

互联网思维下的企业转型与创新

——新形势下企业发展的关键

【带给企业的价值】

通过本课程，能够给企业家/经营者带来以下价值：

- ◇ 以移动互联、云计算、大数据为代表的技术发展，改变了原有的商业形态，对大部分企业产生了冲击。面对形势的急剧变化，多数企业非常茫然，不知该如何应对。本课程的学习，将努力解决企业家心中的困惑，为他们的求变提供参考思路。
- ◇ 通过本课程，能够初步明晰什么是“互联网思维”，了解互联网思维的本质及关键；学习自己如何理解并利用互联网思维，学习如何在自己的行业里，用互联网思维思考问题。
- ◇ 通过本课程，对“大数据”产生基本认识；重视企业的“数据”资产；学习如何应用大数据对企业进行转型与创新。
- ◇ 通过学习和自身努力，逐步建立能够适应时代发展，引领企业转型升级的“互联网思维”；并由此促进企业转型与创新的重大举措出现，使得能够取得更大的发展。
- ◇ 为参加课程的学员进行跨界转型与跨界创新提供新的思路、新的路径，并为学员提供进行跨界转型、跨界发展的相关资源。
- ◇ 通过课程，指导企业如何触“电”；如何结合自身情况开展电子商务或进行网络销售。

课程强调互动研讨；以参加培训的企业为研究案例；鼓励学员在课堂上提出企业面临的实际问题，并谋求解决。

【课程时间】2天

【课程大纲】（2天）

引言 当前企业面临的巨大冲击

1 互联网思维

案例研讨 1：从小米手机看互联网思维

1.1 为什么会出现互联网思维

1.2 什么是互联网思维

1.3 互联网思维的本质与核心

1.4 互联网思维的要点及其应用

1.5 互联网思维对企业组织的要求

案例研讨 2：某家具公司的转型之路

2 互联网思维在新产品研发中的应用

2.1 明确的细分人群

2.2 精准的需求确定

2.3 全过程的客户体验

2.4 体验式的产品研发

2.5 真正的迭代开发

2.6 产品的“超值”及满足

案例研讨 3：“孝爱”手机项目分析

3 基于大数据的企业转型与升级

3.1 什么是大数据

3.2 大数据产生的背景

3.3 基于大数据的产业及行业发展趋势

3.4 大数据给企业带来的挑战和机遇

3.5 企业的“数据”资产

- 3.6 企业“信息交流”的巨大变化及应用
- 3.7 沿产业价值链垂直整合的企业转型与升级
- 3.8 用大数据重塑企业内部组织
- 3.9 基于大数据的商业模式创新与转型

案例研讨 4：某传统企业基于大数据的业务转型

4 普遍意义的互联网思维与企业转型/创新

- 4.1 针对性的细分市场开发
- 4.2 用互联网思维打造产品/业务
- 4.3 社会化媒体的应用
- 4.4 注重数据积累及其应用（大数据）
- 4.5 善于应用现有的各种“平台”
- 4.6 积极加入与自身相契的生态

案例研讨 5：某传统服务型公司的互联网转型之路

5 “跨界”的资源整合与转型

引子：从万达联合百度、腾讯做电商谈起

- 5.1 “跨界”视角与思考
- 5.2 “跨界”转型与多元化发展的区别
- 5.3 用“跨界”视角进行“多角化”发展
- 5.4 跨界资源的建立与整合
- 5.5 “应用”、“平台”、“生态”
- 5.6 敢于“跨界”转型/创新
- 5.7 “跨界”转型与企业核心能力
- 5.8 用重塑企业内外价值链

案例研讨 6：某集团公司的跨界资源整合与转型分析

6 传统企业“互联网”之路实操要务

6.1 重新思考企业发展战略

6.2 商业模式的创新思考与资源整合

6.3 建立全新的营销/推广模式

6.4 营销/业务管理体系的变革

6.5 企业电子商务建设要点

6.6 “客户体验”的全方位落实

6.7 完成基于“互联网”的企业变革

案例研讨 7：三个传统企业的“互联网”转型与创新分析

(根据学员实际情况，本课程大纲存在局部修订的可能性。)