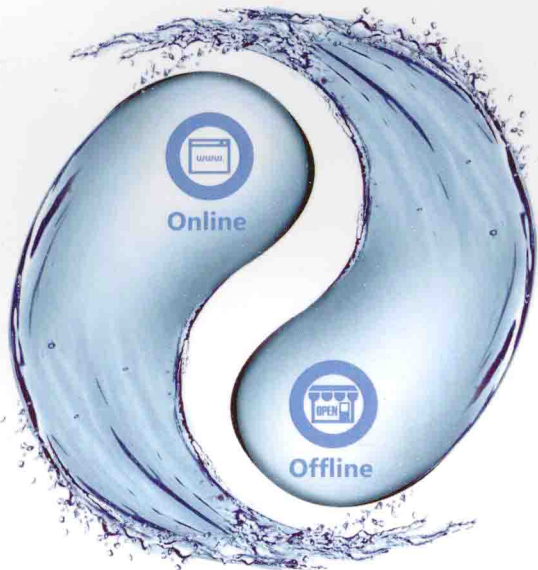


书中附录部分的**O2O模式执行手册**，帮助企业了解O2O模式，熟悉新的业务流程，明确各个岗位职责，是传统企业决胜电商时代的无价之宝。

博文
博文电商



电商时代 传统企业 O2O之道

让您的O2O战略顺利落地执行！

苏静 王宇静 著



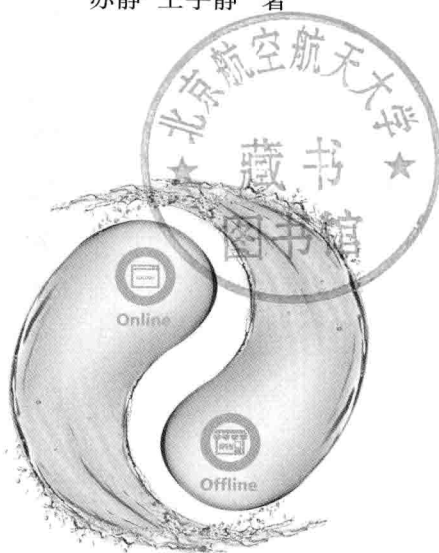
电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

014058888

F713.36
962

电商时代 传统企业 O2O之道

苏静 王宇静 著



F713.36
962



北航

C1746179

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

888820410

内 容 简 介

从早期的 B2B、B2C 发展到现在的 O2O，电子商务是商业发展的必然结果，线下与线上的相互融合也是行业升级的最有效手段。然而，O2O 作为一个新兴领域，人们对它的理解五花八门、良莠不齐，非常不成系统，应用方面还处于摸着石头过河的阶段。

本书系统地研究了传统企业如何运用 O2O，为目前面临各种渠道、营销、运营等困难的传统企业，提供了一种全新的运作和思维模式。本书讲述了 O2O 的几种模式；说明了 O2O 对传统企业的价值和颠覆，以及传统企业如何进行 O2O 模式操作；系统阐述和解读了传统企业借助 O2O 来顺利实现商业模式的转型和升级的典型案例；分析了 O2O 在传统企业营销、管理和运营等方面的巨大作用；经验性地总结了 O2O 组织的构建与组织文化，以及 O2O 的运营。

本书具有非常强的实用性和操作性，是传统企业立足互联网时代必备之法宝！

附录“O2O 模式执行手册”，是行业内第一本指导执行的手册，是首部讲解传统企业如何实操运用 O2O 标准化和系统化的应用手册，对实现传统企业商业模式的转型和升级有直接指导意义。

本书适合传统企业家、电商创业者以及电子商务公司的中高层领导参考阅读。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

电商时代传统企业 O2O 之道 / 苏静，王宇静著. —北京：电子工业出版社，2014.8

ISBN 978-7-121-23884-0

I. ①电… II. ①苏… ②王… III. ①电子商务 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 169292 号

策划编辑：林瑞和

责任编辑：徐津平

印 刷：三河市双峰印刷装订有限公司

装 订：三河市双峰印刷装订有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：720×1000 1/16 印张：14.75 字数：236 千字

