

داده‌های مشتری و حریم خصوصی

بینش‌هایی از مجله کسب و کار هاروارد

www.ketab.ir



شرکت پردازش اطلاعات مالی
دستیار هوشمند اقتصادی شما

انتشارات راه پرداخت

عنوان و نام پدید آور: نویسندگان: مترجم: مشخصات نشر: مشخصات ظاهری: شایک: وضعیت فهرست نویسی: یادداشت: عنوان دیگر: موضوع: موضوع: موضوع: شناسه افزوده: شناسه افزوده: شناسه افزوده: رده بندی کنگره: رده بندی دیویی: شماره کتابشناسی ملی: وضعیت رکورد:

داده های مشتری و حریم خصوصی: بینش هایی از مجله کسب و کار هاروارد
لرلی کی. جان. موريس استاک، اندرو برت، دنیل دویریگوسکی
شراره شیل الحکما
تهران: راه پرداخت، ۱۴۰۰.
۱۲۰ ص: ۴۱/۵ - ۱۲/۵ س.م.
۹۷۸-۶۲۲-۷۷۰۲-۰۵-۷
فیبا

Customer data and privacy : the insights you need from
Harvard Business Review, [۲۰۲۰].

بینش هایی از مجله کسب و کار هاروارد.
حفاظت داده ها

Data protection

حق صیانت از حریم شخصی

Privacy, Right of

شیل الحکما، شراره، ۱۳۷۴ -، مترجم
انتشارات هاروارد بیزینس ریویو

Harvard Business Review Press

Q۰۶۶/۹

۰۰۵/۸

۸۴۰۶۹۷۴

فیبا

چرا از کاغذ بالکی استفاده می کنیم؟

۱. کاغذ بالکی از کاغذهای تحریر سفید، سبک تر است
 ۲. در تهیه آن از مواد شیمیایی استفاده نشده و شیوه تولید آن مکانیکال است
 ۳. نور را منعکس نمی کند و مانع از خستگی چشم هنگام مطالعه می شود
- کاغذ بالکی به دلیل موارد بالا از کاغذ تحریر سفید گران تر است



The mark of
responsible forestry
FSC® C006732

این کتاب با کاغذ بالکی
دوستدار محیط زیست
تولید شده است.

عنوان:	داده‌های مشتری و حریم خصوصی؛ بینش‌هایی از مجله کسب‌وکار هاروارد
ناشر:	راه پرداخت
نویسندگان:	لرلی کی. جان، موریس استاک، اندرو برت، دنیل دوبریگوسکی
مترجم:	شراره شیل الحکما
ویراستار ارشد:	مینا والی
ویراستار محتوایی:	قاسم سرافرازی
ویراستار فنی:	یلدا شایسته‌فر
بازبینی نهایی متن:	رضا قربانی
صفحه‌آرا:	بهنا سعیدی
ناظر چاپ:	قادر شهبازی
نوبت چاپ:	اول ۱۴۰۰
شمارگان:	۱۰۰۰ نسخه
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۷۷۰۲-۰۵-۷
تلفن:	۰۲۱-۴۴۴۳۹۶۶
دورنگار:	۸۹۷۸۴۹۰۲
ایمیل:	info@way2pay.press
وبسایت:	way2pay.shop
لیتوگرافی:	هتراشکن
چاپ و صحافی:	واژه

همه حقوق چاپ و نشر این اثر برای «انتشارات راه‌پرداخت» محفوظ است. هرگونه تکثیر، انتشار، بازنویسی این اثر یا قسمتی از آن به هر شکل و شیوه (چاپی، صوتی، ویدئویی، دیجیتال و...) بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است.

فهرست

- مقدمه: اعتماد؛ مزیت رقابتی جدید ۱۵
۱. رضایت کورکوزانه ۲۰
۲. چرا نباید بگذاریم چند شرکت فناوری داده‌ها همان رایه انحصار خودشان درآورند؟ ۲۴
۳. حریم خصوصی و امنیت سایبری در حال تلاقی با یکدیگرند؛ چرا این موضوع برای افراد و شرکت‌ها اهمیت دارد؟ ۵۶
۴. سیاست حریم خصوصی قدرتمند می‌تواند میلیون‌ها دلار از خسارت‌های شرکت‌تان بکاهد ۶۰
۵. آیا به همان اندازه که کاربران‌تان به حریم خصوصی اهمیت می‌دهند، شما نیز به آن توجه دارید؟ ۶۹
۶. چطور قدرتی را که تقاضا نکرده بودید، به کار بگیرید ۷۵
۷. برای بازیابی اعتماد کاربران، بازاربانان باید فعالیت‌های داده‌شفافی را در پیش بگیرند ۸۵
۸. بلاکچین چطور می‌تواند در ایجاد روابط بهتر مشتری به بازاربانان کمک کند ۹۱
۹. خطرات حمایت‌گرایی دیجیتال ۱۰۰
۱۰. چرا شرکت‌ها ائتلاف‌های امنیت سایبری تشکیل می‌دهند؟ ۱۰۶

[یادداشت ناشر]

بسیار خوشحالیم که هشتمین جلد از مجموعه کتاب‌های آینده کسب و کارها منتشر شده و اکنون در اختیار شماست. هروارد بیزینس ریویو نیازی به معرفی ندارد و مجموعه کتاب‌هایی که این انتشارات درباره مهم‌ترین موضوعات پیش روی کسب و کارها منتشر کرده، هم‌اکنون برای اهل فن شناخته شده است. این کتاب‌ها با زبانی ساده، پیچیده‌ترین موضوعات پیش روی کسب و کارها را توضیح داده‌اند و به دور از خودنمایی و پیچیده‌نمایی تلاش می‌کنند ذهن‌های جست‌وجوگر را راهنمایی کنند. قاعدتاً این کتاب‌ها را باید به عنوان شروع جست‌وجویی در نظر گرفت که بخش مهمی از آن بردوش کسانی است که هر روز در میدان کسب و کار فعالیت می‌کنند.

خوشبختانه ادبیات کسب و کار در سال‌های گذشته رشد قابل قبولی در ایران ما داشته و خوشبختانه آشنایی با فناوری و نوآوری به مرحله قابل قبولی در میان مدیران رسیده است. آنچه در سال‌های گذشته اکوسیستم کسب و کارها را تغییر داده، قاعدتاً در سال‌های پیش رو تأثیرگذاری بیشتری خواهد داشت. در این مسیر و راه سخت، به قطب‌نمایی نیاز است که بدون آنها طی طریق سخت می‌شود و دشوار.

هشتمین کتاب از سری کتاب‌های اچ‌بی‌آر به موضوع کمتر پرداخته شده «داده‌های مشتری و حریم خصوصی» می‌پردازد. متأسفانه این موضوع در جهان به اندازه کافی مورد توجه قرار نگرفته و چالش‌های زیادی بر سر راه توسعه اقتصادها قرار داده است.