

# 传统@未来——互联网转型之路

## 课程背景：

2019年两会李克强总理多次强调要为制造业和传统产业赋能，加快在各行各业各领域推进“互联网+”，促进新旧动能连续转换，推动传统产业改革提升，让更多国外用户选择中国制造，中国服务。

2018年以来，民营企业的“痛感”明显增加，经营困难普遍加剧，企业家、特别是中小企业主对未来的信心急转直下。

数千万的传统中小企业处在生死转型期！消费升级，竞争加剧、收入增长压力大，社会成本上升速度快，人不好招也留不住，未来趋势读不懂！人工智能、区块链、平台经济、新零售、新物种……面对层出不穷的新名词，是概念炒作还是真枪实干？看不透，读不懂，注定与社会脱节，被时代淘汰！

传统企业正处在水深火热之中，专家唱衰中国经济，海外势力围猎中国，先富起来的国内企业家转移资产，海外资金频繁撤离中国大陆。转型生死期我们应该怎么面对？2018年双十一天猫一家一天突破 2153. 亿！！关键是 90 后贡献了 46%。不是中国经济不行了，是我们的购买力和经济实力不行！

处在这个全新的时代，新平台、新零售、新工具、新物种像雨后春笋般冒出，是时候重新认识这个全新的时代了，必须更新我们的武器库。新经济什么资产最值钱？流量、粉丝、数据、平台、专业人才、商业智慧……新经济的特点：线上线下充分融合，数据洞察需求，消费驱动生产，智能商业全生态。

古老的民族智慧宝典《易经》告诉我们世界唯一不变的法则就是变！！

## 传统企业转型升级的五大困境：

困境一：决策——企业家如何占据至高点，升维思考，降维执行？

困境二：团队——火车模式还是高铁模式？人人持股还是原始单一的利益驱动

困境三：销量——流量成本急剧攀升，如何精准获客培养倍增的粉丝重复消费

困境四：运营——社区运营、内容/用户/活动/数据/产品运营

困境五：冲突——线上与线下价格、品牌传播的冲突与协调？

……

## 课程收益：

- 了解独角兽企业、行业巨头的营销方向；
- 学会构建先进的企业组织架构；
- 了解互联网企业顶层+底层设计思路
- 常用资源与互联网各类营销系统整合；
- 掌握互联网运营的三大板块与考核机制；
- 提升对移动互联网管理工具的价值认知与使用方法。

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：企业 CEO、董事长、总经理或电商运营相关负责人

课程人数：30 以上

课程方式：讲师讲授+演示+演练+案例+研讨+讲师点评

## 课程大纲

### 第一讲：企业触网的顶层+底层设计

#### 一、企业的战略规划、商业模式、研发创新

1. 传统企业转型势在必行的七大理由
2. 转型互联网的四大核心要素
3. 中美互联网技术的差异
4. 中美贸易冲突背后的互联网机会窗口
5. 中西方不同文化造成的差异化管理、商业环境
6. 世界优秀的互联网企业在中国水土不服的真相

## 二、种子精神带给企业的现实思考

1. 百合花的故事
2. 种子精神的几大特性
3. 电子商务是一把手工程
4. 打通老板互联网的任督二脉

## 三、底层的组织、文化、绩效、团队、运营如何有机组合

1. 供给侧改革的政策引领
2. 中国品牌日背后的商机解读
3. 以终为始的B点思维
4. 世界级管理学大师的理论与运用

## 四、高阶管理在务虚和务实之间如何选择？

1. 先有鸡还是先有蛋
2. 物质第一的唯物主义适合什么企业角色
3. 意识第一的唯心主义如何平衡应用
4. 集体意识和个人意识在组织中发挥的作用
5. 新经济形式下企业家的认识升级与思维重构
6. 从物理学、几何学看商业思维升级
7. 大成就者的B点思维，打破空间、时间局限
8. 扑克牌游戏玩出团队高执行力
9. 企业家必备的整体思维一即一切