版 次：2014 年 8 月第 1 版

印 次：2014 年 8 月第 1 次印刷

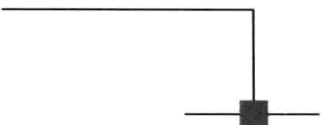
印 数：5000 册 定价：49.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：(010) 88258888。

作者简介



苏静 (suphia)

实战营销专家/职业培训师

华侨大学工商管理学院客座教授

国际品牌管理机构授权品牌管理师

厦门苏静企业管理有限公司首席顾问

功夫动漫(中国)有限公司副总裁

传统企业电子商务实践者



苏老师跟随中国服装行业一同成长，专注传统企业品牌战略规划及管理、传统企业电子商务转型战略规划、O2O 模式设计和管理体系的建设与实施辅导。

二十多年积累的行业实战经验，成功创新了“咨询+落地成果辅导”咨询模式，以专家视角，在技术支持和经营操作上帮助企业找出品牌战略、营销体系组

织结构、商品运营管理和终端管理等方面的问题，为企业提供从组织结构到操作流程再到标准控制的一整套操作系统。

著有《传统企业电商之道》一书。

苏老师微信号：sujig625

新浪微博：老妖苏静



王宇静

资深财经媒体人/东南早报财经记者

王老师专注民营企业变革发展的行业观察与研究，屡次荣获福建省新闻奖及全国商报新闻奖。



前

言



在虚实世界里寻找真实的钥匙

为什么要写这本书呢？我们反复问自己。

自 2013 年下半年开始，无论是大型企业的领袖、实体店铺的老板、电商从业者还是淘宝店主，总会时不时谈论起这个颇具神秘感的 O2O。

那么 O2O 到底是什么呢？

有人说 O2O 模式是传统品牌在网上寻找消费者，然后将他们引导到实体店铺中进行消费，从而实现线下购买的过程。

也有人说 O2O 模式是让互联网用户们从虚拟世界走进现实世界的新型营销概念……

这里讲一个有趣的案例。我们有一位做小食品进口的 50 后的朋友，在泉州开了间商店，不会用电脑，虽然买了个智能手机，也只是用来收发彩信、上网看新闻。不久前，O2O 兴起了，他也想尝试一下，于是他在我们的帮助下开通了自

己的微博、微信，在本地的社区论坛中张贴和推广了自己店面的信息，还在本地的团购网站上推出了一系列优惠活动。凡是来到店里购物的客人，他总是热情地让人扫一扫他的二维码，互加为微信好友；在客人生日的前一天，除了发送祝福以外，他自己会亲自送出一份小礼物；对于微信上出现的任何投诉，他都在第一时间亲自解决。就这样，他的忠实客户不断增加，这些客户来自于全国各地。诚然，他竭诚的服务造就了良好的口碑，因此才招揽了众多客户，但是 O2O 模式在这件事中也可谓是功不可没！

两个圈圈串起所谓的线上线下电子商务新模式，无论是圈里的还是圈外的，对于 O2O 的理解都还没有一个统一的标准答案。人们只是在搜索实践中自行领会这两个圈圈的魔力，有着自己的理解，正所谓千人千面——一千个观众眼中，会有一千个哈姆雷特。既然有魔力就难免会有副作用，不但很多圈外的人看不太明白，不少圈里的人也受困其间。人们本以为它的前景应该是一片光明，走到跟前却如坠五里雾中。我们要做的就是拨开这层迷雾，了解它的前世今生，并探究它未来的发展潜能。

在对新兴的 O2O 模式进行全方位的理解和分析后，我们将其主旨精炼为一句话：创造更多的消费机会。可是它的变化多端同样超出了我们的想象：可以互动，可以沟通，可以创造新的行业，甚至可以改变你的思维……它就像是只异形兽，你无法预知它还有多少种变化的可能。

