安全可靠。

此外，从早期开始，Zipcar公司因为增长速度很快，还收购了一些竞争对手。

它在西班牙投资了汽车共享公司Avancar，还收购了英国的汽车共享公司Streetcar，构建了欧洲成长最快的汽车共享网络。

Zipcar的成功基于一个简单朴素的价值主张：创造一种便捷有效的方法，让人们可以共享汽车，而无须拥有汽车。

它提供的服务方便快捷，价格也能够为广大消费者所接受。

事关信息，而非交通 Zipcar公司的创业团队包括技术主管、罗宾的丈夫罗伊·罗素（Roy Russell）。

罗素设计了公司的信息技术系统平台，确保它既可以方便地拓展，又密切关注营销、技术和运营过程中的每一个细节。

这些细节包括将怎样及何时洗车；找到并以合适的价格签下合适的停车场，以及制定驾驶人觉得合理且能够切实遵守的基本准则。

强大的信息平台和高高的品牌意识令Zipcar脱颖而出，全然不同于早期的汽车共享公司。

后者仅有良好的意愿，大都因为经营不善而亏本倒闭了。

事实上，Zipcar首先是一家信息公司，只不过其开发和用的是共享汽车的信息而已。

该公司收集大量信息，包括谁正在使用汽车，以及汽车于何时、何地、如何被使用。

正是这些信息使公司得以运营，并创造了最大的价值。

随着使用Zipcar公司服务的人数越来越多，所收集的信息也便于更好地了解具体的顾客群体，包括顾客的人口统计分类或地域分类。

这些反过来又创造了机会，将该品牌的共享服务进一步拓展至其他物品，例如自行车或服装。

汽车共享公司及其合作伙伴还可以直接提供其他服务。

这些年来，Zipcar公司已经与食品、葡萄酒、旅店、健身甚至墨盒回收公司建立了合作伙伴关系，附加服务还包括交通和换乘建议、餐厅订位、提醒顾客当地正在举行哪些大型活动，或帮助顾客寻找旅行装备等。

在波兰，Zipcar公司已经为旗下的几十辆汽车装备了自行车架，并与各州立公园和国家公园建立联系，为汽车免费穿行提供便利。

.....

媒体关注与评论

在你才意识到的时候，丽莎·甘斯基就已经瞥见了看似不可能的未来……这是一个了不得的发现。

——塞斯·高汀，营销专家 关于分享的新看法，丽莎·甘斯基提出了一个引人注目的想法：不仅仅是成立一家公司那么简单，更要建立一个完整的商业生态系统。如果你想把握未来趋势并创造未来，那么，该读读此书。

——丹尼尔·平克，畅销书作家 这本书适合任何关心地球的人，以及任何想拥有自己事业的人。

——大卫·霍尼克，风险投资公司August Capital合伙人 轻松共享并个人化商品和服务将成为新经济独特且不可或缺的一部分。

丽莎涉足并探索了这一新现象。

——罗宾·蔡斯 Zipcar联合创始人及首任CEO 这是一本才华横溢的重要作品。

丽莎·甘斯基明确指出了塑造未来社会形态的重要趋势之一。

——蒂姆·奥莱利，O'Reilly Media 创始人及CEO

编辑推荐

《聚联网》是继《长尾理论》、《众包》及《免费》之后，侧重于互联网商业模式的又一力作；
《聚联网》谈及了国外基于“分享”理念的公司的种种做法，给中国无数创业者和企业家带来全新的启示。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>