

<< “我们”比“我”更聪明 >>

图书基本信息

## &lt;&lt; “我们”比“我”更聪明 &gt;&gt;

## 前言

“我们”可以做到 五年前，我们刚有一点社群合作的经验，有关社群作为一个整体比成员个体更为聪明的观念还没形成。

从表面上看，群体思考就像是最小的公分母，身处其中的每个人都清楚，集体讨论往往可能会导致指鹿为马的后果。

今天，多亏了一批畅销书的出版，我们对社群合作有了更多的了解。

但即便到了众包、维基经济学和开源技术等新词儿已经流行于商业领域的现在，却仍然没有出现一本手册教你如何将以上新观念转化为实用工具。

本书填补了这一空白，详细介绍了分属不同行业的公司怎样利用群体的智慧为其服务。

其实，写作本书的初衷就是为了帮助那些想要借助广大网民的智慧和力量，却又不知如何开始的商业人士。

在偶然之中，我们萌发了写这样一本书的想法。

给予我们灵感的众多公司中，有一家专门从事呼叫中心管理的公司。

该公司组织了一个200人的团队，每名成员掌管一个或多个呼叫中心。

成员之间的合作很活跃，对呼叫中心的了解很深，这是个人力所不能及的。

因此，当团队成员遇到技术或战略问题时，他可以立即向其他成员寻求帮助，并能很快得到值得信赖的意见。

实际上，团队成员在寻求帮助时并非只是简单地扮演一个管理者的角色，而是学着作为一个社群来工作，而团队给出的集体意见是任何个人都无法给出的。

这个故事让巴里有所顿悟，并最终形成了做这本书的想法。

他认为，把所见略同的人（不管是雇员、客户、搭档，还是投资人）联合到一个社区中，充分利用他们提供的知识和资源，可以让不同行业的公司同样受益——既提高了盈利能力又节约了成本。

于是，他将呼叫中心公司发展成一家致力于帮助其他机构接近和利用社群力量的公司，并将其命名为“共享洞察力”（SharedInsights）。

那时，巴里感到有必要写出一本书，将他正快速积累着的经验和知识与更多的人分享。

但是为了忠实于基本理念，他不愿意一个人撰写此书，他认为这应当是由一个社群来完成的事情。

集体的洞察力一定是优于任何作者的个人想法的。

与此同时，乔恩正开始一份新的教育事业。

2004年，他被任命为宾夕法尼亚大学沃顿商学院的副院长和经理人教育主任。

几个月后，他得知巴里正寻找合伙人，准备为撰写本书建立一个社区。

不久之后，乔恩加入了这个项目。

时机在偶然间出现了。

詹姆斯·索罗维基（JamesSurowiecki）在他的热销书《群体的智慧》（WisdomofCrowds）中提出，大众的聪明甚至超过了传统专家的才智。

紧随其后的是另一本影响更大的书：唐·泰普斯科特和安东尼·威廉姆斯合著的《维基经济学》（Wikinomics：HowMassCollaborationChangesEverything）。

那本书讲述的是某些公司运用社群合作和开源技术击败竞争者的故事。

另外，维基百科这本由读者亲手写出来的网上百科全书俨然已发展成了网上的佼佼者。

还有，托马斯·弗里德曼（ThomasFriedman）的那本《世界是平的》（TheWorldIsFlat）也认为，群众不仅聪明，而且当他们紧密联系到一起时，更能做出不凡之事。

但颇具讽刺意味的是，除了维基百科以外，还没有人能真正调动集体的力量进行写作，索罗维基自己就曾苦闷地说道：“我一人孤独地写完此书。”

因此，我们这本书可说是开了社群写作的先河，是一次具有开创性的活动。

另外，乔恩碰巧还对最适合出版这样一本书的出版社很熟悉。

一些难以回答的问题也在此时浮出水面。

在这样的一个写作社区里，成百上千的人参与到创作中，那么谁能享有多大份额的版权收入？

## << “我们”比“我”更聪明 >>

谁又能享有著作权？

还有，谁来决定每一章包括哪些内容？

谁又来确定哪一段文字应入选？

最终，我们于2006年的秋天建起了网站，并在网站上公布了我们的目标，随即便得到大约3000人的回应。

他们就沟通如何作用于公司发展、本书怎样成形等问题提出了各种意见。

他们还适时地提出，我们应该安排骨干版主，以支持新成立的写作社区的发展。

我们的这个项目一度吸引了众多博主、播客、颇有潜力的作家和未来编辑加入社区，一时之间热闹非凡。

许多社员还出席了在拉斯维加斯召开的第一届社区2.0会议（Community2.0）。

然而，我们最终发现书的正文、结构安排以及视觉设计还是得以传统的方式来完成，依赖于社区并不能很好地完成这些工作。

但是，公平地讲，你现在正在阅读的这本书其实是对社区成员从实践中总结的智慧、我们自己的研究成果的综合。

其中，散布在书中的用引号标出的言论，更是直接来自于社员的维客、播客、讨论帖和在社区2.0会议上的个人发言。

另一个难题也解决了，社区集体同意将版权收入捐赠给慈善机构，而为该项目尽力的所有人都平等享有可获得捐赠的慈善机构的选择权。

另外，我们的网上社区至今仍然很活跃。

2007年春天，我们已经发展了4375个社员，拥有737个讨论帖，以及超过250名维客创作的1600个词条。我们正准备撰写的另一本书将收录更多的社区案例研究，以及社员的研究成果。

事后看来，我们的这个以网络社区为背景的奥德赛式的冒险故事也是够精彩的，我们怀揣着突破传统的梦想，经历了很多不一般的起起落落。

正如上文提到的那样，许多公司在学会驾驭社群的力量以后获益颇丰，但并不是所有公司都能成功。

因此，我们也会在书中详细谈到，在接近社群智慧的过程中，哪些陷阱应当避免，哪些困难有待克服。

如果你愿意接受挑战，那么你就得到了获得丰厚回报的好会。

社群可以帮助公司（你的公司）开发新产品、改进客质量、提高销量、加速生产，还能让你接触到新的融资资源，并让每个人都当一回领导。

社群可以让你的公司变得更高效，更挣钱，变成一个可以让人们更好工作和生活的场所。

这本书教你的便是如何让这些都变成现实。

我们开始吧！

## << “我们”比“我”更聪明 >>

### 内容概要

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。

<< “我们”比“我”更聪明 >>

作者简介

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。

<< “我们”比“我”更聪明 >>

书籍目录

序言 “我们”可以做到

01 “我们”的力量

02 社群，从研究与开发到研究与“我们”

03 “我们”如何互相帮助

04 让客户自动销售

05 “我们”可以创造，所以“我们”来了

06 欢迎来到“我们”的世界银行

07 人人都是C-WE-O

08 Yes，倒过来领导

后记 加入人群中

译者后记

## << “我们”比“我”更聪明 >>

### 编辑推荐

“我们”可以创造，所以“我们”来了、商用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“WhyandWhat”，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群，停止空谈，动手实践！

不只是实践.....还要正确地实践！

忘记追求完美吧！

群体智慧、社交网络、维基、众包集数千名社会化媒体先行者的智慧精髓。

<< “我们”比“我”更聪明 >>

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>