

《马云的互联网思维》

图书基本信息

书名：《马云的互联网思维》

13位ISBN编号：9787115363129

出版时间：2014-8

作者：黄凤祁

页数：207

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

《马云的互联网思维》

内容概要

本书以马云纵横互联网世界十余年的经历为主线，以马云的17大互联网思维为重点，对马云经营企业的战略决策、商业模式、品牌建设、产品设计、营销谋略、用户圈占、创新方式等进行全面解读，更从专业角度分析了马云给中国互联网企业制定的全新定义和给传统企业带来的重大颠覆。阅读本书，读者可以掌握马云最核心的互联网思维，帮助自己利用全球化网络来重新规划发展之路。本书适合各类企事业单位尤其是移动互联网企业各级经营管理人员阅读和使用，也可作为企业培训师、咨询师以及对马云和互联网创业感兴趣的读者朋友的参考用书。

《马云的互联网思维》

作者简介

黄凤祁，曾服务于多家500强企业，长期从事企业营销管理工作，有丰富的营销管理和企业管理经验，对现代企业的经营发展有独到的见解和深入的研究，现为独立社会观察家、财经观察家。曾出版《乔布斯的哲学》。

书籍目录

第一章 标新立异，永远不做大多数
No.1思维：梦想有多大，舞台就要多大
互联网用户眼中只有第一，没有第二
做支付联盟的“武林盟主”
建立无法被超越的企业标志
我希望阿里巴巴成为一家“百年老店”
跨界思维：一场跨界分金的盛宴正在开始
自我颠覆，做跨界的“野蛮人”
余额宝，真正的懒人理财
菜鸟物流，打造物流界的阿里巴巴
“快的”与“滴滴”的“烧钱”之战
娱乐宝，跨界玩到High
第二章 寻找最适合而不是最优秀的合作伙伴
平台思维：走自己的路，别让别人无路可走
做中小企业的救世主
让天下没有难做的生意
同是电商，我却有独领风骚的符号
阿里巴巴最大的对手是沃尔玛
搭建平台，给每个人做CEO的机会
共赢思维：有钱大家一起赚
帮别人成星，自己才能成腕儿
用户赚钱，我们就一定能赚钱
打造网商联盟，实现多方共赢
第三章 Made in Taobao的时代到来了
草根思维：得“草根”者得天下
在品牌中注入“草根”基因
让“草根”成为主角
“草根一族”的需求，是真正的长尾市场
炸点思维：“毁三观”成就“未来派”
豁出去，让用户尖叫起来
惊喜，能让用户口口相传
引爆雷点，将不可能变成可能
口碑思维：无招胜有招
诚信通，口碑传播中的王牌
做用户的“百科全书”
你敢用，我敢赔，哪怕是几千万
把产品做到极致，把自己“逼疯”
第四章 做用户所需要的，你就有市场
简约思维：操作零思考
简约就是美
产品设计必须做减法
舍不得“瘦身”，套不着钱
简洁成就专注，专注铸就成功
痛点思维：找准痛点，让用户“痛并快乐着”
产品存在的唯一理由是“痛点”
在被巨头忽略的地方找到“痛点”
把“鲨鱼”eBay引到长江里来

《马云的互联网思维》

先声夺人，打赢“痛点”争夺战
狠砸“痛点”，吸引住用户游离的目光
第五章 营销就是要逆天
免费思维：以“无价”得天下
免费“大餐”已经开始
“免费”是为了更好地收费
靠免费招揽流量，靠服务带来财富
免费的目的不是“杀掉”对手
光速思维：让所有环节“飞”起来
速度决定一切
给产品植入“病毒”，令其迅速传播
利用流行色，让你的产品极速蹿红
看清路、小步跑，形成难以抵挡的旋风
颠覆思维：不走寻常路
弥补对手的不足
找准企业特点，避开红海血拼
危机来了，去花钱，去消费
第六章 为用户而改变是创业的不变法
土鳖思维：“洋和尚”念不了“土经书”
别在拖拉机里装上波音747的引擎
杀掉“野狗”与“小白兔”
在两个人和两百人之间，必须选择对两个人残酷
唐僧成了好领导
用户思维：挟“用户”以令“诸侯”
“用户是上帝”在互联网中依然是圣经
先圈用户再圈钱
注重与用户互动，“卖萌”“撒娇”齐上阵
用户的体验 > 企业的“自白”
第七章 电商不会过时，只会洗牌
数据思维：信息浪里淘真金
未来有价值的公司，一定是数据驱动的公司
跟着感觉走不如跟着数据走
大数据价值不在大，而在于有用
在不起眼中，挖掘用户的需求
创新思维：像兔子一样快，像乌龟一样耐心
阿里巴巴人唯一不变的是变化
保持新鲜的思维刺激
触“网”后，再没有犹豫的空间
立刻、现在、马上去做
附录 马云大事记

《马云的互联网思维》

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