

# 《微信力量》

## 图书基本信息

书名：《微信力量》

13位ISBN编号：9787111518195

出版时间：2015-10-28

作者：谢晓萍等著

页数：340

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](http://www.tushu000.com)

# 《微信力量》

## 内容概要

微信俨然已进化为一种万能的连接器，拥有连接一切的能力，彰显出强大的连接力，无处不在，无所不能。本书将为你讲述连接为何能产生如此巨大的力量，这股力量正在商业和民生领域产生的变化，将为你展现微信生态进化的全景世界。

连接即入口，微信上的每一次有效的连接都会形成有效的入口。本书详细讲解了如何通过微信帮助餐饮、酒店、医院、零售、商场、电气、母婴、航空、客运、停车场、商圈、城市服务等数十个传统行业与它们的用户、合作伙伴、员工建立全面的连接，形成的新的入口和通道；进而帮助它们改进对用户不够友好的产品、理顺陷入僵化的生产关系、优化冗余的生产流程、重构落后的商业模式，让企业与用户的需求之间形成更直接、更便捷的互动与连接，真正解决用户的痛点；最后挖掘出用户的潜在需求，突破现有的商业边界，开拓新的商业范式。

万物皆入口，所有产品和服务，只要插上微信的翅膀，都能形成有价值的入口。本书还讲解了企业微信如何通过微信卡包、微信红包、智能硬件以及iBeacon和电视等近场设备打造各式各样的入口，利用这些入口制造和衍生出各种有趣的玩法，以更低的成本、更精准有效的方式为用户提供更好的产品和服务体验。

本书尤为注重实用性和实操性，成书的过程中深度走访了微信生态圈中极具代表性的来自不同行业的42家企业，以讲故事的方式将这些企业是如何深度实用微信成功地在产品、战略和商业模式等各方面实现升级和转型的过程、方法、经验娓娓道来，趣味且生动。最后，本书为城市服务（民生和政务）、企业号和智慧商圈提供了十分详尽的解决方案，只需要按图索骥便可为己所用。

微信不断在进化，它的连接力也在不断进化，最终它将帮助各行各业构建属于自身的新的生态系统，而微信自己也进化为移动互联网的自由新秩序、新生态。

# 《微信力量》

## 作者简介

谢晓萍

“微信思维”丛书主编、萤火科技创始人、知名财经媒体人，2014年转型新媒体，创办萤火科技，专注微信生态领域的探索和研究。

代表作：《微信思维》

## 书籍目录

- 序一 马化腾：第四种力量 / III
  - 序二 张瑞敏：共创共赢的力量 / VI
  - 序三 王珂：连接梦想的力量 / X
  - 序四 秦朔：微信“她”怎样改变了我和我的思维 / XIII
  - 自序 谢晓萍：微信进化论 / XVIII
  - 第一部分 连接即入口
    - 连接1 没有连接，就不能共享
    - 第1章 场景时代来了
      - 重新定义消费者 / 4
      - 第2章 拆掉收银台后
        - 如何把顾客变用户 / 10
      - 第3章 汽车站激活了旅游商圈
        - 传统行业不要守着金饭碗讨饭吃 / 17
      - 第4章 停车场，最优质的入口
        - 怎么想象车主们的价值都不过分 / 20
    - 连接2 没有连接，就无法颠覆
    - 第5章 大象也可以跳舞
      - 重构会员体系 / 30
      - 第6章 再造一个百货商店
        - 永不打烊的线下百货 / 37
      - 第7章 零售业是媒体，也是广告平台
        - 其实商家不仅仅是商家，可以做一切事情 / 41
      - 第8章 小商圈大流量
        - 商户都是流量主，每一位用户的路过都变得有价值 / 43
      - 第9章 随身携带的医院
        - 打通诊疗信息，传递“最后一公里” / 55
    - 连接3 没有连接，就没有转型
    - 第10章 拒绝盲视，CEO如何掌握一切
      - 当员工都爱上移动OA / 66
    - 第11章 小公司如何玩转大平台
      - 如何构建Uber式轻资产公司 / 76
    - 第12章 重新定义O2O
      - 服务号+企业号才是O2O最有效的玩法 / 87
  - 连接4 没有连接，就没有服务
  - 第13章 一个城市，一个入口
    - 公众服务也许很容易就能解决 / 106
  - 第14章 如何线上证明你是你
    - 开创警务新模式 / 115
  - 第15章 是病人更是用户
    - 广东省中医院已经彻底改变，为什么其他医院还是老样子 / 124
  - 第16章 指尖上的服务一个服务，一个闭环 / 134
- 第二部分 万物皆入口
  - 第17章 微信卡包口袋革命
    - 千人千价是最精明的营销 / 142
  - 第18章 为什么微信红包是工具革命
    - 人人都会抢红包，但会玩红包才是王道 / 168
  - 第19章 智能硬件的数据革命

