



互联网+

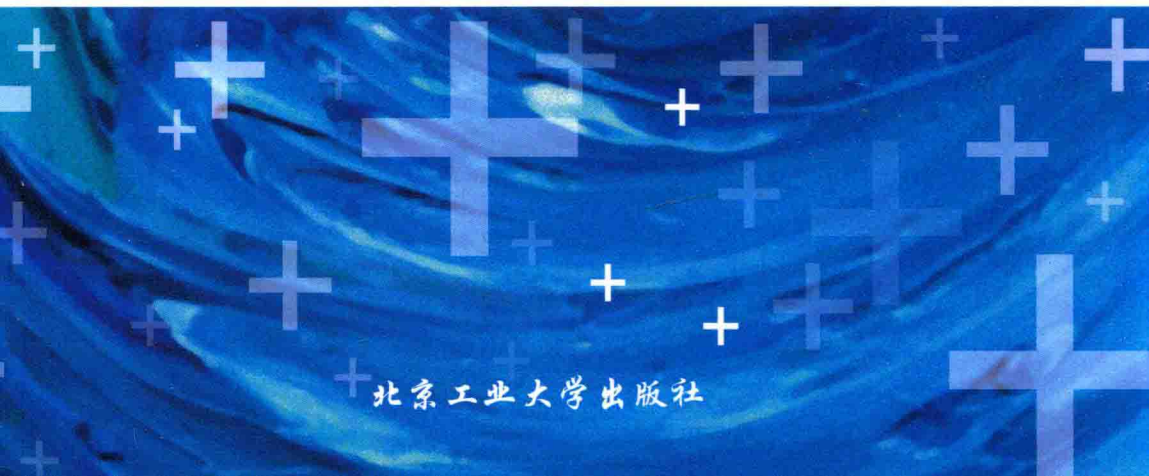
(彩色图解版)

——人人都能看懂的互联网+转型攻略

陈爱民◎著

INTERNET+

只有实用的互联网+套路，才能真正成就小微企业
用好互联网+战略落地的四种模式，你将有所作为



北京工业大学出版社

互联网+

(彩色图解版)

——人人都能看懂的互联网+转型攻略

陈爱民◎著

HULIANWANG+

北京工业大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

互联网+ : 人人都能看懂的互联网+转型攻略 / 陈爱民著. —北京: 北京工业大学出版社, 2015. 10

ISBN 978-7-5639-4473-6

I. ①互… II. ①陈… III. ①互联网络—影响—中小企业—企业发展—研究—中国 IV. ①F279.243

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第232853号

互联网+——人人都能看懂的互联网+转型攻略

著 者: 陈爱民

责任编辑: 杜曼丽

封面设计: 国风设计

出版发行: 北京工业大学出版社

(北京市朝阳区平乐园100号 邮编: 100124)

010-67391722 (传真) bgdcbs@sina.com

出 版 人: 郝 勇

经销单位: 全国各地新华书店

承印单位: 大厂回族自治县正兴印务有限公司

开 本: 787毫米×1092毫米 1 / 16

印 张: 16.75

字 数: 177千字

版 次: 2015年11月第1版

印 次: 2015年11月第1次印刷

标准书号: ISBN 978-7-5639-4473-6

定 价: 39.80元

版权所有 翻印必究

(如发现印装质量问题, 请寄本社发行部调换 010-67391106)

序 言

“互联网+”是什么？它又是如何一步步影响我们的生活的？简单来说，“互联网+”就是各传统行业与互联网的结合。各传统行业依托着先进的互联网技术、互联网平台、互联网产业链条，让互联网与传统行业得以深度融合，创造出了新的经济形态。在世界范围内，互联网+掀起了一股传统产业更新升级的热潮。

在这股热潮中，不管是大中型企业，还是小微企业，都在摩拳擦掌，谋求转型。在所有企业都在谋求转型之时，大企业依托着自身得天独厚的资源、平台和用户优势，往往能够在极短的时间内快速与互联网接轨。比如，银泰百货就与阿里巴巴联手，打造线上支付平台；美的和小米联姻，推出智能感应空调。

面对各大中型企业的纷纷转型，一些小微企业开始变得焦灼不安。大企业转型，要么做平台，要么做系统，要么做产业链，它们拥有丰富的资源、庞大的用户群体、翔实的数据……这些都是小微企业所不具备的。没有平台、没有数据、没有用户、没有资源，又不懂互联网营销技术，小微企业怎么转型？

