

<<蜕变>>

图书基本信息

书名：<<蜕变>>

13位ISBN编号：9787302272304

10位ISBN编号：7302272301

出版时间：2012-1

出版时间：清华大学

作者：艾瑞学院

页数：259

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>

## &lt;&lt;蜕变&gt;&gt;

## 前言

回溯中国互联网十年前，2001年正是互联网泡沫破灭之后的低谷，当时的新浪、搜狐等公司的股价跌到1美元，中国网民只有3000多万，刚刚发展起来的中国互联网产业也受到了很大的质疑。

而时至今日，中国互联网的网民人数已经超过5亿，2011年互联网普及率预计达到40%：目前即时通讯、在线视频、社区交友、在线游戏、搜索引擎、电子商务等已经成为网民使用频度最高的网络应用服务。

十年间，互联网从一个新兴的IT人媒体成为最有影响力的大众媒体，并成为社会民生不可缺少的基础。

2009年以来，中国的电子商务迎来了爆发式增长的大潮，网络购物已经成为增长速度最快和具备高成长性的网络应用服务。

艾瑞研究数据显示电子商务已经成为中国互联网增长的主动动力，预计未来三年电子商务年均复合增长率将达到52.3%。

2011年中国网络购物市场交易增长迅猛，预计未来个人电子商务消费市场份额将呈现持续上升的趋势。

反观金融危机后的国内市场，传统企业生存矛盾加剧，面临着上游原材料价格飞涨，下游渠道商、零售商、品牌商的多重挤压。

如何以更经济、更快捷、更科学、更节约成本的方式来优化产、供、销流程，拓展新市场，成为解决矛盾的关键点。

互联网带来了一场革命，企业不但可以通过网络，直接接触成千上万的新用户，和他们进行交易，从根本上精简商业环节，降低运营成本，增加企业利润，建立企业品牌，而且还能随时与遍及各地的贸易伙伴进行交流合作，增强企业间的联合，进而提高产品竞争力。

越来越多的传统企业逐渐认识到电子商务是一股不可逆转的潮流。

在这样的大背景下，我们发现大量传统企业纷纷进入或准备进入电子商务，但都遇到了不同程度的困难，比如战略定位、产品策略、线上线下运营模式差别、专业人才稀缺，等等，我相信这些问题在未来2~3年中仍将伴随大量新进入的传统企业。

艾瑞此时推出的《蜕变——传统企业如何向电子商务转型》一书融汇了艾瑞多年的电子商务研究成果及众多专家的实战经验分享，旨在给传统企业指引方向、给从业者分享经验方法，让大家少走弯路。

相信在不久的将来会看到大量优秀的传统企业完成转型，届时电子商务对于国民经济的价值将会真正体现出来。

艾瑞咨询集团 总裁 杨伟庆

## <<蜕变>>

### 内容概要

当传统企业完成网络的传播渠道铺设，并且将自身品牌和资讯有效传递给网络受众时，设立电子商务网站是一个更能与目标消费者直接接触，并更加有效地与后者完成商品购买、互动交流、信息传播等行为的重要方式。

本书融合了艾瑞咨询多年的电子商务研究成果与培训成果积累，指引传统企业在降低采购成本、压缩销售环节、提高销售效率、降低物流成本等多个方面获取更多的利益，并在结合实战案例的同时引导传统企业进军电子商务领域。

书中介绍的营销推广、数据解读、数据库营销等技巧可以有效地指引各行业人士进入电子商务领域，并给予一定的启发。

## 作者简介

艾瑞学院，成立于2009年12月，是艾瑞咨询集团(iResearch)旗下直属部门。

致力于开展电子商务、网络营销、移动互联网等领域宏观及趋势、运营与管理、实战与技巧等多层次公开课、企业内训。

凭借艾瑞咨询集团多年的市场调查与研究积累，将研究成果转化为高效可用性知识，并邀请50位业界一线实战专家组成专家讲师团，通过知识的积累与分享、理论与实践的结合，为企业提供权威，实用、高效的知识获取平台和互联网行业人脉拓展的有效路径。

