《大數據的關鍵思考》

图书基本信息

书名：《大數據的關鍵思考》

13位ISBN编号：978986241992X

出版时间：2014-12-24

作者：車品覺

页数：272

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《大數據的關鍵思考》

內容概要

看懂數據與商業模式之間的關係，
才能從「談」到「實做」，從「看」到「活用」大數據！
★第一手分享阿里巴巴的大數據實戰經驗
★第一本帶領讀者建構大數據思維的著作
阿里巴巴集團價值最高的不是淘寶，不是天貓，也不是支付寶，
而是阿里平台上所產生的大量數據。
～阿里巴巴集團董事局執行主席馬雲
數據力決定競爭力！
進入行動網路、資訊碎片化時代，最有競爭力的企業，都是數據企業。若只會運用現有數據做分析，不是真正懂得大數據。解讀數據、從數據找商機、提煉價值的能力，是決定個人能否在職場勝出、企業能否搶先挖掘需求的關鍵。
中國大陸大數據實踐的先行者車品覺，曾任職於eBay及阿里巴巴全球兩大電商巨頭，現為阿里巴巴集團數據技術及產品部副總裁、數據委員會會長。
他在本書中第一手公開十多年的大數據心得，以及阿里巴巴的數據實戰經驗，以清楚的架構分享他如何用數據建立思考模式、用數據找尋機會，用數據產生價值的心法，
包含：
從數據勾勒產品、情境及使用者真實面貌
思考不同產業應經營的核心數據
如何從數據中還原使用者需求
11個大數據關鍵思考，破除數據思考的盲點
阿里巴巴運用大數據的六字訣——混、通、曬、存、管、用
本書不是描述大數據風潮或重要性的趨勢書，而是以實戰為基礎，告訴讀者大數據的具體運作，協助建構當下最需要的大數據思維。
重量推薦
詹宏志 網路教父、PChome Online網路家庭董事長
陳嘉鐘 玉山銀行個人金融事業處個金執行長
洪小玲 遠傳電信網路暨電子商務事業群執行副總經理
林奕彰　eBay 大中華區CEO
沈 亞　唯品會創始人、董事長兼CEO
吳 海 桔子水晶酒店集團創始人
徐 雷　京東集團高級副總裁
張 濤　大眾點評網CEO
張溪夢　LinkedIn 商務分析部總監
程 杰 Acxiom（安客誠）全球副總裁、數據科學家
劉 星　紅杉中國董事總經理
「這本書最大的特色是兼顧啟發與實作，從思維引導到實戰過程的深刻體會與盲點，都用很淺顯易懂的實例加以印證說明，且不局限於特定產業。對企業而言，本書也明確指出大數據是一種策略、更是一種文化，但絕對不是nice to have（可有可無）的時尚議題，而是部門或組織間的分進合擊與整合力。」---陳嘉鐘 玉山銀行個人金融事業處個金執行長
「許多介紹大數據的書，在技術上有許多著墨，本書則是從大數據對經營者決策的幫助作深入的探討。作者車品覺先生分享他對大數據的『思考』脈絡，在大家思考大數據可以產生的價值與投資時，書中的幾個觀點或許可以協助經營管理者了解應用大數據應有的態度。」---洪小玲 遠傳電信網路暨電子商務事業群執行副總經理
「在大數據還沒流行以前，他就開始關注這個趨勢，研究數據應用的意義以及如何真正讀懂數據和利用數據。這本書深入淺出，把深奧的大數據講得生動有趣，非常好讀；書中有很多品覺個人的真知灼見，非常值得一讀。」---林奕彰　eBay 大中華區CEO
「品覺一直是我非常尊敬的中國數據領域大師級人物，這是他的第一本著作，也是匯聚了他十幾年數