每一个硬件都应该是人身体的延伸 / 184

第三部分 近场即入口

第20章 iBeacon：蓝牙也性感

O2O引流利器 / 204

第21章 电视互联网不是互联网电视

电视节目的黄金时代，从摇电视开始 / 223

第四部分 微信工具箱

第22章 工具箱之城市服务 / 242

第23章 工具箱之企业号 / 273

第24章 工具箱之智慧商圈 / 295

## 精彩短评

- 1、废话偏多，用微信读书APP赠送的币买的，纸质59感觉太坑，个人感觉不值这个价。
- 2、线下到线上再回到线下，值钱的是你的个人信息
- 3、断断续续读了大部分，内容过于浅显导致读起来比较啰嗦。有些案例中对服务号未来的设想可能直接出自被采访者之口，作者在可行性上缺少了一些思考。另外，内容上缺少对案例的成本介绍以及产品设计的思路，读者需要自己消化并自行结合自身行业思考。总体上来说，不是十分推荐……
- 4、案例一般 缺少数据支撑和思维方式的指导
- 5、微信功能大全，图书馆借来看看还行，买就不值了。
- 6、传统企业转型互联网，需要把互联网的优势，包括去中心化，去流程化跟企业的痛点结合起来，探索新的方向，棒
- 7、哦
- 8、微信对外的公关内容，不建议读
- 9、读毕后我感觉到，腾讯有了微信后能上天。书中举出不少例子并总结经验，把微信玩出新花样，摇一摇、企业号、订阅号等耳熟能详的功能相互配合能创造出更便利的功能。因为互联网的升级让人的生活节奏更快，更快就需要更快捷的服务，因为人没有时间去逛商场；没有时间去做饭；没有时间把车开到洗车店去洗车，在互联网时代最有价值的东西是“便利”，越便利人对互联网的依赖就越大，成为一个“良”性循环。微信犹如一个七巧板，能拓展出无限可能。微信颠覆中国人的思想与生活方式，让微信成为每一个中国人必备的app。微信的发展也带动了很多相关产业的发展，财付通、微商、微课堂等等的发展造就了更多的就业机会和新的电子商务方式。对人类最有价值是：能改变人的生存方式。微信它做到了。书里面的缺点不少，例子众多语言却过于平淡，读着会让人昏昏欲睡。
- 10、功德无量，但能不能别说得这么完美？
- 11、其实是微信功能介绍和案例说明。线上部分比较常规，对线下流量入口拓展和数据回收有一些启发。大公司有足够的线下资源，配合近场通讯可能会拓展出足够稳固的渠道。这种模式能否被抄袭取决于原有线下资源的特点
- 12、待整理
- 13、官方宣传书，不过还有点料哈
- 14、可以看看案例，微信老头卖瓜
- 15、浪费时间
- 16、阅读于2016年11月
- 17、先说明这书不是教你怎么做微商。他主要堆砌大量案例说明通过微信公众号服务号企业号对商业医疗服务银行教育娱乐节目家居运动等方面的影响。但遗憾的是我没看到与工业互联网的融合。
- 18、微信说明书
- 19、全部都是关于微信公众号的案例，题材单一，不过也算是有些借鉴
- 20、它用朋友圈吸引了微博和空间用户，它用简洁吸引了MSN用户，它用订阅号吸引了RSS用户。它激发了人类秀晒炫的虚荣心，同时也让人们之间的交流更近。微信因为其强大的社交属性被广泛使用，但这本书一直在强调它连接一切的商业属性。超级应用不常有，拭目以待这艘移动互联网时期的超级航母有多奈沉。
- 21、微信公众平台使用说明书，可能是朋友圈里看到各类转发多了，反而觉得没那么兴奋。微信的这些idea并不是最牛的，最牛的是他们都做出来了。idea和执行力哪个更重要这样的问题绝对是最傻逼的问题，真的都很重要，缺一不可的东西怎么比较重要性啊。
- 22、老师推荐的。。。但是没有怎么实际的操作过微信后台，里面说的很多内容不能get到。。。
- 23、微信是改变了许多，但同时也造就低头一族，评价一个得失需要等很久。
- 24、朋友推荐，看完考虑如何结合工业数据层面使用，毕竟跨平台
- 25、让我重新认识了微信，微信不是一个简简单单的沟通平台，更是一个服务平民百姓的工具。真正市场化的产品就应该这样，为最基本百姓的利益着想。
- 26、这本书总的来说还是不错 把现有阶段的微信剖析的很清晰  
公司企业号入口，百货商店入口，城市服务入口，微信工具（抢红包之类）的入口，ibeacon入口 的确入口即流量 微信的管理很严格 发展的步伐走的也很谨慎 看它怎么去利用流量吧

