

数字经济时代的制造业

“这是最好的时代，这是最糟的时代，这是理性的时代，这是困惑的时代，这是迷信的时代，这是怀疑的时代。这是希望之春，这是失望之冬。人们拥有一切，人们一无所有。由此将坠入地狱，由此将升上天堂。”

——狄更斯

今天，随着物联网、5G、IPV6 等技术的落地实施，以及企业数字化转型的快速推进，制造业运营产生的**数据的规模，范畴和深度**在快速增加，**链接的广度和速度**日益强化提供了海量的数据来驱动**基于场景的各个维度人工智能应用**。

制造业中数据知识化、知识模型化、模型软件化、软件泛在化，使得数字化转型成功的企业可以**快速进行知识的发现、应用和分享，构建基于知识的专家型公司，构建独特的竞争优势**。大数据运营平台支持企业**各个部门的高效协作，创造独一无二的客户体验，高效精准的运营**使得自适应、自组织、协作性企业成为可能，各种业务模式创新层出不穷。

数字经济时代链接的便捷性促进了广域的协作——**生态式生存能力**成为企业核心能力。数字化时代、数据+联网+知识打破了行业的壁垒，滴滴颠覆了所有出租公司，阿里颠覆了整个零售，爱彼迎颠覆了所有酒店……。

- 如何透过技术赋能看见未来的商业场景？
- 如何基于数据和知识创造最佳客户体验？
- 如何创造未来的愿景，如何感召内部员工和外部伙伴共创未来，共享未来？
- 如何快速构建模型，快速落地，创造业务原型，快速基于数据迭代技术和业务？
- 如何创造转型的基因和动能？
- 如何构建在变化的环境中快速调整自己的能力？
- 未来领导力是企业生存和发展第一核心能力！！

数字化技术赋能下，技术创新和业务模式创新越来越快。持续的创新把我们带入持续变化的时代，面对如此多的不确定性因素，领导者必须具备的最重要的技能是未来领导力。未来领导力的内涵是什么？如何打造未来领导力？

世界变得越来越不确定，同时也蕴含着无限的可能性，环境变得越来越复杂，领导人需要在没有最终分析结论的情况下进行评估和重新评价。所以，在培育自己以及自己所在组织成为下一代领导者时，无论是领导者个人还是组织，都需要真正改变自己，为促进面向未来、推动进步迈出真实改变的行动。

