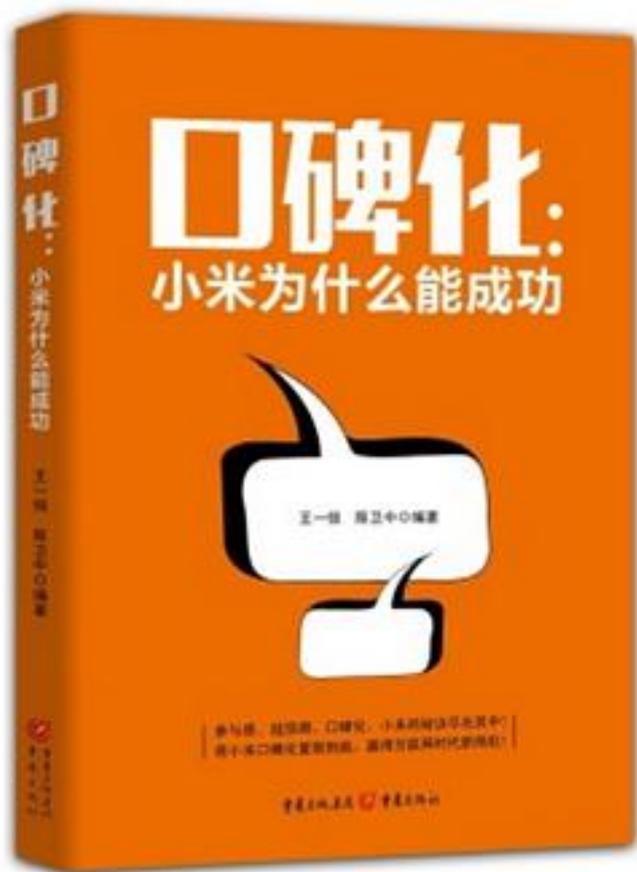


口碑化：小米为什么能成功



[口碑化：小米为什么能成功_下载链接1](#)

著者:王一恒

出版者:重庆出版社

出版时间:2015-9-1

装帧:平装

isbn:9787229099565

《口碑化：小米为什么能成功》以小米科技公司为研究对象，深入浅出地分析了小米成功背后的秘密。该书一共分为十章。第一章：小米的“群众路线”：因为粉丝，所以小米。告诉读者互联网思维的核心是粉丝经济。第二章：天下武功，唯快不破：小米用快字诀独步天下。用具体的分析讲述如何才能做到快速迭代。第三章：找准企业的DNA：

小米的DNA就是互联网DNA。剖析了小米是一家互联网企业的本质。第四章：用户体验至上：没有完美体验，用户凭什么钟情你。以海底捞的服务为例子，强调了用户体验的重要。第五章：做出让用户尖叫的产品：不做中国苹果，要做世界小米。讲述了小米如何向同仁堂学习做产品。第六章：重新定义营销：小米用互联网思维改造传统营销。解释了口碑营销才是最佳营销。第七章：单打独斗难成大事：小米要建全链条覆盖的移动互联商业帝国。揭秘了小米生态圈的建立。第八章：逼疯自己，逼死别人：没有新的管理理念，就无法做强做大。逐一分析了不设置KPI的新型制度和透明的利益分配制度。第九章：多管齐下才能走得更远：小米用铁人三项突出重围。即软件、硬件、互联网服务一体化。第十章：征途漫漫，小米的未来将走向何方。分析了机遇和挑战并存的大环境。

作者介绍:

王一恒，是工商管理学硕士，知名企业管理专家，曾为英特尔、西门子、日立、奇瑞、蒙牛、伊利、北车、南车、国药、三九、中美史克等国内顶尖企业提供培训咨询服务。

陈卫中，毕业于武汉大学，电商专家，现任阿里巴巴资深讲师。

目录: 前言 / 1

第一章 小米的“群众路线”：因为粉丝，所以小米 / 1

互联网思维的核心就是粉丝经济 / 2

小米粉丝不仅是粉丝，还是产品经理 / 6

小米把用户当朋友，而不是上帝 / 11

兜售参与感，让粉丝参与到品牌建设中 / 16

走“群众路线”，将服务做到极致化 / 21

粉丝营销的几个关键词 / 26

第二章 天下武功，唯快不破：小米用快字诀独步天下 / 33

迅速迭代，让小米所向披靡 / 34

在快速前进中也不忘冷静思考 / 39

组织架构扁平化促使小米极速前进 / 44

如何才能做到快速迭代 / 50

第三章 找准企业的DNA：小米的DNA就是互联网DNA / 55

小米是一家互联网企业 / 56

小米只在互联网上卖手机 / 62

小米的DNA就是重视冰冷的数据 / 67

小米玩转互联网“概念股” / 73

第四章 用户体验至上：没有完美体验，用户凭什么钟情你 / 79

互联网思维就是给用户最棒的体验 / 80

产品，至关重要的体验门户 / 85

不是你做了什么，而是用户感受到了什么 / 89

不要把自己当生产者，要把自己当做顾客 / 93

跟海底捞学做服务 / 97

第五章 做出让用户尖叫的产品：不做中国苹果，要做世界小米 / 101

最好的产品就是能让用户尖叫的产品 / 102

低价格高配置，做性价比最高的产品 / 106

跟同仁堂学做产品 / 110

让你的产品乖乖替你说话 / 114

第六章 重新定义营销：小米用互联网思维改造传统营销 / 119

首发+期货让小米轻装上阵 / 120

小米的差异化营销战略 / 125

用饥渴营销制造热销效应 / 131

痛点就是卖点 / 135

口碑营销才是最佳营销 / 138
小米的社会化营销就是做广告不花一分钱 / 142
第七章 单打独斗难成大事：小米要健全链条覆盖的移动互联商业帝国 / 145
小米通过米联建立互联生态圈 / 146
环环相扣的小米生态圈 / 150
让三大运营商做自己的免费销售渠道 / 155
第八章 逼疯自己，逼死别人：没有新的管理理念，就无法做强做大 / 159
“中老年团队”也能展现出极客精神 / 160
花80%时间用在高级人才挖掘上 / 164
强调责任感，不设KPI / 170
透明的利益分配机制 / 175
第九章 多管齐下才能走得更远：小米用铁人三项突出重围 / 179
MIUI：没有MIUI系统，就没有小米公司 / 180
小米的铁人三项：软件、硬件、互联网服务一体化 / 186
寻找战略合作伙伴，小米要建立庞大帝国 / 190
第十章 征途漫漫，小米的未来将走向何方 / 197
平台为王，小米也要成为阿里巴巴第二 / 198
小米将会由一个裂变成三个 / 205
巨头对决，小米有机遇更有挑战 / 210
附录：小米公司大事记 / 213
· · · · · (收起)

[口碑化：小米为什么能成功 下载链接1](#)

标签

互联网思维

营销

经济

广图借阅

雷军

用户体验

小米

企业管理

评论

感觉像是把关于小米的资料梳理了一下，然后就出来了这么一本书。粉丝经济，互联网思维，快速迭代，互联网营销，平台，跳跃式估值发展。里面的内容在参与感，小米的宣传，评论里面都有了，没有看到太多作者自己的东西和想法。口碑化貌似也就是为小米做的一个注脚而已了，可以很快的浏览翻过一遍，如果一直都有关注小米的话，大部分内容应该都是知道了，这本书感觉是编而不是著的。看得快的话，应该两三个小时就可以翻完了。

[口碑化：小米为什么能成功 下载链接1](#)

书评

[口碑化：小米为什么能成功 下载链接1](#)