據經驗，嘔心瀝血的精髓之作。本書貴在坦誠和實用，每個人都能從書中收穫頗多。不僅對每個企業的未來發展具有極大的指導意義，而且對每個普通人建立數據化思維和管理個人數據都有很好的啟發作用。」---沈 亞　唯品會創始人、董事長兼CEO
「品覺，一個被我視為數據科學家的朋友，將他在eBay和阿里巴巴近十幾年的實戰經驗梳理和總結，使大數據不再是一個人云亦云的概念，而是一個可以用心領會和使用的科學方法。」---吳 海 桔子水晶酒店集團創始人
「老車是「手藝人」，數據時代解讀數據世界奧祕的手藝人。我們曾若干次品茗促膝，每個話題始於數據終於數據，獲益匪淺。老車是數據的修行者，我十分期待這位無疆行者的感悟與昇華之作。」---徐 雷　京東集團高級副總裁
「作為一個企業經營者，說起大數據，最怕只見數據不見價值；作為一個網路產品老兵，最焦慮於數據採集和分析脫離用戶情境。本書好就好在實踐了作者書中提出的觀點，立足應用情境，聚焦如何讓數據產生實際價值。」---張 濤　大眾點評網CEO
「分析問題千萬不要從分析大數據開始，而是從對人、世界、產品或者商業行為最基本的認知著手！希望讀者們細細品味。」---張溪夢　LinkedIn 商務分析部總監
「作為一個先行者，品覺在阿里巴巴已經走出了一條大數據營運的路。透過用實例講故事、比喻，品覺打破了大數據的神秘。感謝品覺為「大數據金礦」的探索開發，所作出的貢獻。」
---程 杰 Acxiom（安客誠）全球副總裁、數據科學家
「在中國，可能沒有其他人比品覺玩得數據多，更沒有人像他一樣玩轉了大數據。在這本書裡，品覺以他特有通俗易懂的語言風格，講活了大數據，並結合阿里巴巴的實踐，揭示了數據化營運和營運大數據的實戰祕笈。」---劉 星　紅杉中國董事總經理
試讀迴響
李怡志 網路媒體工作者
吳柏翰 DSP智庫驅動共同創辦人兼資訊長
邱煜庭（小黑） ASAP 閃電購物網行銷總監
邱繼弘（Nathan） cacaFly聖洋科技執行長
許景泰 達摩媒體執行長
陳傑豪 功典資訊股份有限公司執行長
曾子碩 (石子) 網路行銷科技人
張元溢 鷹眼數據執行長
鄭緯筌（Vista） 臺灣電子商務創業聯誼會理事長
（順序依姓氏筆畫）
「這本書寫得非常實在，沒有大道理與幻想。雖然不可能每個人都變成大數據專家，但看完書後，至少知道如何用數據的概念去思考，從書中的例子也能知道到底現在數據能夠做什麼，如何收集、分析與應用數據到經營與生活之中。」---李怡志 網路媒體工作者
「這是一本想了解『資料思考(Data Thinking)』必讀的書。
企業導入大數據，最難的不是技術，而是資料思考，本書中提到許多觀點，都有目前臺灣企業做資料驅動(Data-Driven)值得借鏡與學習的地方，作者以淺顯易懂的方式，引導我們以資料思考掌握大數據的分析要領，值得一讀！」---吳柏翰 DSP智庫驅動共同創辦人兼資訊長
「閱讀本書時，建議您先翻到前言『忘掉大數據』。我跟作者一樣，當年我們在運用數據做市場行銷時，『大數據（Big Data）』一詞根本還不存在，書中作者用他在淘寶的實戰經驗，討論數據分析的本質及方式，以及告訴你：如何正確的問問題。問對問題會遠比出來什麼數據還要來的重要，這也正是本書的重點。」---邱煜庭（小黑） ASAP 閃電購物網行銷總監
「作者將運用數據分析可能會遇到的問題與陷阱，以及如何在面對各式混雜的資訊時，找出活的、關鍵的、正確的資訊，都不吝的介紹給讀者，讓讀者能瞭解一個大數據時代的決策者，必需專注的關鍵，是台灣進入大數據時代最重要的一個學習！」---邱繼弘（Nathan） cacaFly聖洋科技執行長
「本書的出版絕對是『大數據思維』商業運用的寶典！不論你是哪一個產業，我強力推薦每一位企業領導人或經理人，都應積極的讓大數據思維融入企業體系，因為企業未來的競爭力絕對跟活用大數據有緊密相依的關係！」---許景泰 達摩媒體執行長
「本書沒有空泛的理論，作者真刀真槍地描繪出下一個階段商業競爭中，數據的應用策略和觀點，從

