

《塑造互联网思维的企业》

图书基本信息

书名：《塑造互联网思维的企业》

13位ISBN编号：9787115347417

出版时间：2015-5-1

作者：[美] Dion Hinchcliffe, Peter Kim

页数：175

译者：赵俐, 苏宝龙, 张猛

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

《塑造互联网思维的企业》

内容概要

《塑造互联网思维的企业》是一本介绍当今企业的社会化媒体革新思想的管理书籍。《塑造互联网思维的企业》探讨了在所有商务环境中，在社会化媒体进行剧烈的转变时，社会、文化和技术的变化趋势。《塑造互联网思维的企业》既介绍了战略概述和实用资源，也介绍了选择和实现社会化商务策略并获得最大成果的具体方法。《塑造互联网思维的企业》清楚地解释了社会化媒体领域中，策略集合的机制、应用和优势，其中包括社会化媒体营销、社交产品开发、众包、社交供应链、社会客户关系管理等。通过第一手的研究资料和众多世界知名公司的研究案例，作者展示了自己帮助财富500强的客户规划、创建和激活高效社会化商务解决方案的方法，总结了社会化媒体先行者的成功经验和失败教训，展示了社会化商务变革和各种规模企业的社会化商务未来。

《塑造互联网思维的企业》提供了可行且高效的建议以及经过事实检验的技术，适合企业管理者、市场营销管理者、营销和公关人员阅读参考，可以帮助企业进行战略转型，从而在快速发展的世界中获取成功。

《塑造互联网思维的企业》

作者简介

迪昂·辛奇里夫，是Dachis Group的管理策略副总裁。他是国际上公认的企业社会化媒体、商务灵活性、开放商务模型和信息技术专家。他为财富500强提供研究成果和咨询服务，还发表文章和公开演讲

彼得·金姆，是Dachis Group的战略主管。他是一位杰出的社交商务咨询师，为客户提供战略方针并在全球发表行业推广演讲。

书籍目录

第1部分 让企业适应21世纪

第1章 社会化媒体——全球商务契机的驱动者

战略性地运用社会化媒体，实现卓越的业务成果

社会化企业转型在现有业务功能上的应用

第2章 一种生活方式，一种商务途径

第3章 社会化商务中谁是赢家？为什么？

社会化商务工作场所：MillerCoors

使用社会化商务优化供应链：Teva Canada

使用社会化商务重组公司内部的沟通：IBM

使用社会化商务进行股市交易：Bloomberg

使用社会化商务促进零售生产力：Mountain Equipment Co-Op

使用社会化商务吸引客户以促进支持：Intuit

学会关注社会化商务中的重点

第4章 全球商务向社会化媒体的转变

第5章 企业如何进行过渡

下一代商务：开放、社会化和自我服务

社会化商务包括什么

社会化商务如何出现？

第2部分 社会化商务的技巧

第6章 社会化媒体营销

社会化媒体营销的战略方法

实现社会化媒体营销的投资回报

社会化商务良性循环：认真聆听和积极参与

社会化商务智能：新一代的聆听与参与模式

第7章 社交产品开发

第8章 众包：众人拾柴火焰高众包简介

第9章 社交型客户关系管理和客户社区

社会化客户服务

第10章 应用于合作伙伴的社交型商业生态系统

社交型商务生态系统：基础范例

B2B社会化商务选项

评估B2B社会化商务的优势

第11章 员工契合度：使用社会化商务使公司的管理浑然一体

社会化劳动力雇用的元素

什么是社会化

劳动力协作功能

社会化协作的关键优点

社会化劳动力范例

第12章 社会化商务的支持功能

社区管理：社会化商务的必要功能

社会化分析和商务智能

社会化商务智能的核心策略

受管制行业中的社会化商务

受限社会化商务生命周期

第3部分 社会化商务设计和战略

第13章 确定优先项并做出计划

社会化商务转型：高层次过程

《塑造互联网思维的企业》

重访优先项并进行规划

第14章 构建块：社会化商务的元素

第15章 商务案例、试点、投资回报和价值的综合

第16章 建立社会化商务战略——最终结果

第17章 社会化商务整装待发

社会化商务采用阶段

社会化商务采用战略

内部社会化商务设计

外部社会化商务

第18章 成熟度：社会化商务部门

结束语

注记

《塑造互联网思维的企业》

精彩短评

1、啥也没看进去。。。都是些凌乱的数据

《塑造互联网思维的企业》

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