引领潮流的互联网新秀与巨头们正在大刀阔斧地更改着移动互联网的格局，并购新闻层出不穷。他们也在逐步完善着产业生态结构，谋划着 O2O，力图从虚拟的空间走进现实世界。同时，随着移动互联网的快速发展而出现的 O2O 无疑给传统企业带来了更多的机遇。在国内，B2C 高速发展的 5 年多时间也是“传统渠道危机论”不断声势壮大的时期。马云等电商大佬在不断阐述和强调这种危机，一度让传统企业茫然失措。这种危机论不仅在中国出现，在美国，亚马逊也在逼

迫百思买转型。对于传统企业而言，与其认为 O2O 浪潮是一种颠覆，不如将其描述为一个巨大的发展机会。各种移动互联网成熟产品的引入，使得真正具有商业价值的、无缝的 O2O 模式业务的展开成为了可能。

这是两个值得深入研究的圈圈，一个圈里是如日中天的电子商务生态丛林，另一个圈里则是传统的街区与店铺生态链，两个圈之间的虚实分界正在“2”的牵引下逐渐消融，“虚实幻化”的新商业业态正在形成。见证它们的交融，并继续关注它们的发展，这便是我们编写此书的目的吧。

这是个规则日新月异的时代，这是个可以创造奇迹的时代。在虚拟与现实当中，每时每刻都有很多传奇诞生，每个传奇都可能成为一座里程碑，每座新的里程碑，总少不了篆刻碑文的人们，我们只是其中之一。



电商图书
领导品牌

博文电商旗下作家智库

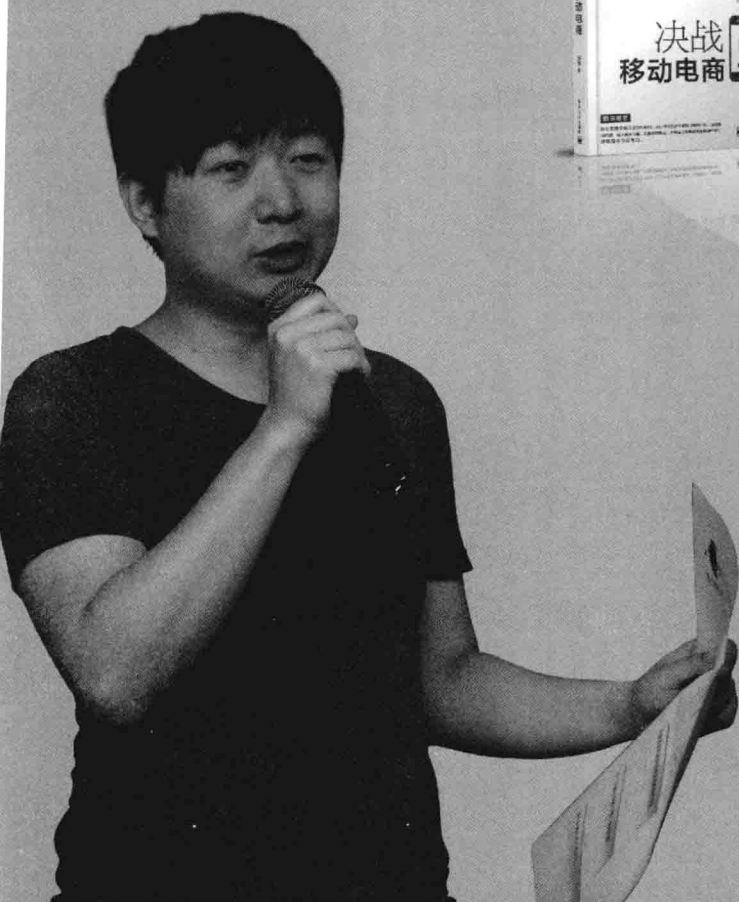
· 提升作家品牌 服务广大电商



《决战移动电商》

书号：978-7-121-22318-1

移动互联网时代的
企业生存之道



周翔 移动电商实践先行者

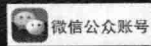
2011 年创立 Kancart 移动电商平台。2011 年《创业家》年度黑马大赛决赛获奖。在阿里巴巴《天下网商》杂志开设移动电商专栏。2012 年福布斯杂志中美 30 位 30 岁以下创业者明日之星之一。PayPal 全球移动战略合作伙伴，亚太区移动战略合作伙伴。2013 上海市团委，第一财经《梦想创业团》最佳商业模式奖。

