

《电商战略》

图书基本信息

书名：《电商战略》

13位ISBN编号：9787510822421

10位ISBN编号：7510822424

出版时间：2013-8-1

出版社：九州出版社

作者：姜汝祥

页数：335

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

《电商战略》

内容概要

最新研发全球首个电商战略操作模型——新4C电商战略模型

C1：新部落战略

C2：大数据传播战略

C3：O2O一体化竞争战略

C4：C2B瞬联聚合，核心能力战略 电商颠覆传统产业的4个观念

1、手媒体是一场商业革命；

2、有一种力量叫秒杀；

3、从微博学社会学；

4、注意，互联网是领袖营销； 电商战略六大思维

六思六戒：电商思维48字真经

电商8字方针：水平思维，垂直为戒

电商16字原理一：时间思维，空间为戒

电商16字原理二：部落思维，个人为戒

电商24字行动一：客户思维，技术为戒

电商24字行动二：试错思维，怕错为戒

电商24字行动三：资本思维，规模为戒

作者简介

姜汝祥

北京锡恩企业管理顾问公司董事长、首席顾问

北京大学经济社会学博士

电商战略专家

2002年中华海外归国十大创业人物之一

美国哥伦比亚大学商学院访问学者

曾任摩托罗拉（中国）产品市场经理与战略规划经理

曾任北大光华管理学院高层培训中心副主任

中央电视2台《对话》、《商界名家》长期特约嘉宾

美国《财富》杂志中国唯一战略专家撰稿人、《中国商业评论》、《哈佛商业评论》、《经济观察报》、《中国经营报》、《环球企业家》等主流商业媒体特邀撰稿人 姜汝祥

北京锡恩企业管理顾问公司董事长、首席顾问

北京大学经济社会学博士

电商战略专家

2002年中华海外归国十大创业人物之一

美国哥伦比亚大学商学院访问学者

曾任摩托罗拉（中国）产品市场经理与战略规划经理

曾任北大光华管理学院高层培训中心副主任

中央电视2台《对话》、《商界名家》长期特约嘉宾

美国《财富》杂志中国唯一战略专家撰稿人、《中国商业评论》、《哈佛商业评论》、《经济观察报》、《中国经营报》、《环球企业家》等主流商业媒体特邀撰稿人

书籍目录

上篇 做电商？先变革观念

第一章 手媒体是一场商业革命

第二章 有一种力量叫秒杀

第三章 从微博学社会学

第四章 注意，互联网是领袖营销

中篇：电商六大战略思维

第五章 让相关思想照亮世界

第六章 部落电商：基于人性的战略思维

第七章 试错思维：经营人而不是产品

下篇：电商的4C战略模式 #战略框架和实操重点#

第八章 C1 新部落战略

电商战略的四个逻辑：4C战略框架

部落文化四要素：符号，语言，价值主张，范式

第九章 C2 大数据传播战略

C-C时代：重新定义品牌 上篇 做电商？先变革观念 第一章 手媒体是一场商业革命 第二章 有一种力量叫秒杀

第三章 从微博学社会学 第四章 注意，互联网是领袖营销 中篇：电商六大战略思维 第五章 让相关思想照亮世界 第六章 部落电商：基于人性的战略思维 第七章 试错思维：经营人而不是产品 下篇

：电商的4C战略模式 #战略框架和实操重点# 第八章 C1 新部落战略

电商战略的四个逻辑：4C战略框架

部落文化四要素：符号，语言，价值主张，范式 第九章 C2 大数据传播战略

C-C时代：重新定义品牌

数据资本：底层权力的崛起

大数据三大要素：财富、地位、声望

第十章 C3 O2O一体化竞争战略

幂律分布：人性的光芒照亮O2O

O2O的逻辑：99%时间做客户，1%时间做销售

O2O四大要素：娱乐化活动，体验认同化，事件冲突化，消费众包化 第十一章 C4 C2B大聚合：核心能力战略

一半是天堂，一半是地狱：平台将替代渠道

聚合（aggregation）三要素：思想、情绪、社区

有一种倒逼供应链的力量叫C2B

精彩短评

- 1、营销鸡汤
- 2、我居然买了这本书。
- 3、里面那字体太大 实在不想看了
- 4、姜博士的大作，还是不少新观点，但是有些啰嗦，反复就讲几个观点，其实一篇文章足够，有点凑数的感觉。
- 5、垃圾中的垃圾
- 6、内容还不错，但是没有培训课程好

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