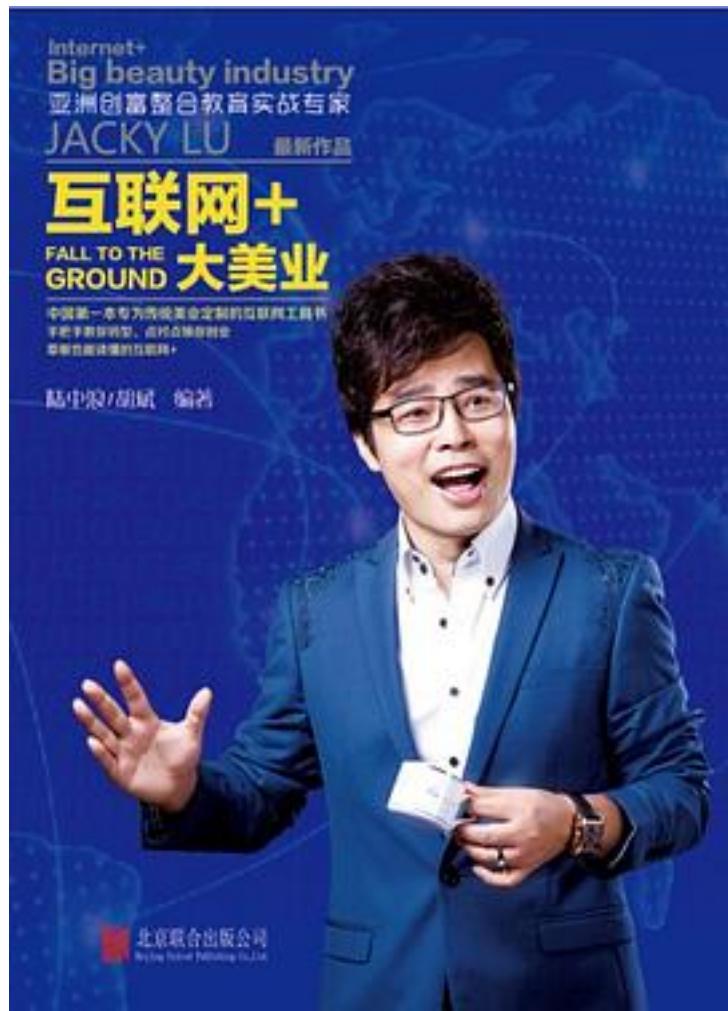


互联网+大美业



[互联网+大美业 下载链接1](#)

著者:陆中浪

出版者:北京联合出版公司

出版时间:2016-5-20

装帧:平装

isbn:9787550272873

“互联网+”的到来，我们这些传统企业该何去何从？用互联网思维变革美业，让美业

再次进入下一个黄金30年迫在眉睫。

本书从“互联网+”的本质、营销方法论、大美业的现状、引爆大美业、大美业的未来等这几个方面来阐述，用几十个鲜活的O2O案例，深度剖析传统美业转型升级的实操方法。

如果你是一个想转型的传统企业家，

如果你是一个想了解当下O2O现状的创业者，

如果你是一个想在“互联网+”时代做革命者的大美业人士，

.....

本书就是为你而写！

作者介绍：

陆中浪：

一位从零创业，没有打过一天工，也未领过一天工资，仅仅用了5年时间就拥有二十多项投资产业、三十多家公司，涉及服装、餐饮、形象美妆会所、化妆品、房产、旅游、教育培训、电商、信息文化艺术产业等领域，成为一名百战不殆的创业实战家，成为很多投资商、媒体、企业代表和无数年轻人追逐热捧的“创富名人”。

他与全球最大的中文搜索引擎网站——百度建立的百度营销大学，创建成立了“百度营销大学授权企业培训中心”。他与经国务院领导机构批准创办的中国计算机函授学院共同成立中函院电商学院和中函院形象美妆学院，并亲自担任院长，推出高学历课程。他与亚洲最大网络零售平台——淘宝网创办的淘宝大学强强合作，创建成立了“淘商学院”，课程被100多所高校植入为必修课或选修课。他联合全球各大权威行业协会发起的中国国际形象节、亚洲美妆师节、世界美业大会等系列活动已成为中国及亚洲首屈一指的时尚产业专属的国际平台盛典。

