

《电商3.0》

图书基本信息

书名：《电商3.0》

13位ISBN编号：9787111486846

出版时间：2015-1-1

作者：刘侠威,赵晓萌,王文庆,吴福明

页数：229

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

作者简介

刘侠威

花名“大侠”，网之道网络科技有限公司CEO，《销售与市场》杂志社特约企业研究员，浙江沁园水处理科技有限公司O2O建设与发展顾问，唐狮服饰微商顾问，原阿里巴巴资深客户经理。先后在各财经管理专业媒体发表互联网和电商类专业文章30余篇，多家传统企业电商化转型顾问。

赵晓萌

花名“盟主”，《销售与市场》杂志社高级研究员，先后在各财经专业媒体发表文章80多篇，曾为志高、新日、绿源、金意陶、喜临门等企业提供过咨询与服务。

王文庆

花名“风云”，原阿里巴巴老兵，青年创业导师，蜂窝部落发起人，宁波云盟网络科技有限公司CEO

。

吴福明

花名“无名”，杭州壹道壹电子商务有限公司CEO，资深电商人，成功运营南极人、北极绒、回力等电商品牌，掌上汽车4S店平台创始人。

书籍目录

目录

赞誉

推荐序一人文力

推荐序二微信电商风口之战

推荐序三顾客都去哪了

推荐序四“深度粉销”时代的到来

绪言电商3.0时代的来临

第1章电商革命

1.1人类，你去哪里了

1.2人类的新特质

1.3微信电商的红利与机遇

1.4微信电商大败局

1.5微信电商C2B模式

1.6后微信时代的社群电商

1.7渐行渐近的O2M2O微信电商

1.8海尔互联网化的启示

第2章微信电商运营

2.1微信电商的FCCT运营系统

2.2微信电商内功修炼的四条真经

2.3公众平台的定位与矩阵布局

2.4公众号角色设置

2.5公众号功能介绍撰写

2.6交互式“关注自动回复”开场白设置

2.7交互式自定义菜单设置

2.8内容构建的十大法宝

2.9传播性图文撰写终极秘籍

2.10微信运营“十不准”

2.11用户分类，精准服务和营销

2.12公众号服务式营销

2.13公众号互动式营销

第3章微信电商推广

3.1玩转微信电商入口：二维码

3.2微信电商的异业联盟与跨界合作

3.3引爆人性的热点与事件营销

3.4活动，活动，活动

3.5全员营销，矩阵爆发

3.6个人微信营销的六脉神剑

3.7微推广制胜，带头大哥打前锋

第4章微信电商管理

4.1微信电商时代人力资源战略与组织架构

4.2微信运营团队的组织架构以及素质模型

4.3微信电商团队素质模式和职位说明书

4.4绩效考核和薪酬机制

4.5移动电商时代的人力资源开发与再配置

第5章玩转微信电商

5.1电商迭代

5.2微电商，大生意

- 5.3成交型微信店铺打造
- 5.4解码微信电商实操案例
- 5.5微信搜索营销

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、2015年7月9日 内容空泛，点到即止。6月10日前后第一次读，感觉不错，系统全面，有趣有料。
- 3、当当限时借阅。又是一本关于微信电商的书。内容空泛，点到即止。作为普及读物尚可。
- 4、文章浅显易懂，运营微信公众号这一块的内容对我的编辑工作挺有意义，学习。
- 5、看过坐过此领域的书，少有的有思考、有洞察的书，推荐！虽然里面有些内容已经不太符合现在的市场情况，但有不少方法值得学习和参考！
- 6、学校图书馆里翻看了一下，其实就是新瓶灌老酒，没有什么新鲜的观点。如果对电商有一定了解的就不要看了，初入电商行业的人可以当科普读物翻一翻。
- 7、这样的书如果不偏重理论 那真的很快就会被淘汰 一些其实你也懂并不那么深奥的道理 白纸黑字正儿八经的写在书上 你才会真正去思考
- 8、2016.8.7已读。有的没的一堆凑字数的内容，没啥有用的东西，略读足够了。
- 9、部分内容有可借鉴性

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