
移动互联网商业模式创新

主讲人：武威

培训对象：电子渠道部门

培训时长：1天

培训目的：

1. 讲授移动互联网时代的背景及相关信息，从而引发商业服务领域的变革
2. 启发员工的移动互联网思维模式

课程大纲

第一章：移动互联网技术的发展趋势

1. 移动互联网对人们生活的影响
2. 移动互联的主要新技术
3. 移动应用的优势
4. 移动互联网与桌面互联网的区别
5. 移动互联网商业模式
6. 什么是 O2O
7. SoLoMo
8. 移动互联网目前的格局
9. 未来发展趋势

第二章 移动互联网的商业模式

- 1 平台模式
- 2 免费模式
- 3 软硬一体化模式
- 4 专业化模式
- 5 O2O 模式
- 6 品牌模式
- 7 双模模式
- 8 核心产品模式
- 9 速度模式

第三章 移动互联网商业模式面临挑战

- 1 移动互联网缺乏有效的商业模式
- 2 移动互联网商业模式的常见误区

第四章 移动互联网商业模式创新

- 1 移动互联网商业模式发展趋势
- 2 移动互联网商业模式创新主要原则
- 3 移动互联网商业模式创新路径和方法
 - 3.1 商业模式创新的一般路径
 - 3.2 移动互联网商业模式创新 6 种方法

第五章：移动互联网金融案例分析

1. 余额宝
 - 1.1 余额宝创新的意义
 - 1.2 余额宝的主体架构
 - 1.3 余额宝对商业银行的影响
 - 1.4 余额宝对商业银行的启示
2. 微信支付
 - 2.1 微信支付给企业带来的好处
 - 2.2 微信支付的用户体验
 - 2.3 微信支付构建互联网金融生态系统
 - 2.4 打车软件补贴大战与互联网金融
 - 2.5 微信红包的逆袭
3. 互联网对金融行业经营思路的颠覆性改变
 - 3.1 M-PESA: 肯尼亚国民应用，跨界创新典型代表
 - 3.2 商业资本向金融资本的挑战
 - 3.3 金融脱媒
 - 3.4 信用文化替代抵押文化

第六章：大数据在电信行业的应用

1. 大数据带来的思维变革
2. 运营商的数据资产
3. 移动运营商与数据再利用
4. 国外电信运营商大数据应用模式
5. 大数据将成为中国运营商发展的核心驱动引擎
6. 运营商大数据应用的主要场景
7. 三大运营商的大数据实践
8. 运营商的大数据核心资产

第七章：移动互联网的运营推广方式

1. 商家为什么要使用 APP 作为营销工具
2. APP 比传统推广方式的优势
3. APP 移动电子商城的优势
4. 企业可以利用微信做什么？
5. 企业如何做微信推广

第八章：如何应对移动互联网的发展

1. 移动互联网用户的需求
 2. 用户用手机上网干什么？
 3. 企业进入移动互联网的六种方式
 4. 企业移动 APP 开发存在的六个问题
 5. 提高客户留存的原则
 6. 电商 APP 定位选择
 7. APP 功能规划：手机就是专卖店
 8. AARRR 运营模型
 9. 以用户为中心的 CUSS 运营模型
 10. 三种层次的运营模式
-

11.LBS 营销案例