

# 垂直的力量：社群思维七字诀

李志磊

# 自我介绍



李志磊，希鸥网创始人，“CEO说”创始人，中关村中小型科技文化企业促进会 副会长兼秘书长，曾就职《中国企业家》杂志社负责未来之星俱乐部，西南大学创业导师，对外经贸大学创业导师。

中关村创业大街

# 史上最成功的创业团队



# 毛主席语录

团结一切可以团结的力量。

对我们来说，朋友越多越好，敌人越少越好。

# 毛主席语录

打土豪分田地。

武装斗争是根本，土地革命是目标，农民得到了自己的利益才会跟着共产党走，跟着红军走。

# 什么是社群

相同属性的人在一起组成的圈子。

标签就是属性。

人有很多标签，于是每个人有很多社群。

# 社群平台的区别



淘宝



微商



自媒体



?

# 微博和微信的区别



微博的传播特点：一对多

微博的本质：媒体

粉丝与粉丝：没有黏性、没有沟通

大V是导演和演员，粉丝是观众

99%的人只能旁观



微信的传播特点：圈子传播

微信的本质：自媒体

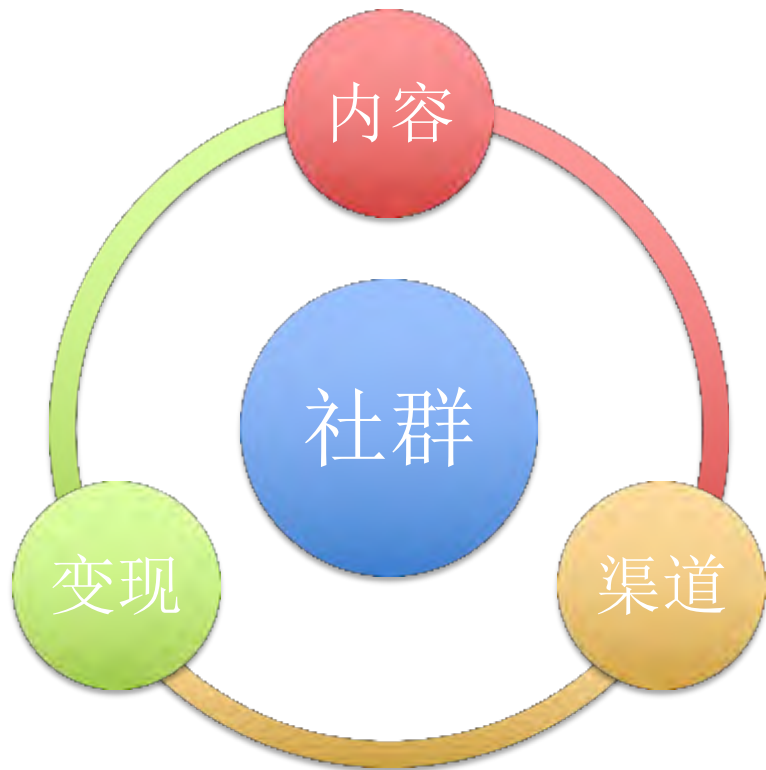
好友与好友：有相同相近属性

人人是导演和演员，人人是观众

99%的人参与其中



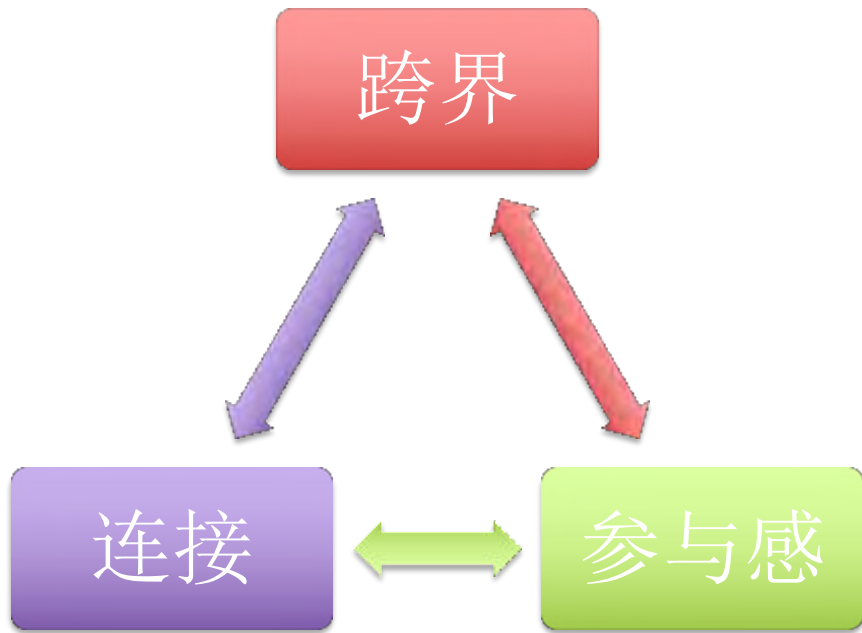
# 社群的三个核心



# 社群关键词

开放 产生内容 轻资产 抱团 垂直 众筹众包众智  
连接 闭环 圈子传播 跨界 人人都是媒体 打破边界  
价值观 协作  
裂变 社群关键词  
自带流量 品牌人格化 共享共建 渠道 社交 资源整合 重度细分 品牌价值  
规模化 服务 去中心化 参与感

# 社群思维七字诀



# 社群思维 - 跨界



2012.6 公司成立，2012.12 CTO张博加入，产品开发  
2016.6 融资35亿美元，估值265亿美金（1772亿元）

# 社群思维 - 跨界

- 1, 跳出传统思路重塑产品, 因为行业的颠覆者都来自行业外。
- 2, 挣钱重要还是做品牌重要? 新互联网时代, 每家公司首先都是媒体平台。
- 3, 努力拓展渠道, 更要自带流量。品牌人格化。
- 4, 你不跨界, 就有人跨界打劫。
- 5, 跨界寻找资源、拓展人脉、发现生意。

# 社群思维 - 连接

- 1, 商业（产品）不只是买和卖那么简单，产品是连接你和他人的通道。
- 2, 成就（帮助）别人，才能成就自己。
- 3, 用媒体的思维去连接他人，社群本身就是去中心化传播。
- 4, 互联网的本质是连接：人与信息、人与人、人与商品。
- 5, 连接的价值是商业本身的价值。

# 社群思维 - 参与感



2012.2 品牌建立，2015.9 3亿D轮融资，  
2015.11.11 单天销售2.66亿

# 社群思维 - 参与感

- 1, 买家和卖家没有界限, 买卖的逻辑是参与感。
- 2, 产品不是你或者你的企业做出来的, 而是生产者和使用者一起 (众智众筹) 做出来的。
- 3, 公司不是老板一个人的, 而是公司所有人的。
- 4, 没有参与感, 只是买卖关系; 有了参与感, 是平等关系。
- 5, 参与感的最高境界: 满意+惊喜的服务。永远站在用户角度思考问题。



# 社群思维运用到企业

- 1, 让你的用户帮你设计产品。（参与感）
- 2, 给你的员工股权，把他们当兄弟。（参与感）
- 3, 公司的自媒体不要只发公司新闻，试着把自己作为媒体中心。（跨界）
- 4, 让你的产品人格化，自带流量，而不是被动等待流量。（跨界）
- 5, 产品不只是买卖，随时和上下游沟通整合。（连接）
- 6, .....