

# 解密小米：互联网思维下的商业奇迹



[解密小米：互联网思维下的商业奇迹\\_下载链接1](#)

著者:磐石之心

出版者:清华大学出版社

出版时间:2014-10-1

装帧:平装

isbn:9787302381747

磐石之心想要创作《解密小米-互联网思维下的商业奇迹》一书，因为对于小米的成功

，太多的盲人摸象！太多的恶意攻击、恶意吹捧、恶意营销！但是无论多少质疑与掌声，小米都值得创业者和传统企业学习！

读《解密小米-互联网思维下的商业奇迹》可以获得什么：了解如何选择创业方向？了解如何进行企业和产品定位？了解如何进行粉丝营销？“饥渴营销”真的罪孽深重么？互联网思维真的是为了颠覆传统产业么？小米真的能干掉腾讯、百度、阿里巴巴么？One more thing...

作者介绍:

王斌，笔名磐石之心，互联网IT资深预言家，第一个提出互联网未来竞争是在线生活方式的竞争，现在已成为现实；第一个提出3G推广应先推数据业务，并被中国移动等运营商采纳；第一个将全球品牌发展成为三个阶段，并预测现在正在进入品牌消失时代；第一个提出上网本是过渡性产品，观点得到市场检验；第一个提出IT产业下一波浪潮是“融合”，并著有《融合事代》一书，目前产业融合正在发生。

目录: 目录

第1章 小米公司诞生在风口上

雷军的“顺势而为”创业经

创业就要先搭班子再定战略

米聊的失败

MIUI的成功

“顺势而为”的小米如同坐上了火箭

树大招风的小米诽谤参半

给创业者的启发

第2章 雷军：乔布斯的门徒

“雷布斯”名字的由来

小米走在学习苹果的路上

乔布斯门徒之争

雷军与黄章都是乔布斯的门徒

360兵败特供机 周鸿祎不服输

小米为何要托起苹果和乔布斯的衣钵？

给创业者的启发

第3章 小米的定位科学

小米手机缘何能靠“发烧”定位一炮走红？

定位不只是口号更是一种能力

小米盒子如何通过定位区隔山寨盒子？

“年轻人的第一台电视”打动了谁？

“小米路由器=家用服务器”拒绝做低端货

小米“另类”成本定价

实现“另类”定价策略需要三个条件

为何定位“没有设计就是最好的设计”？

为什么定位“一块钢板的艺术之旅”？

雷军食言“只做发烧手机”

“每个人都能享受科技的乐趣”不是最后一次定位

给创业者的启发

第4章 粉丝即经济

粉丝营销具有神奇魔力

把雷军包装成“明星”

互动，拉近粉丝与偶像间的距离

像明星一样与粉丝做朋友

粉丝营销关键词1：真诚

粉丝营销关键词2：战略  
粉丝营销关键词3：专业  
粉丝营销关键词4：全员  
粉丝营销关键词5：药不能停  
粉丝营销关键词6：从线上走到线下  
每个粉丝都是产品经理  
几个用户参与设计小米产品功能的例子  
一定要把粉丝经济当做战略

给创业者的启发

第5章 饥渴的营销

“饥渴营销”为控制风险

饥渴营销的消费心理学解读

饥渴营销制造了“热销效应”

因饥渴营销而诞生的“黄牛党”

“饥渴营销”可以作为长期销售战略

给创业者的启发

第6章 真假互联网思维

雷军与王健林的争论

雷军谈小米的互联网思维

互联网思维并不等于互联网炒作

任正非和马化腾眼中的互联网思维

互联网思维不为杀死传统企业而生

任正非2014年6月16日谈互联网思维

互联网思维的“五步法”：组织架构扁平化

互联网思维的“五步法”：云人才

互联网思维的“五步法”：最高性价比产品

互联网思维的“五步法”：社会化营销

互联网思维的“五步法”：品牌口碑化

互联网思维诞生了“模式创新”

“模式创新”只是企业发展的第一步

给创业者的启发

第7章 小米手机能否继续高速增长？

小米开始走向成熟的四个标志

警惕增长率下降和手机平均价格滑落

小米在海外市场份额极低

“饥渴营销”能否复制到海外？

进军海外可能面临知识产权问题

小米应该传统营销和口碑营销并重

给创业者的启发

第8章 小米与BAT不可避免战争

小米估值4年暴涨160倍

小米软件服务收入占比仍较低

与BAT相比 用户数仍然悬殊巨大

智能家居前景光明 但困难重重

MIUI6正在悄悄进入BAT腹地

为小米买一个生态系统

小米IPO或让“BATX”之争快速到来

给创业者的启发

后记：四个男人站在了连接一切的风口上

．．．．．(收起)

[解密小米：互联网思维下的商业奇迹 下载链接1](#)

标签

互联网

小米

商业

饥饿营销

经管

历史

品牌

咨询时期

评论

很差

-----  
其实前面讲的故事和其他讲述小米的书无异,也就是说产品,粉丝,饥渴营销,最后两章倒说出了点意思,一个讨论互联网思维的真假,一个是讨论小米能否实现继续的高速增长.

-----  
互联网思维

-----  
垃圾，就是照抄网上的文章而已，能不能写的系统一点？这样的书都能出，也是醉了。

不过这本书还是验证了雷布斯的一句话，站在风口猪都能飞起来。作者选对了小米营销风正热的时候出版这本书，哪怕他写的烂，但也有出版社出，因为猪不够啊。所以，我也要去做风口的猪。

更像是微信上面一些关于小米文章的集合，不过对于雷军早期的一些微博记载挺详细，可以折射出他的心路历程

[解密小米：互联网思维下的商业奇迹\\_下载链接1](#)

## 书评

互联网思维这个词最近很热门，此书雷军也谈了小米的互联网思维，让我对互联网也有了全新的认识。让我知道了，对于创业公司来说，初期可能没有资金做传统营销，通过互联网进行口碑营销可以节省成本.....看了这本书，收获很多。

对于初创产品来说，我们作为推广运营，首先明确以下几点

- 1、过市场调研的方法找到用户痛点，提出解决方案
- 2、根据用户需求，做好需求分析；迅速完成原型，做好设计，快速开发，做好产品测试，保证用户体验
- 3、同时建立自媒体通道以及构建增长体系，为种子用户和后期运营打基础...

随着小米和雷军的成功，越来越多的书开始解密小米的成功秘诀。本人恰巧读过几本，其中个人认为这本是最优秀的，不仅详细解密小米成功的运营战略，销售战略还介绍了小米曾经走过的弯路，创业者可以从中汲取到很多经验教训。

这不仅是一本互联网思维的书，更是一本创业必读之书。作为后辈的我们，值得去学习前辈的成功秘笈。看这本书领悟到了雷军通过十几年的创业、投资经验的四个字“顺势而为”，这个经验着实的宝贵，我们创业者值得学习。

[解密小米：互联网思维下的商业奇迹\\_下载链接1](#)