

# 《爆品思维》

## 图书基本信息

书名：《爆品思维》

13位ISBN编号：9787505739522

出版时间：2017-2-1

作者：马玥

页数：220

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)

# 《爆品思维》

## 内容概要

互联网摧毁了固有的商业模式，重构着商业思维。在移动互联网时代，打造能够吸引用户眼球、甚至产生巨大社会影响力的畅销品成为企业竞争的支柱。从微信、支付宝等占据几乎所有人手机的现象级App，到海底捞的毛肚、漫威的超级英雄电影，无不是爆品的成功。

但拥有一款爆品就可以高枕无忧了吗？答案是否定的。事实证明，许多企业“成也爆品，败也爆品”。只有建立能持续打造爆品的体系，才能使企业制胜关键。

本书通过总结众多企业案例经验，分析了打造爆品的商业逻辑，为企业管理者、营销负责人更好地完成工作提供参考，帮助企业经营者在移动互联网时代构建正确的企业经营体系，修正他们对企业生产目标的认识。有了建立体系的思维方式，你就掌握了打造真正的爆品需要的经营理念。

## 作者简介

马玥：

优质内容运营平台“考拉看看”联合创始人，财经作者，前资深财经评论人、媒体人。先后进入出版及媒体行业，曾就职于赛迪集团《中国经济和信息化》杂志、《每日经济新闻》报社。2014年年底创办考拉看看，成为优质财经类图书策划出版人，个人著有《褚时健管理法》《知行金融：曾康霖》等作品。邮箱：mayue\_1209@163.com。

考拉看看：

优质内容运营平台，专注于财经、金融类图书策划出版，曾成功策划出版褚时健先生传记等系列作品、中国金融大师曾康霖教授传记作品以及互联网与创业思维系列作品。

## 书籍目录

前言

第一章 当你在谈论爆品时，你在想什么

99%的人都会答错的题目

体系的巨大作用

过度追求爆品的社会

“唯产品论”后遗症

爆品的另一种误区

重塑对爆品的理解

第二章 真正的爆品与火爆无关

他们为什么这么火

卖得火不等于卖得久

不要被爆品绑架

日本中小企业的年轮经营

爆品思维的核心

如何拥有爆品思维

第三章 重新定义产品品质

新的消费G点

对创新要求越来越高

超出他们的预期

改变不能被改变的

重新定义产品标准

解决行业痛点

引领整个细分领域

成为领先者

打败所有其他的

越简单越极致

比好更重要的是稳定

第四章 不是占领市场，而是赢得用户

你永远不知道他们在想什么

不是需求导向，而是潜入内心

卖梦想不卖方案

产品不在了，情感还在

情怀集中爆发

只为用户生产

第五章 爆品赢在产品之外

人人都爱乐高

从卖花盆到卖花盆管理

IBM的秘诀

产品与服务的转变

除了品质，他们还关心什么

当产品变成一种认知

第六章 不断优化你的体系

搭建体系

提升产品运营的能力

形成良性流转

使用时间与提升效率

产品的更新迭代

控制成本

试错经营

不断适应变化

第七章 用个人IP制造爆品

从罗辑思维说开去

名人的磁铁效应

企业创始人IP化

占据用户的内心

引发价值共鸣

制造爆品

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