《自商业》

图书基本信息

书名：《自商业》

13位ISBN编号：978730813556X

出版时间：2014-8

作者：杨健

页数：249

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

《自商业》

内容概要

当电商行业整体步入狂热和躁动期之后，在网上卖东西越来越难赚钱成为了一个不争的事实，传统的商业模式开始成为制约电商业发展的巨大瓶颈。争夺流量成为常态，造成了“ 非打折不买 ”的尴尬。事实证明，按传统营销的套路，是无法有效地在互联网打造品牌的。而随着移动互联网时代的来临，互联网商业开始进入渠道红利向营销红利的转变时期。分享晒照、自我营销、自媒体、粉丝经济、个人品牌的社会化营销方式为互联网商业的发展带来了新的动力。自商业，就是这样一种建立在移动互联网思维和社会化营销基础上的商业模式，为电商从业者提供了新的探索方向。

《自商业》

精彩短评

1、很不错的书，非常有料
2、扫盲书，但大体上内什么用，市面上同类的书太多了。
3、因为《自商业》这书名，一冲动把实体书和电子版都买了。结果读了一半就读不下去了，为了值回票价强忍着读完。所谓自作孽不可活啊，以后看书一定得先查查作者是谁。
4、时隔两年，又开始捧读商业读物。灰藏enjoy
5、整体系统性不强，组织混乱，但部分细节有收获
6、题目挺吸引人的，顾顺章？
7、关于“大力丸”的描述深以为然。
8、不推荐，很水，拼凑感很强，典型的培训师为了开班授课的沽名钓誉之作。
9、丢在臭水沟的烂书
10、看过一些新媒体的书觉得这本很好，事例结合了实例，并且也很生活化，重点是能从书中看到一些作者的观点，其他新媒体的书看着就很枯燥，并且都很雷同。
11、看看热闹可以
12、非常实在的一些书，有甚至可以说能当论文读，写的实际案例好像是在讲传统商业，却又道出了传统商家如何利用互联网为自己的品牌带来更多的内容。值得一读
13、产品－服务－客户
14、真心没有看过这么垃圾的书，全是拼凑出来的案例完全没有自己的观点。直白的说就是浪费纸。最后也没有讲出什么叫自商业
15、随便翻几页就发现一些站不住脚的论述，内容范范没有任何深度。
16、不如不读。
17、花2天时间读了下，在互联网或管理类图书中，算是我看的懂的一本了。大体了解了‘自商业’这一概念
18、虽然堆砌了很多理论内容 但还是蛮实用 给了我很多灵感哦 帮我把现在在做事情的模型又梳理了一下 有了理论依据
19、散文集
20、非常一般。

《自商业》

精彩书评

1、水，是看完这本书的第一感觉，这或许和我本身在电商圈内相关，如果没有接触过电商，没有接触过互联网，或许这本书是有价值的，作为启蒙读物也算OK。不过，整本书在编辑感上也很弱，每一章节的联系很微弱，会有跳跃感。硬套自商业的壳也是醉了。
2、一颗星是送个作者的，因为认识。听过杨老师的几次讲座，很佩服作为80生人的渊博；再观其书，果然是大量的引用，博览群书的结果。书只看了一遍，所以还参不透杨老师建议的四维学习境界。对于自商业全景图感触不大，对“ 产品-服务-用户 ”的三元素模型颇为赞同。不过很多时候，服务即产品，即周鸿祎说的“ 互联网产品的本质就是服务 ”。这本书目前于我的作用是，帮助我扩展经典著作和理论；希望后续有时间再读读，或许有更深的体会。
3、没有给最差的评价是因为，毕竟还是辛苦的写了很多东西。想说几点：1）没有任何有见地的观念或观点，而是各种信息的堆砌；2）看样子作者阅读量不算少，但真的都没有读透；3）阅读过程中，给我带来了强大的不适，原因是作者自以为是的态度；几乎没有帮助，反而浪费了时间，吐槽几句，以示不满。
4、不是一般贴互联网标签的书，真有料。怎么说呢，读过这本书后，感觉自己白混几十年。这是个大变革的时代，都市白领已经不如乡村小妹，品牌企业已经不如互联网作坊。感触太多！感谢作者的思考和亲身调研，这是一本呕心沥血的真正好书。

《自商业》

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