

《重构商业时代——O2O实战经典解密》

图书基本信息

书名：《重构商业时代——O2O实战经典解密》

13位ISBN编号：9787302422486

出版时间：2016-8-1

作者：赵猛,张如奎

页数：255

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

本书以重构商业时代为主题，向读者展示并剖析企业在获得大量用户数据之后，如何降低成本、提高营销效率，从而实现精准营销。全书共分18章，逐一解密餐饮业、出租业、保险业、零售业、珠宝业、烧烤业、洗衣业等众多行业O2O经营之道，分享最实用的O2O实战经验，带领读者概览最前沿的O2O商业模式，寻找实现线上与线下无缝连接之秘籍，探索如何借助O2O重构改善传统商业模式，进而思考企业的未来发展之路。

作者简介

赵猛

上海大唐品牌管理咨询集团董事长、总裁。瑞士维多利亚大学管理学博士，清华大学客座教授、福州大学互联网金融研究院专家委员、重庆市政府科技顾问、中国科学院合肥智能研究所顾问、中国民生银行高级战略顾问。国内著名互联网商业模式创新专家，咨询成长企业100余家，孵化上市公司20多家，应邀在全国作商业模式创新巡回演讲300余场。

张如奎

推码（上海）科技有限公司总经理，时代e人文化传媒创始人。北京生命科学研究所博士，专注于移动互联网商业模式理论研究与实践，O2O实战应用专家。

书籍目录

第一章 O2O，移动互联网背景下的经济新常态

003

第一节 全民移民，催生新时代

006

第二节 手机，国民经济的基础设施

008

第三节 互联网淘汰赛，适者生存

011

第四节 “双十一”背后的两大市场主体

第二章 淘点点，餐饮业的

O2O改革之道

017

第一节 餐饮业，走不出的红海

020

第二节 淘点点，点醒梦中人

022

第三节 淘点点，引领餐饮业走进蓝海

025

第四节 四大金刚为淘点点保驾护航

第三章 餐饮业

O2O的商业模式探索

033

第一节 中国餐饮业

O2O的发展历程

035

第二节 餐饮业面临的主要痛点

037

第三节 餐饮业

O2O的商业模式探索

第四章 支付宝的

O2O应用之道

046

第一节 支付宝也要做

O2O

048

第二节 帮助商户筛选最有价值的用户

054

第三节 提供

O2O的营销服务方案

057

第四节 挖掘数据金矿和用户价值

VIII 重构商业时代——O2O实战经典解密

第五章 滴滴打车，让出行更便利

061

第一节 打车行业的两大困扰

063

第二节 “信息不顺畅”问题的解决

065

第三节 滴滴打车的三大生产力

069

第四节 滴滴打车的三大法宝

第六章 大众点评的

O2O生态之道

075

第一节 大众点评对

O2O的理解

077

第二节 O2O火爆的原因

079

第三节 O2O与电商的区别

080

第四节 回归本地生活服务

081

第五节 线下线上的创新对接

第七章 良品铺子的

O2O连接之道

085

第一节 起航O2O，明其道利其器

090

第二节 实施

O2O的四大困难

092

第三节 向良品铺子

O2O之路取经

第八章 歌瑞尔的

O2O体验之道

099

第一节 歌瑞尔内衣尝试

O2O的收获

101

第二节 外贸转型，开始淘品牌之路

103

第三节 歌瑞尔为何要开线下店

106

第四节 线下开店与线上店铺的冲突

108

第五节 “双十一”O2O蓄水大爆发

目录

IX

第九章 荣昌

e袋洗的

O2O有趣之道

113

第一节 荣昌洗衣的发展历程

115

第二节 家族企业的改造之路

119	第三节 洗衣行业存在的问题
121	第四节 荣昌
O2O的活动分享	
125	第五节 荣昌
O2O的发展趋势	
第十章 哈哈镜鸭脖的	
O2O数据之道	
131	第一节 哈哈镜
O2O的背景	
132	第二节 构建
O2O的三部曲	
135	第三节 掌握用户信息大数据
137	第四节 配送点连接
O2O两级	
第十一章 原始烧烤的	
O2O生意之道	
141	第一节 O2O门店的独特设计
143	第二节 决定
O2O成功的细节	
第十二章 生鲜电商的	
O2O微信之道	
151	第一节 生鲜电商赢在速度
153	第二节 线下体验
+线上沉淀	
157	第三节 微信营销生鲜的秘诀
160	第四节 微营销打好“组合拳”
第十三章 GXG男装的	
O2O内核之道	
165	第一节 GXG对
O2O的理解	
168	第二节 O2O的三大补充功能
173	第三节 GXG的
O2O内核解析	

182

第四节 推进

O2O面临的问题

X重构商业时代——O2O实战经典解密

第十四章 保险业的O2O自动之道

187 第一节 37 保险的O2O设计思路

193 第二节 在Online端的国外天气温度险

197 第三节 37 高温险销售火爆

第十五章 银泰百货的O2O泛渠道之道

205 第一节 银泰O2O的布道

208 第二节 银泰要做“小怪兽”

第十六章 “全都爱”零售业的O2O融合之道

215 第一节 传统零售业面临的困境

219 第二节 “全都爱”商城——零售实体店的新商机

224 第三节 “全都爱”和其他电商的区别

227 第四节 “全都爱”创新营销模式——放大营销

230 第五节 店中店——“全都爱”亮出“撒手锏”

第十七章 BLOVES珠宝电商的O2O定制之道

235 第一节 中国珠宝行业发展现状

237 第二节 BLOVES的O2O立体商业模式

240 第三节 BLOVES的个性化定制之路

第十八章 彩生活社区的O2O服务之道

249 第一节 彩生活让生活变精彩

251 第二节 彩生活如何用互联网改造物业管理

254 第三节 彩生活通过大数据和云计算深耕智慧小区

后记

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