

<<电商战略>>

图书基本信息

书名：<<电商战略>>

13位ISBN编号：9787510822421

10位ISBN编号：7510822424

出版时间：2013-8-1

出版时间：九州出版社

作者：姜汝祥

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>

<<电商战略>>

内容概要

最新研发全球首个电商战略操作模型——新4C电商战略模型

C1：新部落战略

C2：大数据传播战略

C3：O2O一体化竞争战略

C4：C2B瞬联聚合，核心能力战略 电商颠覆传统产业的4个观念

1、手媒体是一场商业革命；

2、有一种力量叫秒杀；

3、从微博学社会学；

4、注意，互联网是领袖营销； 电商战略六大思维

六思六戒：电商思维48字真经

电商8字方针：水平思维，垂直为戒

电商16字原理一：时间思维，空间为戒

电商16字原理二：部落思维，个人为戒

电商24字行动一：客户思维，技术为戒

电商24字行动二：试错思维，怕错为戒

电商24字行动三：资本思维，规模为戒

<<电商战略>>

作者简介

姜汝祥

北京锡恩企业管理顾问公司董事长、首席顾问

北京大学经济社会学博士

电商战略专家

2002年中华海外归国十大创业人物之一

美国哥伦比亚大学商学院访问学者

曾任摩托罗拉(中国)产品市场经理与战略规划经理

曾任北大光华管理学院高层培训中心副主任

中央电视2台《对话》、《商界名家》长期特约嘉宾

美国《财富》杂志中国唯一战略专家撰稿人、《中国商业评论》、《哈佛商业评论》、《经济观察报》、《中国经营报》、《环球企业家》等主流商业媒体特邀撰稿人 姜汝祥

北京锡恩企业管理顾问公司董事长、首席顾问

北京大学经济社会学博士

电商战略专家

2002年中华海外归国十大创业人物之一

美国哥伦比亚大学商学院访问学者

曾任摩托罗拉(中国)产品市场经理与战略规划经理

曾任北大光华管理学院高层培训中心副主任

中央电视2台《对话》、《商界名家》长期特约嘉宾

美国《财富》杂志中国唯一战略专家撰稿人、《中国商业评论》、《哈佛商业评论》、《经济观察报》、《中国经营报》、《环球企业家》等主流商业媒体特邀撰稿人

<<电商战略>>

书籍目录

上篇 做电商？

先变革观念

第一章 手媒体是一场商业革命

第二章 有一种力量叫秒杀

第三章 从微博学社会学

第四章 注意，互联网是领袖营销

中篇：电商六大战略思维

第五章 让相关思想照亮世界

第六章 部落电商：基于人性的战略思维

第七章 试错思维：经营人而不是产品

下篇：电商的4C战略模式 #战略框架和实操重点#

第八章 C1 新部落战略

电商战略的四个逻辑：4C战略框架

部落文化四要素：符号，语言，价值主张，范式

第九章 C2 大数据传播战略

C-C时代：重新定义品牌 上篇 做电商？

先变革观念 第一章 手媒体是一场商业革命 第二章 有一种力量叫秒杀

第三章 从微博学社会学 第四章 注意，互联网是领袖营销 中篇：电商六大战略思维 第五章 让相关

思想照亮世界 第六章 部落电商：基于人性的战略思维 第七章 试错思维：经营人而不是产品 下篇

：电商的4C战略模式 #战略框架和实操重点# 第八章 C1 新部落战略

电商战略的四个逻辑：4C战略框架

部落文化四要素：符号，语言，价值主张，范式 第九章 C2 大数据传播战略

C-C时代：重新定义品牌

数据资本：底层权力的崛起

大数据三大要素：财富、地位、声望

第十章 C3 O2O一体化竞争战略

幂律分布：人性的光芒照亮O2O

O2O的逻辑：99%时间做客户，1%时间做销售

O2O四大要素：娱乐化活动，体验认同化，事件冲突化，消费众包化 第十一章 C4 C2B大聚合：核心

能力战略

一半是天堂，一半是地狱：平台将替代渠道

聚合（aggregation）三要素：思想、情绪、社区

有一种倒逼供应链的力量叫C2B

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>