

《解密小米：互联网思维下的商业奇肌

图书基本信息

书名：《解密小米：互联网思维下的商业奇迹》

13位ISBN编号：9787302381747

出版时间：2014-10-1

作者：磐石之心

页数：221

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

《解密小米：互联网思维下的商业奇肌

内容概要

磐石之心想要创作《解密小米-互联网思维下的商业奇迹》一书，因为对于小米的成功，太多的盲人摸象！太多的恶意攻击、恶意吹捧、恶意营销！但是无论多少质疑与掌声，小米都值得创业者和传统企业学习！

读《解密小米-互联网思维下的商业奇迹》可以获得什么：了解如何选择创业方向？了解如何进行企业 and 产品定位？了解如何进行粉丝营销？“饥渴营销”真的罪孽深重么？互联网思维真的是为了颠覆传统产业么？小米真的能干掉腾讯、百度、阿里巴巴么？One more thing...

《解密小米：互联网思维下的商业奇肌》

作者简介

王斌，笔名磐石之心，互联网IT资深预言家，第一个提出互联网未来竞争是在线生活方式的竞争，现在已成为现实；第一个提出3G推广应先推数据业务，并被中国移动等运营商采纳；第一个将全球品牌发展成为三个阶段，并预测现在正在进入品牌消失时代；第一个提出上网本是过渡性产品，观点得到市场检验；第一个提出IT产业下一波浪潮是“融合”，并著有《融合事代》一书，目前产业融合正在发生。

书籍目录

目录

第1章 小米公司诞生在风口上

雷军的“顺势而为”创业经

创业就要先搭班子再定战略

米聊的失败

MIUI的成功

“顺势而为”的小米如同坐上了火箭

树大招风的小米诽誉参半

给创业者的启发

第2章 雷军：乔布斯的门徒

“雷布斯”名字的由来

小米走在学习苹果的路上

乔布斯门徒之争

雷军与黄章都是乔布斯的门徒

360兵败特供机 周鸿祎不服输

小米为何要托起苹果和乔布斯的衣钵？

给创业者的启发

第3章 小米的定位科学

小米手机缘何能靠“发烧”定位一炮走红？

定位不只是口号更是一种能力

小米盒子如何通过定位区隔山寨盒子？

“年轻人的第一台电视”打动了谁？

“小米路由器=家用服务器”拒绝做低端货

小米“另类”成本定价

实现“另类”定价策略需要三个条件

为何定位“没有设计就是最好的设计”？

为什么定位“一块钢板的艺术之旅”？

雷军食言“只做发烧手机”

“每个人都能享受科技的乐趣”不是最后一次定位

给创业者的启发

第4章 粉丝即经济

粉丝营销具有神奇魔力

把雷军包装成“明星”

互动，拉近粉丝与偶像间的距离

像明星一样与粉丝做朋友

粉丝营销关键词1：真诚

粉丝营销关键词2：战略

粉丝营销关键词3：专业

粉丝营销关键词4：全员

粉丝营销关键词5：药不能停

粉丝营销关键词6：从线上走到线下

每个粉丝都是产品经理

几个用户参与设计小米产品功能的例子

一定要把粉丝经济当做战略

给创业者的启发

第5章 饥渴的营销

“饥渴营销”为控制风险

饥渴营销的消费心理学解读

饥渴营销制造了“热销效应”

因饥渴营销而诞生的“黄牛党”

“饥渴营销”可以作为长期销售战略

给创业者的启发

第6章 真假互联网思维

雷军与王健林的争论

雷军谈小米的互联网思维

互联网思维并不等于互联网炒作

任正非和马化腾眼中的互联网思维

互联网思维不为杀死传统企业而生

任正非2014年6月16日谈互联网思维

互联网思维的“五步法”：组织架构扁平化

互联网思维的“五步法”：云人才

互联网思维的“五步法”：最高性价比产品

互联网思维的“五步法”：社会化营销

互联网思维的“五步法”：品牌口碑化

互联网思维诞生了“模式创新”

“模式创新”只是企业发展的第一步

给创业者的启发

第7章 小米手机能否继续高速增长？

小米开始走向成熟的四个标志

警惕增长率下降和手机平均价格滑落

小米在海外市场份额极低

“饥渴营销”能否复制到海外？

进军海外可能面临知识产权问题

小米应该传统营销和口碑营销并重

给创业者的启发

第8章 小米与BAT不可避免的竞争

小米估值4年暴涨160倍

小米软件服务收入占比仍较低

与BAT相比 用户数仍然悬殊巨大

智能家居前景光明 但困难重重

MIUI6正在悄悄进入BAT腹地

为小米买一个生态系统

小米IPO或让“BATX”之争快速到来

给创业者的启发

后记：四个男人站在了连接一切的风口上

《解密小米：互联网思维下的商业奇肌》

精彩短评

- 1、垃圾，就是照抄网上的文章而已，能不能写的系统一点？这样的书都能出，也是醉了。不过这本书还是验证了雷布斯的一句话，站在风口猪都能飞起来。作者选对了小米营销风正热的时候出版这本书，哪怕他写的烂，但也有出版社出，因为猪不够啊。所以，我也要去做法口的猪。
- 2、其实前面讲的故事和其他讲述小米的书无异,也就是说产品,粉丝,饥渴营销,最后两章倒说出了点意思,一个讨论互联网思维的真假,一个是讨论小米能否实现继续的高速增长.
- 3、互联网思维
- 4、很差
- 5、更像是微信上面一些关于小米文章的集合，不过对于雷军早期的一些微博记载挺详细，可以折射出他的心路历程

《解密小米：互联网思维下的商业奇肌

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