

《零售4.0时代》

图书基本信息

书名：《零售4.0时代》

13位ISBN编号：978750865207X

出版时间：2015-6

作者：王晓锋,张永强,吴笑一

页数：288

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

内容概要

"第一本提出并系统阐释零售4.0时代的专著
互联网+时代助推零售企业成功转型实战手册
互联网+时代创业者成功商业创新模式
转型期、迷茫期、创业期零售企业必读

本书的核心内容是讲述移动互联网时代，遭遇经营和转型困境的零售企业该如何应对“失控”现状，围绕消费者建立全渠道零售模式，这也是零售企业最关心的热点问题之一。同时，为互联网时代创业者提供了多范围、多角度的成功的商业创新模式。

@ 前瞻性提出“零售企业从经营产品转向经营顾客关系”。

@ 为遭遇互联网困境的传统零售企业提供转型对策。

@ 解决电商企业“落地”及实体企业“触电”难题。

@ 构造线上线下O2O闭环模式，助力零售企业转型。”

《零售4.0时代》

作者简介

王晓锋

六韬三略营销咨询机构创始人、首席顾问，联想集团零售执行委员会专家委员，资深零售连锁品牌营销专家。

上海九逸科技有限公司CEO，长三角中小型企业私人董事会教练、创业型公司投资人、众多高端财经杂志撰稿人，被誉为既有实战、又有理论基础的跨界营销专家和创业型企业投资人。

"

书籍目录

- "序 无缝零售——零售业的现在和未来
- 前言 助推传统零售成功走向无缝零售
- 第一章 移动互联时代，无缝零售袭来
 - 互联网带来了什么/4
 - 互联网改变了什么/11
 - 一切都是为了争夺消费者/16
- 第二章 消费者去哪儿了
 - SoLoMo族群的兴起/30
 - “移动”改变生活/37
 - 多“触点”形势下的口碑依赖/44
 - 全渠道、全天候、全频道的消费者/52
 - 信息传播的社交化/58
- 第三章 零售4.0时代，消费者宣示主权
 - 互联网时代的消费者购物生命周期/70
 - 吐槽也是参与：在消费者主权时代，消费者的“参与感”迅速增强/76
 - 个性化需求时代已经到来/81
 - 消费者追求跨渠道的一致性服务体验/88
- 第四章 移动互联网风口上的零售企业
 - 在移动互联网时代，零售企业亟需转型/100
 - 传统零售企业转型O2O之困/108
 - 中国零售企业的O2O弱在哪/114
 - 零售渠道演变简史及全渠道的由来/119
- 第五章 经营客户关系，构建无缝全渠道体验
 - 全渠道零售的根本：顾客关系经营/130
 - 重新认识全渠道零售的价值/137
 - O2O与全渠道/141
 - 全渠道1+N+n/148
 - 全渠道零售模式成功的关键/154
 - 从零售业本质看全渠道零售/161
- 第六章 零售大数据，让消费者尖叫的基础
 - 技术商业与大数据时代/170
 - 大数据时代：营销从此大不同/177
 - 如何采集零售业大数据/183
 - 大数据的魅力：个性化营销和精细化经营/190
 - 从O2O到1to1，再到C2B/195
- 第七章 未来品牌没有粉丝迟早会消亡
 - 品牌在粉丝经济中崛起/203
 - 在今天，购买结束才是营销的开始/208
 - 利用会员营销培育种子粉丝/216
 - 品牌文化打造穿透力/222
- 第八章 零售4.0，一切改变只为抢夺消费者
 - 打造社区O2O，建立家庭需求生态圈/234
 - 争夺个人入口，抓住年轻消费者/240
 - 经营好你的口碑/246
 - 提供走在消费者前面的“超预期”体验/253
- 后记 以消费者为中心的时代永不过时/263"

《零售4.0时代》

《零售4.0时代》

精彩短评

《零售4.0时代》

精彩书评

1、《零售4.0时代》的笔记-第71页

《零售4.0时代》

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