

# 移动互联营销：从4P时代到4D时代 [Mobile Internet Marketing]



[移动互联营销：从4P时代到4D时代 \[Mobile Internet Marketing\]\\_下载链接1](#)

著者:赵占波 著

[移动互联营销：从4P时代到4D时代 \[Mobile Internet Marketing\]\\_下载链接1](#)

标签

评论

略看一下，还不错呦！赞一个

-----  
学校推荐用书。还没看。

-----  
从4p到4d，这是本不错的书。

-----  
嘿嘿，我导师的作品，必需顶一个

-----  
满意！！！！！！

-----  
红六月巅峰预告！超人气压力锅，6月17日0点259元耀世开售！敬请期待！】品类销售爆款，电脑版一锅双胆，方便快捷易操作，可插式上盖，清洗更方便！

-----  
全面讲述了企业移动互联的营销模式，书里面说的很全面很有价值，能够正确的引导企业创新，重新定义移动互联营销

-----  
书都不错，一直都是在这里买的。要是活动就好了！

-----  
很好的书，很新，纸质很不错

-----  
不错不错很不错

-----  
还没开始看呢

-----  
移动互联营销：从4P时代到4D时代

-----  
质量很好，字迹也很清晰，内容也很好，快递也很快的，很满意。

-----  
东西很好超棒，很喜欢

-----  
新思维，新视角，谈不上变革，但从中能学到一些互联网态势下的思维方式。

-----  
书不错，很有意思，可以开阔眼界！

-----  
这本书视野很广，观点新颖，案例分析很到位

-----  
移动互联网时代的营销从传统的4p理论要进化到4D，需要深入了解噢

-----  
好好好好好，学习了，有用

-----  
还可以吧，送货速度还可以

-----  
速度超快，当天下午买第二天上午到，书不错，已经在拜读。

-----  
凑单买的，还没看。

-----  
京东购物方便放心，只要不错买，一般都没问题。

-----  
移动互联新时代就是要这样的书，内容比较实用吧还

-----  
很棒，是正版书籍。

-----  
内容比较浮夸，很多事对垒起来的内容，看完没啥feel

-----  
一本很好的书，与其说从4p到4D，不如从说4P切换至4D

-----  
互联网+领域的创新之作！尤其是4D模型

-----  
好好好好好好好好好好好好

-----  
不断学习，自我提升，工作一段时间后得充电下

-----  
非常不错的商品，一直在京东直营购买！推荐购买

-----  
买了好多他还没看。书看着是正品

-----  
可以还没看。。。。。

看一看，学习一下4c的概念。

应该是正品，物流速度快

还没看 应该不错

帮单位买的书。方便快捷便宜。

不错，值得购买，快递很及时

内容不错，有些深，不能急，慢慢看！

还行吧，有些内容可以借鉴

还好还好，介绍大概的框架和体系

东西不错，配送师傅很热情。

京东商品，良心货！请持续关注

还没看，应该不错吧，凑够十个字

-----  
这本书不错啊！ 京东就是比淘宝?!

-----  
京东物流和服务都不错，支持京东

-----  
书很好，装订精美，很喜欢！

-----  
买的第二本……………???