他出版了《桥梁——解放“忙”老板，唤醒“懒”员工》、《美丽财富——如何从零创业到百万》、《创业当总裁》、《招生》、《店长》、《智慧说服之道》等书籍。

胡斌：

中国网络科技协会副会长，中国计算机函授学院电商学院客座教授，中国校企联盟学会副秘书长，大学生众创平台创业导师，中形委全国高端名师大讲堂特聘教师，亚太联盟十大咨询师，2015全国电商培训杰出教练，2015全国美业十佳杰出知名人物，美盟集团CEO，移动电商实操落地专家。

目录: 目录

第一篇 全面看清“互联网+”的本质

第1章 拨开“互联网+”的神秘面纱 /003

一、不同人眼中的“互联网+” /003

二、“互联网+”的三个现象 /006

三、理解“+”的五个层次 /012

第2章 “互联网+”给传统企业的当头6棒 /015

一、思维的迭代：感觉代沟越来越大 /015

二、业绩的疲软：企业利润空间压缩 /016

三、经验的无效：过往经验毫无用处 /017
四、技术的更新：胆量酒量不再管用 /018
五、渠道的依赖：销售渠道完全颠覆 /019
六、结构的老化：年轻员工越管越累 /020
第3章 “互联网+”时代传统企业转型的6个困境 /022
一、头脑束缚—放不下原来的江湖地位和成功经验 /022
二、方向不明—搞不懂互联网时代年轻消费者的需求 /024
三、管理脱节—不懂得扁平化管理模式 /026
四、无人可用—原来的老臣都不懂互联网 /027
五、绩效脱节—绩效考核系统没有互联网化 /029
六、不敢创新—如果没有颠覆，则称不上互联网化 /030
第4章 “互联网+”战略落地的6个必备要素 /033
一、开放—摆脱转型恐惧症，打破传统思维 /034
二、创新—过去的已成历史，积极面对现实 /036
三、洞察—机会一直在身边，寻找行业痛点 /037
四、革新—竞争力就是革新，微创新是亮点 /039
五、文化—文化力才是命脉，打造精神产品 /040
六、模式—自己变到助人变，投资将是高地 /043
第二篇 “互联网+”时代的营销方法论
第5章 线上推广展示的7个途径 /049
一、网页推广“霸屏系统” /049
二、自建独立的APP营销 /051
三、微信商城推广 /052
四、各个电商平台推广 /055
五、各行业垂直电商平台推广 /056
六、通过餐饮类O2O平台推广 /056
七、其他细分市场的O2O平台推广 /057
八、线上支付工具的运用 /057
第6章 “互联网+”时代推广媒体的变化 /059
一、自媒体—去中心化，让每个人都成为媒体 /059
二、他媒体—借助平台，让传播产生裂变效应 /064
三、O2O营销模式的意义 /064
第7章 “互联网+”时代二维码的运用 /067
一、二维码基本定义及分类 /067
二、二维码与移动营销应用 /068
三、二维码与O2O模式应用 /069
四、二维码的其他常见应用 /072
五、创意应用—经典二维码实战案例 /072
六、二维码优惠券的四个优点 /080
第三篇 “互联网+”时代大美业的现状
第8章 互联网+大美业的现状报告 /085
一、消费渠道分析 /086
二、市场总量分析 /094
三、行业变革趋势 /098
第9章 传统美业四大红利的得与失 /101
第10章 传统美业当前的六大死穴 /103
一、竞争激烈 /103
二、员工流动性大 /103
三、房租成本高 /104
四、客源不稳定 /105
五、办卡后成为死卡 /105
六、没有现金流 /105
第四篇 “互联网+”引爆大美业
第11章 2015大美业“互联网+”行业分析报告 /109

一、美业O2O 市场格局 /110
二、美业用户行为分析 /112
第12章 互联网+ 美容 /115
第13章 互联网+ 美发 /130
第14章 互联网+ 美甲 /151
第15章 互联网+ 医美整形 /159
第16章 互联网+ 美妆 /182
第17章 互联网+ 美业教育 /202
第18章 互联网+ 美业管理 /208
第19章 互联网+ 美业社交 /211
第20章 互联网+ 综合美业平台 /215
第21章 互联网+ 美业跨境电商 /221
第22章 互联网+ 传统美业门店 /225
第五篇 互联网+ 大美业的未来
一、面对“+”的抉择 /231
二、拭目以待大美业最新模式“O2O2O” /232
· · · · · (收起)

