

---

# 互联网时代的消费者行为

## 【课程背景】

全球经济正在经历寒冬，企业经营成本高涨，市场竞争日趋激烈！而互联网行业，如淘宝、百度、腾讯、京东商城却迅猛发展！余额宝理财、微信营销已经影响人们的生活！大数据、互联网思维、企业互联网转型，这些 2013 年最火热的词汇，使得许多企业中高层管理者产生疑问：什么是大数据？什么是互联网思维？企业如何在互联网时代把握大数据下的营销和服务。

## 【授课时长】

6 小时

## 【课程收益】

1. 了解互联网业务的模式和特点；理解互联网思维理念，认识电子商务带来的商业变革。
2. 认识大数据和带来的商务变革；大数据的价值体现、行业应用、行业机遇和挑战。

## 【授课对象】

渴望引入电商大数据策略、技术的企业。

## 【授课形式】

以讲授为主，结合案例分析、体验游戏、视频观赏等形式。

## 【课程特色】

1. 案例贯穿课程始终，从案例中，让学员认识电商大数据思维、数据画像等，转变理念。
2. 重点结合行业，剖析如何利用大数据。

## 【课程大纲】

引言部分

移动互联网的大幕已经拉开，  
这是一场变革颠覆的盛宴，  
无论你是否准备好，  
任何人都无处可逃……

一、何谓大数据

1. 4V 特性
2. 数据与大数据区别
3. 大数据典型代表

---

## 二、 大数据分析

1. 数据的收集和准备
2. 具备哪些大数据技能
3. 数据分析的八个极致模型
4. CRISP

## 三、 大数据带来的变革和价值

1. 大数据带来的思维变革
2. 商业变革和大数据的价值体现
3. 大数据带来的管理变革

## 四、 互联网金融消费个体人画像

1. 数据画像概述
2. 全息人技术
3. 标签模型
4. 特征分析
5. 场景分析
6. 消费行为分析
7. 互联网消费金融客户画像
8. 场景大数据精准营销