

<<成瘾模式>>

图书基本信息

书名：<<成瘾模式>>

13位ISBN编号：9787545417074

10位ISBN编号：7545417070

出版时间：2013-1

出版时间：何坊 广东经济出版社 (2013-01出版)

作者：何坊

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>

<<成瘾模式>>

内容概要

《成瘾模式:可怕的商业智慧》主要就是讲授商业模式的最高几个层级的。

到底都有哪几个最高层级呢，还是快点读一读这本书吧。

学会了，就不太那么容易被打败；学会了，就会更清楚成功原来是一个系统；学会了，就会发现红海原来是蓝色的，只要换一种新的模式（产品导向产生红海，模式导向产生蓝海）。

<<成癮模式>>

作者简介

何坊（又名：何丰源）析易国际 / 蜥蜴团队创始人，“零核领导”、“灵犀管理”、“企业货币”、“行业漂移”、“超限营销”及“品牌有染”等观念与理论的创建者。他是一名后现代主义诗人，是一名受篆道士，是一名艺术赞助

<<成瘾模式>>

书籍目录

致读者 写在前面——2011年会讲话摘录（序一）丰盛“大餐”，忘我“饕餮”（序二）第一章成瘾的未必都有毒 不停升级，消费成瘾 竞争对手认为他疯了 务虚的蓝色巨人 消费群体，为何迅速沉迷 成瘾无毒的秘密 揭开面纱 势不可挡的战略选择 第二章可怕的成瘾模式 消费成瘾的根源 削弱理智，难以自拔 免费模式，使没落小行业重焕生机 商家的杀手锏 真正赚钱的在后边 放弃相对固定的收入 鼠标替代遥控器 娱乐行业盈利的第一杀手 用绝招表明身份 虚实模式，令客户着迷的关键 升级模式，让空调产业杀出“黑马” 第三章免费模式的制定与实施 免费模式的战术层面运用 实施免费战术的条件 战术原则 免费战术类型知多少 免费模式的战略运用 免费战略的类型 用综合效益说话 采取免费战略的障碍 摆脱利润中心的控制 摆脱之道 盈亏责任 免费战略大势所趋 第四章虚实模式——虚实转换，价值更高 化实为虚 转型为服务模式 产品模式化实为虚 扭转乾坤 线下转线上，渠道模式化实为虚 沟通模式化实为虚 以虚制胜 文化营销，虚拟价值远大于实用价值 化虚为实 突破渠道壁垒 产品模式化虚为实 另辟蹊径，绿山PK星巴克 无形产品有形化 虚实结合，收益丰厚 渠道模式虚实结合 核心竞争力大大提升 产品模式虚实结合 玩具行业的新潮流 互动营销 合作的灵感 便利等于吸引 一个新途径 第五章升级模式——持续盈利，欲罢不能 升级需配套 产品模式升级 产品升级的类型 实现升级的方法 伙伴模式升级 族群模式升级 沟通模式升级 渠道模式升级 客户模式升级 收入模式升级 成本模式升级 壁垒模式升级 品牌形象升级方法 第六章反击竞争者的成瘾模式 强化平台 一体化 成为“超值狂” 等待，成为一种愉悦 奖赏性强化 族群化 极致化 专注与简化 开始行动，占领未来 附析易3V商业模式创新研究 国内外商业模式综合评估 3V商业模式生成逻辑 解读3V商业模型的系统逻辑及创新度研究 参考文献 析易国际 / 蜥蜴团队简介 后记

<<成瘾模式>>

章节摘录

版权页：其次，制定与实施免费战略，需要从企业的价值主张、价值传递到价值实现等方面进行系统配套。

如何进行系统配套呢？

我们举例说明。

在上海的街头，尤其是地铁站，经常可以看到很多人在墙壁的自助终端前排队的情形，他们正要做的是在自助终端中的小格子中选择自己需要的优惠券，然后将其打印下来。

这个自助终端便是指付通。

指付通是立佰趣旗下一款生物识别技术应用产品，它类似于银行的POS机的一种终端设备。

立佰趣是上海街头最常见的自助终端体验站的运营商，其产品模式是“专门提供消费者优惠券以及其他的优惠信息，值得一提的是这些全部都是免费的，另外指付通用户还可在指付通体验站内直接关联优惠券，将指付通与各种商户短期促销优惠进行关联，从而实现用户打印优惠券、无需出示任何东西、甚至不用和商户营业员进行任何沟通交涉即可在使用指付通买单时同步享受优惠。

使用户免除传统需打印并携带一叠厚厚纸质优惠券并和营业员交涉的麻烦。

”立佰趣的免费战略是如何实现系统配套的？

这里以其伙伴模式、收入模式的配套进行解析。

在立佰趣的伙伴模式中，选择与银行合作向顾客提供储值卡。

储值卡在美容美发、SPA、洗浴、餐饮等行业中非常通用，消费者的储值额度越高，得到的折扣也就越高，也就是消费者如果想要得到较高的折扣，就必须提前在储值卡内存入一大笔钱，如果商店或者企业一旦关门大吉，储值卡的钱也就随之付诸东流。

立佰趣有银行支持，将指纹信息作为类似银行卡的介质，使账户更加安全，解决顾客的后顾之忧。

这种伙伴模式有力支持免费模式。

收入模式配套，当消费者通过立佰趣付账时，银行可以从商户中获得一份固定的手续费。

同时，银行与立佰趣合作后，也可从立佰趣中获得更多的折扣信息，将这些信息免费发送给信用卡用户。

而立佰趣的获益则是从银行所得手续费中，按一定的比例抽取分成。

另外，利用利差获利，简单来说，指付通预先向这些商家大量购买产品，获得一定折扣，然后，再向指付通用户卖出。

比如，立佰趣以2000万的金额一次性购买某商超的商品，获得6.5的折扣，而立佰趣用户购买这些商品可获得7折，中间的差价便是立佰趣拥有，如果商超的顾客足够多，2000万的成本很快便能回笼。

立佰趣的免费战略，经过伙伴模式、收入模式等相关的系统配套，不仅成就了其免费战略的实施，受到消费者的青睐，同时也吸引了风险投资的关注，得到快速的增长。

短短四年时间，已经先后有两轮均为亿元级别的风险资金注入。

中金、联想、鼎晖三家国际中资财团，注资超过5亿人民币。

第三，企业实施免费战略时，产品的边际成本要尽量低甚至免费，这样能使企业尽量避免赔钱。

在经济学和金融学中，边际成本是指每新增一个单位产品相应增加的成本。

就目前的经济产业来说，网络产品的边际成本很低甚至为零，新产品的销售量对产品总成本的影响力最小。

<<成瘾模式>>

编辑推荐

《成瘾模式:可怕的商业智慧》由何坊著。

你学会了品牌的含义，也学会了怎样花钱去树立品牌，但还是无法赚到钱。

为什么呢？

因为品牌只是赚钱的结果，而非赚钱的原因。

如果你没有学会如何做生意，那么学会怎样树立品牌，又有多大价值呢？

什么叫生意呢，这是过去的概念，现在被称为商业模式（就像过去的美女叫佳丽，现在的叫萝莉）。

<<成癮模式>>

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>