

---

# 互联网商业化发展趋势

## [课程关键词]

明道以取势，优术以增利，践行以转利；

传统产业转型升级 电子商务 风险管控 互联网思维

中国制造中国创造 互联网营销 大数据 全网营销

## [课程背景]

传统产业转型升级，是在电子商务的发展趋势下被传播热门的概念，然而，网络市场和电商模式的快速变化也造就了竞争的残酷，诸多产业内企业都急于电商化，转型升级加互联网思维的概念，让企业追捧之下有无具体有效策略；为此付出大量财力物力人力，可惜结果却不尽人意！没有做好电商，反而被“电伤”，如何建立企业对电商化的正确认知，实现差异定位，突破风险魔咒！

本课程将引领各企业一路由浅入深进行互联网商业化发展趋势解读，帮助企业实际应用价值，以落地实效的方式进入电商之路，帮助企业实现对电商化正确认知到有效应用。

## [课程收益]

深刻正确解读互联网发展，引领企业进入电子商务与网络营销的有效应用状态，规避企业在互联网商业化道路中从认识到实施的误区，让企业每一分投入都产生应有价值。

## [课程优势]

双效通道：应用+训练；顾问+教练！  
向，用运营实战为核心。  
直击核心！有效应用，价值倍增！  
启发营销思维！

以解决问题为导向  
化繁为简，  
强化运营策略，

## [课程大纲]

---

## 壹、 中国互联网发展简史；

视频案例：互联网的诞生；

中国互联网商业进程；

代表事件：搜索元年，整合元年，社交元年，微商元年，

- 1、搜索引擎发展带来的市场变革；
- 2、电商平台发展引发的商业模式；
- 3、垂直平台社交应用发展价值；
- 4、主流 B2B 平台分析
- 5、主流 B2C 平台分析
- 6、主流 C2C 平台简介

## 二、互联网发展产业升级

- 转型升级：互联网思维是什么？

互联网思维给我们带来什么？

案例 3：两场世纪豪赌；赌什么？

互联网思维独孤九剑；

- 为什么要做升级；
- 凭什么转型升级；
- 如何做好转型升级；
- 互联网与电子商务；
- 营销价值与地摊思想；

产业升级大国之殇 SWTO 分析；

## 三、B2B 转型升级机制建立

- 信息处理机制
- 利益分配机制
- 服务品质机制

案例：格兰仕转型之路；

## 四、B2B 转型升级利润增长点

差异化设计：USP 的差异化设计工具应用

- 企业硬实力
- 企业软实力
- 产品特点汇总和提炼
- 客户利益关系

案例：2014 年双 11 数据分析；

## 五、转型升级必备系统

警告：切勿模仿传奇而想创造传奇！

- 运营系统化
- 营销工具化
- 大数据应用

什么是大数据？大数据怎么用？

案例：大数据的产生；

## 六、互联网发展全网营销工具：

- 1 个核心，2 大终端，3 类整合，4 化模型；
- 5 大策略，6 脉神剑，7 星布阵，天龙 8 步；

---

附录：持续发展纵横论