

<<微信改变世界>>

图书基本信息

书名：<<微信改变世界>>

13位ISBN编号：9787504746078

10位ISBN编号：750474607X

出版时间：2013-1

出版时间：中国财富出版社

作者：邱道勇

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>

<<微信改变世界>>

前言

2011年1月上线的微信，只用了两年时间就成为目前全球使用人数最多的移动通信应用。目前，注册用户近3亿，遍及100多个国家和地区。

《华尔街日报》中文版则将2012年“中国创新人物奖”科技类奖项颁给了“微信之父”——腾讯公司高级副总裁张小龙。

微信的横空出世，被《纽约时报》评价为“正积极尝试扭转中国本土互联网产品无法推向世界的命运”。

2010年年底，移动互联网刚刚开始，微信的研发团队就开始酝酿相关业务。

微信的诞生，也恰逢移动互联网市场诸侯混战。

它不仅要对国内米聊、陌陌、飞聊等“本土豪强”的挑战，还要与海外的强势产品，如韩国的Kakao Talk、日本的Line、美国的Whats App等短兵相接。

“在PC时代，由于中国互联网的用户及市场成熟度等均低于发达国家，在产品创新上难有引领之举”。

而移动互联网是一个重新开始的机会。

”张小龙说。

虽然竞争激烈，但抢先锁定移动互联网市场的眼光，还是给了中国“企鹅”一次与欧美“列强”同时起跑的机会。

北京移动分析公司App Annie认为，“微信”对外扩张的努力正慢慢收获果实。

2012年前三季度的下载数据，“微信”在东南亚增长最快，在其他地区也正迎头赶上，包括东欧和中东地区。

今年前景最好的国外市场包括越南、泰国、印度和印尼，俄罗斯与沙特阿拉伯紧随其后。

“微信”，作为一种全新的社交工具，不仅改变了世界各国对中国本土互联网产品的看法，也创造出了全新的商业机会。

微信营销是网络经济时代企业对面临着营销模式的创新，是伴随着微信的火热产生的一种网络营销方式。

其特点为：点对点精准营销；形式灵活多样；强关系的机遇。

微信公众平台的广告语就是：你的品牌，让亿人看见。

目标用户就是企业、机构等。

微信和微博的区别就在于这里，微博是媒体属性很强的，属于弱关系，而微信发布的信息会直达手机端，属于强关系。

影响力远强于微博，每条微信基本上都会被用户看到。

对于曾经做微博、做豆瓣小组、做博客的人都清楚，只要你能够将大量的网络用户组织在一起，就会产生价值，你对他们说一句话，就会产生强大的影响。

而微信公众平台也是可以实现组织人气的，并且更精准、和网络用户的距离更近。

上海艾摩CEO成维忠说，微信在手机当中再造了一个手机(设想一下你用平板电脑使用微信的时候，是不是把平板变成了一部手机)，这个再造的价值，相当于把腾讯变成了中国移动，而且通话费、短信费是全部免费的，这是非常恐怖的一件事情。

当有一天，人们见面的时候不是留手机号而是留微信号码的时候，这个帝国就算建成了，围绕它的财富机会将不可估量。

跨界、联盟、细分、产品链延伸……如今企业的竞争，不是单个企业的竞争，而是生态丛林中生态圈和生态链的竞争。

而微信就如这个生态丛林中一个摧毁一切的神奇武器。

正视、面对、学习、应用，这是云营销时代传统企业应该持有的态度。

这本书的成长，感恩于这个伟大的时代，感恩于我的父母和我的家人，他们是我永恒的动力。

感谢中国电子商务协会移动商务专家咨询委常务副主任王汝林教授、广东省电子商务市场技术应用重点实验室副主任何绍华教授、华夏智库张杰先生，对我个人成长的帮助、指导。

<<微信改变世界>>

感谢中国品牌形象战略创始人、2008年奥运会总召集人杨子云教授，子云教授领导的中国首席品牌官俱乐部微信群，是国内最高端最活跃的品牌界圈子，我参与其中，很受鼓舞和启发。

感谢北京大学汇丰商学院杨思卓教授、中国策划第一人何学林先生、新竞争力网络营销管理顾问创始人冯英健博士、腾讯互动互娱事业部产品总监何宁先生、世纪视觉传媒董事长杨彩云女士、中国城市网联秘书长魏飞报先生等在百忙中为本书写了推荐词。

感谢网络营销模式专家石建鹏、网络整合营销专家刘东明、网络营销策略专家江礼坤、网络数据库营销专家罗安林、网络营销软文专家徐茂权、网络营销管理专家康路晨。

5天的云营销论坛上，我们碰撞和交流的部分内容都呈现在这本书里，没有你们的帮助就没有这本书的出版。

在此也感谢我的伙伴和战友，在我创作期间，他们承担了大量工作，使我得以潜心创作。

感谢刘剑、徐斌、李小飞、黄声波、童涛、刘琳、蒋守礼、周聪燕、汪李增、杜志云、曾莉莉、张丽媛、廖恩国、张阔、胡凤、肖居翠、孙敏静、秦喜花、邹明浪、杨秋恋、侯双庆等。