[互联网+大美业](#) [下载链接1](#)

标签

我想读这本书

好书，值得一读

大美业

互联网

实用

写作态度严肃而内容好读

工具书

商业

评论

互联网到底有多少潜能？各行各业都有无限发展的可能，大美业的从业者们通过实践和不间断的学习，呈现这本书的事实。内容保守而真诚，不冒进也不庸俗，很客观的把互联网+与大美业结合起来，阐述细分行业中互联网+的潜能和大数据的美妙。

烂书一本

应该是面向美业从业人员的互联网书籍，简单看看，算科普了。我是互联网美业从业人员。

泛泛而谈

由于在做美发相关的APP，同事推荐购买，电子书19.9，就特么这点东西也好意思卖这个钱？观点烂的一笔，只要是稍微在互联网圈子里待过的人一眼就明白，什么破玩意儿！

互联网时代的营销模式，有一定的参考作用

[互联网+大美业 下载链接1](#)

书评

中国已经全速进入互联网+时代，各行各业都在不断地与互联网结合在一起，+在一起。这本《互联网+大美业》号称中国第一本专为传统美业定制的互联网工具书，手把手教你转型、点对点领你创业，是一本草根也能读懂的互联网+
我是一名草根，对于互联网+也是略有耳闻，但是什么是互联...

前几天坐顺风车，车主是位态度温和的男士，外表看起来挺年轻，但车内播放的经典老歌暴露了他的年龄。他坦言自己开顺风车不是为了挣钱，只是想找个人聊天。言谈之中他突然问起我的行业。当时千千悦翊线下服务地点的租赁合约刚刚洽谈成功，于是很自然地回了一句：美业。他表示听...

这是中国第一本专为传统美业定制的互联网工具书，手把手教你转型，点对点领你创业，草根也能读懂的互联网+。本书作者可以说是一个传奇人物，没有打过一天工，没有领过一天工资。仅仅用5年时间就拥有二十余项投资产业，三十多家公司，简直就是太牛了。这样一个牛人写的书真心...

美容、美发、美甲、医美整形、美妆、美业教育、美业管理、美业社交、美业跨境电商……这些耳熟能详的词语，加上互联网+的前缀，会发什么变化？全民创业之风轰轰烈烈，互联网的热潮创造了多少神话故事，如今写互联网的书多如牛毛，但是讲互联网和传统美业领域的书少之又少...

整形美容市场规模世界第三 全年隆胸数量全球第一
产业高达4000亿元人民币且以每年约30%的增速发展，是继房地产、汽车、旅游之后的
第四大服务行业……
这些都是2015年中国医疗美容行业交出的成绩单。（据前瞻产业研究院《2016-2021年中国美容机构行业市场前瞻与投资战略规划分析...

书名提到的互联网+如今成为一种趋势。它是一个新兴词语，起先出现在总理的政府工作报告中。相信大家对互联网并不陌生，而互联网+究竟是何方神圣，不同阶层的人有不同的理解。雷军说，“互联网+”的意思就是怎么用互联网的技术手段和互联网的思维与实体经济相结合，促进实体经济...

互联网+，这个词相信大家在各种各样的新闻媒体以及相关的营销管理书籍等都已经看过多次了，已经不陌生了。虽然政府机构都在强调互联网+的概念，但是在很多人的心里还是反应不是非常大，只有少数与互联网相关的产业，例如金融，股票，互联网P2P理财，游戏等行业可能接触的...

现如今是一个怎样的商业时代？毋庸置疑，这是一个“互联网+”时代，所谓的“互联网+”，是一种互联网和其他传统产业相结合的模式，作为先进时代所催化出的神奇产物，加之当代人最为追捧的主题：“美”，则更是一发不可收拾了，想要发展，就要懂得创新，抓住机遇，敢于实践，不...

[互联网+大美业 下载链接1](#)