

互联网及大数据思维革命

课程重点：互联网时代下的机会与挑战

- 社会经济的发展与阶段
- 互联网的三种商业模式
- 互联网对传统行业的影响的深度解析
- 深度解读电商发展
- 社会化时代的来临
- 大数据时代的来临

课程重点：大数据思维的本质

赢在互联网思维

- 用户思维 / 简约思维 / 极致思维 / 流量思维
- 社会化思维 / 大数据思维 / 平台思维 / 跨界思维

大数据的本质及特征

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

- 以“客户为中心”，制定前期“大数据战略规划”；
- 制定全面完整的企业“大数据蓝图”；
- 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”；
- 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”；
- 定制可衡量的指标分析“大数据 ROI（投资回报率）”

课程重点：大数据思维下商业模式创新

➤ 传统企业的转型升级：

让所有的企业都将互联网化。

物联网的革命：互联网必然会走向物联网。

SoLoMo 将主导互联网，O2O 模式及 C2B 模式的快速成长

大数据成为企业的核心竞争力

➤ 商业模式创新

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

O2O 商业模式

大数据商业模式

课程重点：大数据时代下营销模式创新

- 互联网营销系统建立
- 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

➤ **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

课程重点：新零售 新模式

➤ **新零售特征**

双方引流，全面融合

360度体验

去中心，社交化

大数据，智能化

重构人货物

创造全新场景

物流供应链自动化

➤ **新模式的新5C法则**

用户，场景，社群，内容，连接

营销的演变

体验营销

新零售的五大工具

KOL,朋友圈，社群，场景，大数据