-----  
物流挺快的，不错不错的。

-----  
很有用途，谢谢，第一次开始学

-----  
刚收到还没看，不过内容不错

-----  
挺使用的 不过还没看完

-----  
物美价廉，价格实惠。

-----  
不错，很好，信赖京东，谢谢。

-----

还可以，但一定要10个字！！！！

-----  
好书 哈哈哈哈哈哈叫啊啊叫

-----  
需求、产品和用户体验者是根本

-----  
模型4D很有启发！

-----  
不错的书，给别人买的

-----  
内容不错的，送货也很快

-----  
新观点 互联网思维 值得推荐

-----  
快递给力，没来的急看呢。

-----  
很好很不错，便宜实惠哦！

-----  
收到，完好无损！！！！ 未看

-----  
书非常不错 值得阅读！

-----  
不错。这是个挺好的东西

-----  
赞一个，知识就是力量

-----  
感觉还不错吧还没看呢

-----  
图书都是在京东上买的

-----  
很好啊 很好。。。。。。

-----  
非常值得看。

-----  
很好看。。。。。。。。

-----  
是正品 不错

-----  
帮公司购买的图书，排行榜考前的图书，非常好，京东配送的非常给力，书到后，放到书架上，供公司所有人阅读，非常非常赞！！京东快递小哥，带着微笑，人也非常耐心，非常好！大京东，赞一个！！

-----  
还没看。。。。。。。。

-----



不错。。。。。。。。。

不错，通俗易懂

很好的互联网营销的书籍，归纳的比较哈

还不错，能够自言其说。

不错不错不错不错不错不错不错不错不错不错不错不错不错不错

东西不错，谢谢。。。。。。。。。

值得推荐！

n很不错

是正版

挺好的

比较理论的东西~刚读了一半~总感觉还有植入广告了~

-----  
书就这样，概念和案例的堆砌，一般一般~

-----  
很好

-----  
很棒！值得推荐！很棒！值得推荐！很棒！值得推荐！很棒！值得推荐！很棒！值得推荐！

-----  
送别人的，只知道在京东买书好麻烦！！！！

-----  
很好

-----  
不错

-----  
还可以

-----  
嗯

-----  
好

-----  
???.(???)?☆.?:\*???:??

-----  
。??。!!~?。?!。 , 。??。

挺好的，以前重来不去评价的，不知道浪费了多少积分，自从知道评论之后京豆可以抵现金了，才知道评论的重要性，京豆的价值，后来我就把这段话复制了，走到哪里，复制到哪里，既能赚京东，还非常省事，特别是不用认真的评论了，又健康快乐又能么么哒，哈哈哈

在移动互联网、云计算、物联网以及大数据发展日益迅速的今天，传统企业面对一些新兴营销模式，如O2O、微信营销、网络支付等，所感受到的迷失和迷茫，对传统渠道管理和费用控制的力不从心，对顾客消费模式变化以及忠诚度的空泛理解等，都促使我们必须对传统经典营销模型进行思考和调整，以满足众多企业在营销模式和经营策略方面的迫切需要。

移动时代发展、产业转型升级、消费特点变革，要求管理人员从新的视角来审视和思考品牌与用户的关系，策划和开展更为有效的移动互联营销，《移动互联营销：从4P时代到4D时代（精装）》的4D模型提供了这种新视角。4D模型的构成要素包括：关注用户的真正需求（Demand）、向客户快速传递价值（Deliver）、跟客户保持动态沟通（Dynamic）以及基于大数据的决策（Data）。在此基础上借助大数据、平台化、跨行业等互联网思维重塑企业经营管理模式和价值传递渠道，通过社会化渠道管控全面建设和强化企业的运营能力，使企业初步具备全渠道销售能力，并通过协同线上线下业务、优化运营模式实现营销模式的互联网转型，形成全渠道价值链。

在企业互联网化的大背景下，从新的角度来审视和思考品牌与用户的关系，构建更为有效的移动互联营销体系，是企业管理人员必须直面的工作。北京大学赵占波副教授创造性地提出了4D模型这一新营销模型理论，这一新模型理论，在用友服务企业互联网的实践中有所验证，将对企业互联网化的发展具有重要意义。

实际上，担任领导职位的人往往缺乏领导力。美国知名领导者约翰·加德纳说：“即使在大型企业和政府机构中，级别最高的那个人也许只是头号官僚而已。”而且，领导职位还可能妨碍发挥领导力，原因之一是发挥领导力往往要求改变现状，而担任领导职位的人是现状的受益者，从而不愿意改变。

