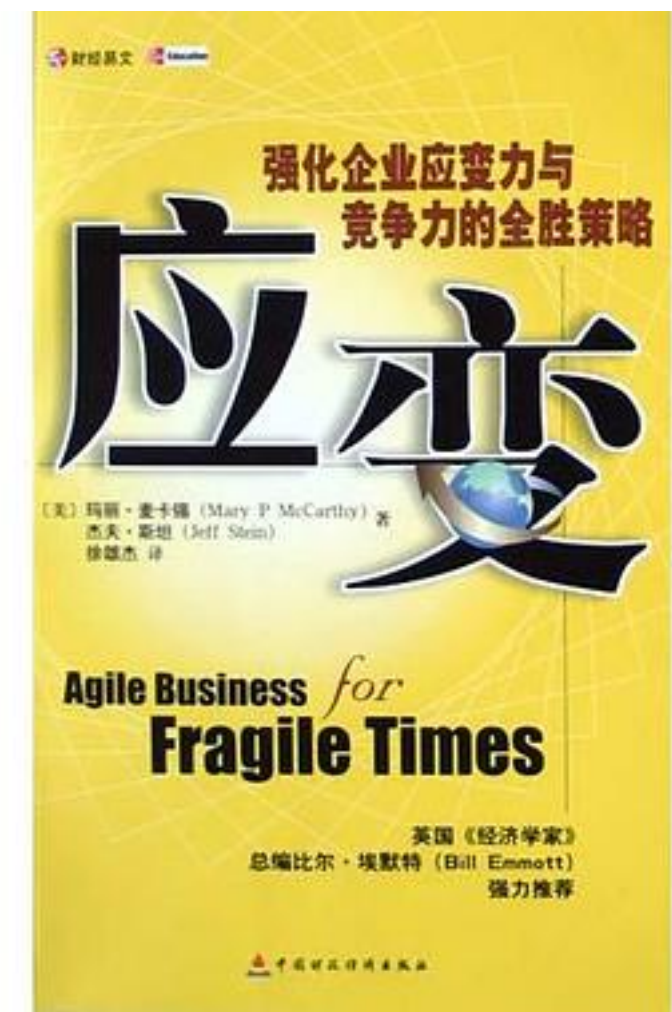


应变



[应变_下载链接1](#)

著者:群邑

出版者:企业管理出版社

出版时间:2017-12-1

装帧:精装

isbn:9787516416327

中国移动互联网的发展太快，不仅改变了媒介形态，还颠覆了很多传统营销模式。所幸

的是，营销人对互联网变革反应是最迅速的，用户在哪里，他们就将目光投向哪里。应势而变是营销人和客户共同的追求方向。

群邑作为一家全球营销传播公司，有责任 and 意愿为新时代的营销挑战付诸研究，并尝试提出对策。我们希望从媒介的角度揭示这些变化和背后洞察，激发思考，以数据为工具，打通消费者参与管道“新”“旧”融合，并最终促进更健康的营销生态。

作者介绍:

目录:

[应变_下载链接1](#)

标签

移动营销

营销

群邑

市场营销

4a

艺术设计

整合

评论

观念比较新，不少分析和洞察可以运用到方案中，参考并学习了

移动营销已经从企业传播计划的一部分（投放xx媒体xx APP)变为了在有些节点可以引导传播计划的idea-generator(和小黄车合作、和keep合作（一下子想不到什么特别好的case来例证））。anyway，趋势能看到。

公司出版的书，给了很多灵感和新的思考方式，但是框架较散，需要自己整理

走心的干货，安安静静看了一天，收获颇丰。移动营销行业本就飞速发展，感觉还来不及沉淀就已进入下一阶段，但现象易逝，本质还在。在这个浮躁的行业下，能够静下心来理性思考，并书写成文，给作者点赞。书中语言明了，行业知识体系完整，有思考有总结有见解，值得一看～

[应变 下载链接1](#)

书评

[应变 下载链接1](#)