

《移动电商：商业分析 + 模式案例》

图书基本信息

书名：《移动电商：商业分析 + 模式案例 + 应用实战（第2卷）》

13位ISBN编号：9787115438323

出版时间：2016-11

作者：张国文

页数：254

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

《移动电商：商业分析 + 模式案例》

内容概要

《移动电商：商业分析 + 模式案例 + 应用实战（第2卷）》通过3大主流移动电商平台、4大移动电商营销模式、50多个营销技巧和运营技巧、300多张高清图片帮助读者快速熟悉移动电商实战技巧。《移动电商：商业分析 + 模式案例 + 应用实战（第2卷）》的创新之处在于与第1卷相比更加精髓化、优异化、全面化、图解化。本书去除了第1卷中的电商模式、电商平台等基础内容，直接切入移动电商的运营技巧，让读者一眼就能找到想要的知识点。《移动电商：商业分析 + 模式案例 + 应用实战（第2卷）》适用于移动电商相关平台的创业者、转型者、管理者，同时也可作为电子商务相关专业的教材。

《移动电商：商业分析 + 模式案例》

作者简介

张国文 资深电商人士，移动电商开拓、践行者通过LBS地图应用与餐饮、租房、购物、娱乐、酒店等行业结合，进行客户定位与精准营销，是实操型的商业管理者和投资者，对于LBS与B2B、B2C、C2C、O2O、APP、大数据的结合运营，有着丰富的实战经验和深入研究，对移动电商的各种微营销工具,如微信、微博、微视等都非常熟悉,曾参与编写多本互联网营销类畅销图书。

书籍目录

第1章 新电商时代：移动电商市场格局初步形成

1.1 移动电商崛起：商业模式正被移动互联网颠覆与重构

- 1.1.1 移动用户爆发式增长
- 1.1.2 各类流量资费下调
- 1.1.3 手机网购用户规模大增
- 1.1.4 全球移动支付成最具潜力支付方式
- 1.1.5 移动电商行业超过PC 电商

1.2 深度解析：15 个国内移动互联网电商平台

- 1.2.1 淘宝
- 1.2.2 京东
- 1.2.3 大众点评
- 1.2.4 美团
- 1.2.5 百度糯米
- 1.2.6 当当
- 1.2.7 天猫
- 1.2.8 国美在线
- 1.2.9 聚美优品
- 1.2.10 蘑菇街
- 1.2.11 唯品会
- 1.2.12 美丽说
- 1.2.13 窝窝团
- 1.2.14 淘宝聚划算
- 1.2.15 微店

1.3 解决方案：移动电商解决传统行业痛点

- 1.3.1 电商类APP：解决传统企业痛点
- 1.3.2 手机淘宝：解决传统电商痛点
- 1.3.3 新微商体系：解决传统微商痛点

第2章 手机淘宝开店：为企业增加更多的销售机会

2.1 手机淘宝与天猫：基于移动消费领域的入口

- 2.1.1 不得不说的“天猫双十一”
- 2.1.2 手机淘宝渗透人们的生活
- 2.1.3 手机开店给创业者更多机会

2.2 支付宝：掀起全球范围的支付革命

- 2.2.1 了解支付宝的几大功能
- 2.2.2 支付宝开始布局线下
- 2.2.3 国内支付市场的现状
- 2.2.4 社群为营销提供基础
- 2.2.5 适合长久经营模式的付费圈子
- 2.2.6 “全民开店”助推大众创业

2.3 淘宝、天猫店铺的移动端商业运营策略

- 2.3.1 手机店铺及产品定位
- 2.3.2 手机店铺装修
- 2.3.3 专享价促进移动端转化率的提升
- 2.3.4 直通车移动推广及实施
- 2.3.5 移动端活动
- 2.3.6 用展位博眼球
- 2.3.7 SEO 转化网店流量

- 2.3.8 淘金币活动
- 2.3.9 聚划算吸引粉丝
- 第3 章微商创业：小微、创客成为移动时代主旋律
- 3.1 微商时代来了
 - 3.1.1 微商是什么
 - 3.1.2 微网站与微商城
 - 3.1.3 优秀的微商软文营销
 - 3.1.4 解构微商商业模式
 - 3.1.5 微商线上引流
 - 3.1.6 微商线下引流
- 3.2 6大微商创业平台
 - 3.2.1 微信小店
 - 3.2.2 京东微店
 - 3.2.3 口袋购物
 - 3.2.4 有赞
 - 3.2.5 微盟旺铺
 - 3.2.6 微店网
- 3.3 3大微商营销工具与操作技巧
 - 3.3.1 QQ 空间
 - 3.3.2 微信朋友圈
 - 3.3.3 微博
- 第4 章电商类APP：将企业电商业务延伸至移动平台
- 4.1 APP 能为电商带来巨大收益
 - 4.1.1 什么是APP
 - 4.1.2 APP 的优势
 - 4.1.3 电商类APP 的发展前景
- 4.2 如何运用APP 抢占移动电商市场
 - 4.2.1 制作创新让APP 巧夺先声
 - 4.2.2 做好专业的APP 出大成效
 - 4.2.3 全面拓宽APP 的推广渠道
 - 4.2.4 驾驭好APP 的9 种营销模式
- 4.3 电商类APP 的设计与运营技巧
 - 4.3.1 视觉清晰提高用户购物效率
 - 4.3.2 个性突出提升用户购物体验
 - 4.3.3 社交分享实现品牌的病毒营销
 - 4.3.4 多屏互动线上 + 线下互动营销
 - 4.3.5 优秀内容运营的几大流程
 - 4.3.6 吸引用户然后让他们自愿付费
 - 4.3.7 提高用户体验提升用户的转化率
 - 4.3.8 打动用户、塑造品牌的营销方案
- 第5 章营销解密：移动电商的营销模式要点分析
- 5.1 移动互联网用户消费特点分析
 - 5.1.1 消费碎片化、移动化
 - 5.1.2 消费需求呈现个性化
 - 5.1.3 消费入口呈现多元化
 - 5.1.4 消费决策逐渐理性化
- 5.2 移动电商的常用营销策略
 - 5.2.1 口碑营销
 - 5.2.2 视觉营销

