

《互联网的逻辑》

图书基本信息

书名：《互联网的逻辑》

13位ISBN编号：9787122213536

出版时间：2014-9-1

作者：胡炬,胡珺喆

页数：280

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

《互联网的逻辑》

内容概要

《互联网的逻辑》针对当前传统企业面临的困难局面展开分析，全面揭秘了互联网的十一大逻辑：用户逻辑、尖叫逻辑、跨界逻辑、简洁逻辑、平台逻辑、奇葩逻辑、免费逻辑、口碑逻辑、符号逻辑、极速逻辑和病毒逻辑。同时，《互联网的逻辑》从专业视角分析了传统企业利用互联网以及移动互联网进行成功颠覆的十个案例，旨在帮助传统企业掌握核心互联网逻辑以及转型关键要点，进而构筑起新时代的核心竞争力。

《互联网的逻辑》

作者简介

胡炬
著名互联网专家、电子商务与战略管理专家、实战市场营销专家，擅长品牌营销策划与网络营销、新媒体营销；逆向互联营销理论创始人；任企业营销系统运作师、企业品牌与网络营销顾问、红豆集团大学授权讲师、广富诚集团商学院院长、北京未来派经济研究院核心讲师、中国企业家商学院联合会研究院营销系统研究员。善走一线实战，曾经一个人以一个包、一套资料、一台车开拓多个市场。著有《微信营销实战》《震撼1：让影响有力》《震撼2：让销售有果》等。

胡珺喆
顶尖会议策划与团队打造专家，任长虹商学院特约营销讲师、马来西亚优品牌联盟特约讲师、学习型中国合作讲师、中智信达合作讲师、北京未来派签约讲师及中华讲师网、淘课网特聘讲师。著有《颠覆》。

书籍目录

第1章 起底：传统企业的困境与互联网的优势

1. 互联网的四大“偏见”，你有几个？
2. 传统企业的困惑：消费者都去哪儿了？
3. 互联网的低成本，你被诱惑没有？
4. 你有我也有，互联网信息实现绝对共享
5. 不管你在哪儿，客户都能找到你

第2章 用户逻辑：没有用户就没有互联网营销

1. 对待用户要像对待女朋友一样
2. 想要他的钞票，先要他的心
3. 与用户互动是互联网营销的维生素
4. 不在乎你做了什么，要在乎用户有没有快乐
5. 杜绝僵尸粉？请时刻给粉丝制造惊喜

案例：小米——哥经营的不是手机，而是用户

第3章 尖叫逻辑：打造让客户尖叫起来的网络新营销

1. 戳中对方的痛点，才能让他尖叫
2. 不能直觉断定，要让数据说话
3. “豁出去”才能让客户“嗨”起来

案例：一淘“降降降”，嗨翻用户

第4章 跨界逻辑：自我颠覆，重塑产业格局

1. 产业巨头，纷纷打出跨界旗帜
2. 谁跨界得好，谁就能挖到黄金
3. 自我颠覆，是跨界的引爆点
4. 自我变革需要及时“触网”

案例：国美在线，跨界打造电器新时代

第5章 简洁逻辑：少就是多，专注才有力量

1. 唾弃拖泥带水的诟病，简单才是王道
2. 简洁务必专注，专注才是胜道
3. 给你的企业减减肥，瘦身才是大道

案例：奇艺！很简单，做的就只是高清

第6章 平台逻辑：互联网营销的最强引擎

1. 网络平台，给你一个做CEO的机会
2. 传统企业可以向这个平台靠拢
3. 打造互联网时代联盟，实现多方共赢

案例：微信承载起了公司平台应用

第7章 奇葩逻辑：将雷点和神秘进行到底

1. 互联网是一朵永不凋谢的奇葩
2. 更多个性化，更多可能在这里发生
3. 在互联网中，传统企业也可以“另类”起来
4. 打造土豪模式，引围观

案例：百雀羚，一天卖出380万的私家秘籍

第8章 免费逻辑：用“免费”将用户领上道

1. 互联网就是一场免费的“盛宴”
2. 免费是为了更多地获取流量
3. 规划更好的互联网免费模式
4. 想要快速占据市场，就需要“免费计划”

案例：360杀毒软件，免费杀毒，却赚了钱

第9章 口碑逻辑：每一个客户都是你的自媒体

1. 让老百姓驾驭的媒体才是好口碑的基础

2. 给用户想不到的惊喜

3. 让每个人成为自己的王

4. 是专家，同时也是百科全书

5. 紧急应对网络负面口碑的三个妙招

案例：黄太吉，从煎饼里吃出来的好口碑

第10章 符号逻辑：给企业贴上一个尽人皆知的标签

1. 每个互联网企业都有一个独特符号

2. 找到自己的符号点

3. 一样的平台，独一无二的符号

案例：细数百度、搜狐、腾讯那些独特的符号

第11章 极速逻辑：快是一种手段

1. 打造“东京式”的快速网络营销模式

2. “小步快跑”是企业需要掌握的营销刀法

3. 互联网世界中没有“想”的工夫

4. 走错方向不要紧，及时选择依旧来得及

案例：LINE，从《来自星星的你》蹿红的通信软件

第12章 病毒逻辑：让“病毒”蔓延到空气中

1. 提供有价值的服务，“让客户告诉客户”

2. 让产品有一个病毒引爆点，迅速被“传播”

3. 利用各大通信软件，“病毒”式传播秒杀客户

案例：索尼爱立信：地铁“甩手男”爆红的真相

第13章 转型：传统企业转战互联网的十大成功案例

1. 制造事件噱头，引爆网络迅速传播

案例：联想为什么要追踪“红本女”

2. 打造互联网营销趣味新理念

案例：优衣库让网络广告更好看

3. 定位产品，打造内部互联网销售平台

案例：海信借助互联网“飞”起来

4. 借助微博微信刺激用户消费神经

案例：红星美凯龙将互联网和移动互联完美结合

5. 将渠道优势转化为互联果实

案例：苏宁易购，快速配送到县级城市的秘诀

6. 用学习代替经验，转战互联网

案例：酒仙网，“病危企业”怎样走上电商顶峰

7. 扫一扫让用户直接跳转购物

案例：李宁的专业体系化互联网营销之路

8. 利用手机客户端，推出订购特价让客户“省过瘾”

案例：7天连锁酒店，将酒店搬到手机上

9. 开通手机支付，迎合时尚高端客户

案例：星巴克，每月高达6000万笔的手机支付订单

10. 携手知名网站，优惠活动引爆“疯购”行动

案例：大悦城，携手阿里入住微淘

《互联网的逻辑》

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