

## 组织变革与盈利模式创新

### 课程重点：互联网时代下的机会与挑战

- 什么样企业总是赢：财富之道，商业模式之本
- 为什么原来方法不灵了：不同的时代，财富的重新分配
- 互联网对工业品，工程系统，服务业的影响
- 下一轮的企业机会：三次革命 五次浪潮
- 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：互联网+思维创新

- 用户思维  
得“屌丝”着得天下/兜售参与感 /用户体验至上
- 极致思维  
打造让用户尖叫的产品 /专注，少即是多/只做第一
- 微创新思维  
小处着眼，微创新/精益创业，快速迭代
- 流量思维  
免费是为了更好的收费/坚持到质变的临界点
- 社会化思维  
社会化媒体口碑营销/社会化网络众包协作
- 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
- 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
- 跨界思维  
携“用户”以令诸侯/用互联网思维，大胆颠覆式创新

### 课程重点：互联网思维+组织变革

- 组织变革管理方法

## 1. 如何选择适合的组织形式

□ 不同时代背景下的组织形式比较

□ 不同阶段的组织形式的选择比较

组织战略如何与组织特点相匹配

管理模式如何与组织变革相匹配

## 2. 组织设计的原则

## 3. 不同组织结构特征与选择

## 4. 优秀的新型组织设计

## 5. 互联网时代下组织变革的策略

➤ 以客户为中心的组织变革

### 1. 解决组织变革的动力

### 2. 设计清晰的组织变革的定位

### 3. 对变革阻力的认知

### 4. 如何管理组织变革

### 5. 变革管理的基本要素模型

### 6. 组织变革的模式

➤ 用互联网思维改造企业组织及管理

组织变革：组织结构、考核方式、激励措施

产品研发：快速找到并集结你的客户

产品个性：人格化

用户体验：使用情景与动作分解

让客户尖叫：海底捞如何做到

归属感：用户高度参与

粉丝经济：从用户到粉丝的转变

➤ 组织管理创新支撑企业转型升级

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：用户体验，满足客户需求

新渠道模式：扁平化

**课程重点：互联网+营销模式创新**（针对工业品，工程项目等 2B 产品）

➤ 网络营销四大系统

➤ 品类定位：如何低成本快速打造第一品牌

品牌定位的方法

老大定位、老二定位、创新品类定位

品类定位战略

1、认知就是事实，品类在心智里

2、客户买的是品类，不是品牌

3、品牌价值决定于品类价值

4、让品牌成为品类的代表

➤ 高效转化展示系统建设

规划篇——首页、目录页、内容页的规划布局

用关键词定位的思维去规划网站首页

网站首页的组成部分及设计规范：

头部、导航、Banner 幻灯区、内容区、底部设计

落地页、内容页的策划

技术篇——域名空间优化、结构优化、代码优化

工具篇——咨询工具、统计工具、分享工具

➤ 建立高效的推广系统

搜索引擎优化

搜索引擎优化原理、站内优化、站外优化（优质外链）

竞价排名

竞价账户设计、单元划分、关键词分组、创意撰写

➤ 搭建高效运营系统

分析三类数据

搜索引擎友好度、客户友好度、转化率

分析工具的使用

四大转化率

影响因素——页面、价值塑造、客服、客户体验

客户关系管理

---

**课程重点：互联网+商业模式创新**

➤ 商业模式理论及创新模型

企业生命周期的墨菲定律

好的商业模式应该具体的条件

商业模式是企业竞争的最高形态

商业模式创新要素模型

商业模式创新理论及应用

互联网时代的商业模式演变

➤ 互联网思维下商业模式创新

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

➤ 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

**课程重点：大数据下的组织及管理创新**

➤ 大数据下用户行为研究

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

➤ 大数据下的管理体系

---

业务管理的大数据

销售大数据、

客户关系大数据、

生产制造大数据、

采购的大数据。

管理平台大数据

经营管理的大数据

部门的经营计划和目标

每一个岗位的经营计划和目标

经营计划跟踪

经营执行跟踪

决策分析与内定控制

➤ 工业 4.0 时代的六重天

第一重天：智能生产

第二重天：智能产品

第三重天：生产服务化

第四重天：云工厂

第五重天：跨界颠覆

第六重天：圆满世界

➤ 如何构建大数据公司：

大数据企业的顶层设计

一切都可数据化

数据管理平台建设

海量数据挖掘及分析能力提升

外部数据战略性储备

数据外部创新应用

数据的开放及共享

数据产业的战略投资