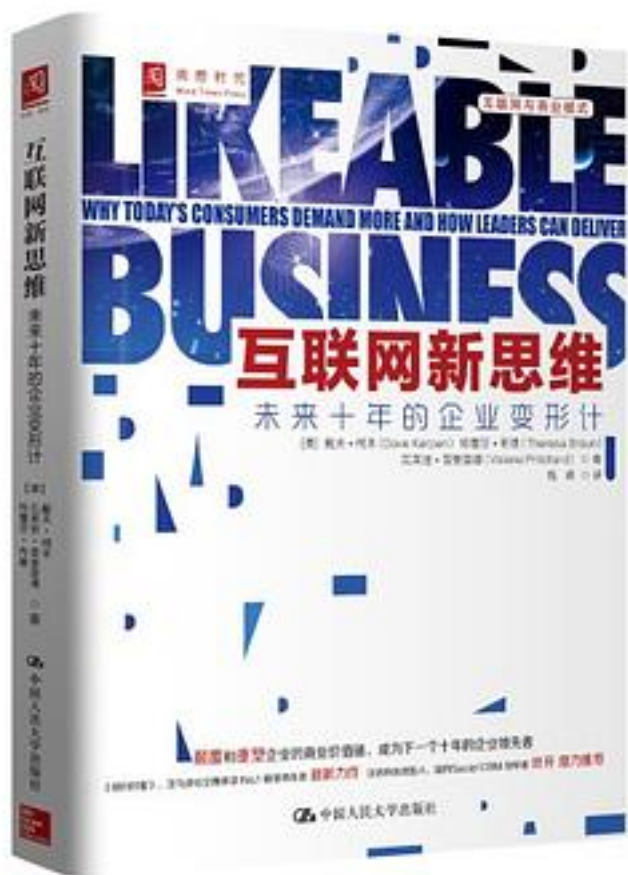


互联网新思维：未来十年的企业变形计



[互联网新思维：未来十年的企业变形计 下载链接1](#)

著者:戴夫·柯本 (Dave Kerpen)

出版者:中国人民大学出版社

出版时间:2014-4-1

装帧:平装

isbn:9787300188669

《互联网新思维：未来十年的企业变形计》这是一本讲述互联网新思维的书。在互联网时代，企业的生存环境早已经发生了巨大的变化，企业是否可以抓住机遇，成功转型，对企业的未来至关重要。在互联网时代，企业必须具备互联网思维。即使你的企业可以拥有一个坚如磐石的商业战略、无限的资源以及最有才华的员工，如果不具备互联网

思维，审时度势，终将成为没落贵族，失去客户的喜爱。而客户的喜好将决定着企业的命运。不具备互联网思维的企业，很难有光明的未来。本书提供了能够帮助中小企业领导者加速企业成长、盈利、紧跟互联网新浪潮实现企业华丽转身的6大思维，8大法则以及让企业变得深得人心的3个变形计。

作者介绍:

戴夫·柯本

营销公司众爱公司的创始人和CEO，该公司致力于帮助品牌、组织、政府部门和小型企业更好地利用社会化媒体的杠杆，变得更加透明、反应更快，并获得大众的喜爱。众爱公司跻身2011到2012年美国发展最快500强公司榜单。

特蕾莎·布朗

毕业于艾默生学院，获得营销传播专业学位，现任众爱公司营销经理。

瓦莱丽·普里查德

知名公关人员，毕业于俄克拉荷马州立大学。

目录:《互联网新思维：未来十年的企业变形计》

本书赞誉 / i

推荐序 颠覆互联网思维的会是什么 /iii

前言 互联网时代，得屌丝者得天下 /vii

01用户思维：打破企业与消费者的疆界，实现商业民主化 /001

在这个密切相连、由社交媒体驱动的互联网时代，公司已经不能庸庸碌碌地度日了，他们必须充分关注自己的用户，树立“用户至上”的思维和理念。而消费者也掌握了主动权，愿意参与其中，与企业共同来实现商业的民主化。

02简约思维：从产品到服务，力求专注与简单 /051

了解人类的本性对于向顾客传递满意是至关重要的。在一个淹没在饱和的产品种类、充斥着广告和连续媒体流的环境中，简单就是竞争优势，是一种不可估量的力量。

03迭代思维：敏捷适应，力求做到精益求精 /067

一个具有快速适应能力的企业能够满足消费者千变万化的需求。消费者不会停滞不前，同样，企业也不可能一成不变。在移动互联网时代，你无法指望可以止步不前，也不可能固守最初的产品和所提供的服务。

