

《进军微电商：玩转微信O2O》

图书基本信息

书名：《进军微电商：玩转微信O2O》

13位ISBN编号：9787121257815

出版时间：2015-5

作者：莫逢艳,莫江鹏,黄伟勋

页数：276

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

《进军微电商：玩转微信O2O》

内容概要

笔者在《进军微电商：玩转微信O2O》里面所要跟读者聊的都是微信的那点事儿，确切地说是怎么做微信电商，怎么玩转微信O2O的那点事儿。言归正传，《进军微电商：玩转微信O2O》主要是为给大家解决“了解微信的本质”、“利用微信创业”、“企业利用微信入驻互联网”、“企业如何利用微信做微电商”、“如何用微信进行O2O运作”、“如何用微信做CRM管理运营”、“如何利用微信做数据化营销”等问题提供参考建议的。因此，《进军微电商：玩转微信O2O》适合对微信营销感兴趣的初学者、传统企业管理者、企业网络部运营者、电商行业的创业者，以及其他所有对微信营销、微信电商、微信O2O感兴趣的朋友阅读。

《进军微电商：玩转微信O2O》

作者简介

莫逢艳，笔名莫默，资深新媒体运营者，南宁学生圈、南宁大小事、玉林生活圈等微信本土知名公众号运营者；南宁微生活投资有限公司、南宁街网创始人，中国微营销网专栏作家；从2010年开始从事网络营销工作，2012年开始研究新媒体运营、O2O运营与操作。参与多个网络创业项目，受聘于多家企业作为网络营销顾问，成功策划过大量微信、O2O活动，在微信运营方面有丰富经验。

莫江鹏，微营销、O2O电商资深研究者，国内首家微营销行业资讯门户中国微营销网创始人，广西首家团购网站西团网创始人，广西电子商务协会理事，广西移动电商俱乐部发起人。

黄伟勋，香港中迅集团董事长，微营销、O2O电商资深研究者。成功运营国内微信应用第三方平台“微小宝”和“微动力”，打造了国内首家基于通信、微营销、支付、团购、量贩于一体“企商通”O2O平台。

书籍目录

- 第1章 什么是微电商 / 1
 - 1.1 微电商的发展史 / 2
 - 1.2 微电商和传统电商有什么区别 / 3
 - 1.3 微电商的发展趋势分析 / 6
 - 1.4 微电商和微信之间有什么结合点 / 14
 - 1.5 如何搭建一个微信O2O平台 / 16
- 第2章 微信最新版本的解读 / 26
 - 2.1 微信5.4版本主要更新功能及解读 / 27
 - 2.1.1 微信5.4版本新增功能介绍 / 27
 - 2.1.2 微信5.4版本新增功能解读 / 32
 - 2.2 微信6.0版本更新功能及解读 / 35
 - 2.2.1 微信小视频功能 / 35
 - 2.2.2 微信卡包功能 / 36
 - 2.2.3 手势密码功能 / 37
 - 2.2.4 游戏中心改版 / 38
 - 2.3 微信的电商性质 / 40
 - 2.3.1 腾讯的电商夙愿 / 40
 - 2.3.2 微信的社交电商属性 / 41
 - 2.3.3 微信的O2O性质 / 45
 - 2.3.4 微信的中心化和去中心化电商属性 / 46
 - 2.3.5 微信企业号解读 / 48
 - 2.3.6 微信的广点通广告平台 / 52
 - 2.3.7 广点通与微信O2O的结合 / 53
 - 2.4 微信如何实现O2O闭环 / 54
 - 2.4.1 什么是O2O闭环 / 54
 - 2.4.2 如何实现O2O闭环 / 55
 - 2.5 微信O2O的商业前景 / 61
 - 2.5.1 国内O2O发展现状 / 62
 - 2.5.2 微信去中心化电商与O2O的结合 / 63
 - 2.5.3 中小企业如何迎接微信O2O电商 / 65
 - 2.5.4 微信O2O的大策略 / 66
 - 2.5.5 微信O2O的迅猛发展 / 68
 - 2.5.6 微信O2O的商机 / 70
- 第3章 传统企业微信O2O平台的搭建与规划 / 73
 - 3.1 传统企业如何看待O2O机遇 / 74
 - 3.2 传统企业驾驭O2O的六大理念 / 75
 - 3.2.1 打造完美的用户体验 / 75
 - 3.2.2 调整销售结构，避免内部竞争 / 76
 - 3.2.3 打造完善的数据管理体系 / 77
 - 3.2.4 O2O模式也要倚靠坚实的线下资源 / 78
 - 3.2.5 打造移动互联网品牌 / 79
 - 3.2.6 提升O2O创新能力 / 91
 - 3.3 哪些类型的传统企业适合做微信O2O / 95
 - 3.3.1 O2O模式下产品的特性 / 95
 - 3.3.2 O2O模式适合哪些企业 / 95
 - 3.3.3 企业做O2O需要注意什么 / 98
 - 3.4 微信有哪些O2O属性 / 100

