

公司分析 【优势】

你觉得腾讯为什么会这么成功？

方向

- 注意的点：
 - 评价一家公司为什么成功，自然不能只看现状，而要对公司在10人、100人、1000人、10000人等时期的背景都有基本了解，了解公司在不同阶段做了哪些重大决策，这也要求求职者在平时对各大公司的发展历史有积累。
 - 回答的结构可以分三步：初创期、成长期、成熟期。

详细解答

- 角度：
 - ①时间点，②团队，③聚焦用户

初创期

天时与人和

互联网大潮来袭（天时）+完美团队的构成（人和）

20世纪90年代末是中国互联网启蒙时代，如果太早或太晚这个事情都不会做到今天的高度，这是时间点的一次完美把握（或者说是运气好）；而在团队层面，创始人分工合作非常完美且能力出众、相互信赖，在十多年的历程中一直风雨同舟、共同成长，这样的团队在各行业都极其少见

创业切入点: 社交领域

从用户的角度看，社交需求是马斯洛需求层次理论中的中坚部分，有极重要的作用。互联网的本质就是信息流的传递，而社交恰恰是信息流中对内容和技术要求相对较低部分，且从空白期发展到成熟期之后，非常容易沉淀和实现壁垒。因此初创公司经过最初短暂的变现困难后，在强需求、高壁垒的支持下可以发展到当今的规模。

成长及变现期

用户把握:深挖用户体验，靠特殊的流量变现

与百度、阿里等其他的巨头变现不同，腾讯是少数的真正不牺牲核心产品体验的巨头公司，其用户核心价值保证得相对良好。从初期的会员体系到目前的游戏现金流，都是建立在人与人的关系的基础上，通过良好的体验建立用户黏性来提供增值类服务，在用户把握方面无人能及

深挖需求，全面出击：完整的产品线，做到网络服务基本覆盖

为了更好地阻止用户的流失，腾讯依托其关系链优势，四处出击，因此其产品线是最长也是最杂的（虽然后面有些失败了），但在这样的尝试过程中，给用户提供了很多有价值的服务，使得腾讯公司的产品真正地做到了生态层级。

成熟及自我超越期

自我革命：敢转型+敢用人

微信的巨大成功绝对是一个奇迹，是腾讯自我革命、自我否定的基因起了决定性的作用。这与公司不断地创新及创始人一直以来的危机感是分不开的。不断地拥抱用户、敢于尝试、敢于革命是腾讯真正成为霸主的先天基因

建立生态：从什么都做，到连接一切

在成长期，腾讯做了很多尝试，有成功，也有失败。但是目前的思路从什么都做已经收归到了关注核心——专心做连接器；从复制到投资，这种心态的转变才是未来帝国集团建立的归属。从自己挣钱到大家一起挣钱，形成集团式壁垒，是继续看好腾讯未来的重要依据，也是其成功的依据。