感谢邓国庆、邱建明、林昆山、刘浪、曹程杰、苏寒飞、涂小建等在2012年里对我和我的团队的支持，生命中有你们真好。

爱在心中，情在手中，微信改变世界。

作者 2012年12月

<<微信改变世界>>

内容概要

《微信改变世界》内容简介：“微信”，作为一种全新的社交工具，不仅改变了世界各国对中国本土互联网产品的看法，也创造出了全新的商业机会。

《微信改变世界》以“微信”为主要研究对象，详细介绍了它从诞生到发展壮大的来龙去脉，并预言其创造财富的能力将不可估量。

书中还特别详细地介绍了微信的具体使用方法和营销模式，也是对于微信知识的普及与宣传。

在微信正在如火如荼地发展的今天，作为第一本介绍和研究微信的图书，它一定会带给你更多的启发和鼓励。

作者简介

邱道勇，网络新经济研究者、中国电子商务协会专家、华夏智库首席网络营销专家、深山老林网络营销机构创始人。

邱道勇从2000年开始从事市场营销及品牌策划，先后参与或操盘名望一族化妆品、恒基伟业商务通、诺亚舟电子词典、《陆游天下》杂志、摩登王电池、摩森导航、央视《奋斗》、德生科技等，创造一系列经典的成功案例。

后先后横跨旅游、日化、IT、导航、媒体、能源、教育培训、互联网等行业。

2003年开始，邱道勇认识到互联网对企业发展的巨大价值，致力于通过网络营销的方式，帮助企业提升核心竞争力，打造品牌。

先后发表网络营销文章100余篇，担任三十余家企业营销顾问。

他是中国一系列网络营销经典案例的操刀者和设计师。

形成“网络整合营销”、“网络推广360度系统”、“网络运营六力体系”等独特的运作方法，提出著名的“网络营销的核心是商业模式的变革”“网络品牌树”“网络经济思维八度”等理论。

邱道勇是中国第一个网络营销服务系统供应商深山老林集团创始人、中国电子商务协会专家、思道博士创新团成员、鸿道网络营销专家联盟发起人。

他还担任道一书院院长、企帮网络CBO、合众为一咨询集团CEO，华南理工大学、湖南农业大学、华南师范大学、汕头大学、数字经济研究院、总裁培训网、前沿讲座、网博会等特聘专家、客座教授。

邱道勇主讲课程或研究领域：网络营销运营系统、网络营销执行系统、网络品牌全案、电子商务创新模式、大数据应用及竞争分析等。

<<微信改变世界>>

书籍目录

第一章告诉世界：“微信”时代到来1 未来的世界属于移动互联网3 “微信”出现，社交媒体的移动互联网化9 “微信”时代，是一个免费国际沟通的时代12 “微信”建造领袖营销的时代15 后“微博”时代，“微信”的价值何在18 “微信”的成功来自于腾讯的力量20 第二章“微信”正在一点点侵蚀对手33 “微信”成了米聊最大的竞争对手35 “微信”与“飞信”之间的较量40 “微信”与IM竞争对手的对抗44 QQ王者地位必然会被“微信”取代48 圣战之下，“微信”会“微博”吗50 谁来决定“Facebook”的命运55 第三章两亿用户背后的超强功能61 “微信”都有哪些超强功能63 如何在WindowsPhone上注册“微信”68 微信forWindowsPhone支持什么型号的手机70 “摇一摇”功能的使用71 玩“微信”流量的消耗73 如何玩“微信”漂流瓶73 如何查看手机通讯录好友76 启用QQ离线消息插件后如何查看QQ好友77 如何查看附近使用“微信”的人79 如何拍摄并发送视频81 怎样使用QQ离线消息插件83 如何来接收并播放视频83 如何查看QQ好友84 如何使用“微博”发图助手86 如何使用对讲功能89 “微信”中的私信发送91 “微信”中私信的接收92 “微信”中给私信发图片93 “微信”中如何寻找回复的私信94 “微信”隐藏图标的方法是什么95 第四章全自动赚钱机器的营销利器及实战解析99 营销利器一：漂流瓶101 营销利器二：位置签名103 营销利器三：“二维码”105 营销利器四：开放平台108 营销利器五：语音信息114 营销利器六：公众平台117 第五章“微信”助推著名企业营销实战案例123 “微信”助力，珂兰钻石业绩翻番125 优衣库开启“微信”营销，吸引众多客户128 Powerful用“微信”“催生”成人用品电商130 “微信”助阵聚尚国际，提高品牌效应133 绿源开通行业首个企业“微信”平台135 游戏媒体进军“微信”平台战争升级137 第六章著名企业家、行业专家谈“微信”139 马化腾的“微信”梦141 “微信之父”张小龙145 戴志康和“微信”“二维码”运营154 周鸿祎：摸着石头过河，要“先做了再说”161 李开复：如果发生这种情况，我的钱会在微信上171 房地产专家谈“微信”172 第七章“微信”不可抗拒的未来177 “微信”捆绑财付通，引领移动支付新潮流179 “微信”——一个全新的创业平台182 沟通矩阵的形成，牵引人类社交链186 “微信”在海外市场的积极扩张188 “微信”为中国的巨大变迁做见证190 “微信”创造了一个“没有陌生人的世界”194