- 3.4.1 微信的极简主义 / 101
- 3.4.2 微信的O2O平台属性 / 101
- 3.4.3 O2O的闭环环节—支付 / 102
- 3.4.4 微信是移动互联网的超级流量入口 / 102
- 3.4.5 微信具有整合线上与线下资源的能力 / 103
- 3.4.6 微信自媒体具有O2O属性 / 104
- 3.5 微信O2O的优势 / 105
 - 3.5.1 微信拥有庞大的用户数量 / 106
 - 3.5.2 微信拥有强大的O2O功能 / 106
 - 3.5.3 微信具有无可比拟的灵活性 / 107
 - 3.5.4 微信有成为一个超级新媒体的潜力 / 108
 - 3.5.5 微信的到达率、曝光率、用户黏性、精准度极高 / 109
- 3.6 怎么搭建微信公众平台 / 110
- 3.7 微信公众号的搭建 / 126
 - 3.7.1 微信公众号基础功能介绍 / 127
 - 3.7.2 编辑者模式与开发者模式 / 132
 - 3.7.3 微官网对微信O2O运营的作用 / 139
 - 3.7.4 微信公众号自定义菜单的设置技巧 / 141
 - 3.7.5 微信第三方平台营销功能介绍 / 143
 - 3.7.6 微信的CRM（客户关系管理）功能 / 144
 - 3.7.7 其他功能 / 147
- 第4章 传统企业微信O2O运营 / 148
 - 4.1 企业做微信O2O的6个关键点 / 150
 - 4.1.1 结合微信进行精准定位 / 151
 - 4.1.2 产品的合理规划 / 151
 - 4.1.3 线上与线下有机结合 / 151
 - 4.1.4 销售模式的O2O整合 / 152
 - 4.1.5 重视“大数据”战略 / 152
 - 4.1.6 成立专门团队运营管理 / 153
 - 4.2 微信O2O的二维码营销 / 156
 - 4.2.1 用户为什么要扫描二维码 / 157
 - 4.2.2 简洁明了的风格 / 157
 - 4.2.3 必要的简单配文介绍 / 158
 - 4.2.4 二维码该在哪里出现 / 158
 - 4.2.5 二维码营销案例 / 158
 - 4.3 如何做好内容 / 162
 - 4.4 企业微信如何增加粉丝关注 / 168
 - 4.4.1 线上推广方式 / 168
 - 4.4.2 线下推广方式 / 170
 - 4.4.3 活动营销推广 / 170
 - 4.4.4 微信推广方式 / 171
 - 4.5 怎么利用微信平台进行互动活动 / 171
 - 4.6 微信朋友圈的O2O营销 / 174
 - 4.6.1 微信朋友圈O2O营销的产品选择技巧 / 176
 - 4.6.2 微信朋友圈产品推广技巧 / 178
 - 4.6.3 微信营销如何提升转化率与购买率 / 180
 - 4.7 如何用微信做好客户维护工作 / 186
 - 4.7.1 客户的发展规律 / 186
 - 4.7.2 客户关系的初建立 / 186

- 4.7.3 购买环节如何进行客户维护 / 187
- 4.7.4 客户购买后的维护 / 187
- 4.8 企业如何用微信形成O2O闭环 / 190
- 4.9 微信其他功能的利用 / 199
- 第5章 如何玩转微电商 / 200
- 5.1 目前微电商有哪些平台及各自的优势 / 201
- 5.1.1 微店的现状如何 / 201
- 5.1.2 微店的分类 / 202
- 5.1.3 微店的发展前景 / 203
- 5.1.4 微店的完善与普及 / 203
- 5.1.5 微店的运营 / 204
- 5.2 未来O2O电子商务的两种表现模式 / 205
- 5.2.1 街景电商 / 206
- 5.2.2 社区电商 / 206
- 5.3 如何用微信玩转微电商 / 214
- 5.3.1 如何建立微电商体系 / 215
- 5.3.2 微电商的运营需要注意什么 / 219
- 5.4 大数据营销 / 230
- 5.4.1 基于大数据的创业空间 / 230
- 5.4.2 企业如何用大数据结合O2O进行营销 / 231
- 5.5 微信电商O2O运营技巧 / 238
- 5.5.1 方法论一：合理利用品牌资源 / 239
- 5.5.2 方法论二：线下渠道的重要性 / 239
- 5.5.3 方法论三：把握好投入的力度与成本 / 240
- 5.5.4 方法论四：抓住有利的契机进行营销 / 240
- 5.5.5 方法论五：微信O2O运营的全面推广 / 241
- 5.6 物流与客服问题的解决 / 242
- 5.6.1 企业运营电商的“物流解决方案” / 242
- 5.6.2 如何用微信做好客服工作 / 244
- 5.7 微信SEO—免费的微电商推广方式 / 245
- 5.7.1 微信公众号搜索的排名规则 / 246
- 5.7.2 微信公众号文章搜索的排名规则 / 247
- 5.7.3 微信SEO需要注意的问题 / 248
- 第6章 微电商的未来猜想 / 249
- 6.1 微信O2O电商—中小企业的新商机 / 250
- 6.2 微电商的未来会如何发展 / 250
- 6.2.1 传统行业的加入使电子商务领域竞争白热化 / 251
- 6.2.2 移动电子商务来势汹汹 / 251
- 6.2.3 二维码会得到最大化的商业化应用开发 / 252
- 6.2.4 社会化电商强势发展 / 252
- 6.2.5 三四线城市电子商务的普及 / 253
- 6.2.6 物联网的兴起 / 253
- 6.2.7 O2O模式成为主流商业模式 / 253
- 6.2.8 大数据和云服务的应用 / 253
- 6.2.9 窄众营销理念凸显 / 254
- 6.2.10 互联网金融的崛起 / 254
- 6.2.11 网络电话抢占通信市场份额 / 254
- 6.3 微信的中心化与去中心化电子商务发展空间 / 255
- 6.3.1 传统模式之殇 / 255

6.3.2 企业如何运作去中心化的商业模式 / 256

6.4 微信能赚钱的点在哪里 / 261

后记 / 263

《进军微电商：玩转微信O2O》

精彩短评

- 1、晕死，买了才发现在微商讲课的和书上的差不多，讲课的老师讲的更加简单易懂，根本没必要花买书的钱，推荐大家去听一下这些免费课程 V号：XR800820
- 2、好货不多

《进军微电商：玩转微信O2O》

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