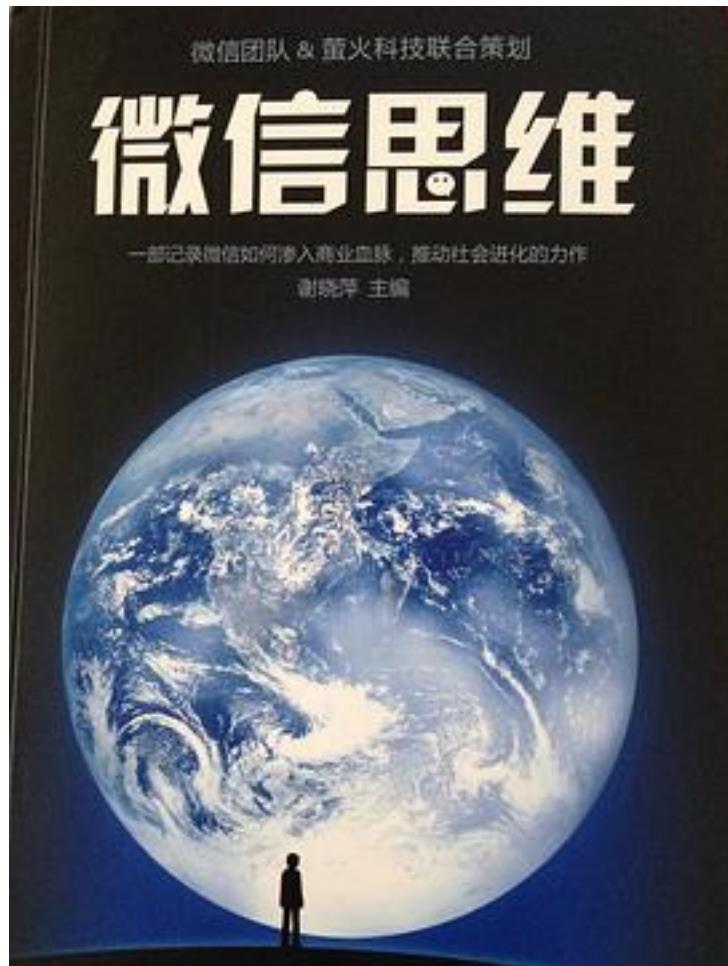


微信思维



[微信思维_下载链接1](#)

著者:谢晓萍

出版者:羊城晚报出版社

出版时间:2014-11

装帧:平装

isbn:9787554301418

微信团队&萤火科技联合策划

一部记录微信如何渗入商业血脉，推动社会进化的力作

作者介绍:

目录: 第一部分 微信思维的本质
第二部分 微信思维: 融合的风口
第三部分 微信规则: 无规矩不成方圆
结束语: 阳光的规则
· · · · · (收起)

[微信思维](#) [下载链接1](#)

标签

微信

互联网

微信营销

营销

思维

商业

电子商务

计算机

评论

深坑啊，反正对我是一点没用，加运费50多块钱，还预售限购弄得跟宝贝似的，在地铁上翻了十分钟就不想看了。讲的大多是联想这样大企业怎么经营微信商店，而对于我想

看的订阅号部分只有十来页，还是跟说明书一样指导怎么认证。文字比较感性，不够明晰，到底什么是微信思维只能用“你懂的”来总结。更别说砖头厚、大字号和宛如地摊5元一本的盗版合集式装帧设计了。失望，建议个人用户别浪费钱了。

