

《裂变式转型：互联网+转型纲领（精）》

图书基本信息

书名：《裂变式转型：互联网+转型纲领（精装）》

13位ISBN编号：978711151484X

出版时间：2015-9

作者：杨龙

页数：200

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

《裂变式转型：互联网+转型纲领（精）》

内容概要

这是一部权威的详解传统企业"互联网+"转型纲领的著作，它从新思维、新动力、新趋势、新模式等视角深度解构了"互联网+"时代传统企业转型的系统方法论--裂变式转型。

宏观层面，它不仅介绍了"互联网+"时代的新经济、新常态，还介绍了企业面临的新的生存形势和发展趋势，以及传统企业"互联网+"转型的2个层面、3大障碍和4个阶段；微观上则不仅深刻阐述了"互联网+"时代企业领袖的裂变、组织的裂变，还系统讲解了企业的战略布局转型、商业模式转型、产品服务转型，以及营销模式转型，构建了一套系统的大局观和方法论。

书中涉及众多的新经济形态和新商业模式，如社群经济、共享经济、生态经济、O2O模式、C2B模式、平台模式、跨界模式、众筹等，对读者一定会有所启发。本书亦有众多作者的原创性研究成果，如企业裂变模型、未来营销模型、商业布局模型、O2O完全营销模型、门店互联网化模式等，这些原创性的思想与模型，也会对企业的裂变式转型起到一定的指导作用。

《裂变式转型：互联网+转型纲领（精）》

作者简介

杨龙

中国新一代商业战略思想领袖和商业模式策划首脑，上海璟畅网络科技有限公司创始人、Ennio Uomo高级定制男装主理人。多家企业董事及常年管理顾问，“裂变新势力”社群发起人、杨龙新商业频道主编，法国马赛KEDGE商学院MBA。

开发并主讲了一系列“互联网+”课程，如《裂变式转型纲领》《商业模式实战纲领》《新微商创业实战纲领》等。已经为超过100家企业提供培训和咨询服务，这些企业包括昂立国际教育集团、上海通路快建、四川健和集团、北京清晨集团、福建金威服饰、江西合力泰集团、杭州华元宠物、福州鑫金悦戴斯酒店等，实战经验非常丰富。

书籍目录

推荐序一	如何迈出"裂变"的第一步	
推荐序二	裂变，从宇宙星辰到世间万物	
前言		
第1章	新商业时代	1
1.1	走进新时代	1
1.1.1	新常态	1
1.1.2	新经济	3
1.1.3	新商业文明	3
1.2	向死而生的转型	4
1.3	企业家的蜕变	6
第2章	裂变式转型纲领	7
2.1	企业裂变的本质	7
2.2	企业裂变式转型模型	10
第3章	"互联网+"时代的领袖裂变	12
3.1	领军人物的资质	12
3.2	领军人物的基因	13
3.2.1	信仰	13
3.2.2	创新	14
3.2.3	情怀	15
3.3	领军人物的品格	16
3.4	领军人物的新思维	19
3.4.1	互联网思维	19
3.4.2	产融思维	21
3.4.3	聚变思维	27
第4章	"互联网+"时代的组织裂变	29
4.1	"互联网+"时代的人才思维	29
4.1.1	核心思维	29
4.1.2	杠杆思维	30
4.1.3	股票思维	31
4.2	"互联网+"时代的组织与人力变革	31
4.2.1	人力资本	32
4.2.2	企业与客户价值创造无边界	35
4.2.3	组织的扁平化、网络化和平台化	36
4.2.4	员工自主经营	37
4.3	"互联网+"时代的组织分配机制改革	43
第5章	"互联网+"时代的企业生存形势	49
5.1	电商时代	49
5.2	微利时代	51
5.3	客户时代	54
第6章	"互联网+"时代的企业发展趋势	56
6.1	行业与行业融合	57
6.1.1	行业融合下的跨界连接	57
6.1.2	行业融合下的跨界"打劫"	61
6.1.3	行业融合下的终极演变	62
6.2	线上与线下融合	66
6.3	企业与客户融合	68
第7章	"互联网+"时代的新经济形态	71

7.1	社群经济	71
7.1.1	理解社群经济	71
7.1.2	社群经济的三种类型	72
7.1.3	社群经济的初级形态：粉丝经济	75
7.2	生态经济	90
7.3	共享经济	93
7.3.1	理解共享经济	93
7.3.2	从交换经济到共享经济	95
7.3.3	共享经济的本质	96
7.3.4	共享经济的影响	97
第8章	"互联网+"时代的战略布局	101
8.1	"互联网+"时代的战略布局	101
8.2	企业战略布局的三大关键点	102
第9章	"互联网+"时代的产品转型	110
9.1	产品的本质	110
9.2	产品战略转型	111
9.3	打造极致单品	113
第10章	"互联网+"时代的营销转型	115
10.1	营销的变革	115
10.1.1	营销思维的变革	115
10.1.2	营销模式的变革	117
10.2	未来营销模型	119
10.2.1	产消合一	119
10.2.2	产销分离	122
10.2.3	连锁经营	123
10.2.4	专业营销外包	124
10.3	移动互联网时代的营销	125
10.3.1	移动互联网时代的商业特征	125
10.3.2	移动互联网对未来营销的改变	125
10.3.3	移动营销的四大原理	129
第11章	"互联网+"时代的商业模式转型	131
11.1	商业模式创新的六大路径	132
11.2	"互联网+"时代的商业创新法则	133
11.3	"互联网+"时代三大主流商业模式	134
11.3.1	平台模式	134
11.3.2	O2O模式	137
11.3.3	C2B模式	152
第12章	"互联网+"转型的关键	162
12.1	"互联网+"转型的两大层面	162
12.2	"互联网+"转型的三大障碍	164
12.3	"互联网+"转型的四大阶段	167
后记	新商业文明的思想纲领-善本、归元、循法	179

精彩书评

- 1、喜欢后记中作者提出的商业思想

章节试读

1、《裂变式转型：互联网+转型纲领（精装）》的笔记-第38页

康奈尔大学通过对300家小企业的调查发现：那些给予员工最大限度自主权的企业比那些更喜欢控制员工的企业的发展速度快3倍，员工流动率低2/3。

2、《裂变式转型：互联网+转型纲领（精装）》的笔记-第44页

从人才激励的角度来看，中国企业的短命在于其缺乏长期激励机制。创业的新鲜感过后，利益纷争迅速取代艰苦奋斗成为企业最为棘手的问题。在这种情况下，员工的工作激情只能勉强维系1-3年，而企业经营需要团队长期的努力和高效的工作。

3、《裂变式转型：互联网+转型纲领（精装）》的笔记-第111页

工业时代的产品战略是以体系促单品，构建完整产品体系，形成大而全的系列产品家族，这样不仅可以满足不同层次客户的需求，还可以形成庞大阵势，促进单品销售。而到了互联网时代，产品本质得到强化，消费需求从大而全转变成小而美，产品战略也变成以单品带体系，企业必须先聚焦所有财力、物力做好一款极致单品，形成粉丝口碑效应，然后再围绕粉丝的需求开发其它产品。

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