谁来参加

企业的高层管理团队，核心骨干管理者和员工。

课程大纲

1 数字化技术创新让世界变得更美好

1.1 技术使能

1.1.1 5G , IPV6

1.1.2 物联网

1.1.2.1 智能互联经济

1.1.2.2 物联网的概念

1.1.2.3 智能互联产品是什么？

1.1.2.4 物联网是智能制造的基石

1.1.3 横向纵向端到端的数据集成

1.1.3.1 纵向集成和横向集成

1.1.3.2 端到端集成

1.1.4 仿真模拟

1.1.5 自动化和机器人

1.1.6 人工智能

1.1.7 大数据

1.1.8 增强现实

1.1.9 增材制造——3D 打印

1.1.10 云技术和工业互联网

1.1.11 信息安全

1.2 技术创新和同理心赋能企业更懂客户

1.2.1 客户触点管理

1.2.2 客户全生命周期数据集成

1.2.3 大数据技术，客户画像和客户行为预测

1.2.4 客户体验管理

1.3 技术创新和精益思想赋能企业反应更快

1.3.1 数字化技术让串行变并行，同步成为必然

1.3.2 不同角色在时间和空间的高效协同带来精准运营

1.4 技术创新和极致工匠精神赋能企业创造更美好的产品和服务

1.4.1 各个学科知识的数学模型化，让各学科知识可以高度集成

1.4.2 新时代的工匠，借助科学工具，快速把经验和知识数据化，模型化软件化

1.4.3 对客户精准的理解和对技术的精准描述，让富有工匠精神的企业可以创造各种“WOW”的产品和服务

1.5 技术创新和人文精神赋能企业创造更佳的客户体验

1.5.1 客户体验可以描述和衡量

1.5.2 材料、结构、传感和执行、软件快速原型，快速精准描述客户体验，快速提升体验，快速上市，快速迭代

1.5.3 低成本，高质量、“惊艳”体验的产品创新能力

1.6 感知变化，利用技术，升级产品和业务，让变化成为常态

1.6.1 从客户体验开始，差距——需求——设计、工艺、制造和采购——客户

体验的数据闭环

- 1.6.2 数据高速公路，带来低成本高速迭代的能力
- 1.6.3 内部设计、工艺、制造、供应链的数字化技术能力是数据化的基础
- 1.7 感知力—理解力—决策力—行动力，成为领导者的核心能力
- 1.8 去中心化、赋能型、敏捷组织再造，需要每个员工具备未来领导力
- 2 链接一切资源和能力共创未来——生态式生存能力
 - 2.1 数字化时代世界是平的
 - 2.2 连接——数据连接一切
 - 2.3 “长板理论”替代“短板理论”，核心竞争力决定生死
 - 2.4 用生态思维打造生态系统
 - 2.5 协同制造业务模式
 - 2.5.1 构建在数据集成和数据驱动的开放式企业，驱动协同制造浪潮
 - 2.5.2 设计协同
 - 2.5.3 制造协同
 - 2.5.4 服务协同
- 3 价值观——审美，共创，数字观
 - 3.1 一切皆算法——数字观
 - 3.2 美不仅是艺术，更是科学
 - 3.2.1 产品的美是客户体验的美——触点场景数据对接客户体验
 - 3.2.2 设计之美是用材料技术和设计工艺创造性提升客户体验
 - 3.2.3 运营之美是各个部门协同以客户价值驱动高效协同
 - 3.2.4 制造之美是精准运营、零缺陷、零浪费
 - 3.2.5 采购之美是把外界的能力精准和公司及客户的需求对接
 - 3.3 生命这么短，不要浪费在无聊的事情上
 - 3.4 审美能力是数字化时代的核心能力
- 4 同理心——倾听、理解、共鸣，然后有效行动
 - 4.1 我们只是一个领域的专家，每个人都是外行放下立场，先来一个有效的沟通
 - 4.2 我们各个部门能不能听懂客户的每一个场景的体验，而不仅仅是说出来的话
 - 4.3 我们是否理解我们和客户的期望之间的差距
 - 4.4 和客户的共鸣是一切有效行动的基础
 - 4.5 我们是否听懂公司内部每个部门，每个人的声音
 - 4.6 我们的价值观是否一致：站在客户的立场和公司的立场创造更美好的未来
 - 4.7 听懂、理解、才能高效协同
- 5 思辨能力
 - 5.1 升维思考，提升格局
 - 5.2 发现问题、界定问题、解构问题、创造解决方案、实施和评估
 - 5.3 论证及对话：时刻思考自己的观点、找到理据，同时对别人的观点进行判断，虚心接受对方的思想。
 - 5.4 概念化技能：复杂问题简单化的能力，寻找到关键因素。
 - 5.5 平衡冲突与对立：管理最终的结果是利益的整合。
 - 5.6 思维决定一切
- 6 企业数字化转型五个关键步骤
 - 6.1 如何看见数字化的未来，如何运用数据技术构建公司的竞争力
 - 6.1.1 与客户需求、同行和数字化技术的差距

- 6.1.2 公司内部的在组织、文化和数字化能力上的差距
- 6.1.3 如何构建一个振奋人心，大家共享的愿景
- 6.1.4 如何构建数字化基因和动力
- 6.2 发现自己核心竞争力，突破实现数字化愿景的关键障碍
 - 6.2.1 四种障碍：
 - 6.2.1.1 人的障碍
 - 6.2.1.2 流程的障碍
 - 6.2.1.3 数字化技术平台的障碍——现有的系统不能支撑业务转型的需要
 - 6.2.1.4 伙伴障碍——没有打造生态系统，缺乏有力的伙伴支持
 - 6.2.2 数字化转型路径设计，如何成功克服转型的阻力
 - 6.2.2.1 数字化时代未来领导力培养——把团队准备好
 - 6.2.2.2 由外而内，从客户出发，到客户结束的简单高效协同的柔性化流程再造
 - 6.2.2.3 构建基于云技术的大数据后台，强大的运营业务中台，灵活的基于场景的前台的数字化平台
 - 6.2.2.4 基于业务需要，链接外部专家型企业和伙伴共创，共享的生态打造
 - 6.2.2.5 解决痛点，创造新的活法，构建数字化文化基因
 - 6.2.2.6 小范围启动，赋能型团队，授权和自主，快速成功，树立信心，培养队伍
 - 6.2.3 迭代——数字化的魅力和精要
 - 6.2.3.1 基于数据深度洞察，快速迭代产品和业务模式“只有更好，没有最好”
 - 6.2.3.2 快速进化——进化的速度是核心竞争力
 - 6.2.3.3 迭代的体系——创新实验室、卓越中心、加速器
 - 6.2.3.4 敏捷——快速迭代的管理模式
 - 6.2.4 “改革开放从深圳特区拓展到全国”，让数字化转型普及到全公司
 - 6.2.4.1 惊艳的项目结果、新的产品和市场、实战锻炼过的团队、可驾驭的数字化技术平台、卓越的生态系统都是可以快速普及的动因
 - 6.2.4.2 数字化转型大普及中的威胁——人、资源、技术
 - 6.2.4.3 内部普及——新平台、新流程、数字化时代的人才
 - 6.2.4.4 外部普及——数字化新产品和业务、更强大生态系统和伙伴
 - 6.2.5 传播——让数字化成为我们的名片和生存方式
 - 6.2.5.1 内部传播——让数字化转型成为一个常态，而不是一个结果
 - 6.2.5.2 外部传播——成为吸引客户、伙伴、注意力和话题的“黑洞”
 - 6.2.5.3 构建平台和文化支持数字化持续创新
 - 6.2.5.4 让创新规模化、常态化——基于数据的洞察，带来更多的数据和洞察，外部满足客户和伙伴，内部让运营更加高效精准
 - 6.2.5.5 构建平台支持开放和在线
 - 6.2.5.6 让客户和生态合作伙伴零成本、实时链接，成为创新的一个关键的环节
- 7 终章——数字化时代人才是进入数字化时代门票