一本软文集合

公关稿集合，没必要整这么厚吧，有骗钱的嫌疑

赶脚全书散发着一股『尽管这群企业都挺时髦，甚至有些还挺会玩的，但归根结底还是微信这个产品做得牛逼，能满足他们各种玩法』的酸爽感。

2015-1-27

去年11月就看了这本书，昨天又有朋友推荐，于是昨晚又重新翻了一下。微信思维，果真是出自微信的思维方式，单纯地显现了此一方面的思维方式。

乱翻书，有点贵了。

看段落名就可以了

《微信思维》阅读完毕，有人说全部都是企业案例觉得不好，但却很认真里面的“思维”，不在于他们具体的做法而是思维：1、看准趋势和机遇勇于做第一个吃螃蟹的人，2、了解自身和需要解决的问题，3、慢慢发现媒体特性，4、不断试错找出可行模式。之前初期也在更新微信号，牙牙问我和博客有什么区别，我说不知道然后就停了。现在更确定可行方案和成功是行动出来的，而不是先知道出来的。思维逻辑从思考-行动-思考转变成行动-反思-行动！

微信应用的行业案例，看看有所启发。

比较丰富的我一手案例，还是有些启发性吧。

增长见闻，看看别人怎么做营销。

知道是广告书，没想到可以烂成这样

最好的微信未来学习书。不过书中好多错别字：（

这本比较深入地写了案例，其中有意思的是通过对企业的采访写出了行业本身的特性如何与微信结合，比如其中联想、唯品会的案例尤其明显。

感谢老板赠书。里面的案例挺好玩的，比如上品折扣、王府井、海底捞、甚至是武汉的交警政务、深圳的供电等等。每个传统行业与微信的结合都会大有可为，在知道自己需要微信去做什么和怎么构建系统对接来实现的前提下。

说到底 大企业请直接联系腾讯开发 小企业请搞搞创意弄好服务。就是这么一回事

暂时看起来还不错，序言很唬人有没有

PR合集……遥想当年出书的时候那个拽，又是预售又是只能在微信上买。翻来覆去的宗旨是：大企业请直接找微信团队开发，小客户就做好服务不要骚扰用户！其实最重要的是企业自身的流程再造！！

微信更欢迎服务号嫌边订阅号在这本书里表现得淋漓尽致~

然而自己也开始在朋友圈里插广告是否和当初的绝不打扰用户有所违背？

读的是电子书，所以没有其他人那种书那么贵读完没有得到等价回报的感觉。对我自己

来说，不断学习不断实践是目前营销的入门课。

其实是个微信号的案例集，不过是微信官方编的罢鸟。

[微信思维](#) [下载链接1](#)

书评

评《微信思维》 《微信思维》一书，一共分为三个部分。

第一部分主要是概述，概述的重点是，在今天这个互联网的时代：“微信不仅是一个平台，更是一种思维。”这句话多少有点让人费解，翻译成比较直白的话就是：“在今天这个互联网时代，你不用微信，你就Out了。” 所谓概述嘛...

首先自白，我是微信的铁粉，也长期关注微信的商业化，以下仅代表个人观点，不喜勿喷。第一，市面上的书良莠不齐，官方指南应运而生。

现在两类人最好忽悠：二三线城市望子成龙的学生家长和互联网焦虑中的中小企业老板。市面上的书良莠不齐，有写得洞察入微的，比如刘润的《...

随意翻几页，那种朋友圈链接文章的气息就扑面而来，只不过这一次是纸质版，微信思维果然是微信出品，带着强烈的微信基因，用纷至沓来的案例演练着一二三四的“干货”。不确定这样浅尝辄止的罗列到底算不算思维，微信二字倒是满篇都是。淘宝、京东饰演大反派角色，马化腾、张小...

虽然名字叫微信思维，但其实就是介绍了几个合作品牌的案例，内容明显像是媒体写出来的专访稿件，缺乏深度，不过作为了解微信营销的入门书籍，里面九州通利用微信做O2O卖药，联想通过微信服务号打通线下渠道线上管理的案例还是值得了解一下。

作为一个服务号的运营者，《微信思维》是我最近看到的非常不错的一本书，虽然没能

第一时间拜读，但是依然可以延伸出很多思考。到豆瓣上一看，发现评分比我预计的要低了好多。其中有相当一部分的观点认为：这本书基本上就是企业的软文合集，对于个人运营的号来说基本没有任何帮...