## 《微信力量》

- 27、总体内容模块偏大、偏虚，细节不多，而且一些推论、结论值得推敲。并不是微信的所有尝试都是成功的，而从此书看来，作者未免有些过于夸微信了。互联网行业，还是应该干货多一些，浮夸少一些。
- 28、内容零散肤浅，几乎没有文笔可言，就这还59一本呢，不如去抢啊。然并卵，Boss喜欢就好。
- 29、普及了基于微信的一些拓展应用，如果对这一块的案例了解够多，本书基本可以不用看了！
- 30、这本书是用来装逼的...maybe对传统行业有启发...
- 31、【送书！到付】实在不能忍受同一页不同字体不同字号外加加粗的存在！还有随意加的PPT截图！
- 32、一本微信武器库的百科全书，附带大量类型重复度很高的案例。总结全书大意：微信无所不能，连接至关重要。好在案例足够多，凑字数也凑得卖力，认真品读还是能有点收获的。微信在城市生活服务以及医疗方面的作用让人印象比较深。还有各种传统行业跟微信的结合能给人一些启发，发现问题、解决问题的过程有助于拓宽自己的思维模式，科技进步、思维转变对于生活的改善在书中体现得淋漓尽致。微信的力量，体现的是一种新的思维方式的力量，从技术层面上来说，不见得有多难。最后，这本书真的没必要写这么多字。文字的冗余度太高，价值密度太低。
- 33、認識微信
- 34、啃了一块硬骨头.....消化不了
- 35、看这本书就像看电视上动辄30多分钟的小广告：虚情假意的旁白+打了鸡血的主持人+嗑了药的用户
- 36、被上司逼着读完了这本书.....  
笔力纤弱，内容单薄，非常糟糕。
- 37、全篇都在阐述张小龙早期对公众号的想法“我们要用标准化的入口连接企业和物品”，40多个案例，都在讲同一件事，没有输出什么特别的方法论或价值观，纯记叙整理而已。
- 38、很多实用范例，适合微信营销用户做参考。
- 39、这是采访稿？
- 40、静下心来认真读完，很多优秀案例，对自己的工作也有点启发和借鉴
- 41、序言比正文更值得读。
- 42、本位主义稍重。
- 43、适合对互联网一窍不通、却又特别向往的土老板看看。如果从道法术的层面讲，连术都够不上，最后一章直接变成微信操作说明书了，拿这来骗钱？！坚决差评！
- 44、感触比较深的：1、腾讯对自己的定位，从什么都做到定位“连接”，连接人与人，连接企业与人，连接物与人；2、场景即入口。
- 45、炒股的得看新闻联播，做微营销不得不看的一本书。
- 46、从连接和入口角度，全景展示微信生态系统图景。最开始听说“全连接时代”、“物联网”的时候，不明所以，如今回头看，确实是这样发展而来并飞速向未来而去啊。现在出门几乎不带现金了，手机几乎可以搞定一切，真心方便啊
- 47、写作实在太差，微信或许很强大，但是现在这个写法像小学生作文
- 48、好些案例不错，开拓了思路
- 49、有些商业逻辑不错，但是整书微信功能介绍太多，搞得有点像产品推介。
- 50、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

