

《移动战争》

图书基本信息

书名：《移动战争》

13位ISBN编号：978711539556X

作者：曲延明,刘靖

页数：400

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

《移动战争》

内容概要

本书通过对移动终端电子商务系统搭建的流程，架构搭建、商品布局、微平台设计、O2O布局等四个主要模块，让商家在设计营销流程、团队建设、产品系列设计等过程中要与微信电商平台紧密配合，打造一个强有力品牌，使其品牌知名度在同类行业中名列前茅，这样商家的产品或服务就有可能在无数个电商网店、微信、App中脱颖而出！

《移动战争》

作者简介

曲延明：

北大纵横管理咨询集团合伙人

艾媒学院常务副院长

赢时代GOMX论坛特约演讲及评论专家

《销售与管理》杂志特约评论专家

北京大学零售业研究中心特聘讲师

清华大学电商总裁班特聘讲师

山东大学电商总裁班特聘教授

北京航空航天大学 MBA社会导师

北京工业大学 MBA社会导师

曾出版《品牌谋略》《北京大学电子商务标准教材》

刘靖：

北大纵横管理咨询集团高级合伙人

北京大学经济学硕士

目前关注新兴产业及信息通信产业、新媒体产业的发展，主要研究领域包括战略及创新商业模式，移动互联网运营和管理，致力于辅导传统企业转型，在战略管理、商业模式、集团管控、组织结构、业务流程和人力资源方面有丰富的管理咨询经验

曾任世界500强IT企业产品总监，负责手持产品和便携式数码产品在中国大陆地区的业务发展。是国内最早从事数字家庭系统和手持设备内置智能软件应用及LBS应用的信息化领域实践先行者，在系统集成、电子商务、互联网服务、大众消费产品/服务营销等方面有着丰富的业务实践经验。在任期间，所操作的手持电脑产品品牌从全国排名二十多名成长为排名前两名的品牌，单品销量成长为同类产品第一名

书籍目录

第1章 移动互联网商业模式	3
1.1 发展阶段	9
1.2 商业模式	12
1.3 商业布局	26
1.4 浪潮商机	28
第2章 微信的商业价值	31
2.1 微信特色功能	34
2.2 公众平台功能	42
2.3 微信营销模式	45
2.4 N度人脉理论	52
第3章 个人微信营销体系	55
3.1 营销要点	56
3.2 微信入口	61
3.3 LBS	62
3.4 朋友圈	65
3.5 摇一摇	71
3.6 漂流瓶	75
3.7 微信钱包	76
3.8 微信卡包	77
第4章 二维码的商业模式	81
4.1 商业趋势	85
4.2 商业应用	98
4.3 应用场景	99
第5章 公众平台规划方案	107
5.1 开通流程	108
5.2 商家接入流程	112
5.3 微信支付方案	116
5.4 商业价值	132
5.5 平台设计	135
5.6 内容为王	138
5.7 运营团队建设	147
第6章 公众平台营销体系	153
6.1 营销要点	154
6.2 运营策略	158
6.3 推广策略	175
6.4 营销矩阵	193
6.5 订阅号营销策略	199
6.6 服务号营销策略	206
6.7 企业号营销策略	211
6.8 核心总结	215
第7章 微店的运营策略	221
7.1 微店四大平台	223
7.2 微店(口袋购物)运营策略	225
7.3 微信小店运营策略	250
7.4 微店运营成功案例	261
第8章 O2O的商业模式	275
8.1 O2O的商业模式	276

8.2	O2O的产业布局	283
8.3	O2O电子商务	293
第9章	移动电商平台建构	305
9.1	移动电子商务系统搭建	306
9.2	移动终端购物流程设计	308
9.3	移动终端客服系统（CRM）搭建	316
9.4	大数据营销商业模式设计	317
9.5	移动支付系统设计	327
第10章	互联网+行业成功案例	335
10.1	互联网+金融	335
10.2	互联网+餐饮	338
10.3	互联网+旅游	340
10.4	互联网+酒店	344
10.5	互联网+零售	346
10.6	互联网+珠宝	348
10.7	互联网+化妆品	350
10.8	互联网+食品	353
10.9	互联网+服装	356
10.10	互联网+汽车	358
10.11	互联网+医疗	362
10.12	互联网+娱乐	367
10.13	互联网+媒体	369
10.14	智慧城市	373
10.15	电商产业园	377
10.16	微信海外	382
附录		388

《移动战争》

精彩短评

1、讲技术的内容太多。

《移动战争》

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