这本书在去年刚出的时候，因为顶着“微信团队”官方出品的名号，所以格外的拽。当时被老板逼着买几十本，简直是近年来买书最痛苦的经历。又是预售又是只能在微信上买，然后是漫长的等待，光要个发票来来回回发了好几封邮件，好吧，为了这个官方我忍。书到手上以后，或许是对...

本书出版于2014年11月，在当时微信公众平台和微信支付等，在后台确实没有明确而规则，开通一些业务比较复杂。微信出了这本书可以给商家一借鉴和启发。优点是案例比较多，覆盖的行业比较广，例子也是各个行业做的顶尖的微信公众号。覆盖了O2O、零售、药店、电商、物流等行业。缺...

目前看，微信的思维比阿里要高一个维度。一言以蔽之，微信要商家把erp和crm都做到微信上去，加上腾讯原本的巨大生态，基本上已经可以做到“万物互联”了。等到完成了还得了。而且相比阿里收购KFC，微信做的更轻，更节制和隐蔽，只是提供互联网技术服务而已，要的却是所有的数据...

-
- 1.通过许多实际商家的案例指导你如何去运用产品思维，用户思维去运营微信。要根据自己产品属性及根据用户内心真正的需求，去开发功能／制定活动满足用户的喜好，进而增粉及订单转化。
 - 2.在这个互联网迅速发展的时代，要思维敏捷，及时了解市场不断的迭代更新自己的产品...

作者，你好。请问购买了此书很后悔，如何退款?
作者，你好。请问购买了此书很后悔，如何退款?
作者，你好。请问购买了此书很后悔，如何退款?
作者，你好。请问购买了此书很后悔，如何退款?
作者，你好。请问购买了此书很后悔，如何退款?

2014年买的唯一一本正价并另付了邮费的书，却由于拖延症直到2015年才读。全书通过多个行业案例介绍微信、特别是公众平台（服务号）的运营经验，不管是对自媒体个人、服务行业以及想通过微信取得商业收益的人或团体都有一定的指导意义，至于帮助多大，见仁见智。通过对微信的使...

怀着激动的心情买了《微信思维》这门书，本想一探微信的奥秘，但最后还是有点小失望。微信现在的战略是作为连接一切的入口，提供给所有用户、企业、第三方等等，让其自己发挥。正如书中所言，好药师、美丽说、联想、唯品会等在微信上尝到了甜头，也有了自己新的移动互联发展思...

1、微信团队背书：一开始以为，此书是微信团队内部人员对于微信工作的总结和分享，买来之后才发现作者完全是靠卖稿费的，和微信团队八竿子打不着。

2、书名叫做微信思维，你至少应该有些涉及到微信运营原理之类的把，结果全他妈的案例，而且内容不仅枯燥，没有任何实质的地方，...

乌托邦看了通篇，虽然《微商思维》只讲微信，但应该从小米的论坛开始，小米刚刚开放的时候，论坛的粉丝是小米手机最开始的地方，这是我觉得是学习魅族手机黄章的做法，一下子积累了铁粉，然后，后来是雷军用上了微博，刚好微博刚开始，用雷军的影响力来带领着小米的粉丝经济达...

市面上的书良莠不齐，有写得洞察入微的，比如刘润的《传统企业，互联网在踢门》，深入论述了传统企业转型的方法论和路线图。也有教你上个时代低级炒作术的。买来就觉得浪费钱，low到不想理它。还有某书，用整整一个章节介绍新浪微博黄V和蓝V的区别，用另整整一个章节介绍微信“...

看这本书要看读者拿什么心态了

怎么说也是微信官方的，不看，怕遗漏什么，看了，还真没什么特殊的东西
所谓的微信思维，我看的就是用户为上，创新，快，极致，细节等，这些虚幻的东西
真正的操作步骤，这里没有可以当做一本微信的公关传记来看

[微信思维 下载链接1](#)