



خلق

تجارت‌های

بزرگ با

ریز زاده‌ها

مارتین

لیندستروم

ترجمه:

محمد حسین اکبرزاده

سرشناسه :	لیندستروم، مارتین، ۱۹۷۰ - م.
Lindstrom, Martin	
عنوان و نام پدیدآور :	خلق تجارت‌های بزرگ با ریزداده‌ها/ مارتین لیندستروم؛ مترجم محمدحسین اکبرزاده؛ ویراستار حسین یاغچی.
مشخصات نشر :	تهران: نگاه نوین، ۱۳۹۷.
فروست :	ثروتمندان خودساخته.
شابک :	978-600-8913-13-9
پیدداشت :	عنوان اصلی: Small data : the tiny clues that uncover huge trends,c2016.
موضوع :	رفتار مصرف‌کننده
موضوع :	Consumer Behavior
موضوع :	برندسازی (بازاریابی)
موضوع :	Branding Marketing
شناسه افزوده :	اکبرزاده سعیدی، محمدحسین، ۱۳۵۷ - مترجم
رده بندی کنگره :	۱۳۹۷ خ ۸/۱۹/۳۲/۱۵/۴۱۵ HF۵۴
رده بندی دیویی :	۶۵۸/۸۳۴۲
شماره کتابشناسی ملی :	۵۳۳۶۶۳۰

خلق تجارت‌های بزرگ با ریزداده‌ها

نویسنده: مارتین لیندستروم

ترجمه: محمدحسین اکبرزاده

ویراستار: حسین یاغچی

انتشارات: نگاه نوین

(مجموعه کتاب‌های ثروتمندان خودساخته)

تلفن: ۸۶۰۲۳۷۱۱

شابک: 978-600-8913-13-9

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۷

چاپ و صحافی: نینوا ۰۲۵-۳۷۲۳۲۵۲۱

قیمت: ۳۵ هزار تومان

فهرست

- پیشگفتار مترجم ۷
- پیشگفتار: از چیپ هیث ۱۳
- مقدمه ۲۱
- فصل یک: روزیدن آرزو ۴۷
- چگونه در یک سال روسی و مرکز خرید در عربستان سعودی،
یک وبسایت انقلاب برای زنان روسی ایجاد کرد؟
- فصل دو: سوسیسی، مایه غدا شده و رسیدن
به خوشبختی واقعی ۱۰۷
- تغییر دادن آینده‌ی خرید مواد غذایی
- فصل سه: هندوستان؛ سرزمین رنگ‌ها ۱۵۷
- فروش غلات صبحانه به دو نسل از زنان که با هم
هم جنگ داشتند
- فصل چهار: گرفتن یک مهره به خاطر کاهش وزن ۱۹۵
- با کمک فست‌فود، سالن سینمایی در خاورمیانه و
استخر هتل

فصل پنج: چگونه اسبها، یقه‌ی پیراهن و
باورهای سنتی کمک کردند تا یک ماءالشعیر
برزیلی در خطر افتاده دوباره احیا شود ۲۳۱

فصل شش: مورد کرم دست گمشده ۲۷۹
چگونه عکس سلفی کمک کرد تا مسیر ایجاد
تحول درون فروشگاهی هموار شود؟

فصل هفت: «آیین بدون روتختی» ۳۱۹
کاغذ چرمی ماشین اسباب‌بازی و گرد پای پری
کمک کردند تا معنی «دفیت» در چین کشف شود

فصل هشت: نگاهی به پشت صحنه ۳۸۳
وارد کردن ریزداده‌ها به کسب‌وکار زندگی

پیش‌گفتار مترجم

در عصر حاضر که اغلب انسان‌ها به دنبال کلان‌داده‌ها می‌گردند و تحلیل کلان‌داده‌ها اهمیت بسیار زیادی پیدا کرده است؛ دیدگاه رتین لیندستروم، نویسنده‌ی این کتاب در مورد ریزداده‌ها و همراه کردنش با تحلیل کلان‌داده‌ها، سبکی بی‌نظیر را در کارهای کاربردی کردن اطلاعات به نمایش می‌گذارد.

همان‌طور که می‌دانید کلان‌داده‌ها مثل کتاب و معضلات خاص خود را دارند. به‌عنوان نمونه در وهله‌ی اول به‌سادگی در دسترس عموم نیستند و دست‌پیدا کردن به آن برای قاطبه‌ی کاربران، آسان و میسر نیست. دوم این‌که بعضی وقت‌ها اطلاعات ما را هم به گمراهی می‌کشانند؛ شبیه مفهوم میانگین در جامعه‌های آماری. شاهد مثال: اگر به شما بگویند از رودخانه‌ای که به طور میانگین عمقش ۱/۲ متر است، عبور کنید؛ آیا شما خواهید

گذشت؟ واقعیت این است که این آمار، دیدگاه درستی به شما نمی‌دهد؛ چون ممکن است قسمت‌های زیادی از رودخانه بسیار کم‌عمق باشند (در حد چند سانتی‌متر)؛ ولی شاید در میانه‌اش به سیلابی قوی با عمق بیست‌متر تبدیل شود که در هر حالتی به راحتی باعث غرق شدن می‌شود. توجه کردن تنها و انحصاری به میانگین‌ها مخاطره‌آمیز است (مثالی که آوردم متعلق به آقای نسیم طالب در ارتباط با اتکانکردن به میانگین‌هاست). یک‌داده‌ی پرت به شما آسای می‌تواند واژه‌ی میانگین را به‌طور کامل بی‌معنی کند.

