

图书基本信息

书名：《互联网+》

13位ISBN编号：9787563944737

出版时间：2015-11

作者：陈爱民

页数：256

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

互联网+是时代发展的趋势，各行各业都需要适应这个趋势，唯有如此，才能让企业获得更好地发展。在向互联网+转型的过程中，大企业有资源、有用户、有数据，而中小企业却什么都没有，转型该如何转才能避免在转型的过程中遭遇滑铁卢？

本书给出了人人都能看懂的互联网+转型攻略，让各中小企业在转型的过程中能够做到有所依仗、心中有数。首先，掌握四个模式：粉丝模式、免费模式、移动互联网模式、自媒体模式。这四个模式中，我们需要重点学习移动互联网模式。何谓移动互联网模式？就是企业的思维应该直接进入移动互联网阶段，而不是互联网阶段，一切思维模式都要采用移动互联网思维。移动互联网思维要求企业一定做的一件事情就是平台要足够大，无边界，能够服务更广大的老百姓。

其次，做好四个阶段：搞定你的朋友圈、学会运营公众号、拥有自己的APP、建立自己的生态圈。这四个阶段中，我们重点掌握如何建立自己的生态圈，未来商业竞争中最高级别的竞争就是生态圈的竞争，让生态圈里的每一个人、每一个企业都变成你的经营者，形成一个良性的循环，就能让自己的发展规模越来越大。

读透了这四种模式和四个阶段，中小企业哪怕没有资源、没有数据、没有雄厚的实力，也可以实现快速向互联网+转型。

作者简介

陈爱民

互联网+转型实战专家

中国企业高效成长系统专家

中国职业经理人协会培训委员会常委

上海海倍企业管理顾问有限公司董事长

陈爱民曾任职于上市公司与跨国集团的高层管理，带领过数万人的营销团队，创造了几十亿元的营业额；他曾走遍全球四十多个国家考察商业模式，参加过众多世界大师课程的学习。

陈爱民结合他多年的管理经验和企业互联网+转型实战经验，支持众多企业进行互联网+转型升级，并取得可喜的业绩。他带领海倍顾问从零起步，辅导支持四家企业成为上市公司。他总结提炼的“一路成长”精品课程受到众多企业家和学员的一致好评，而他辅导服务的企业遍布各个领域与行业，并用自己的实战经验支持合作企业一路成长！

陈爱民

互联网+转型实战专家

中国企业高效成长系统专家

中国职业经理人协会培训委员会常委

上海海倍企业管理顾问有限公司董事长

陈爱民曾任职于上市公司与跨国集团的高层管理，带领过数万人的营销团队，创造了几十亿元的营业额；他曾走遍全球四十多个国家考察商业模式，参加过众多世界大师课程的学习。

陈爱民结合他多年的管理经验和企业互联网+转型实战经验，支持众多企业进行互联网+转型升级，并取得可喜的业绩。他带领海倍顾问从零起步，辅导支持四家企业成为上市公司。他总结提炼的“一路成长”精品课程受到众多企业家和学员的一致好评，而他辅导服务的企业遍布各个领域与行业，并用自己的实战经验支持合作企业一路成长！

陈爱民

互联网+转型实战专家

中国企业高效成长系统专家

中国职业经理人协会培训委员会常委

上海海倍企业管理顾问有限公司董事长

陈爱民曾任职于上市公司与跨国集团的高层管理，带领过数万人的营销团队，创造了几十亿元的营业额；他曾走遍全球四十多个国家考察商业模式，参加过众多世界大师课程的学习。

陈爱民结合他多年的管理经验和企业互联网+转型实战经验，支持众多企业进行互联网+转型升级，并取得可喜的业绩。他带领海倍顾问从零起步，辅导支持四家企业成为上市公司。他总结提炼的“一路成长”精品课程受到众多企业家和学员的一致好评，而他辅导服务的企业遍布各个领域与行业，并用自己的实战经验支持合作企业一路成长！

<p>

</p>

书籍目录

第一部分 只做“互联网+”风潮的引领者，不做追风人

第一章 满天遍地“互联网+”，小微企业将何去何从
为何理论学了一大堆，实行起来却处处碰壁

“互联网+”大潮汹涌袭来，你站在哪里

没有巨额资本，你也能玩转“互联网+”