所幸，互联网带给每个人的机会都是均等的，利用好互联网技术，让互联网成为自己的动力之源，每个身处互联网行业发展中的企业都有机会在互联网中成就自己。

本书不同于以往那些讲述“互联网+”的书籍，没有高大上的理论，也没有遥不可及的套路，所讲的都是具体的、可操作的，能读之即用的互联网+转型实战攻略。

在本书中，我总结了自己多年的从业经验以及为全国各地中小企业做指导时的实战经验，详细论述了小微企业怎样用“互联网+”来成就自己，在各行各业都在进行“互联网+”的情况下，小微企业、创业型企业是如何在夹缝中求生存的。

在当前形势下，不论国内还是国外，创业型企业很多，基数很大，面对互联网蓬勃发展带来的机会，很多年轻人都想投身其中，闯出一番属于自己的天地。

那么，在互联网时代，年轻人想创业，小微企业想发展，究竟该怎么做好自己的互联网营销？其实，只要用好一些互联网上的神器，不管是个人创业者还是小微企业都能获得不错的发展。

一个来自于贫困山区的80后小伙子刘鹏飞，于一次意外的机会，发掘出了商机——卖孔明灯。孔明灯结构简单，几乎没有什么技术含量，刘鹏飞自己完全可以做。

在拿到第一个月的1400元工资后，刘鹏飞炒了老板“鱿鱼”，用其中的400元进了100多只孔明灯，开始做电子商务。

通过上网查询，刘鹏飞发现阿里巴巴以及中国制造等平台上面都没有人销售孔明灯，但国外却有商家在通过谷歌搜索引擎搜索孔明灯。刘鹏飞认为这是一个机会，开始大力生产孔明灯。在这一阶段，刘鹏飞淘到了人生的第一桶金。



2008年，全国孔明灯厂家剧增，竞争惨烈，各大厂家打起了价格战。刘鹏飞意识到，必须把孔明灯推向国际市场。于是，刘鹏飞通过阿里巴巴的出口通以及谷歌搜索引擎将“会飞的中国灯笼”推向了世界。

2008年8月，刘鹏飞接下了德国第三大零售商150万只孔明灯的订单，他扩大了企业规模，让企业效益一再跨越式增长，实现了400元到7000万元的猛增。

没有平台不要紧，会利用现有平台就可以了。自身没有平台，80后小伙子刘鹏飞依然能够创业成功，给我们的启示是深刻的。在互联网时代，你只要善于利用身边一切可利用的互联网资源，你也可以创业成功。

对于小微企业以及一些个人创业者而言，我们身边最可利用的资源是什么呢？微信、微博等人们日常生活中离不开的手机APP是不可或缺的。

现代人的生活节奏正在不断加快，手机成为人们日常生活中的重要组成部分，只要我们能够在客户的手机上做文章，就能最大限度地吸引客户的到来，完成企业与互联网的完美接轨。

怎么用好现有的资源做好互联网+营销？必须掌握四大模式以及粉丝营销的四个阶段。

互联网+营销的四大模式是什么？是粉丝模式、免费模式、移动互联网模式和自媒体模式。这四种模式，哪一种都不需要企业投入太多的人力物力，但所起到的效果却是显而易见的。比如，滑屏解锁软件，就是通过切入用户的手机，手机用户通过滑屏解锁对其他APP应用进行下

载，就能获得相应收益，这极大地调动了用户的参与热情。

互联网+粉丝营销的四个阶段是什么？我们常说“无粉丝，不营销”，在互联网时代，想要留住自己的粉丝，需要做好这四个阶段：第一，搞定自己的朋友圈；第二，学会运营自己的公众号；第三，一定要有自己的APP；第四，建立自己的生态圈。