反过来，你也许只是一名保安、秘书、图书管理员……这并不说明你没有领导力，更不说明你不需要发挥领导力。每个人都需要发挥领导力。你至少需要在家庭中发挥领导力。即使你在你工作的组织中处于最底层，你也需要发挥领导力——你不仅需要领导你自己，还可以对你的平级发挥领导力，甚至自下而上地发挥领导力。

领导力像爱情，领导职位像婚姻。有婚姻不一定有爱情，反过来，有爱情也不一定有婚姻。这个世界上有两种人：一种人更在意爱情，而另一种人更在意婚姻。这本书，写给那些追求领导力而非领导职位的人。

那些为了个人能够出人头地、为了职位带来的权力和金钱而追求领导职位的人，就像“宁愿坐在宝马车里哭，也不愿坐在自行车上笑”的某电视节目中的那位女性征婚者。这本书不是写给那样的人。她们更在意的是可以作为婚姻彩礼的宝马车，而非爱情。这本书更像是“爱情指南”，而非教你“如何嫁给一位百万富翁”。

当然，更在意爱情的人并非不在意婚姻；同样，在意领导力的人并非不在意领导职位。他们知道：领导职位可以是发挥领导力的最佳平台，就好像婚姻是经营爱情的最佳平台一样。他们追求领导职位，不是为了职位会带来特权、金钱、地位、荣誉，而是为了能够在领导职位上更好地发挥领导力。

恩格斯说，没有爱情的婚姻是不道德的。卓有成效的领导者知道，没有领导力的领导职位是不道德的。领导力不在于你“有什么”

你有文凭？你有很高的智商？你有很高的情商？你有正直、诚实、勇敢、公正这些品质

？有这些当然是好事，但是，有这些也并不代表你有领导力。

我是一个很爱读书的人，基本上每1-3天读完一本。所以也是经常买书的读者。其次，这本书的纸张质量很好，没有异味，不粗糙。一看就是正版，也是新书，塑封的。再次，送货员的速度很快，态度也非常好，还帮忙送上楼，一句怨言都没有。非常感动！还有，京东的价格一直挺给力，服务也好。我会继续保持一直光顾。最后，关于书籍内容方面，总体来说是一本好书，读完受益匪浅，很有作用。收藏了，有空或者书荒时会随时抽空看看。以下心得内容给各位参考参考：夏天的雨，干脆，强劲；夏天的雨，利落，爽快；夏天的雨，生动，豪爽；夏天的雨，毫不拖泥带水；夏天的雨，像个男人！他不像春天的雨那样，淅淅沥沥，极尽了缠绵。他生性秉直，无所顾忌，来的猛烈，去的迅速。如果说春天的雨是摇曳着浅绿长裙的清纯少女，那么夏天的雨就是说来就来，说走就走的梁山汉子。他不像秋雨那样，星星点点，故寻闲愁。他总是在狂风大作中豪情并茂，在电闪雷鸣中袒露胸襟，在惊心动魄中一诺千金。如果说秋天的雨是“谁怜憔悴更雕零”的李忆安，那么夏天的雨就是披长发而仰天长啸于泽畔江河的辛稼轩。他更不像冬雨那样，在噤哩叭啦的凛冽寒风中，无情的让人全身发抖。他如发怒的神兵鼓噪而来

作者以互联网+的思维，颠覆了传统的营销4P理论，提出耳目一新的4D理论，从用户需求、价值传递、动态沟通、数据运用四个方面全方位阐述了现今营销的改变及方法，使我受益匪浅。《移动互联营销：从4P到4D》是一本值得推荐和捧读的实用好书，其中不少内容可以与实际接轨，给人以灵感。

[移动互联营销：从4P时代到4D时代 \[Mobile Internet Marketing\]\\_下载链接1](#)

## 书评

[移动互联营销：从4P时代到4D时代 \[Mobile Internet Marketing\]\\_下载链接1](#)