

互联网思维落地策略及转型

采用实战案例相结合的方式，帮助学员掌握核心**互联网思维**及传统企业**转型**关键运作要点，通过**互联网手段**低成本制胜市场，实现企业的战略突围，构筑**数字时代**的企业核心竞争能力。

【课程收益】 实战案例相结合的方式，帮助学员掌握核心**互联网思维**及传统企业**转型**关键运作要点，通过互联网手段低成本制胜市场，实现企业的战略突围，构筑数字时代的企业核心竞争能力。

课程大纲

第一部分：中国市场大环境

- 1，经营成本的激剧上升
- 2，消费者的不断变化

第二部分：互联网思维体系及落地策略

- 1，什么是互联网思维
- 2，历史思维——与时俱进——如何大融合
- 3，用户思维——把握用户的动态性——如何做用户体验
- 4，跨界思维——行业边界的模糊——如何做颠覆式创新
- 5，简洁思维——“简”是王道——如何“简”而不“乏”
- 6，痛点思维——抓住用户痛点——如何把握兴奋点
- 7，新思维——先开炮后瞄准——如何有效新
- 8，免费思维——羊毛出在狗身上——如何规划互联网时代的商业模式
- 9，口碑思维——口碑的独特优势——如何把握口碑的关键节点
- 10，病毒思维——让“病毒”漫延——如何寻找“病毒”的关键点
- 11，大数据思维——大数据只是“大”吗——如何让大数据助力高效运营
- 12，协同思维——建设大生态——如何建立互联网时代的联盟

第三部分：传统企业的**互联网转型**三步

第一步：营销互联网化

- 1，互联网营销的灵魂：巧借事件营销低成本打造品牌——事件营销成功四要素——事件营销切入点
- 2，颠覆性的力量：微信营销如何成为营销新利器——什么是微信与微信营销？——微信营销十大核心策略
- 3，“微”力无穷：如何借微博营销以“微”力改变市场地位——什么是微博与微博营销？——微博营销的核心运作要点？
- 4，其它互联网时代的营销整合策略

第二步：销售互联网化

- 1，产品与品牌规划——谁是消费者——陈欧体走红的市场营销启示
- 2，构建互联网销售体系——外部资源的整合——内部平台的打造
- 3，如何提升转化率——核心指标的维护——卖点突出的设计

第三步：整体运营互联网化

- 1，动态化
- 2，融合化
- 3，全员化

第四部分：结束语与思考

- 1，互联网运营的时机——何时开始？
- 2，互联网运营成功的本质与核心？

