

# 《颠覆与重构：移动互联网时代》

## 图书基本信息

书名：《颠覆与重构：移动互联网时代新商务》

13位ISBN编号：9787121236222

出版时间：2014-8-1

作者：李志刚

页数：184

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《颠覆与重构：移动互联网时代》

## 内容概要

移动互联网深刻改变了我们这个世界，颠覆了传统，重构了未来。《颠覆与重构：移动互联网时代新商务》从移动互联网商业市场、商业策略、移动O2O、市场规则和4G移动互联网等内容入手，通过与传统商业生态和运作模式对比分析，梳理出移动互联网与众不同的主要玩法与游戏规则。在移动互联网时代，主导消费市场的是“屌丝”群体，撬动市场的是SoLoMo理念与A立方营销策略，开创新商机的是O2O模式创新；移动互联网还重塑了商业规则，信息对称与交易透明让商业回归到诚信经营的本源。随着2014年4G到来，未来5年将迎来新的移动商务浪潮，《颠覆与重构：移动互联网时代新商务》对4G移动互联网商业变革与发展趋势进行了论述。

## 书籍目录

1 移动商务时代，谁会被抛弃	1
1.1 移动互联网改变商业形态	1
1.1.1 移动互联网无处不在，消费者的参与成为商业时代特征	1
1.1.2 移动互联网碎片化与场景化应用流行，信息按分钟计价	2
1.1.3 移动互联网重新定义企业经营	2
1.1.4 移动互联网催生意想不到的商业模式	3
1.2 移动互联网冲击下的两种结局	3
1.3 谁会被抛弃	8
2 颠覆你认知的移动互联网市场	12
2.1 谁是移动商务的高价值客户	12
2.1.1 商业不变的定律，抓住高价值客户	12
2.1.2 “屌丝”是移动互联网的主力军	14
2.1.3 为什么是“屌丝”而不是“白富美”和“高富帅”	21
2.1.4 二三线城市的女性“屌丝”是黄金市场	28
2.1.5 “高富帅”和“白富美”，细分的小资市场	33
2.1.6 从唯品会看目标市场定位	35
2.2 你了解移动商务的高价值客户吗	37
2.2.1 手机背后的人是营销要研究的对象	37
2.2.2 “屌丝”与“白富美”为了什么掏钱	41
2.2.3 给什么样的产品和服务掏钱	48
2.2.4 “屌丝”、“高富帅”和“白富美”分别成就了谁	52
3 移动商务新服务，与众不同新玩法	58
3.1 新生态，用户体验至上	60
3.1.1 移动支付——移动商务闭环的关键	60
3.1.2 全网比价——移动商务的破门锤	66
3.1.3 实时导航——移动商务的指路者	68
3.2 新营销——三维立体掘金	71
3.2.1 营销理念的转变——从SIVA到SoLoMo	71
3.2.2 Social，社会化营销	73
3.2.3 Local，位置营销	86
3.2.4 Mobile，移动营销	98
3.2.5 移动营销工具与实施步骤	103
4 O2O 模式开创新商机	118
4.1 O2O 四种模式与创业机会	118
4.1.1 O2O 的四种模式	118
4.1.2 O2O 创业机会	122
4.2 O2O 线上线下商家的不同难点	123
4.3 O2O 运营能力整合	126
4.3.1 洗衣业O2O 整合案例	126
4.3.2 餐饮业O2O 整合案例	131
5 透明规则更公平	134
5.1 移动商务的现实生态	134
5.1.1 移动商务魅力破除信息不对称	134
5.1.2 透明的比价，大家都在裸泳	135
5.1.3 比价机制下，跪下来的商家	137
5.2 诚信回归商务本源	139
5.2.1 无诚信无电商，做诚信生意的新贵们	139

# 《颠覆与重构：移动互联网时代》

5.2.2 信息对称，拂去尘土，回归商业本源 .....	143
5.2.3 为什么在线商誉让赢者通吃 .....	146
5.2.4 为什么会是得品牌者得天下 .....	152
后记	156
参考文献	161

# 《颠覆与重构：移动互联网时代》

## 精彩短评

- 1、还不错呀
- 2、感觉在炒冷饭，案例分析得也一般般。
- 3、个人主义过于严重，案例带有严重的个人色彩

# 《颠覆与重构：移动互联网时代》

## 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：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)