

《移动互联网时代品牌十诫》

图书基本信息

书名：《移动互联网时代品牌十诫》

13位ISBN编号：9787111480783

出版时间：2014-10-1

作者：卢彦

页数：231

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

《移动互联网时代品牌十诫》

内容概要

《移动互联网时代品牌十诫》是移动互联网时代的品牌行动指南与品牌传播攻略。互联网思维正在改变今天的各行各业，本书通过分析80后、90后群体的消费观及其心目中的品牌定义，阐述互联网思维下的品牌进化论，提出“品牌十诫”，并以特斯拉、小米手机、无印良品、罗辑思维等品牌为例，深度解读移动互联网对传统企业品牌定位、营销、传播的冲击，探讨品牌重塑的方法与实践。本书既是移动互联网时代品牌创建者、改革者、思考者的有益参考，也可帮助众多粉丝了解卓越品牌背后的互联网思维。

《移动互联网时代品牌十诫》

作者简介

卢彦，笔名“庐山面目”，80后，码字维生，喜好宁静，喜欢跟宁静有关的一切，如禅修。为了守护一份心灵的宁静甚至去很嘈杂的酒吧!最向往的生活是“一蓑烟雨任平生”，“也无风雨也无晴”。最欣赏的人生是“留人间多少爱，迎浮世千重变。和有情人，做快乐事，别问是劫是缘”。庐山面目取自苏东坡老人家的两首诗。其一是“不识庐山真面目，只缘身在此山中”，随时警醒自己要认识事物的真相与全景，须超越狭小的视角，摆脱一孔之见。如长江商学院院长项兵所言，我们应该站到月球上看地球，这样才能看得明白、看得清楚，做人最重要的就是视野格局。其二是“到得原来无别事，庐山烟雨浙江潮”，告诫自己，世间万象，人间百态，不过如此，本来如此，正是如此。若有缘，no1luyan2012微信见!见或不见，在一起!

书籍目录

序

第一部分 移动互联网时代品牌的颠覆与重构 1

第1章 互联网思维到底是什么？ 2

1.1 互联网思维的起源 2

1.2 互联网思维的定义 4

1.3 互联网思维的本质 10

1.4 马化腾：移动互联网的10个关键点 13

1.5 习主席的互联网思维 18

案例 互联网思维之海尔篇 25

第2章 移动互联网时代的消费主体80后、90后在想什么？ 28

2.1 80后群体面面观 29

2.2 90后群体面面观 33

2.3 80后vs 90后 38

案例 江小白：老男孩之猛龙过江 41

第3章 为什么未来一定是互联网品牌的天下？ 48

3.1 品牌不会必死，只是打造品牌的传统方式在消亡 49

3.2 互联网思维下的品牌进化论 51

案例 淘品牌裂帛：心若向往，自然抵达 54

第4章 移动互联网时代的品牌何去何从 62

4.1 移动互联网时代的品牌特征 64

4.2 移动互联网时代的品牌走向 67

4.3 雷军：用互联网思维改造传统产业 70

案例 冯仑：用互联网思维盖房子 76

第二部分 移动互联网时代的品牌定位指南 79

第一诫 专注于客户心智而非竞争对手 97

苹果的专注：少就是多，舍就是得 100

海底捞：用服务重新定义火锅 102

红领：数字化3d西服打印机 104

第二诫 因为极致，所以口碑 108

“值得一生等待的寿司”：用专注、极致感动客户 109

德胜洋楼：中国最具匠人精神的品牌 113

第三诫 简于形，精于心 119

无印良品：极简的优雅 124

第四诫 我是品牌，我为品类代言 131

特斯拉：最具有互联网思维的汽车 139

第五诫 魅力人格体：所有品牌都人格化 146

网易：有态度的门户网站 148

品牌个性成就维珍帝国 149

《罗辑思维》的罗胖人格体 151

褚橙：买的是水果，吃的是精神 152

第三部分 移动互联网时代的品牌传播攻略 159

第六诫 品牌杀手锏：故事背后的威力 168

大黄鸭背后的故事 168

依云矿泉水：云在青天水在瓶 169

zippo：从战场走向商场 171

lv：生命本身是一场旅行 173

聚美优品 174

《移动互联网时代品牌十诫》

第七诫 无粉丝，不品牌 179

米粉如何成就小米手机的霸主地位 181

第八诫 快则独步天下，慢则自身难保 193

快书包：狭路相逢，快者胜 195

微信：速度与激情 198

第九诫 碎片化时代的三大神器：大数据营销，整合营销，社群化营销 201

啤酒与尿布 203

大数据精准预测高中生怀孕 204

《纸牌屋》流行的背后 205

大悦城有大数据 206

大数据改变美国大选 207

第十诫 品牌角斗场，不遗“娱”力 220

昵称瓶：可口可乐的青春逆袭 222

大黄鸭：让消费者乐此不疲 223

雕爷娱乐化管理：做一只快乐的猪 225

阿里巴巴的快乐大本营 227

“小杜杜”的快乐，根本停不下来 228

《移动互联网时代品牌十诫》

精彩短评

- 1、《移动互联网时代品牌十诫》是移动互联网时代的品牌行动指南与品牌传播攻略。互联网思维正在改变今天的各行各业，本书通过分析80后、90后群体的消费观及其心目中的品牌定义，阐述互联网思维下的品牌进化论，提出“品牌十诫”，并以特斯拉、小米手机、无印良品、罗辑思维等品牌为例，深度解读移动互联网对传统企业品牌定位、营销、传播的冲击，探讨品牌重塑的方法与实践。
- 2、在读
- 3、貌似到了第二部分才有点实质内容,A.品牌定位指南:1.专注于客户心智而非竞争对手,2.因为极致所以口碑,3.简于形精于心,4.品牌为品类代言,5.品牌都具有人格魅力,B.品牌传播攻略:6.故事的威力,7.无粉丝不品牌,8.快则独步天下,9.大数据营销,整合营销,社群化营销,10.品牌不遗"娱"力.以上十点,比较可再读的有1,2,3,7,8,9.所以干货还是不少的.

《移动互联网时代品牌十诫》

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