- 5.2.3 体验营销
- 5.3 移动电商创新营销模式分析
 - 5.3.1 O2O 营销模式
 - 5.3.2 基于O2O的社区电商营销模式
 - 5.3.3 自媒体营销模式
 - 5.3.4 社群营销模式
- 第6章BAT O2O之战：移动电商的线上线下融合
 - 6.1 移动电子商务是O2O的主导力量
 - 6.1.1 激活电子商务大市场的O2O
 - 6.1.2 主导O2O的移动电子商务
 - 6.1.3 生活需要更可信赖的O2O模式
 - 6.2 百度本地生活O2O移动电商布局
 - 6.2.1 百度糯米：本地生活O2O双入口和平台
 - 6.2.2 内部提升：打造即搜即得即用的手机百度搜索服务
 - 6.2.3 外部合作：与各种垂直类O2O平台进行强强联合
 - 6.2.4 布局移动支付：百度钱包打造万家让利计划
 - 6.2.5 百度地图：打造生活服务类O2O生态系统
 - 6.2.6 百度外卖：做有技术的外卖
 - 6.3 阿里巴巴本地生活O2O移动电商布局
 - 6.3.1 平台接入模式
 - 6.3.2 商家入驻模式
 - 6.3.3 阿里巴巴O2O模式的优势和劣势
 - 6.3.4 阿里巴巴O2O未来发展趋势
 - 6.4 腾讯本地生活O2O移动电商布局
 - 6.4.1 两大模式：公众账号和投资控股
 - 6.4.2 基础工具：腾讯地图和微信支付
 - 6.4.3 依托微信的强社交属性进行O2O业务创新
- 第7章社区电商：移动电商的O2O“落地化”
 - 7.1 社区O2O：“懒人经济”时代的消费体验
 - 7.1.1 小而美的“社区电商”消费潜力巨大
 - 7.1.2 社区O2O的两大必要因素
 - 7.1.3 “移动互联网+”为社区电商带来无限可能
 - 7.2 实体转型：社区移动电商如何玩
 - 7.2.1 生活服务：“一站式”社区服务平台
 - 7.2.2 社区零售：给传统零售行业的新机遇
 - 7.2.3 社区生鲜：三大模式主浮沉
 - 7.2.4 家政服务：重新定义的家政服务
 - 7.2.5 社区租赁：O2O时代下一个风口
 - 7.2.6 物流派送：连接商品与用户的桥梁
 - 7.2.7 社区电商：O2O的终极逆袭
 - 7.3 大牌电商领先转型
 - 7.3.1 阿里巴巴：支付宝、喵街
 - 7.3.2 腾讯：方兴、恒大、正荣
 - 7.3.3 京东：湖北日报集团、四川蓝光嘉宝
 - 7.3.4 苏宁：银河物业
 - 7.3.5 58同城：58到家
 - 7.3.6 陌陌：移动社交工具
 - 7.3.7 饿了么：订餐服务平台
 - 7.3.8 爱豆生活：打造500米生活圈

- 7.3.9 淘宝网：转型O2O 模式
- 7.3.10 天猫：推出O2O 新玩法
- 第8 章自媒体：让企业、品牌获得更多的关注
- 8.1 自媒体给移动电商带来新机会
- 8.1.1 自媒体发展状况和前景
- 8.1.2 自媒体收益现状和前景
- 8.2 自媒体风格是品牌最醒目的招牌
- 8.2.1 自媒体风格的重要性
- 8.2.2 如何打造自媒体风格
- 8.2.3 风格对电商品牌的意义
- 8.3 自媒体时代，移动电商如何做营销
- 8.3.1 建立粉丝关系网
- 8.3.2 品牌打造意识
- 8.3.3 定向引爆策略
- 8.3.4 微商与网红女主播
- 8.3.5 内容写作推广
- 8.3.6 创造话题引分享
- 第9 章社群营销：开启去中心化的电子商务模式
- 9.1 移动社群营销：电子商务的下一个风口
- 9.1.1 移动社群营销的商业重构
- 9.1.2 移动社群营销的电商生态
- 9.1.3 从流量思维到用户思维
- 9.1.4 移动社群的电商运营技巧
- 9.1.5 移动社群的营销黄金法则
- 9.2 微信营销：社群电商的引流利器
- 9.2.1 微信 社群电商结合
- 9.2.2 微信电商运营的关键点
- 9.2.3 企业微信社群电商的战略规则
- 9.2.4 企业玩转微信社群电商攻略
- 9.3 QQ 营销：社群电商的全新生态体系
- 9.3.1 QQ 群带来“红利”
- 9.3.2 QQ 群的运用
- 9.3.3 QQ 兴趣部落
- 9.3.4 QQ 附近的LBS 营销
- 9.4 百度贴吧：社群电商时代的极致玩法
- 9.4.1 百度贴吧的优劣势
- 9.4.2 官网吧的海洋
- 9.4.3 以用户兴趣为主
- 9.4.4 构建百度生态体系
- 9.4.5 贴吧精英合作伙伴

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