

《撬动互联网——互联网企业病

图书基本信息

书名：《撬动互联网——互联网企业策划、运营与营销》

13位ISBN编号：9787121262681

出版时间：2015-7

作者：王义辉

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

《撬动互联网——互联网企业病

内容概要

《撬动互联网——互联网企业策划、运营与营销》包含系统化的互联网创业、策划、运营、营销的核心知识，系统讲解了互联网项目的定位、互联网战略思维、互联网项目的创新、互联网项目的赢利、互联网项目的营销、互联网项目的优化等，均为作者研究多年的原创精华，有着许多与众不同的创意点，对于互联网企业的策划、运营、营销推广从业者及创业者、企业管理者、准备创业或者从事相关职业的人来说，了解《撬动互联网——互联网企业策划、运营与营销》中的知识及技巧，是非常需要的。

《撬动互联网——互联网企业策划、运营与营销》内容高度浓缩，是一本耐读的书，可以解决读者在互联网创业、策划与运营中的很多困惑，对于决策层、高管层、执行层都有非常重要的参考价值。

书籍目录

| | |
|--------------------------|-----|
| 第1章抓住互联网时代的机遇..... | 1 |
| 第一节 抢抓互联网时代的机遇..... | 3 |
| 第二节 制订可执行的计划..... | 6 |
| 第三节 互联网时代存在机遇的几大方向..... | 7 |
| 第四节 部分互联网项目案例..... | 8 |
| 第2章互联网项目的定位..... | 18 |
| 第一节 用户首选权与项目的定位..... | 19 |
| 第二节 项目的切入点与评估..... | 21 |
| 第三节 衡量互联网项目定位的方法..... | 25 |
| 第四节 互联网项目的调研策略与方法..... | 29 |
| 第五节 网店的定位..... | 36 |
| 第3章互联网战略思维..... | 40 |
| 第一节 互、联、网就三个字..... | 41 |
| 第二节 技术不是阻碍..... | 43 |
| 第三节 设计不是问题..... | 46 |
| 第四节 赚钱不是困难..... | 55 |
| 第五节 创新没有险阻..... | 55 |
| 第六节 整合与细分的辩证..... | 57 |
| 第七节 传统智慧与互联网运营策略..... | 61 |
| 第八节 互联网项目的资源整合..... | 66 |
| 第4章互联网项目的创新..... | 70 |
| 第一节 互联网项目的创意..... | 71 |
| 第二节 互联网产品创新的六个方向..... | 73 |
| 第三节 互联网产品创意的产生来源..... | 75 |
| 第四节 互联网创意精彩案例..... | 77 |
| 第五节 互联网产品起名的创意..... | 90 |
| 第六节 互联网产品的品牌打造..... | 93 |
| 第七节 互联网品牌战略规划四要素..... | 95 |
| 第八节 心智阶梯排名优化的秘密..... | 97 |
| 第九节 打造互联网品牌的步骤..... | 98 |
| 第5章互联网项目的策划..... | 101 |
| 第一节 网站策划的重要性..... | 102 |
| 第二节 如何成为合格的网站策划人..... | 103 |
| 第三节 如何做网站策划..... | 106 |
| 第四节 两份网站策划书示例..... | 109 |
| 第五节 网站开发之前的策划..... | 114 |
| 第六节 BRD、MRD、PRD 的写作..... | 115 |
| 第七节 与客户签订协议及收款问题..... | 133 |
| 第6章互联网项目的赢利..... | 137 |
| 第一节 常见的网络产品赢利模式..... | 138 |
| 第二节 赢利模式的设计原则..... | 141 |
| 第三节 网站赢利模式设计的几种途径..... | 145 |
| 第四节 地方网站赢利模式..... | 146 |
| 第五节 专业网站的赢利模式..... | 149 |
| 第六节 行业网站的赢利模式..... | 150 |
| 第七节 提升网站客户转化率..... | 151 |
| 第八节 提升转化率的十二条锦囊..... | 154 |

| | |
|------------------------|-----|
| 第九节提升转化率的一个最大秘密..... | 159 |
| 第十节常见的网上促销策略..... | 159 |
| 第十一节打造互联网产品卖点..... | 162 |
| 第十二节淘宝爆款的打造..... | 164 |
| 第7章互联网项目的营销..... | 170 |
| 第一节 网站推广前的分析..... | 172 |
| 第二节 内容建设与流量提升..... | 177 |
| 第三节 种子用户与口碑传播..... | 181 |
| 第四节 常用的网络推广方法..... | 183 |
| 第五节 电子商务与社会化营销..... | 191 |
| 第六节 社区电子商务与营销..... | 194 |
| 第七节 企业网站与网络营销..... | 196 |
| 第八节 软文的写作与策划..... | 208 |
| 第九节 互联网项目的炒作..... | 217 |
| 第十节 病毒式营销的操作流程..... | 222 |
| 第十一节 SEO 快速稳健排名方略..... | 226 |
| 第十二节 一些常用的SEO 技巧..... | 231 |
| 第十三节 淘宝店铺的网络推广..... | 233 |
| 第8章互联网项目的优化..... | 237 |
| 第一节互联网项目的优化流程..... | 238 |
| 第二节 网站运营分析的方法与步骤..... | 240 |
| 第三节 互联网产品的用户体验..... | 250 |
| 第四节 参与式设计机制..... | 253 |
| 第五节 互联网产品的优化..... | 257 |
| 第六节用户体验优化流程..... | 263 |

《撬动互联网——互联网企业病

精彩短评

- 1、我最初选择这本书的时候，是看中了它后半部分关于运营的内容。通篇读下来，发现它讲的是关于中小网站的运营，而且知识有些陈旧了，难为他2015年成书。核心内容有两个方面：SEO和软文。而这本书本身就是作者推广其网站的大软文。
- 2、充满智慧的一本书，建议沉下心阅读，在现在这样一个浮躁的时代，这样耐读的书不可多得

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