博文电商

拥有百万电商读者



@网商武器库



网商武器库



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
http://www.phei.com.cn

博文电商旗下作家智库



电商图书
领导品牌

· 提升作家品牌 服务广大电商



《你的网站赚钱吗：
写给4000万中小企业的
网络营销工具书》

书号：978-7-121-18798-8

网络吸金策略全覆盖



《实战网络营销宝典：
网站赚钱谋略大全》

书号：978-7-121-21622-0

网站从建立，到盈利，
到成功的全面指导

刘徽

中国价值效果付费营销第一人

中国价值效果付费营销第一人，广州国瑞文化发展有限公司运营总监、广州胜道营销工作室营销总监，蚂蚁兵团网络科技有限公司总教练，国瑞商学院培训讲师，网络营销策划师，实战网络营销专家，广东机电职业技术学院特聘教师，多家企业营销顾问等职。多年来专心从事和研究网络营销与电子商务等领域，服务过的企业包括娃哈哈集团、广州凤经纬工贸有限公司、简格高隔间集团(鲁班墙)、广州晟启能源设备有限公司、广粮集团、中国惠民商场、欧曼尚品服饰、状元坊饰品、中国服装辅料门户网、广州礼品网、贝壳购等企业或网站。

交流 QQ: 1578223657

邮箱: zjcm_liuhui@163.com

微信号: alexlau850215 或者扫一扫

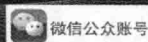


博文电商

拥有百万电商读者



@网商武器库



微信公众平台

网商武器库



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONIC INDUSTRY
http://www.phei.com.cn

