

大数据时代传统企业的转型升级

课程重点：互联网趋势及大数据时代

- 互联网的前世今生
- 互联网的三种商业模式
- 网络营销对传统行业的影响的深度解析
- 深度解读电商发
- 大数据时代的来临

课程重点：大数据的思维及特征

大数据特征：4V1O

“更多”——不是随机样本，而是全体数据

“更杂”——不是精确性，而是混杂性

“更好”——不是因果关系，而是相关关系

- 1、以“客户为中心”，制定前期“大数据战略规划”；
- 2、制定全面完整的企业“大数据蓝图”；
- 3、从现有数据入手，设定并完成短期和阶段性的“大数据战略目标”；
- 4、根据业务优先级，逐步建立分析体系，循序渐进提升“大数据分析能力”；
- 5、定制可衡量的指标分析“大数据 ROI（投资回报率）”

课程重点：大数据下商业模式改革和契机

大数据时代的商业模式的重构

- 传统模式和互联网的新商业模式的对比
- 无障碍信息：在线、实时、全貌
- 社会化个体：个性化，社群化
- 全局性跨界：行业链融合，多产业融合
- 新定位：小而美
- 重塑客户关系：户用体验，满足客户需求
- 新渠道模式：扁平化

大数据时代的商业模式演变

- 长尾商业模式
- C2B 商业模式
- 跨界商业模式
- 免费商业模式
- 平台商业模式

课程重点：大数据时代下的创新运营

- **大数据下消费者行为研究**
 - 大数据实证研究：影响关系
 - 大数据挖掘：发现偏好
 - 用户画像及标签体系描述
 - 用户密度分析及热力图展现
 - 用户购买意向预测
 - 交叉分析
 - 通过图像搜索服务进行场景化营销
- **大数据下的社会化运营**
 - 如何进行大数据的社会化营销
 - 收益=内容 X 关系链 X 流动
 - 微营销的生意密码
 - 微营销的深层分析及落地实操
 - 微运营技巧实战四步法
 - 案例分析：
 - 超女回归的背后：一次数据化的泛娱乐跨界营销

课程重点：大数据下构建网络营销系统

- 大数据下的品类定位
- 建设高效转化建站系统
- 建立高效推广系统
- 建立精细化运营体系

课程重点：如何构建成大数据公司

- 大数据企业的顶层设计
- 数据管理平台建设
- 海量数据分析挖掘能力提升

-
- 外部数据战略性储备
 - 数据外部创新应用
 - 数据的开放和共享
 - 数据产业战略投资