

<<互联网思维独孤九剑>>

图书基本信息

书名：<<互联网思维独孤九剑>>

13位ISBN编号：9787111460022

10位ISBN编号：7111460022

出版时间：2014-3-20

出版时间：机械工业出版社

作者：赵大伟

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：<http://www.tushu007.com>

<<互联网思维独孤九剑>>

内容概要

《互联网思维独孤九剑》是国内第一部系统阐述互联网思维的著作，用9大互联网思维：用户思维、简约思维、极致思维、迭代思维、流量思维、社会化思维、大数据思维、平台思维、跨界思维，以专业的视角全方位解读移动互联网给传统产业带来的变革，涉及战略规划、商业模式设计、品牌建设、产品研发、营销推广、组织转型、文化变革等企业经营价值链的各个方面。这是一部传统企业互联网转型必读的“孙子兵法”，帮助我们开启对新商业文明时代的系统思考。

<<互联网思维独孤九剑>>

作者简介

赵大伟，和君集团高级咨询师，专注于传统企业的互联网转型，侧重在零售、消费品和服务行业，主要为客户提供基于互联网思维的战略规划、商业模式设计、营销体系建设、组织文化再造等领域的“咨询+资本+培训+IT”服务，助力传统企业向新商业时代的转型升级。

<<互联网思维独孤九剑>>

书籍目录

- 推荐序一 突然冒出个赵大伟
- 推荐序二 拥抱互联网
- 自序 顺势而为
- 引言 互联网思维制胜传统企业转型
- 第1节 传统企业互联网化，是未来商业浪潮的主旋律
- 传统企业的“互联网焦虑症”
- 互联网思维，是传统企业互联网转型的制胜关键
- 传统企业互联网转型成败，与“基因”无关
- 未来将不会再有互联网企业，因为所有企业都将成为互联网企业
- 互联网成为生活中的“水和电”，互联网思维成为最根本的商业思维
- 第2节 互联网思维的本质，是商业回归人性
- 新一代互联网的特征：万物皆可互联
- 互联网的发展，让互动变得更加高效
- 互联网思维，更注重人的价值
- 互联网思维，堪比“文艺复兴”
- 第3节 传统企业的互联网转型，是一项系统工程
- 传统企业“触网”，应规避四大误区
- 传统企业“触网”的四重境界
- 传统企业互联网转型“三部曲”
- 互联网思维，重塑传统企业“价值链”
- 互联网思维，开启新商业文明时代
- 第一章 用户思维
- 第1节 从品牌运营到企业经营，一切以用户为中心
- 用户思维，在价值链各个环节都要“以用户为中心”
- 互联网消除信息不对称，使得消费者主权时代真正到来
- SoLoMoPe消费族群
- 用户思维的三个法则
- 第2节 法则1——得“屌丝”者得天下
- “屌丝”是一种长尾经济
- “屌丝”不单指生活状态，更是一种心态
- 互联网让“小众”变成“长尾”
- 第3节 法则2——兜售参与感
- C2B模式：让用户参与到产品创新中
- 粉丝经济：让用户参与到品牌建设中
- 真正的参与感是塑造友爱的互动
- 第4节 法则3——用户体验至上
- 用户体验是一种主观感受
- 用户体验是最强的ROI和最重要的KPI
- 用户体验设计
- 不是你做了什么，而是用户感受到了什么
- 第二章 简约思维
- 第1节 大道至简，互联网时代的产品战略
- 第2节 法则4——专注，少即是多
- 业务规划：专注才有力量
- 品牌定位：用户喜欢你只需要一个理由

<<互联网思维独孤九剑>>

第3节 法则5——简约即是美

产品设计：做减法

第三章 极致思维

第1节 从“渠道为王”到“产品为王”

极致就是匠人精神

互联网时代的竞争，只有第一，没有第二

好产品会说话

第2节 法则6——打造让用户尖叫的产品

“需求要抓得准”

“自己要逼得狠”

“管理要盯得紧”

要敢于“毁三观”

第3节 法则7——服务即营销

超越期待

同理心

人人都是服务员

第四章 迭代思维

第1节 从敏捷开发到精益创业

敏捷开发

精益创业

传统企业需要的更是一种迭代意识

第2节 法则8——小处着眼，微创新

进入“微”时代

微创新成为主流的背后逻辑

如何实践“微创新”

第3节 法则9——天下武功，唯快不破

快是一种力量

怎样做到快速迭代

第五章 流量思维

第1节 流量的本质

流量的本质是用户关注度

流量意味着体量，体量意味着分量

第2节 法则10——免费是为了更好地收费

互联网产品为什么能免费？

免费是为了获取流量

免费的玩法

免费策略的两个原则

第3节 法则11——坚持到质变的“临界点”

“临界点效应”

量变产生质变

第六章 社会化思维

第1节 社会化商业时代已然到来

在社会化商业时代，用户以网的形式存在

第2节 法则12——社会化媒体，重塑企业和用户沟通关系

基于平等的双向沟通

基于关系的链式传播

<<互联网思维独孤九剑>>

基于信任的口碑营销

基于社群的品牌共建

第3节 法则13——社会化网络，重塑组织管理和商业运作模式

群策群力，研发众包

链接客户，优化服务

聚沙成塔，众筹融资

广罗人才，精准匹配

第七章 大数据思维

第1节 法则14——数据资产成为核心竞争力

一切皆可数据化

“声嘶力竭”的大数据

“不动声色”的小数据

数据资产成为核心竞争力

第2节 法则15——大数据的价值不在大，而在于挖掘能力

大数据思维的核心是理解数据的价值，通过数据处理创造商业价值

小企业也要有大数据

第3节 法则16——大数据驱动运营管理

未来有价值的公司，一定是数据驱动的公司

精准化营销：你的用户不是一类人，而是每个人

精细化运营：大数据带来管理变革

大数据服务：从个性化到人性化

第八章 平台思维

第1节 平台是互联网时代的驱动力

第2节 法则17——构建多方共赢的平台生态圈

最高阶的平台之争，一定是生态圈之间的竞争

如何构建平台生态圈

第3节 法则18——善用现有平台

平台与否，顺势而为

传统企业“触网”，慎做平台

第4节 法则19——把企业打造成员工的平台

互联网冲击下的组织，将何去何从？

组织设计：从“金字塔”走向“扁平化”

管理方式：让每个人成为自己的CEO

决策体系：让一线成为引擎

利益机制：肯定人的价值

企业文化：创新驱动的人本主义

第九章 跨界思维

第1节 跨界成为必然趋势

跨界“野蛮人”，重塑产业格局

跨界者三个来源

第2节 法则20——寻找低效点，打破利益分配格局

互联网的跨界颠覆，本质是高效率整合低效率

从低效点出发，寻找跨界的入口

打破现有利益分配格局，把握跨界制胜的命门

第3节 法则21——挟“用户”以令诸侯

用户数据是跨界制胜的重要资产

<<互联网思维独孤九剑>>

用户体验是跨界制胜的关键

第4节 法则22——敢于自我颠覆，主动跨界

领先者的窘境

自我颠覆，从企业家开始

内部培育颠覆性业务

自我变革是企业持续领先的根本动因

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:<http://www.tushu007.com>