通过逐步深入，逐层升级，每个初创的企业或个人都能掌握互联网+的精髓，让互联网+的理论和套路为我所用，在互联网领域做得风生水起。

目 录

第一部分

只做“互联网+”
风潮的引领者，
不做追风人

第一章 满天遍地“互联网+”，小微企业将何去何从

为何理论学了一大堆，实行起来却处处碰壁 / 004

“互联网+”大潮汹涌袭来，你站在哪里 / 007

没有巨额资本，你也能玩转“互联网+” / 010

第二章 “互联网+”要因时而动，更要量体裁衣

你所掌握的“互联网+”，真的适合你吗 / 016

“互联网+”，+的是思维，而不是生搬硬套 / 019

大企业缓慢转型，小微企业快速上马 / 023

只有合适的“互联网+”套路，才能真正成就小微企业 / 027

第三章 怎么用“互联网+”来成就自己

培养自己的粉丝 / 032

整合身边的资源，创造免费增值服务 / 035

不再从互联网开始，直接进入移动互联网模式 / 039

做好自己的自媒体营销 / 042

第二部分

小微企业“互联网+”战略落地的四种模式

第四章 粉丝模式：“互联网+”时代，无粉丝不营销

互联网时代，没粉丝怎么行 / 048

快速吸引粉丝的十大方法 / 052

如何提高粉丝的质量，剔除“僵尸粉” / 058

搞好线上线下粉丝互动 / 061

警惕“掉粉”几大雷区 / 065

巧用微信点赞，让粉丝不请自来 / 069

如何维护好你的粉丝 / 072

吸引粉丝经典案例一：万达影城，开卡送福利，吸引粉丝齐聚 / 075

吸引粉丝经典案例二：珀莱雅，线上线下互动，粉丝疯狂参与 / 078

吸引粉丝经典案例三：泰康人寿，一元求关爱，赢得大批粉丝 / 081

吸引粉丝经典案例四：韩馨面膜，完美体验让粉丝心甘情愿留下 / 084

第五章 免费模式：放长线，才能钓大鱼

免费的往往是最贵的 / 090

解读免费模式的四个阶段 / 093

未来的店面都是免费体验中心 / 097

如何让免费变得更有价值 / 100

免费维修，让沉睡的老客户变成忠诚客户 / 104

免费送面膜，让面膜企业快速成长 / 108

第六章 移动互联网模式：直切主题，少走弯路

未来就是移动互联网商业模式 / 112

以用户为中心，将业务模式转成移动互联网业务模式 / 116

将办公移动互联网化，给员工配备最好的移动端 / 120

第七章 自媒体模式：每个人的影响力都将超乎想象

一个估值 1 亿元的自媒体代表着什么 / 124

假如你有一个好想法，就能吸引全球 400 万粉丝 / 127

做好自媒体，粉丝自然来 / 130

用微视频做好你的自媒体 / 133

自媒体 + 地推，让小微企业形成强大影响力 / 136

第三部分

小微企业“互联网+”运营的四个阶段

第八章 第一阶段：搞定你的朋友圈

微信朋友圈的两大生意模式 / 142

微信朋友圈的 C2C 模式 / 145

微信朋友圈的六大优势 / 148

写好文案，快速吸引粉丝的关注 / 151

增加微信内容的可读性，培养长线粉丝 / 154

引起共鸣，让粉丝心甘情愿替你转发 / 157

巧妙编写文案标题 / 160

把握精准的时间推送 / 165

第九章 第二阶段：学会运营微信公众号

打造专属的微信公众号 / 170

提升公众号的关注度 / 174

及时展开有效的人工回复 / 177

学会将“他的客户”转化成“我的客户” / 180

推送最热门、最受粉丝欢迎的内容 / 184

大打情趣营销牌的杜蕾斯 / 188

打造出业界首个微信美妆试用平台的聚美优品 / 192

第十章 第三阶段：一定要有自己的 APP

APP 不等同于微信号 / 198

让 APP 成为凝聚粉丝的平台 / 201

把 APP 作为企业晋级“互联网+”的跳板 / 205

第十一章 第四阶段：建立自己的生态圈

“互联网+”的终极目标就是建立自己的生态体系 / 208

让用户变成你的经营者 / 211

形成产业链条，企业才有长足发展 / 215

生态圈里的生意才是真正不朽的生意 / 218

第四部分

用好“互联网+”， 创造业界奇迹

第十二章 面对“互联网+”采用新策略

“小米”：4 年，从零到 100 亿美元 / 224

雕爷孟醒：从草根到四大互联网品牌的创业者 / 227

三只松鼠：如何从无名之辈快速成为知名网络品牌 / 230

卓典香料，在不景气的市场中，如何做到逆增长 / 233

祥帮设备，3 年业绩增长 20 倍 / 237

魔力鲜颜，从 40 万元卖到 2 亿元的面膜奇迹 / 239

东方惠乐：智慧循环养老，实现“互联网+”的行业创新 / 242

日赢集团：两条腿走路，坚持 O2O 战略 / 246

第五部分

结语

“互联网+”落地一定要有自己的套路与方法 / 253

只做“互联网+”
风口的引领者，
不做追风人

第一部分



只做“互联网+”
风潮的引领者，
不做追风人

时代的发展给了我们深刻的启示，在时代浪潮中，那些真正的强者往往能够成为潮流的引领者，而那些盲目追逐者则往往会死得很惨。

这个残酷的事实告诉我们一个亘古不变的真理：只有那些善于发现机遇，并抓住机遇的人，才可能会在时代发展的过程中获利，而那些后知后觉者，只会盲目追风的人只能看着别人满载而归而长叹。