第二章 “互联网+”要因时而动，更要量体裁衣

你所掌握的“互联网+”，真的适合你吗

“互联网+”，+的是思维，而不是生搬硬套

大企业缓慢转型，小微企业快速上马

只有合适的“互联网+”套路，才能真正成就小微企业

第三章 怎么用“互联网+”来成就自己

培养自己的粉丝

整合身边的资源，创造免费增值服务

不再从互联网开始，直接进入移动互联网模式

做好自己的自媒体营销

第二部分 小微企业“互联网+”战略落地的四种模式

第四章 粉丝模式：“互联网+”时代，无粉丝不营销

互联网时代，没粉丝怎么行

快速吸引粉丝的十大方法

如何提高粉丝的质量，剔除“僵尸粉”

搞好线上线下粉丝互动

警惕“掉粉”几大雷区

巧用微信点赞，让粉丝不请自来

如何维护好你的粉丝

吸引粉丝经典案例一：万达影城，开卡送福利，吸引粉丝齐聚

吸引粉丝经典案例二：珀莱雅，线上线下互动，粉丝疯狂参与

吸引粉丝经典案例三：泰康人寿，一元求关爱，赢得大批粉丝

吸引粉丝经典案例四：韩馨面膜，完美体验让粉丝心甘情愿留下

第五章 免费模式：放长线，才能钓大鱼

免费的往往是最贵的

解读免费模式的四个阶段

未来的店面都是免费体验中心

如何让免费变得更有价值

免费维修，让沉睡的老客户变成忠诚客户

免费送面膜，让面膜企业快速成长

第六章 移动互联网模式：直切主题，少走弯路

未来就是移动互联网商业模式

以用户为中心，将业务模式转成移动互联网业务模式

将办公移动互联网化，给员工配备最好的移动端

第七章 自媒体模式：每个人的影响力都将超乎想象

一个估值1亿元的自媒体代表着什么

假如你有一个好想法，就能吸引全球400万粉丝

做好自媒体，粉丝自然来

用微视频做好你的自媒体

自媒体+地推，让小微企业形成强大影响力

第三部分 小微企业“互联网+”运营的四个阶段

第八章 第一阶段：搞定你的朋友圈

微信朋友圈的两大生意模式

微信朋友圈的C2C模式

微信朋友圈的六大优势

写好文案，快速吸引粉丝的关注

增加微信内容的可读性，培养长线粉丝

引起共鸣，让粉丝心甘情愿替你转发

巧妙编写文案标题

把握精准的时间推送

第九章 第二阶段：学会运营微信公众号

打造专属的微信公众号

提升公众号的关注度

及时展开有效的人工回复

学会将“他的客户”转化成“我的客户”

推送最热门、最受粉丝欢迎的内容

大打情趣营销牌的杜蕾斯

打造出业界首个微信美妆试用平台的聚美优品

第十章 第三阶段：一定要有自己的

APP不等同于微信号

让APP成为凝聚粉丝的平台

把APP作为企业晋级“互联网+”的跳板

第十一章 第四阶段：建立自己的生态圈

“互联网+”的终极目标就是建立自己的生态体系

让用户变成你的经营者

形成产业链条，企业才有长足发展

生态圈里的生意才是真正不朽的生意

第四部分

用好“互联网+”，创造业界奇迹

第十二章 面对“互联网+”采用新策略

“小米”：4年，从零到100亿美元

雕爷孟醒：从草根到四大互联网品牌的创业者

三只松鼠：如何从无名之辈快速成为知名网络品牌

卓典香料，在不景气的市场中，如何做到逆增长

祥帮设备，3年业绩增长20倍

魔力鲜颜，从40万元卖到2亿元的面膜奇迹

东方惠乐：智慧循环养老，实现“互联网+”的行业创新

日赢集团：两条腿走路，坚持O2O战略

第五部分 结语

“互联网+”落地一定要有自己的套路与方法

的引领者，不做追风人

第一部分 只做“互联网+”风潮

第一章 满天遍地“互联网+”，小微企业将何去何从

为何理论学了一大堆，实行起来却处处碰壁

“互联网+”大潮汹涌袭来，你站在哪里

没有巨额资本，你也能玩转“互联网+”