سوم این که در برخورد با واقع، اطلاعات زیاد و انباشته‌شده و بدون تحلیل و ریسک‌یابی صحیح می‌تواند باعث انحراف اطلاعات شود؛ بعضی از محققان معتقدند، «اگر دشمن داری به او اطلاعات بده». دانیل جی بوورستین^۱ تاریخ‌شناس دانشگاه شیکاگو می‌گوید، «بزرگ‌ترین مانع اکتشافات، جهالت نیست؛ توهم داشتن اطلاعات است».

در عصر حاضر هم به‌علت گسترش روز به روز وسایل ارتباط جمعی و سهولت دسترسی آسان به اطلاعات، دچار فست‌دیتاها شده‌ایم (درست مثل فست‌فودها)؛ و به دلیل پالایش‌نشدن صحیح و گاهی وجود منابع غیرموثق، فقط انباشتی از اطلاعات غیرمفید نصیب‌مان می‌شود و شبیه مثال فست‌فودها، این‌بار دچار فریب‌های ذهنی می‌شویم. چهارم، ما به‌علت تماس بیش از حد با یکسری از

اطلاعات و رخدادها، به سادگی از کنارشان می‌گذریم؛ مثال معروفش افتادن سیب از درخت است که نیوتن را به فکر انداخت که علتش چیست؟ ولی میلیون‌ها انسان شاهد این رخداد بوده‌اند و تمایلی به پیدا کردن علت وقوع آن در خودشان ندیده‌اند و در این میان، خطای حواس جمعی (Illusion of Attention) یا سایر خطاها یا سوگیرهای ذهنی هم باعث تحلیل‌های غلط می‌شود. بر این اساس، مارتین لیدستروم با یدوی موشکافانه سعی در برقراری و تحلیل داده‌های ادبی کرده است و در این کتاب، روش و دیدگاه خود را در جهت ایجاد نوع جدید و بی‌نظیری از بررسی داده‌ها به منسب طهر می‌گذارد.

مارتین لیدستروم به نای واقعی کلمه سعی کرده است تا هنر شفاف‌اندیشی را در بررسی‌های خود اجرا کند تا بتواند به فلسفه‌ی ادبی هرگونه روند و گرایش‌های موجود در جامعه و حتی تغییر روندها دست پیدا کند و در جهت استفاده در مدیریت برسد. بعد از تاریخ به ما نشان داده است که انحرافات اساسی در روش‌ها و دیدگاه‌ها چگونه نمایان شده است. به‌طور مثال حتی بی‌که امیرالمومنین (ع) فرمود: هر کس کلامی به من بیاموزد من را بنده‌ی خویش کرده است (من علمنی حرف فقد صیرنی عبدا)؛ در زمان ابوعلی سینا تبدیل به فلک‌شدنش شد و استادش گفت شاگرد از استاد سر شده است. حال آن‌که ایزاک بارو رییس دانشگاهی که ایزاک نیوتن در آن درس می‌خواند، وقتی از کارهای تحقیقاتی او بازدید کرد؛

شیفته‌ی دیدگاه‌هایش شد و از سمت ریاست استعفا داد و خود را شاگرد نیوتن کرد.

امیدوارم امثال این کتاب بتوانند با روشن کردن دیدگاه‌ها و روش‌های جدید به پیدا کردن ریزداده‌ها کمک قابل توجهی کنند و در ضمن بتوانیم از فلسفه‌های نهفته در بطن اجتماعات و این ریزداده‌ها که باید با دقت ابتدای شان کرد، مسیر درست کارآفرینی و برندسازی و حتی تغییر اجتماع خویش را فراهم کنیم. به گمانم انتشار این کتاب، در فرصت برای مخاطب ایرانی فراهم می‌کند. نخست آن که می‌تواند ابزار جدیدی برای تحلیل داده‌های بازار باشد. و دوم، مجله است تا دیدگاه‌های لیندستروم در مقیاس بازار ایران سنجش شود و بتوان سره و ناسره‌ی این آموزه‌ها را در بازار امروز ایران سنجید. در پایان این یادداشت لازم می‌دانم از زحمات استاد فراهیخته، آقای حسین یاغچی قدردانی کنم.

دکتر سید حسن اکبرزاده