

# 互联网+背景下企业的转型之道

## 课程背景：

在互联网+背景下，市场经济格局中的传统经营理念日渐崩塌，旧系统在新环境的运作已经力不从心。阿里巴巴、百度、京东、腾讯等互联网老人和咪蒙、拼多多、ofo、抖音等新秀们入侵了一个又一个传统企业的地盘，先是不不断的蚕食、然后是冲击、最后是颠覆，对整个传统行业的企业进行围剿和轰炸，传统企业要进行互联网转型已经成为了共识。企业到底怎么转型，怎么迎接互联网，乃至大数据、人工智能 AI，都成为摆在企业面前的一个难题。许多企业家感到迷茫、感到焦虑。

这个时代已经深深打上移动互联网、大数据、AI 的烙印。对于传统行业来说，现在面临的问题不是如何拥抱互联网，而是如何融入互联网。如果说第一阶段是传统行业守住家门，不断被互联网颠覆者们“踢馆”的话，那么接下来将会迎来的第二阶段的是开门揖“盗”，让互联网汇入。那么，究竟如何转型呢？什么是“互联网+”呢？如何在互联网时代下成功进行企业转型升级呢？

## 课程收益：

- 剖析互联网经典案例中互联网思维运用及成功点
- 实现用户思维的对接和最终落地
- 自我企业互联网转型的顶层思维要素和实现办法
- 学员实践互联网思维应用选择
- 以生活痛点挖掘为导向，进行产品设计
- 当堂完成互联网事件运营方案设计

**课程时间：**2天，6小时/天

**课程对象：**企业决策者，高层管理人员、市场总监、营销总监、品牌策划、创新渠道、产品经理、销售、客服、电商等业务负责人

**课程方式：**讲师讲述、案例推演、代入讨论、互动答疑、模拟演练等方式

## 课程大纲

**开题案例：**企业变革：探秘老牌国货百雀羚的互联网转型之路

**互动：**我为什么一定要转型？

## 第一讲：企业互联网转型真的难吗——现状分析

1. 企业对互联网转型的认知错误
2. 企业互联网转型系统策略匮乏
3. 企业高层管理者缺乏、误解互联网思维

互动：转型中？还是观望中？

## 第二讲：何谓互联网转型

思考：互联网转型就是网购？

### 一、“互联网+”中的“+”的含义

### 二、企业互联网转型的 2 个新

1. 价值附着创新与再造
2. 供应链痛点创新解决

案例：三只松鼠的坚果王国

### 三、互联网转型的 4 个意识

1. 柔性传播意识
2. 渠道意识
3. 个性化产品意识
4. 供给侧意识

案例：Uber 的互联网意识

### 四、传统企业互联网转型升级的 3 个基点

1. 结构性认知思维——顶层思维切换
2. 产品价值叠加
3. 运营模式切换

案例：海尔与苏宁的互联网+之旅

## 第三讲：互联网转型：思维植入

### 一、6 大互联网思维解析

案例：阿拉斯加大螃蟹

### 二、互联网+创新思维

#### 1. 视角切换——用户为王

- 1) 从屌丝到粉丝

2) 共鸣式痛点

3) 粉丝——有爱恨无对错

案例：手机支架环谁发明的？

案例：奥利奥音乐盒

案例：三只松鼠的体验创新

## **2. 从大到小**

1) 业务转变

案例：从花旗银行换标说起

2) 管理转型

案例：铲屎官必备利器

3) 品牌定位

案例：斯沃琪手表

## **3. 欲望无限**

1) 从渠道为王到体验为王

2) 产品也有 G 点

3) 挠到痒处

案例：拼多多

案例：寿司之王

案例：橘子糖

## **4. 小步快跑**

1) 从“敏捷”到“快闪”

2) 从坚持到浮躁

3) 唯快不破

案例：微信之运

案例：你还在用 QQ ？

## **5. 流量为王**

1) 流量就是分量和体量

2) 咪蒙靠什么做到 100000+

案例：我免费，因为我有量

## **6. 物外无我**

1) 挂羊头卖狗肉

2) 挂羊头卖导弹

案例：你以为这是咖啡店？

## 7. 话题思维

1) 传播是一种裂变

2) 病毒是一种传播

讨论：“福原爱与傅园慧”

## 第四讲：互联网转型：产品价值叠加

### 一、产品价值的意识化多元

案例：千年汾酒与5年小白？

### 二、物质价值升值到精神价值

案例：xx 同款、褚橙

### 三、价值多元叠加的出发点

1. 找准痛点

2. 挠到痒点

3. 营造爽点

4. 奔发泪点

5. 多巴胺分泌点

案例：林志玲的困扰

案例：你是谁的粉…

课堂总结