<<微信改变世界>>

章节摘录

版权页：插图：未来的世界属于移动互联网 2012年，在移动开发者大会上，马化腾（腾讯CEO）传递出了这样的一条信息：“腾讯正在将开放战略推向移动互联网。”

“微信”，是腾讯今天最成功的移动互联网应用，也是互联网历史上增长最快的一种新软件。

作为中国第四大运营商，“微信”在战略中扮演着怎样的角色呢？

发挥着什么重要作用呢？

我认为，如果说QQ和Qzone是腾讯PC端的大数据开放平台，那么“微信”就是腾讯移动端的一个大数据开放平台。

2012年8月，“微信”团队宣布说：“微信”用户数已经突破了两亿。

这一时期，中国智能机的用户数是29亿，也就是说，“微信”已经覆盖了近70%的用户。

业界很多人都表示羡慕，同时，更多的人则在关注“微信”的未来发展——是打造一个精准营销的媒体平台？

还是做一个闭环的电商平台？

抑或是二者兼而有之？

一个月之后，“微信”公众账号暂停认证，对于“微信”的商业化探索令很多人感到质疑：腾讯董事会主席在互联网大会上提到的通过“微信”普及“二维码”、布局O2O的目标是否还能实现？

很多人都抱着怀疑的态度。

虽然说“微信”有一个开放的平台，可是那些接口也仅仅是浅层的开放，并不能真正满足第三方开发者的需要，没有太高的价值。

可是，马化腾却明确地表示：将逐步测试开放QQ的关系链，有可能是“微信”的关系链。

对于这样的一条举措，很多人都充满了期待。

因为，有了庞大的用户数据和开放的心态，“微信”的潜力绝对是可以被挖掘出来的。

“微信”和新浪“微博”的竞争，正式开始了。

让我们先来看一些数据：随着社会化媒体的兴起，针对互联网用户数据的分析、营销、挖掘的产品越来越多，抑或是为企业提供服务，抑或是用来推广自身产品，比如“美丽说”“蘑菇街”。

而最近一段时间备受关注的“啪啪”，凭借着新浪“微博”的用户关系更是获得了迅速发展，每天的下载量高达上万。

这些大数据主要是来自PC互联网的。

那么，在移动互联网上都有哪些大数据呢？

每个人都可能拥有不同的终端，比如Pad、手机，以及其他各种移动式终端。

一旦将这些终端接入到互联网里，终端上出现的信息就会变得多样化，不管是文本，还是图片；不管是语音，还是视频；不管是结构，还是非结构……使用频率都会大大提高。

虽然说，在PC互联网上出现的数据量要比移动互联网更大，但和PC互联网比较起来，移动互联网的数据更完整、更生动，描绘了一个互联网用户的生活轨迹。

也就是说，通过PC互联网，我可以知道你不是一条狗、你可能对什么感兴趣；而通过移动互联网，我可以知道：你每分每秒在干什么？

是在吃饭，还是在看书，因为你一直online。

和移动互联网上的大数据比较起来，PC互联网的大数据通常都有这样一些特征：数据的核心节点是人而不是终端、网页或ID；动作更加实时；行为更加碎片化；带有地理位置的信息；数据更干净、更准确。

<<微信改变世界>>

编辑推荐

《微信改变世界》在微信正在如火如荼地发展的今天，作为第一本介绍和研究微信的图书，它一定会带给你更多的启发和鼓励。

<<微信改变世界>>

名人推荐

微信是互联网行业最伟大的策划，马化腾是微信的开创者，邱道勇则是微信的推动者。

——中国策划第一人 何学林 微信来得太快，几乎来不及系统思考微信到底能做什么以及如何玩转微信。

幸好，《微信改变世界》把我想了解的问题以及还不知道有哪些需要了解的问题都解释清楚了，从入门知识到微信在营销中的应用都有详细的介绍和分析，值得认真阅读。

——新竞争力网络营销管理顾问创始人 冯英健 一本书可以开启一个时代，可以传递一种技术，《微信改变世界》这本书就是这样。

这是国内关于微信的第一本专著，我期待已久。

——腾讯互动互娱事业部产品总监 何宁 《微信改变世界》让你快速了解微信发展趋势、功能应用、营销方法等，系统、全面、实战，是一本值得收藏的书。

——中国城市网联秘书长 魏飞报 微信的横空出世，颠覆了传统的社交方式；道勇的这部著作，则为这个伟大的中国创造留下了第一见证和规范指引。

——世纪视觉传媒董事长 杨彩云

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>