

《O2O实战》

图书基本信息

书名：《O2O实战》

13位ISBN编号：9787111441311

10位ISBN编号：7111441311

出版时间：2013-10

出版社：机械工业出版社

作者：张波,郑楠楠

页数：157

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

内容概要

这是所有负责经营实体门店的店长和管理者必读的一本书，也是所有想在O2O大潮中借助二维码实现向互联网转型的传统企业不可错过的一本书。它由国内资深O2O和二维码营销专家撰写，生动而详细地讲解了二维码营销的操作方法和技巧，系统而深刻地揭示了如何利用二维码实现客户引流和精准营销，为那些以门店为代表的传统企业实现互联网转型（O2O）提供了详实的指导。本书不仅提供了科学的、可操作的指导建议，而且十分生动有趣，将二维码的相关知识、使用方法、操作技巧巧妙地融入到了一个小店的日常经营中，讲述了一个店长在业务遭遇困境时碰到二维码，并用二维码进行营销，从迷茫到熟练，最后成为二维码营销高手的故事。

全书一共11章，分为4个部分：第一部分（第1~2章）介绍了上官七七从一位刚毕业的大学生，成为奶茶铺老板的过程，以及在营销上遭遇的困境；第二部分（第3~7章）讲的是七七在玩码高手Jonson的帮助下，通过自己的努力，利用二维码展开全渠道营销，最终成功“逆袭”的故事；第三部分（第8~9章）是七七对二维码营销的经验总结；第四部分（第10~11章）通过20个完整的、有代表性的案例讲解了如何利用二维码做营销引流和营销凭证，为绝大多数不同的行业利用二维码进行营销提供了实战指导。

作者简介

张波
上海翼码公司（电子凭证行业的领导者）业务支撑部总监，O2O领域的先驱者，拥有16年的IT行业从业经验、10年的数据分析项目经验、5年的管理经验，以及多年富士通、赛贝斯公司等国际大企业的工作经历。在O2O领域浸淫了7年（O2O真正进入大众视野则不到2年），伴随着中国电子凭证行业的成长，专注于二维码和O2O领域的研究和实践，“HomeO2O”的开创者和实践者，行业经验丰富。

