

《叠加体验：用互联网思维设计商业》

图书基本信息

书名：《叠加体验：用互联网思维设计商业模式》

13位ISBN编号：9787111479297

出版时间：2014-11

作者：穆胜

页数：220

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.tushu111.com

《叠加体验：用互联网思维设计商业》

内容概要

本书在互联网思维改变一切的背景下，详细介绍了如何运用互联网思维重构商业模式，主要包括以下内容：互联网经济中的商业逻辑（即“互联网思维”），不仅给出了消费方面的逻辑变革，还给出了在生产端的逻辑变革以及“跨界”的逻辑变革。给出了一个“三层产品体验模型”，厘清了互联网思维，打造完美终端、云端服务和价值群落三层体验，企业可以选择做不同层面的体验组合，这即是选择了不同的市场策略。但是，企业要基业长青，终极目标都是走向三层体验。给出了一个“商业模式分析四要素模型”，提出了针对每个产品体验的层面，应该怎样设计商业模式。

《叠加体验：用互联网思维设计商业》

作者简介

穆胜
北京大学光华管理学院工商管理博士后。互联网商业模式资深专家，为数十家企业提供过互联网商业模式设计辅导和诊断，研究过上百家互联网企业案例，亲自操盘了若干线下企业的互联网转型项目。他是《商业评论》、《中外管理》、《商界评论》、《北大商业评论》、《清华管理评论》、《中欧商业评论》等商业媒体专栏作家和特约撰稿人。自媒体“云中漫步三人行”联合创始人。

书籍目录

赞 誉

推荐序

序 言 互联网思维开启叠加体验

第一章

三大商业变革催生互联网思维 // 1

第一节 消费变革 // 3

第二节 生产变革 // 7

第三节 交易变革 // 12

第四节 互联网思维是什么 // 18

第二章

用互联网思维设计商业模式 // 23

第一节 商业模式的前世今生 // 24

第二节 商业模式四要素 // 31

第三节 三重产品体验 // 43

第四节 叠加体验 // 58

第三章

第1种叠加模式：完美终端+价值群落 // 71

第一节 第1种模式分析 // 72

第二节 案例1：大V卖水果——有个性才有大未来 // 82

第三节 案例2：黄太吉和马佳佳——做对了什么 // 85

第四节 案例3：买买茶——从手游到茶叶 // 89

第五节 案例4：小米——灰度用户迭代 // 94

第四章

第2种叠加模式：完美终端+云端服务 // 101

第一节 第2种模式分析 // 102

第二节 案例5：电商三国杀——“砸钱抢人”戏难休 // 120

第三节 案例6：万达vs.万科——冲锋或做局 // 125

第四节 案例7：亚马逊——大数据打造极致体验 // 129

第五章

第3种叠加模式：价值群落+云端服务 // 137

第一节 第3种模式分析 // 138

第二节 案例8：罗辑思维——社群大时代 // 144

第三节 案例9：微信——社交席卷一切 // 151

第六章

第4种叠加模式：完美终端+云端服务+价值群落 // 159

第一节 第4种模式分析 // 160

第二节 案例10：聚美优品——云端有“花痴” // 170

第三节 案例11：凡客诚品——冒进失好局 // 179

第七章

互联网思维对企业的忠告 // 189

第一节 互联网思维下商业模式的“法与术” // 190

第二节 互联网思维下的商业模式之“道” // 195

参考文献 // 200

后记 // 202

《叠加体验：用互联网思维设计商业》

精彩短评

- 1、这本书对于我对商业上的认知启发性巨大
- 2、还真是蛮学术的一本书。
- 3、就是用学术语言把大家都知道的事儿包装了一下 没有太多启发和参考价值
- 4、使用、分享什么的都是免费的，商家怎么赚钱呢？书本用理论梳理了一下互联网时代的商业模式~不过，同样的世界总结出来的理论却刚好和“冬吴相对论”里提到的观点相悖，留待市场检验。
- 5、真心不错，看后很多启发，推荐罗粉们看！互联网商业模式莫过于完美终端、价值社群、云端服务在三大模式的叠加，产品是什么已不重要，重要的是产品建立起我们和用户连接的平台，连接越强，收益越大！
- 6、和老教授们课堂上一板一眼说的不太一样，很新鲜的观点，可读性不错，且有趣
- 7、 $1+1>2$, $1+1+1>3$,书中有各种案例，亚马逊聚美优品凡客买买茶马佳佳小米褚橙潘苹果等等，这一版错字也挺多
- 8、3+4，例子都比较新，完美终端，价值群落，云端服务的四种组合讲的清晰透彻，商业模式四要素都进行了分析，图表结合，很不错啊
- 9、入门、易于阅读，植入互联网思维
- 10、一本非常务实的书，马总推荐！

《叠加体验：用互联网思维设计商业》

精彩书评

《叠加体验：用互联网思维设计商业》

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.tushu111.com