第二章 “互联网+”要因时而动，更要量体裁衣

你所掌握的“互联网+”，真的适合你吗

“互联网+”，+的是思维，而不是生搬硬套

大企业缓慢转型，小微企业快速上马

只有合适的“互联网+”套路，才能真正成就小微企业

第三章 怎么用“互联网+”来成就自己

培养自己的粉丝

整合身边的资源，创造免费增值服务

不再从互联网开始，直接进入移动互联网模式

做好自己的自媒体营销

第二部分 小微企业“互联网+”战略落地的四种模式

第四章 粉丝模式：“互联网+”时代，无粉丝不营销

互联网时代，没粉丝怎么行

快速吸引粉丝的十大方法

如何提高粉丝的质量，剔除“僵尸粉”

搞好线上线下粉丝互动

警惕“掉粉”几大雷区

巧用微信点赞，让粉丝不请自来

如何维护好你的粉丝

吸引粉丝经典案例一：万达影城，开卡送福利，吸引粉丝齐聚

吸引粉丝经典案例二：珀莱雅，线上线下互动，粉丝疯狂参与

吸引粉丝经典案例三：泰康人寿，一元求关爱，赢得大批粉丝

吸引粉丝经典案例四：韩馨面膜，完美体验让粉丝心甘情愿留下

第五章 免费模式：放长线，才能钓大鱼

免费的往往是最贵的

解读免费模式的四个阶段

未来的店面都是免费体验中心

如何让免费变得更有价值

免费维修，让沉睡的老客户变成忠诚客户

免费送面膜，让面膜企业快速成长

第六章 移动互联网模式：直切主题，少走弯路

未来就是移动互联网商业模式

以用户为中心，将业务模式转成移动互联网业务模式

将办公移动互联网化，给员工配备最好的移动端

第七章 自媒体模式：每个人的影响力都将超乎想象

一个估值1亿元的自媒体代表着什么

假如你有一个好想法，就能吸引全球400万粉丝

做好自媒体，粉丝自然来

用微视频做好你的自媒体

自媒体+地推，让小微企业形成强大影响力

第三部分 小微企业“互联网+”运营的四个阶段

第八章 第一阶段：搞定你的朋友圈

微信朋友圈的两大生意模式

微信朋友圈的C2C模式

微信朋友圈的六大优势

写好文案，快速吸引粉丝的关注

增加微信内容的可读性，培养长线粉丝

引起共鸣，让粉丝心甘情愿替你转发

巧妙编写文案标题

把握精准的时间推送

第九章 第二阶段：学会运营微信公众号

打造专属的微信公众号

提升公众号的关注度

及时展开有效的人工回复

学会将“他的客户”转化成“我的客户”

推送最热门、最受粉丝欢迎的内容

大打情趣营销牌的杜蕾斯

打造出业界首个微信美妆试用平台的聚美优品

第十章 第三阶段：一定要有自己的

APP不等同于微信号

让APP成为凝聚粉丝的平台

把APP作为企业晋级“互联网+”的跳板

第十一章 第四阶段：建立自己的生态圈

“互联网+”的终极目标就是建立自己的生态体系

让用户变成你的经营者

形成产业链条，企业才有长足发展

生态圈里的生意才是真正不朽的生意

第四部分

用好“互联网+”，创造业界奇迹

第十二章 面对“互联网+”采用新策略

“小米”：4年，从零到100亿美元

雕爷孟醒：从草根到四大互联网品牌的创业者

三只松鼠：如何从无名之辈快速成为知名网络品牌

卓典香料，在不景气的市场中，如何做到逆增长

祥帮设备，3年业绩增长20倍

魔力鲜颜，从40万元卖到2亿元的面膜奇迹

东方惠乐：智慧循环养老，实现“互联网+”的行业创新

日赢集团：两条腿走路，坚持O2O战略

第五部分 结语

“互联网+”落地一定要有自己的套路与方法

精彩短评

- 1、前兩天看完了，比較貼近現實，適合入門微商學習。
- 2、纸质版：并没有得到很多启发，又是粉丝模式、微信营销，泛泛而谈，有些例子举得实在不恰当，比如全聚德进军广东市场，作者居然说广东人宁愿去吃蚯蚓、穿山甲也不去吃千年烤鸭，撇开地域歧视不说，真的有好好调研吗？
- 3、只适合对电商基本没有了解的人看
- 4、懒得创建词条

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