书籍目录

目 录

推荐序

前 言

书中人物介绍

第一部分 变 化

第1章 我和我的奶茶铺 2

第1节 星期六的下午 3

第2节 创业的由来 4

就业 5

择业 6

对卖东西情有独钟 7

第3节 酝酿开店 8

第4节 三家奶茶铺 8

第5节 杯具了 10

第6节 传统营销的失灵 13

出路一：寻找下家接店 13

出路二：在门店附近发宣传单 13

出路三：定向投递宣传单 15

出路四：开源不成想节流 15

第2章 被二维码撞了一下腰 17

第1节 天下无难事，只怕有心人 17

第2节 盲目跟风二维码 18

建立微信公众账号 20

第一招：发布店铺信息，做宣传 21

第二招：发布优惠信息，做引流 22

第3节 关注二维码 24

二维码很潮，很火爆 24

二维码为啥能流行起来 24

二维码在国外的应用 25

二维码在我国的应用 27

第4节 偶遇玩码营销高人 28

每个人在商机的面前都是平等的 28

“e码，中国最大的二维码营销服务商” 29

第5节 Jonson的沙龙1：二维码营销工具 31

微信究竟是个啥东东 32

什么是微生活会员卡 34

二维码营销的产品设计思路 38

“旺财”登场 38

第二部分 玩转二维码

第3章 玩码第一月：先从优惠券开始 42

第1节 收益数据分析 42

第2节 Jonson的沙龙2：看懂二维码 44

线上数字世界都能给我们带来什么 44

二维码凭证业务 46

二维码与O2O的关系 49

第3节 七七的二维码优惠券 50

第4节 月末总结：初见成效 51

- 第4章 玩码第二月：玩游戏赢大奖 55
 - 第1节 天下没有免费的午餐 55
 - 第2节 Jonson的沙龙3：玩游戏赢大奖 56
 - 消数字游戏的启示 57
 - “玩游戏赢大奖”的引流入口思路 58
 - 传播是一切营销的基础 59
 - 第3节 七七的玩游戏赢大奖 61
 - 确定传播途径，设置奖品 61
 - 早起的鸟有食吃 62
 - 首战告捷 65
 - 七七的二维码小技巧：怎样的二维码效果好 66
 - 第4节 月末总结：午餐后的最佳消遣 67
- 第5章 玩码第三月：从二维码名片到外卖预订 69
 - 第1节 关于店铺选址 69
 - 第2节 Jonson和麦当劳的二维码营销 71
 - 第3节 Jonson的沙龙4：O2O的碎片化渠道 72
 - 与众不同的名片 73
 - 什么是“碎片化” 75
 - 寻找碎片化渠道 75
 - 第4节 奶茶铺的二维码名片 76
 - 第5节 外卖预订 77
 - 第6节 月末总结：碎片化渠道的惊人效果 77
- 第6章 玩码第四月：开拓B端客户 79
 - 第1节 我对变化的理解 79
 - 第2节 Jonson的沙龙5：快餐连锁企业的二维码营销 80
 - 第3节 与企业的合作模式 82
 - 小白带来的玩码灵感 82
 - 主动出击周边企业 85
 - 奶茶店也可以玩电子商务 85
 - 第4节 两个小媳妇的对话：从B再到C 87
 - 第5节 月末总结：七七的企业客户 88
- 第7章 玩码第五月：奶茶铺的异业联盟 90
 - 第1节 Jonson的沙龙6：谁先改变观念，谁就拥有市场 90
 - 第2节 有舍才有得 91
 - 从沈阿姨开始 91
 - 奶茶铺的异业联盟 92
 - 第3节 月末总结：利益联盟最可靠 92
 - 第4节 玩码有感 93
- 第三部分 七七的营销笔记
- 第8章 七七的笔记1：如何选择营销渠道 98
 - 第1节 企业就是自媒体 98
 - 第2节 微博营销的没落 101
 - 第3节 微信营销的无奈 103
 - 第4节 企业新的营销手段：二维码全渠道营销 104
- 第9章 七七的笔记2：如何使用二维码 108
 - 第1节 用二维码去引流和核销 108
 - 第2节 二维码全渠道营销 109
 - 第3节 很多企业不会使用二维码 111
 - 第4节 把二维码看成渠道而不是内容 115

第5节 手把手教你二维码全渠道营销：从创建营销到核销营销 118

旺财的二维码营销功能 119

旺财的业务服务功能 121

餐饮行业商户微信渠道自营销实例 125

第四部分 二维码营销案例

第10章 用二维码做营销引流 134

案例1：利用二维码明信片表达海南地税精神 134

案例2：拍二维码订阅杂志打五折 135

案例3：《钱江晚报》二维码春日寻宝 135

案例4：拍二维码抽奖 137

案例5：翼码的二维码满意度调查问卷 137

案例6：二维码西瓜防伪溯源 138

案例7：互动二维码电视广告 139

案例8：北京园博会二维码导航 140

案例9：新人的二维码请柬 143

第11章 用二维码做营销凭证 144

案例1：中信银行推出“异度支付” 144

案例2：海南建行的二维码代金券 145

案例3：12580的二维码生活服务圈 145

案例4：二维码兑换电影票 146

案例5：信用卡营销送中石化二维码加油卡 146

案例6：味多美的二维码月饼券 147

案例7：麦当劳麦乐酷二维码新品试吃 149

案例8：北京园博会二维码门票 150

案例9：明辉眼镜二维码销售激励 150

案例10：麦当劳微信支付茶点卡 152

案例11：中国移动联手麦当劳玩“秒杀” 153

后记 O2O：必须渡过的卢比孔河 155

精彩短评

- 1、一开始拿起书的时候我放下了，因为作者长得有点吓人。有一天闲来无聊拿来一读发现里面的案例蛮实用的。特别是二维码名片，脑洞大开！不错！
- 2、看完这本这个槽不得不吐啊！实在做不到逐字阅读，也不要这么码字，实质完全可以压缩到20分之一。49元买本“旺财”厚厚的说明册，只能说翼码太不厚道了。渠道！渠道！张波就是翼码的一个大渠道，就像作者说的不要把二维码看成产品，要看成渠道“，请不要把这本书看成”书“，要把它看成渠道！
- 3、要促销是实体店虚拟店店长可以用来参考一下。
- 4、适合对O2O没有任何概念的人扫盲用。广告植入有点多。随便看看算是打开思路吧。
- 5、二维码是引流，从线上引到线下或从线下链接到线上。重要的是引流背后的营销活动设计。
- 6、都是拼凑的东西，里面只有2个少数案例比较有启发，其他的都是百度百科的姿势
- 7、呵呵二字
- 8、还是一般般，最好玩的是这么一本书居然不支持电子版。
- 9、比较垃圾
- 10、一般般，想学习二维码营销的可以加我。市场上同类书籍我都研究过了。
- 11、当我开始真正爱自己，我明白，我的思虑让我变得贫乏和病态，但当我唤起了心灵的力量，理智就变成了一个重要的伙伴，这种组合我称之为“心的智慧”。
当我开始真正爱自己，我不再继续为明天而忧虑，现在我只活在一切正在发生的当下，今天，我活在此时此地，如此日复一日。这就叫“完美”。
当我开始爱自己，我开始远离一切不健康的東西。无论是饮食和人物，还是事情和环境，我远离一切让我远离本真的东西。从前我把这叫做“追求健康的自私自利”，但今天我明白了，这是“自爱”。
当我开始真正爱自己，我不再总想着要永远正确，不犯错误。我今天明白了，这叫做“谦逊”。
- 12、为了卖产品，编案例，也挺不易的
- 13、还是有一些小启发 但软件推荐orz

章节试读

1、《O2O实战》的笔记-第108页

往往我们为了冲销售而去做微信或O2O，原来搞错了。大家把O2O想得太神，其实他只是个引导，如果把引导做成了商城，那就只是纯B2C了。

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