1、文/中国银联政策研究室 江瀚 正如一代管理学大师彼得·德鲁克所说：在互联网的时代，互联网消除了距离。仅仅这言简意赅的一句话就概括出我们的这个时代的一切，在短短的二十年里，我们目睹了互联网的崛起，见证了移动互联的腾飞，当全世界都成为一个小村庄的时候，一切都在发生的变化，而这个变化就在于四个字——万物互联。通过互联网的发展，大（数据）平（台战略）云（计算）移（动互联网）让我们的生活每一天都在发生着日新月异的变化，互联网不仅缩短了地理空间的距离，更改变了由信息不对称所带来的消费者被动局面。当时局易变，攻守易位的时候，就宣告着一个消费者时代的来临，《微信力量》正在给这个时代作出新的注脚。面对互联网摧枯拉朽式的颠覆浪潮，每一个传统企业都在互联网的洗礼下发出自己转型的声音，无论是商业模式还是组织模式不变就意味着终结。走到现在的传统企业，不得不面对着一个现实，一个由顾客到上帝，由客户到粉丝乃至工程师的实现，在这个时代，一切都可以联网，一切都可以通过场景化实现自身的联通，而我们所引以为傲的一切传统模式都在被颠覆，被终结。在过去的几百年里，我们见证了蒸汽机对于世界的统一，目睹了科技不可战胜的力量，我们在机械化大生产的时代开创性的用分工协作实现了生产效率的组织化腾飞，用科层制与流水线塑造了科学管理理论的伟大。诚然，这是工业时代的最为璀璨的两枚明珠，但在互联网的时代，一切的距离都可以被拉近为零距离，去中心化不再是一个遥远的传说，封闭的科层制层级壁垒正在被从内部打破，闭环的流水线串联只是成为生产的阻碍，我们所遇到的一切，正在用互联网重新改写这个世界的发展，当维基百科由全世界无数人写就，当MIUI系统由粉丝替代了工程师，那么分工将会成为历史，分布式的组织将会开创未来，这就是互联网对商业模式的颠覆。同样，当商业发生了改变，生产难道又能独善其身吗？大规模制造造就了规模经济优势，生产与组织效率得到了大幅度的提升，但是这仅仅是标准化的产品，当互联网连接万物的时候，其碎片化的特征已经改变了每个人的需求，长尾的市场在不断的放大，差异化与个性化的私人定制又岂是流水线的生产能够满足的，互联网正在通过他的连通器效应赋予每个人以彰显个性的声音，也许生产线做不到的事情3D打印不一定做不到，而厂家正在用大数据的变化时刻改变着自己的生产，只为满足消费者那时刻在变的需求，这就是互联网对生产模式的重构。但无论是商业模式还是生产模式，都意味着产品经济的改变，但是这并不够，产品经济的深层内涵就注定了产销分离的现状，顾客只能被动的接受产品，选择只在可控的范围之内。而互联网的去中心化让企业中心的时代已经过去，每个用户都将成为自己的核心，拥有主导权的用户正在从一个消费者蜕变成一个创新者，让产品与体验与社群与场景紧密结合，当产品被赋予了社交属性，被在场景中被重新赋值的时候，无数的生产者将会发现，原来从消费者演化为用户的每个人都拥有让企业生存快速迭代的驱动力，这就是互联网对消费模式的变革。而这些需要的是什么？需要的就是互联网，但不仅仅是互联网，而是通过社交，通过场景，通过如微信式的每一个OTT软件对于全社会的连通，每个人都不再是一座孤岛，OTT软件们正通过社交化的力量将每一个孤悬的岛屿彼此连接，当社交成为社会每一个环节的“连通器”之后，所有的商业、工业、服务业都在随着这个连通而改变。企业所需要寻找的不再是消费者，不再是市场，而是一个真正切入每个人生活的场景，一个能够建立起连通的场景，那么与之而来的产品、支付、金融、服务都会有新的价值，这就是一个万物互联的时代的征程。一个社交化、场景化、连通化的时代正在来临，而我们正在现场，相信海明威的那句名言：“每个人都不是一座孤岛”的必将实现。（江瀚，供职于中国银联政策研究室，从事互联网金融与产业经济研究，曾发表国际、国内核心期刊论文二十余篇。）

2、《微信力量》和前一本微信思维相比简直就是渣。那一本看着挺激动，这一本看着挺郁闷，读了一半，现在只能当工具书继续捏着鼻子看下去。天心区智慧商圈的事情是最感兴趣的，写的像官方新闻稿。=====未完待续

3、本书讲了很多商家使用微信连接商户案例，可以对拓展微信思维如何引流起到一定的指引作用。价格贵，用处不大，很多都是对自己微信产品拓展功能的介绍。赶脚花钱买了本微信广告的书籍。。仁者见仁智者见智的一本书，也许是因为本人没有接触过企业的微信运营，所以感受不到书中那些实际案例的精彩之处吧。

4、本书是微信准官方的公众号应用成功案例。案例集中在服务业和政府，典型的应用有微信支付、ibeacon、摇一摇、企业号等。因为是成功案例集，不会有大局的宏观的数据来说明成功案例的比例，有多少失败的案例。对微信公众号功能感兴趣的企业和个人，可以把本书作为参考资料。



# 《微信力量》

## 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](http://www.tushu000.com)