《大數據的關鍵思考》

實踐的角度分享了阿里巴巴難得的學習經驗與觀察，讓徘徊在大數據迷霧中的行銷人與品牌經營者，能夠按圖索驥地找到一條切入數據行銷核心關鍵的捷徑。」---陳傑豪 功典資訊股份有限公司執行長

「作者在書中提到『很多產品經理更關注產品化，以致忽略了數據化和商業眼光』，真是心有戚戚焉，因為我之前做的就是APP新創公司，數據的蒐集與解析對於開發新產品來說，有著決定性的影響。」---曾子碩 (石子) 網路行銷科技人

「很多客戶最常問到的問題就是『大數據對我有什麼幫助？』作者在書中給了一個非常好的答案，當你面對大數據還是不知所措時，你要先問自己最關鍵的五個問題，至於是什麼問題就請大家在書中自行尋找。書中讓我收獲更多的是面對大數據的態度，及應有的大數據思維。」---張元溢 鷹眼數據執行長

「本書不但詳細介紹了大數據的各種應用和可能，還闡述了如何運用數據來發揮價值。而這一點也和我最近所呼籲的『有價值才有產值』，頗有異曲同工之妙。誠摯推薦這本好書。」---鄭緯筌（Vista）臺灣電子商務創業聯誼會理事長

《大數據的關鍵思考》

作者简介

車品覺
中國大陸大數據實踐的先行者、數據觀察家。現任阿里巴巴集團數據技術及產品部副總裁、數據委員會會長。
擁有十多年豐富的數據實戰經驗，在實踐中形成了獨特的數據化思考方式，對電子商務未來趨勢有獨到見解。曾先後在滙豐銀行、香港電訊盈科、微軟、eBay等多家著名跨國公司擔任總監；曾任敦煌網首席產品官，創立第一個以外貿交易平台為核心的搜索引擎。
擁有多元化與國際化的教育背景。生於香港，在美國、英國、澳洲等地接受西方教育，曾於新南威爾斯大學、史丹佛大學、歐洲工商管理學院(INSEAD)商學院及清華大學經管學院等世界一流學院進修。「桑珠助學」公益發起人，助學團隊迄今在甘孜資助的學生已達六百餘人。

《大數據的關鍵思考》

书籍目录

推薦序 用數據解決企業問題的高手　陳嘉鐘
管理者應用大數據的態度　洪小玲
各界推薦
自 序 遍地大數據的未來黃金十年
前 言 忘掉大數據
第1部 從數據化營運到營運數據
01 只會談大數據不會做
大數據關鍵思考：問題就是答案
02 還原使用者真實需求
大數據關鍵思考：CEO關心哪三項數據
03 「活」數據才是大數據
大數據關鍵思考：別再做「碰巧遊戲」
04 大數據的顛覆者——行動數據
大數據關鍵思考：樣本的偏見
05 什麼才是核心數據
大數據關鍵思考：用傻瓜的視角觀察
06 從用數據到養數據
大數據關鍵思考：遠離「或」選擇
07負面數據的力量
大數據關鍵思考：為什麼數據會騙人
第2部 阿里巴巴的大數據秘密
08 大數據實踐
大數據關鍵思考：先開槍後瞄準
09數據化營運三訣竅——混、通、曬
大數據關鍵思考：思考，要學會關窗口
10營運數據三絕招——存、管、用
大數據關鍵思考：用化骨綿掌解決本質問題
11 未來商業的利器
大數據關鍵思考：忽略趨勢，過去的價值一文不值
結語 開啟屬於個人的大數據管理
後記 像李小龍格鬥般思考
致謝 在修行的路上，不要單打獨鬥
附錄 回應台灣讀者的七大問題大數據，跟誰都有關係

《大數據的關鍵思考》

章节试读

1、《大數據的關鍵思考》的笔记-第36页

《大數據的關鍵思考》

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:www.tushu000.com