

アマゾンミクス データ・サイエンティストはこう考える (文春e-book)



発売日: 2017年7月28日

出版: 文藝春秋

著者: アンドレアス・ワイガンド

ページ: 453

PDF

米amazon 元チーフ・サイエンティスト
ジェフ・ベゾスとともに買い物の常識を変えた
科学者が明かす巨大データ企業の秘密。

Facebook,Uber,Google,Airbnb驚愕の戦略！

インターネット検索やグーグルマップ、フェイスブックでの「いいね！」や
インスタグラムへの写真の投稿など、意識的、無意識的に残すデジタル痕跡を通じて、
あなたがいつ、どこに行ったのか、どんな人とどれくらい親密につきあい、
何に関心を持っているかがデータ会社に把握されている。

常識を逆転させたアマゾン

「編集者による製品レビューよりもカスタマーレビューの方が役に立つ」。
フェイスブックやウーバーなど巨大データ企業の秘密。

そのつながりが経済を動かす

AT&Tによる他者とのつながりを利用したマーケティングでは契約率が5倍。
米国ではソーシャルなメッセージが34万人を追加で投票に向かわせた。

1兆個のセンサーがあなたを記録する

全米では毎月1億件のナンバープレート情報が集められ、車がいつどこにいたか特定される。

もしフェイスブック・ユーザーが死んだら

フェイスブックでは年100万～1000万人が死んでおり、誰がアカウント管理するかという問
題が起きている。

ウーバーのドライバーは悩んでいる

ウーバーで高い評価を確立したドライバーは他の配車アプリにも自らを登録するべきだろ
うか。

ユーザーがデータ企業に対して主体性を持つ条件とは。

データエコノミー

フェイスブックの友達リストを見て融資可否を判断する金融機関。
暗記能力を問うのではなく学生同士の議論を促す教育アプリ。

<https://k2s.cc/file/3668cdbb3c914/22y49pkgU.pdf.rar>