## <<蜕变>>

### 书籍目录

#### 引言

#### 第1章

趋势发展篇：传统企业面临的挑战和机遇

##### 第一节 电子商务发展带来的意义

- 一、电子商务的定义
- 二、电子商务对社会经济的影响

##### 第二节 电子商务在全球的应用及发展

- 一、全球网购市场的发展概况
- 二、美国网购市场的发展概况
- 三、典型案例分析：亚马逊（Amazon）

##### 第三节 我国电子商务的发展现状

- 一、环境篇——PEST分析
- 二、市场篇——交易规模
- 三、用户篇——消费行为
- 四、趋势篇——未来3~5年电子商务的发展趋势

##### 第四节 传统企业开展电子商务的必要性

#### 第2章

战略定位篇：传统企业转型电子商务的必备条件

##### 第一节 进入之前——战略性思考

- 一、开展电子商务的战略意义及规划
- 二、人才是成功转型的根本
- 三、如何对电子商务业务进行定位

##### 第二节 进入初期——多方位选择

- 一、传统企业开展电子商务方式的选择
- 二、自建or外包
- 三、搭建服务体系
- 四、核心企业外包商分析
- 五、其他方面的选择

##### 第三节 发展期——运营策略

- 一、网上渠道建设
- 二、品牌营销策略
- 三、网上店铺的运营
- 四、运营重点
- 五、运营建议

#### 第3章

营销推广篇：电商网站做营销必须掌握的n种方法

##### 第一节 推广

- 一、SEM、SEO
- 二、电子邮件营销
- 三、广告联盟营销

##### 第二节 品牌

- 一、网络硬广告
- 二、新闻营销
- 三、软文营销

##### 第三节 活动

## <<蜕变>>

### 第四节 社群

- 一、SNS营销
- 二、论坛营销
- 三、博客营销
- 四、IM营销
- 五、问答营销
- 六、百科营销
- 七、微博营销
- 八、Widget营销

### 第五节 其他

- 一、视频营销
- 二、目录型网址平台

## 第4章

数据运营篇：数据挖掘与分析提升电商网站运营与管理

### 第一节 数据解读和分析对于电子商务运营和营销的重要性

#### 第二节 数据的来源

- 一、第一个来源是内部系统
- 二、第二个来源是网站分析工具
- 三、第三个来源是调研工具
- 四、第四个来源是合作伙伴
- 五、第五个来源是网络和其他工具

#### 第三节 数据分析基础：理解数据

- 一、产品销售情况
- 二、消费者的点击浏览行为
- 三、营销效果数据
- 四、产品评论投诉调研
- 五、竞争情报

#### 第四节 数据解读基础：将数据和业务连接

#### 第五节 数据分析的基础方法

- 一、看数据分布
- 二、拆因子
- 三、拆步骤
- 四、细分用户族群

## 第5章

会员管理篇：企业会员数据库管理提升用户忠诚度

### 第一节 会员数据库的重要性

- 一、将客户视为资产
- 二、数据库营销的意义
- 三、顾客生命周期

### 第二节 数据库营销的应用与执行步骤

- 一、数据库营销的应用
- 二、数据库营销的6个执行步骤

### 第三节 会员数据库的营销策略与应用

- 一、会员数据库的营销策略
- 二、会员数据库营销的应用
- 三、会员的价值区隔
- 四、顾客终身价值

<<蜕变>>

五、会员数据库RFM的分析

第四节 会员数据库的营销工具

- 一、电子邮件
- 二、呼叫中心
- 三、手机APP

第五节 如何避免会员数据库营销失败

- 一、数据库营销的十个误区
- 二、如何避免这些数据库营销错误

## 章节摘录

版权页：插图：（三）电子商务拓展了金融业的发展空间在线电子支付是电子商务的关键环节，也是电子商务得以顺利发展的基础条件。

随着电子商务在电子交易环节上的突破，网上银行、银行卡支付网络、银行电子支付系统以及电子客票、电子现金等服务的出现，使传统的金融业进入了一个全新的发展阶段。

一方面，网上金融的出现改变了传统的客户和金融机构雇员面对面式的交易方式，距离不会再制约金融机构的业务发展；另一方面，金融服务的电子化和信息化，大大提高了资金流动速度和信息透明度。

此外，金融机构借助电子商务，将经济与金融信息分析、资源投向决策、资金筹措调配等环节有机结合起来，在很大程度上提高了资金的运用效率。

（四）电子商务将转变政府职能部门的管理行为政府作为“看得见的手”，在调节市场经济运行、防止市场失灵带来的不足方面有着很大的作用。

电子商务的发展对政府管理经济的手段和能力提出了新的要求，要求政府适应电子商务的发展，在有关电子商务的进入、认证、安全管理、消费者权益保护、争议处理、国际间的合作及协调等相关政策法规方面，能够根据环境的变化适时进行新的调整与管理。

综上所述，在这个信息化的21世纪，电子商务必定成为国家经济新的增长点，成为国民经济发展中最有潜力的部分。

电子商务将带来一场前所未有的革命，其对社会经济的影响远远超过了商务活动本身。



## <<蜕变>>

### 媒体关注与评论

电子商务行业的迅速发展，对传统经济结构产生重大的影响，在此过程中诸多传统企业面临着转型的抉择，并进行着尝试性探索。

《蜕变——传统企业如何向电子商务转型》一书为相关从业人员在探索传统企业电商之路方面进行了很好的尝试，助益中国电商行业的发展。

——当当网董事长 俞渝电子商务的出现极大地扩充了商务的形式和内涵，丰富了消费者的决策信息和改变了消费者的决策链路。

电子商务正在融入到传统的商务领域，两者之间必将不可分割。

《蜕变——传统企业如何向电子商务转型》一书，给了所有初涉电子商务的传统企业一个指引，是帮助他们进行电子商务实践和转型的好的参考。

——淘宝商城总裁 张勇（逍遥子）当消费者和市场进入多元化时代，电子商务已经成为传统零售业不容忽视的营销平台。

期待并相信艾瑞集团出版的教材能够深入解读传统零售业进入电子商务领域的众多疑问，成为实用性的行动指南！

——广百股份有限公司副总经理 / 首席运营官 亢小燕“世界潮流，浩浩汤汤，顺之则昌，逆之则亡”，电子商务化已成必然趋势，将为传统产业带来一次突变。

推荐此书给传统企业的朋友们。

——应大投资集团董事长 应泽从

### 编辑推荐

《蜕变:传统企业如何向电子商务转型》：传统企业向电子商务网站转型是市场供求关系的体现。对于众多传统企业，特别是其中绝大部分以产品销售为主要收入来源的企业，网络就意味着一座取之不尽的金矿，而通过转型电子商务网站，正是传统企业对这座金矿最有效、最直接的开采方式。

《蜕变:传统企业如何向电子商务转型》融合了艾瑞咨询多年的电子商务研究成果和培训成果积累，使传统企业在降低采购成本、压缩销售环节、提高销售效率、降低物流成本等多个方面获取更多的利益。

在结合实战案例的同时引导传统企业进军电子商务领域。

通过《蜕变:传统企业如何向电子商务转型》，您将学到企业转型中的战略思考，高效的营销推广技巧，精准的数据运营解读与分析，高价值的会员数据库营销与应用以及电子商务领域的全方面知识，打造读者在电子商务领域的实战经历。

互联网时代的企业运营技巧与实战分析，解决传统企业转型的困惑。

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>