

《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。”

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