淘宝大学 电商精英 系列教程



《网店推广·店铺内功》

定价：69.00 元



《网店推广·实战分析》

定价：79.00 元



《网店推广·核心工具》

定价：69.00 元



《网店美工实操》

定价：59.00 元



《网店视觉营销》

定价：59.00 元



《数据化营销》

定价：68.00 元



《流程化管理》

定价：68.00 元



《电商视觉营销（全彩）》

网商动力研究院 主编
朱华杰 苏然 刘雨晴 编者
ISBN：978-7-121-22120-0
定价：59.00元
营销大师教你电商视觉营销策略



《实战网络营销宝典：网站赚钱谋略大全》

刘徽 著
ISBN：978-7-121-21622-0
定价：69.00元
网站从建立，到盈利，
到成功的全面指导



《自由人——互联网实现了自由人的自由联合，这是一个天翻地覆的时代》

程苓峰 著
ISBN：978-7-121-22259-7
定价：55.00元
无论创业或工作，都可以借助互联网，
自由起来！



《网店美工宝典（2014版）（全彩）》

上上签设计 王楠 编著
ISBN：978-7-121-22100-2
定价：79.00元
网店美工2014年完全自学手册



《电商运营》

淘宝大学 编著
ISBN：978-7-121-17853-5
定价：45.00元
史上最权威开店教材



《玩法变了——淘宝SEO网店流量疯涨的秘密》

王伟 编著
ISBN：978-7-121-21631-2
定价：49.00元
解密淘宝SEO秘密，提高成交和转化率

全面拯救你的店铺！ 淘宝(天猫)这么玩才赚钱！



电商图书 旗舰品牌



淘宝大学卖家秘籍 官方权威作品！

集**20位**淘宝大学老师与核心卖家多年经验，
从**卖家角度**出发，诠释如何做好淘宝（天猫）！



官方微信：
wangshang03



精品电商图书



天猫O2O微信时代，
最直白的电商
零售学福音！



国内第1本将大数据
与电商完美结合的
权威之作！



国内首本移动电商
实操参考手册！



上百个微信微博运营
案例大揭秘，一本书
掌握微营销的奥妙



最接地气最具操作
价值的互联网
思维力作！



视频营销，未来十年
无可匹敌的营销武器

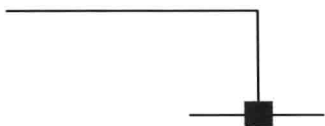


人人都有机会让网站
转化率提升300%



鬼脚七第1本
自媒体著作，
分享电商正能量！

目 录



第 1 章 O2O 的前生后世 / 1

1. 什么是 O2O 模式 / 3
2. O2O 模式对传统企业的价值 / 10
3. 传统企业 O2O 的风险及误区 / 21
4. 传统企业构建 O2O 的发展趋势 / 30

第 2 章 电子商务下的 O2O 模式 / 37

1. O2O 对中国消费者的影响 / 39
2. O2O 与二维码及微营销的结合 / 42
3. O2O 的运营管理和运营模式 / 55
4. 数据与 O2O 运营 / 60

第 3 章 O2O 如何颠覆传统行业 / 69

1. 转换中（失灵）的传统营销 / 71
2. 钢筋水泥加键盘模式的困惑 / 78
3. 数据化管理改变了营销格局 / 82
4. 几种有代表性的 O2O 模式 / 89

第 4 章 传统企业如何进行 O2O / 99

1. 构建适合 O2O 的管理组织 / 101
2. 塑造适合 O2O 的管理文化 / 113
3. 线上线下互动的 O2O 依存关系 / 119
4. 传统企业 O2O 的思路及法则 / 124

第 5 章 谁是玩转 O2O 的高手 / 131

1. 多种玩法共同推动 O2O / 133
2. 美邦挟巨资 O2O 卷土再战互联网 / 145
3. 奶粉品牌合生元的 O2O 之术 / 148
4. 雅鹿活动营销定向试点 O2O / 152
5. 飞雕智能情景灯饰的 O2O / 154

卷后语 / 160

附录 O2O 模式执行手册 / 163

第一篇 O2O 模式介绍 / 166

第二篇 O2O 模式关键词解释 / 167

第三篇 公司 O2O 模式业务流程及管理结构 / 171

第四篇 O2O 模式关键节点工作的操作指导 / 173

第五篇 O2O 工具使用说明及管理方法 / 181

第六篇 O2O 系统关键岗位职责说明书及重点工作事项 / 189

第七篇 总结模块 / 209

第1章



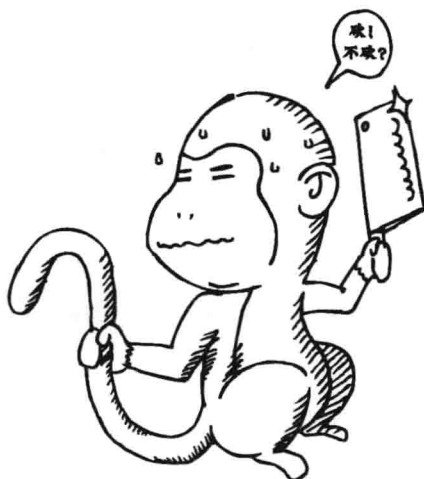
O2O 的前生后世



生命的节奏仿佛钟摆，在真假之间，在虚实之间，摇摆往复。真真假假，虚虚实实。真假之间，并非泾渭分明，虚实之间，往往一念之差。



寓言故事 猴子的尾巴



猴子想变成人，但是变成人要砍掉尾巴，猴子决定砍掉尾巴。动手前猴子被三件事困住了：

1. 砍尾巴的时候会不会很疼？
2. 砍了后身体还能不能保持灵活性？
3. 从出生开始一直以来就和它一起，不忍放弃它。

启示：在这个创新的时代里，需要改变，虽然改变伴随着痛苦，虽然改变会有风险，虽然改变在情感上会有些难受。