

互联网时代下传统企业的转型	
主题	互联网发展趋势和商业机会
洞悉互联网趋势和商业机会	课程重点：网络营销改变所有传统行业
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 互联网的前世今生</li> <li>➢ 互联网的三种商业模式</li> <li>➢ 网络营销对传统行业的影响的深度解析</li> <li>➢ 深度解读电商发展</li> <li>➢ 社会化电商时代的来临</li> <li>➢ 大数据电商时代的到来</li> </ul>
把握趋势、成功转型	课程重点：互联网发展的七大趋势
	1、网络消费者的需求多样化；2、服务行业借团购之力加速迈入电商大门；3、规模化+平台化+品牌化；4、社区化+区域化+移动化；5、从建立社交图谱到多元化的兴趣图谱；6、社会化网络+电子商务=社会化电子商务；7、Solomo=社交的+本地的+移动的
主题	企业变革的互联网驱动因素
互联网思维	课程重点：赢在互联网思维
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 用户思维 得“屌丝”着得天下/兜售参与感/用户体验至上</li> <li>➢ 极致思维 打造让用户尖叫的产品/专注，少即是多/只做第一</li> <li>➢ 微创新思维 小处着眼，微创新/精益创业，快速迭代</li> <li>➢ 流量思维 免费是为了更好的收费/坚持到质变的临界点</li> <li>➢ 社会化思维 社会化媒体一口碑营销/社会化网络一众包协作</li> <li>➢ 大数据思维 小企业也要有大数据/你的用户不是一类人，而是每个人</li> <li>➢ 平台思维 打造多方共赢的生态圈/善用现有平台/让企业成为员工的平台</li> <li>➢ 跨界思维 携“用户”以令诸侯/用互联网思维，大胆颠覆式创新</li> </ul>
互联网品类定位思维	课程重点：低成本快速打造第一品牌：
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 互联网时代品牌定位的特性</li> <li>➢ 品牌定位的方法 老大定位、老二定位、创新品类定位</li> <li>➢ 品类定位战略 <ol style="list-style-type: none"> <li>1、认知就是事实，品类在心智里</li> <li>2、客户买的是品类，不是品牌</li> <li>3、品牌价值决定于品类价值</li> </ol> </li> </ul>

	<p>4、让品牌成为品类的代表</p> <p>➤ <b>低成本快速打造第一品牌</b></p> <p>关键词定位——通过关键词定位目标客户、客户需求</p>
社会化思维	<p><b>课程重点：社会化思维及应用</b></p>
	<p>➤ <b>社交媒体及应用</b></p> <p><b>社交红利（信息 X 关系链 X 流动）</b></p> <p>信息：承载的是感情、不同的人群对信息的需求不同、病毒性传播</p> <p>关系链：每个账号都有它背后的关系网、如何结网</p> <p>流动：让信息变轻、愿意分享</p> <p><b>微博</b></p> <p>微博营销的特点与定位、营销注意事项</p> <p><b>微信</b></p> <p>三大工具：朋友圈、微信群、公众平台</p> <p>四大作用：增加新客户、提高转化率、优化客户服务、提高忠诚度</p> <p><b>打造传播铁三角</b></p> <p>企业网站，官方微博，微信公众账号，如何打造传播铁三角</p> <p>➤ <b>社会化客户管理 SCRM</b></p> <p>SCRM 的核心价值</p> <p>想在开展 SCRM 之前</p> <p>品牌社会化营销如何细分</p> <p>社交网络传播：创意与体系谁更重要</p> <p>社交电商的发展方向</p>
<b>主题</b>	<b>大数据时代下的企业运营模式变革</b>
大数据构建全新运营模式	<p><b>课程重点：大数据思维及应用</b></p>
	<p>➤ <b>大数据时代的到来：</b></p> <p>大数据的商业案例</p> <p>大数据的本质及特征</p> <p>大数据并不陌生：全样本分析代替抽样调查</p> <p>大数据也不遥远：互联网的聚集效应，互联网营销</p> <p>大数据也不困难：数据采集/分析/相关性</p> <p>➤ <b>大数据下的个性化营销及精细化运营</b></p> <p>个性化营销的动机</p> <p>个性化营销的契机：电子商务的发展</p> <p>大数据挖掘：发现偏好</p> <p>大数据下个性化营销策略</p> <p>大数据下的精细化运营重要性</p> <p>建立大数据下的精细化运营体系</p> <p>➤ <b>大数据对产品设计及产品运营的影响</b></p> <p>减少数据处理难度</p> <p>降低数据获取门槛</p> <p>降低数据存储成本</p> <p>聚合数据平台</p> <p>标准化数据产品</p>

	定制数据解决方案
<b>主题</b>	<b>互联网时代传统企业商业模式的变革</b>
<b>用互联网思维改造企业</b>	<b>课程重点：传统企业的互联网转型</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>用互联网思维改造企业</b></li> <li>组织变革：组织结构、考核方式、激励措施</li> <li>产品研发：快速找到并集结你的客户</li> <li>产品个性：人格化</li> <li>用户体验：使用情景与动作分解</li> <li>让客户尖叫：海底捞如何做到</li> <li>归属感：用户高度参与</li> <li>粉丝经济：从用户到粉丝的转变</li> <li>➤ <b>传统企业转型互联网化的四重境界</b></li> <li>渠道层面：电子商务</li> <li>传播层面：社会化营销</li> <li>供应链层面：C2B</li> <li>价值链层面：互联网思维重构</li> </ul>
<b>构建企业互联网商业模式</b>	<b>课程重点：商业模式变革和契机</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>互联网时代的商业模式的重构：</b></li> <li>传统模式和互联网的新商业模式的对比</li> <li>无障碍信息：在线、实时、全貌</li> <li>社会化个体：个性化，社群化</li> <li>全局性跨界：行业链融合，多产业融合</li> <li>新定位：小而美</li> <li>重塑客户关系：户用体验，满足客户需求</li> <li>新渠道模式：扁平化</li> <li>➤ <b>互联网时代企业发展的三大新契机：</b></li> <li>1.所有的企业都将互联网化，未来将是“传统互联网企业”和“新型互联网企业”的区别。</li> <li>2.物联网的革命：互联网必然会走向物联网。</li> <li>3.未来十年，SoLoMo 将主导互联网，O2O 模式及 C2B 模式的快速成长。</li> </ul>