04服务思维：让客户愉悦，做好互联网服务 /085

互联网时代，通过大数据为客户提供精准而愉悦的推荐。并不需要与令人兴奋的惊喜有关。事实上，它在通常情况下也不应该与之有关。顾客在你的公司享受到愉悦的时候不应该感到惊喜；他们来你公司消费的时候就应该对你抱有这种期望。愉悦就是营造一种非凡的客户体验。

05社会化思维：社会化商业时代的到来 /103

随着社会化商业时代的到来，其核心是互联网，公司面对的消费者以互联网的形式存在，这将改变企业生产、销售、营销等整个形态，社交媒体成为企业与消费者之间沟通交流的平台，信息正以前所未有的速度传播，而商业丑闻也会以光速传播。不透明的公司都会被发现；这点毫无疑问。隐藏真相是不可能的，所以不要白费工夫了。

06平台思维：打造多方共赢的生态圈 /119

互联网的平台思维就是开放、共享、共赢的思维，这就意味着要把企业打造成一个开放的、多方共赢互利的生态圈。这个企业的平台不仅要成为企业与消费者、供应商等联系的平台，还要成为员工发挥最大潜能的平台，甚至是一片属于他们自己的微创新、微创业的小天地。

07未来十年的企业互联网变形计 /139

企业如何在移动互联网浪潮中实现蜕变，必须要有相应的计策来帮助其华丽转身，从而真正成为一家具有互联网新思维的企业。

结语 写给未来十年的企业经营者 /195

• • • • • [\(收起\)](#)

[互联网新思维：未来十年的企业变形计_下载链接1](#)

标签

互联网

商业

管理

经济

经管

读书会

创业

2014

评论

原版《Likeable Business: Why Today's Consumers Demand More and How Leaders Can Deliver》，竟然被国内的出版社给瞎几把编成了互联网思维，操。

用户，简易，服务，平台，社会化，互联网思维模式，在关注社会化营销的柯本眼里是企业未来10年变形的要素。以个人经历而言，通过东方航空和天合联盟微博投诉效果渺茫，在中国会发展到何方，值得期待。

拼拼凑凑

翻译的很差，死板

只读完了标题

很多理论都是现在反复在用的，真正把知道的理论应用到实际的工作是需要一个距离

信息爆炸时代，这些“互联网思维”已被漫天的媒体碎片化的传播着。整本书显得如此空泛夸夸其谈，也许如今的读者对书本深度的要求越来越高了，正所谓知易行难，然而这本书的层次与媒体相差不多。看目录基本就差不多了解了，深度有限，不建议浪费太多时间阅读，“用户思维--同理心、简约思维--关注核心价值、迭代思维--快速改变、服务思维--满意度、社会化思维--透明化管理&营销、平台思维--开放共赢的生态圈”（P.S 文中的例子也真是够心灵鸡汤的了）

事例很多，总结的也不错。只不过觉得很多事例没有说透彻。作者传递出来的观念很正确，企业和个人都值得学习借鉴。

睡前一小时，花了一周时间，是这样的阅读体验极佳，很流畅地看完，内容一般却也有收获。

没什么耳目一新的感觉，觉得作者反而一直在讲适用于各种时期的基本商业道德，认同作者的价值观，但还是觉得有点儿跑题了。

老师布置的作业

互联网思维的书大同小异，估计很多国内的书都是借鉴这本书的。先看了国内的书，再看这本书，似曾相识。

我在得到搜索到的这本书！其实根本不是讲互联网思维的，更多的是如同书名所说讲商业领袖的思维，以及企业文化的。感觉就像是二十年前的书，我想读的是就在当下的互联网思维和营销类的书啊！

书内容质量很差，后悔购买。内容是拼凑的，数据是拼凑的，缺乏逻辑性，可读性差，是我阅读过的关于互联网的书里最差一本。

[互联网新思维：未来十年的企业变形计_下载链接1](#)

书评

互联网思维必读图书系列之二：《互联网新思维：未来十年的企业变形计》 2014-06-14
荣振环 荣振环微书评 互联网思维第二书：《互联网新思维：未来十年的企业变形计》
本书作者戴夫·柯本是我比较欣赏的一位智业人士。他所创立的营销公司众爱公司致力于帮助品牌、组织、政府部...

这本书是一本教人怎么在互联网时代下做企业开公司的书籍，有点励志，看完之后我觉得我都能去开公司了。但当然的开公司不是这么简单的，这本书只是从企业文化、企业与用户与员工之间的关系这些篇人文关怀方面来讲述了应该如何开公司，也就是一个企业的内核和根本思想方面。至于...

[互联网新思维：未来十年的企业变形计_下载链接1](#)