第一章

满天遍地“互联网+”，小微企业将何去何从



2015年，不论是大中型企业，还是小微企业谈论最多的恐怕就非“互联网+”莫属了。随着互联网大潮席卷全球，互联网企业迅速崛起，互联网思维、互联网技术和互联网战略开始被越来越多的人重视。

越来越多的传统企业乘着互联网的快车，开启了企业新的发展历程。然而，面对漫天遍地的“互联网+”，小微企业却开始迷茫了。“互联网+”如何+？怎么+？+什么？

焦灼与恐慌同行，担忧与希望共生，面对漫天遍地的“互联网+”，患得患失的小微企业究竟将何去何从？

为何理论学了一大堆，实行起来却处处碰壁

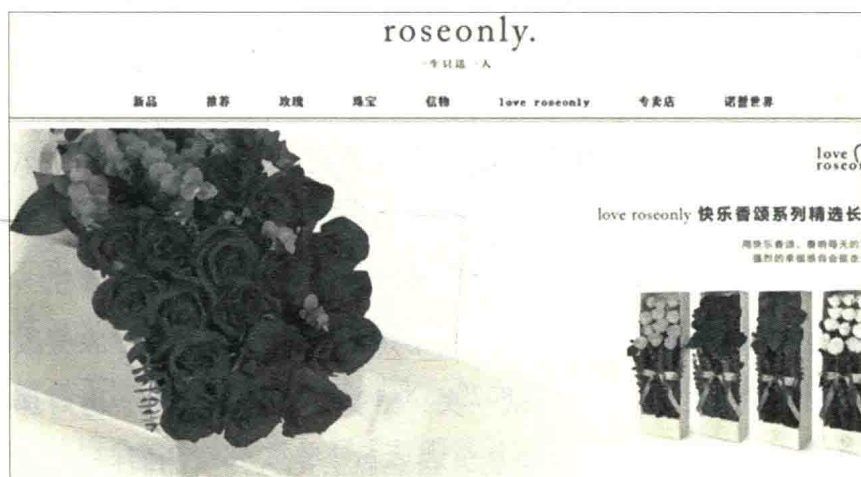
在 2014 年互联网思维火爆全球之际，有几个年轻的创业者闯入了我们的视野：开着大奔送煎饼的“黄太吉”、一生只送一人的“roseonly（中国高端鲜花品牌——诺誓）”、90 后情趣店老板马佳佳、用互联网思维卖肉夹馍的“西少爷”……

曾经一度，这些创业者们被各大媒体争相报道，其事迹也像是夏季漫天遍野的蒲公英一样，瞬间就传遍了大街小巷。这些年轻的创业先行者，给了后来者很大的信心。与此同时，这些年轻的创业者们也开始被标榜为成功的典范，在各个公开的场合介绍自己的创业经验、制胜之道。

然而，这些人说了一大堆关于互联网的理论，将互联网思维说得神乎其神，似乎只有互联网思维才能救一些初创企业于危难。但是真实的情况是怎么样的呢？有些人理论学了一大堆，真正实行起来却处处碰壁。

为什么会这样？让我们先看一看曾经被标榜为创业明星的这些人，目前的状况如何。

曾经以互联网营销手段，一年销售 500 万元的黄太吉风光不再，有的门店之前再不复往日的排队景象，而是变得门可罗雀；曾经以“浪漫”为主题，迷倒万千少男少女的“roseonly”，销量也出现了大幅下滑，业绩惨淡；曾经到处宣讲互联网思维的 90 后情趣店老板马佳佳，其“泡否”店内亦是冷冷清清；曾经一饼难求的“西少爷”肉夹馍，而今已经分崩离析，合伙人一拍四散。



为什么这些曾经的明星创业者们，会在这么短的时间内就草草退出了互联网竞技的大舞台？有关互联网的理论学了那么一大堆，为什么落地的时候却是那么难？

没有读透互联网思维的精髓，学再多的理论，也不过是纸上谈