

大家好，先自我介绍一下，我叫武晓建，一个从事IT应用整整10年的一个IT老狗，今天给他大家讲讲这些年遇到过哪些坑！

从2007年，大四那年开始，就有个这么一个想法：

将先进IT技术和管理运营理念在河北区域的推广和应用！

用友学艺篇

当时在唐山读书，刚好遇到了贵人，当时是也是从事用友软件10年的老人，

也就是2017年10月份，开启了拜师学艺入行的过程！

学艺的日子是充实和快乐的，想找找以前的记录也找不到了，之前爱写博客，可惜服务器都崩溃了，只留下了百度快照：

从此开始了用友管理软件的学习，推广，应用。

当时的用友，代表了最先进的管理应用模式：财务电算化（用友T3系列），供应链管理（T6系列，T+），生产管理（U8系列），办公自动化（致远系列），客户关系管理（turbo系列），自己其实当时在财务和CRM，致远OA系列还是做了深入的落地工作。

当时这些工具代表的PC时代，企业信息化应用最稳当，最可靠的应用。

同时自己也一点一滴的维护了自己的自媒体，

企业博客：<http://sjzufida.co.bokee.net/>

其实当时还没有自媒体的概念，不懂流量，不懂转化，只是喜欢把知识汇总，做个收藏！

可惜到14年开始收费了，价格还不便宜，就没有再更新，今天一看，已经65w的点击量了！

有时候自己遇到些用友问题，还老搜索到自己的博客，呵呵！

当然，自己的老本行，不能扔掉，还持续维护这自己多年来经营的用户，

今天看看自己服务过的用户，在QQ里也有500+了：

其实企业选择管理软件还是会遇到很多坑的，

这来给大家分享分享：

企业选择信息化应用，有的看品牌，有的看公司规模，有的看网站宣传；

其实这都没有错，但是本质的本质，你选择一个再好的公司，再好的产品，有个最后的落脚点是容易忽略的，那就是：

谁来实施，培训和服务！

从08年回石，遇到过好多好多的失败案例，回想一下，全是实施落地中，服务人员的错位安排造成的。

印象最深刻的，就是晋州一个做五金的用户，我一打开电话，就是客户咆哮般的怒吼和抱怨，我也理解，企业的钱也是来的很不容易的！（当时销售自己和领导，用一个很完美的套路拿下的，可惜的是一个大三还没有毕业的小姑娘去实施的一个项目，项目金额5万左右）

当然，新人成长的过程中，肯定要牺牲些用户，毕竟一个年轻人成长需要过程！

看看自己原来的小伙伴们，都已经成长为信息化行业应用领域的大咖了！

可惜只能找到09年的一张合影了！

这里有数据安全专家，OA实施专家，生产管理专家，房地产信息化应用专家，化工应用专家！

上面照片里没有的伙伴在这里：商务公关专家，市场运营专家，人力资源专家，零售医药专家。

（注意：其实这些专家都应该需要包装和宣传自己，否则用户真的找不对人）

这些人在河北区域服务的用户将近5000家，服务的用户在河北区域影响深远，天下没有不散的宴席，虽然包括我在内很多人都已经不在正丰黄埔，每个人都在自己的

细分领域做了长达10年以上的实践应用！

所以，如果你的企业想做pc端的信息化应用，记得找我，我能帮你找到最靠谱的人，帮你最低风险的解决企业信息化的问题！切记：不要找信任，要找老手！

移动互联网入坑篇

2013年开始，苹果系统，安卓系统的应用，又揭开了一个新的篇章！

当时用友的PC端应用的惯性，错过了很多移动端的机会，

大家后来熟悉的，在crm领域，被纷享销客超越，在移动办公领域，被微信的企业号和阿里钉钉的崛起，蚕食了用友传统市场！在营销端领域，被有赞，人人店超越。

那时候我开始接触公众号，接触微信营销。

特别是到了2016，在跨行探索的阶段，真是到处是坑的年代。

2016年初，社群营销

2016年中，裂变营销

2016年底，群控营销

方向都是对了，可惜付出的成本有点重。

当时通过群控运营，社群运营，操作控制了将近20万左右的石家庄本地的区域粉丝，可惜可惜，都在你2017年6月的一次微信封号行动里，说再见了！

入坑总结：别人的平台，别人说的算！不能孤注一掷！

还有，做事儿不能比别人晚，晚了别说吃不上肉，喝不上汤，还得掉坑里！

不过从这些血与泪的教训中，都是血淋淋的经验：

如何做好文案，如何做好基础用户，如何获得用户信任，如何让基础用户裂变传播，如何把基础用户调动起来成为客商，三级分销等等！

将来这些运营模式其实区块链能够很好解决！这里就不展开讲了！

其实花钱买教训，也是花钱买人脉，所以现在朋友圈好多原来做粉丝运营的时候积累的流量圈的朋友。石家庄本地的很多流量大咖也接触多了很多！

所以，如果你想做石家庄区域的微信推广，记得找我，我能帮你节约很多试错成本，有一个快速有效的途径，让你的产品在石家庄推广出去，有微信，有社群，有网红等等！

说起网红，就要谈起2017年的打工经历！

时间共享深造篇

2017年什么最火？还有印象吗？共享经济最火！

共享单车带动了多少共享业务？

共享单车，共享充电宝，共享货架，共享健身房等等！

因为2016年的入坑经历，可以帮助我加盟的公司节约时间成本和试错成本，

因此谋得了一份北京打工的差事，

我加盟的公司在做一件事情：共享时间！

随后后期，因为区域距离和公司战略调整的原因，离开了团队，但是有点趋势是不会变的，

在AI人工智能不断开始替代人类，移动互联网打破时空区域的时代，每个人的出路并不多：

每个人要不想被随时给替代，必须要不断强化和深化自己再别人的心理定位和标签！

树立自己的个人品牌！

我在时间共享平台到时候，我们包装过艺人，包装过心理专家，包装过律师，主持人，舞蹈老师，早教老师，网红。

通过一个个真实的包装案例，我们才发现，那些成功的人士，除了他们在某一个领域做了很长时间专注研究外，特别注重自己网络形象的包装。

当时在个人品牌包装有句口号：

再厉害的人！

没有个人品牌！

也只是个路人甲！