
O+O 时代的互联网时代发展趋势

第一单元 O+O 的基本概念和时代特征

1. **O+O 的基本概念**
2. **O+O 与新零售**
3. **新零售的前台、中台、后台**
4. **改变新零售的技术基础**
 - ◆ 云计算
 - ◆ 大数据
 - ◆ 新物流
 - ◆ 传感器和工业物联网
 - ◆ VR 和 AR
 - ◆ 3D 和 4D 打印
5. **O+O 的目标——效率**
 - ◆ 提升效率的 6 大基本技术
 - ◆ 申通快递的物流技术创新
6. **O+O 的目标——用户体验**
 - ◆ 全面时代的用户体验实践
 - ◆ 全棉时代的用户体验的改造
7. **O+O 的目标——个性化需求**
8. **案例：红领西服定制化的 O+O 的实践**
 - ◆ 红领西服定制化 O+O 的实践
 - ◆ 红领西服定制化技术变革-数据采集
 - ◆ 红领西服定制化技术变革-数据传送
 - ◆ 红领西服定制化技术变革-rFID 技术
 - ◆ 红领西服定制化技术变革-生产线改造
 - ◆ 红领西服定制化的线上线下作业流程
 - ◆ 红领西服定制化的 O+O 模式-C2M
 - ◆ 红领西服 C2M 模式的生态

第二单元 IP 内容生产和零售企业 O+O 案例分析

1. **游戏 IP 的 O+O 实践-梦幻西游**
 - ◆ 梦幻西游的 IP 演进史
 - ◆ 梦幻西游的 IP 评估
 - ◆ 梦幻西游的 IP 独特性
 - ◆ 梦幻西游的 IPO+O 粉丝画像
 - ◆ 梦幻西游的 IP 评估模型
2. **体育 IP 的 O+O 实践-世界杯**
 - ◆ 世界杯的线上线下收入概览
 - ◆ 从世界杯的转播权看 O+O

- ◆ 世界杯的线上线下财务收入和支出状况
- ◆ 网生内容的线下试听媒体的融合-合一集团

3. 多点+物美的 O+O 实践

- ◆ 多点+物美的会员一体化的 O+O
- ◆ 多点+物美技术一体化的 O+O
- ◆ 多点+物美物流一体化的 O+O
- ◆ 多点+物美仓储一体化的 O+O
- ◆ 多点+物美的 O+O 实践成果

4. 案例：原麦山丘的 O+O 实践

5. 案例：国美电器的新零售变革

- ◆ 国美在线的线上变革
- ◆ 国美的 10 万加的微店营销平台
- ◆ 国美的后服务变革
- ◆ 国美的物流变革

6. 案例：丧茶的 O+O 实践

- ◆ 丧茶事件的背景
- ◆ 丧茶引发的线上线下的导流
- ◆ 丧茶背后的创意策划与网易的品牌传播
- ◆ 丧文化引发的 O+O 事件
- ◆ 深入年轻人心中的丧文化解析

第三单元 O+O 粉丝传播与运营

1. IP 的粉丝运营

- ◆ IP 粉丝运营
- ◆ IP 内容的延展
- ◆ IP 的强势品牌推广
- ◆ IP 内容植入
- ◆ IP 品牌授权
- ◆ IP 跨界合作

2. O+O 的用户画像介绍和用户标签

3. 全棉时代的大数据标签应用

4. 腾讯开发者社区的线上线下粉丝运营

5. O+O 的用户行为分析

6. O+O 的线上线下的活动运营

- ◆ 腾讯开发者社区的活动运营
- ◆ 如函的 IP 活动运营
- ◆ 喜马拉雅的线上线下运营

第四单元 O+O 的大数据驱动

1. O+O 的驱动为何在大数据？

2. O+O 的大数据应用的困难和应对

-
- ◆ 奥特莱斯大数据应用实例
- 3.O+O 大数据应用**
- ◆ O+O 大数据的整体解决方案
 - ◆ O+O 大数据的应用领域
 - ◆ O+O 大数据的具体应用-精准推荐
 - ◆ O+O 大数据的具体应用-门店选址
- 4.红领集团的数据驱动**
- ◆ 红领集团的数据驱动提升效率
 - ◆ 红领集团的数据驱动实施步骤-历程
 - ◆ 红领集团的数据驱动实施步骤-源点论
- 5.腾讯大数据的具体应用借鉴-腾讯征信**
- 6.腾讯大数据的具体应用借鉴-微粒贷**

课程总结