

《移动互联网下的传统企业转型战略》大纲

课程背景：

当马云、马化腾、李彦红、雷军、罗永浩、罗振宇、周鸿祎、雕爷……一个个名字出现在我们视野的时候，我们无得不承认，他们是当下中国的互联网英雄。因为他们的存在，中国商业社会发生了翻天覆地的变化。因为他们的存在，数以百万计的大小企业遭遇了冲击与蚕食。他们把他们的成功归结为五个字——互联网思维。那么，什么是互联网思维？互联网思维是相对于工业化思维而言的一种商业民主化思维；是一种用户至上的思维。互联网思维下的产品和服务是一个有机的生命体；互联网思维下的产品自带了媒体属性；有互联网思维的企业组织一定是扁平化的。互联网思维首先是价值观：你用怎样的眼光来看世界。互联网思维其次是方法论：你用怎样的手法来做事情。全球经济正在经历寒冬，但是互联网的发展却如日中天。越来越多的企业尝到了互联网转型和电子商务的甜头！在企业经营成本日益高涨的竞争环境下，企业如何利用互联网找到创新模式、突破困局？在消费者行为方式移动化的大背景下，企业如何依托互联网，实现低成本战略突围……问题太多！时代变了，玩法变了！你准备好了吗？

课程收益：

真相：解构互联网思维的本质与真相

系统：了解互联网思维 9 大系统，领会 5 大典型思维在企业中的应用

模式：理解互联网思维下传统企业转型的 6 大商业模式选择

策略：掌握互联网思维改造传统企业的 5 大实施策略

基因：领悟互联网思维下传统企业基因设计的精髓

课程时间：2 天，6 小时/天，或按需求摘选内容缩短或延长课时

授课对象：董事长、总裁、总经理、公司中高层管理者及部门经理等

授课方式：讲师讲授 + 视频演绎 + 案例研讨 + 沙盘演练 + 讲师点评 + 现场咨询与辅导

第一模块：战略转型：互联网思维&传统企业互联网转型心法

1、为什么需要转型

- (1) 移动互联网技术特征
- (2) 移动互联网的本质
- (3) “大互联”时代的四大特征
- (4) 打破信息不对称带来的权力转移
- (5) 用户主权时代到来
- (6) 新商业文明核心范式

2、谁需要转型

- (1) 商业的本质：信息流、物流、资金流的流动
- (2) 从产业链的角度看转型
- (3) 从价值链的角度看转型
- (4) 你的企业离互联网颠覆还有多远？
- (5) 转型的本质：价值创造方式的重构

3、怎么转型

- (1) 战略思维变革
- (2) 业务模式重构
- (3) 组织管理创新

4、转型关键：24字真诀

- (1) 产业为本
- (2) 用户为王

- (3) 效率为先
- (4) 体验至上
- (5) 数据驱动
- (6) 创新为魂

5、转型面临的主要问题与现实对策

- (1) 内部：人才瓶颈如何解决
- (2) 外部：跨界颠覆如何应对
- (3) 本质：利益如何重新分配
- (4) 对策：传统企业互联网转型“3步走”

第二模块：模式转型：移动互联网时代的 O2O 模式创新

1、O2O 真正目的是什么？

- (1) O2O 不仅仅是打通，更是融合；
- (2) 时代的商业场景
- (3) O2O 的本质

2、消费品牌及零售行业 O2O 案例解析

- (1) 三位一体的 O2O 模式：商流+人流+资金流
- (2) O2O 运营四大原则
- (3) 打造联结网络世界和实体店面的基础设施
- (4) 打造以实体商业为核心的生活圈
- (5) 建设实体商户的电商服务系统
- (6) 打造区域商业合作平台

3、服务行业 O2O 案例解析

(1) XX 的生活服务类 O2O 模式

(2) 餐饮企业的 O2O 模式

(3) 美容美发店的 O2O 模式

4、O2O 模式的关键点

(1) O2O 模式的管理平台

(2) O2O 模式的商务平台

(3) O2O 模式的信息平台

5、O2O 时代的商业基础设施如何利用

(1) 解读 BAT 互联网公司搭建的 O2O 平台

(2) 如何利用传统企业的 O2O 平台

(3) O2O 模式之下，如何构建核心竞争力

第三模块：营销转型：移动互联时代的品牌营销变革

1、移动互联网时代消费者变成什么样？

(1) 消费者去哪儿

(2) 移动互联网时代的消费者，是怎样一群人？

(3) 企业如何重新定义品牌和消费者？

2、针对新时代消费者的产品策略？

(1) 产品怎么设计和研发？

(2) 产品线怎么规划？

(3) 产品如何迭代？

3、移动互联网时代的品牌打造方式？

(1) 互联网时代，品牌怎么定位？

- (2) 产品即品牌
- (3) 服务即营销
- (4) 内容即广告
- (5) 关系即渠道
- (6) 社群是基石——“无粉丝，不品牌”

4、如何玩转移动互联网时代的品牌传播？

- (1) 新时代的媒介特征，带来哪些变化？
- (2) 移动互联网时代的整合营销怎么玩？
- (3) 微信、微博、微淘等的运营思路？
- (4) 如何选择第三方新媒体营销服务机构

第四模块：组织转型，移动互联网时代的组织创新

1、互联网思维情境下组织转型的必然性

- (1) 移动互联网时代，人的意识及行为方式如何改变
- (2) 人变了，关系变了，组织该怎么变？

2、互联网时代的组织转型方向

- (1) 组织转型和创新的条件
- (2) 企业家互联网思维转型是核心
- (3) “快”是组织创新的方向
- (4) 启动组织转型的两大发力点
- (5) 互联网思维人才培养体系设计
- (6) 组织转型与创新一定依赖员工的力量
- (7) 组织转型过程中障碍的排查和处理原则

- (8) 什么样的企业文化能留住新生代员工？
- (9) 淘品牌的组织创新：韩都衣舍模式
- (10) 互联网企业的组织调整：腾讯、阿里巴巴、百度
- (11) 小米的扁平化组织

3、移动互联网时代组织创新的原则

- (1) 时刻保证对未来危机的准备
- (2) 不走重新发明轮子的弯路
- (3) 让管理回归人性

4、互联网时代组织转型中企业家的核心角色

- (1) 面临决策两个维度的心理技巧
- (2) 把握组织转型的节奏
- (3) 奔跑中调整姿势
- (4) 组织转型的三大驱动因素
- (5) 组织转型中企业家的风险管控。

课程总结 1：成功是系统的，失败是片段的！

课程总结 2：当想法成为信仰，一切皆有可能！