## 五、1+N的创新电商模式在企业如何落地？

1. 1+B2B 适合哪些类型的企业？
2. 付费+免费推广如何权衡与把控
3. 1+B2C 适合的企业类型是哪些？
4. 中国电商的双寡头局面谁来打破
5. 移动互联网、微营销与直播电商谁主沉浮？
6. 2018年的双十一网红一天创造了3.3亿的销售奇迹

## 六、习大大的指导思想打铁还需要自身硬

1. 企业自我修炼的三步曲
2. 企业再定位之未来蓝图设计
3. 中层干部解码的落地施工方案
4. 执行的目的就是用结果说话
5. 知名企业案例的理论实践
6. 亲自辅导的案例首度公开

## 第二讲：传统企业触网的现状分析

### 一、线上线下融合，站内站外整合

1. 地坪漆案例的现场剖析
2. 玩转以百度为首的搜索营销核心是什么？
3. 魏泽西事件，血友吧事件后的排名规则变化有哪些？

4. 免费与付费的广告如何合理的分配，实现利益最大化

## 二、小罐茶品牌的线上线下结合推广

1. 企业如何为自己找“魂和根”
2. 产品的核心卖点提炼有什么诀窍？
3. 小企业如何花小钱撬动大商机？
4. 知名品牌运作背后的把握了什么营销规律

## 三、央视广告企业失败的网络营销案例

1. 营销需要统筹规划，线上线下联动才能收获  $1+1 > 2$
2. 不重视互联网平台建设的企业事倍功半
3. 广告轰炸是玩剩的 290 做法，费力不讨好！

## 第三讲：传统企业的互联网平台搭建

### 一、为什么 90%的企业网站是死网站

1. 互联网平台的核心技术之一信息检索
2. 蜘蛛爬虫的工作原理认知猪是怎么跑的
3. 蜘蛛喜欢静态网页还是动态网页或者伪静态网页？
4. 举一反三，百度首页的排名内容组成是哪些？
5. 一家咖啡企业的网络推广前后发生了什么惊人的变化
6. 企业网站的三种基本表现方式
7. 牛企如何借力彭麻麻的“丽媛 style”

### 二、网络营销的系统模型包括三大部分

1. 网络营销在中国发展的三个阶段
2. 展示型、营销型、效果型网站的各自区别是什么
3. 面向未来的企业网络平台构建的两大核心要素
4. 在场学员企业的网络平台现场剖析
5. 一把手要掌握的网络平台基本架构原理
6. 技术干货把网络营销的那点事讲清楚
7. 久病成良医，企业老板要会给自己把脉
8. 内容为王，链接为皇、孰轻孰重把握好！
9. 网络平台链接的三条基本准则
10. 网络营销的《葵花宝典》重出江湖

### 三、放之四海皆准的软文写就技巧

1. 天下文人一大抄，我只是站在巨人的肩膀上
2. 100 亿级巨星吴京的爱国情怀与茅台酒厂的借力营销
3. 商业关键词才是企业推广的重中之重
4. 商业关键词应该如何选取？
5. 网络平台建设的三大要素
6. 认识程序员和技术控们玩的源代码

## 第四讲：互联网企业常用的推广法则

### 一、站内运营与站外运营的共同目的

1. 百度官方规则解读
2. 百度站长、百度学院的三条重要的指导意见
3. 亲自操盘的企业案例现场分析
4. 百度贴吧、问答、文库、视频、图片怎么操作
5. 国内软文推广的奇葩领袖杜蕾斯是怎么雷死人的

6. 西贝莜面是怎样从西北火到全国. 地球的？

## 二、从百度一个点突破到全网营销三个阶段

1. SEO 搜索引擎优化的四大要素
2. 百度近年来推出重要的算法有哪些？
3. 付费推广的方式介绍和查询工具运用
4. 竞价排名的工作流程与重点把控
5. PC 端和移动端怎么联动实现价值最大化
6. 海信科技的全网营销是怎样布局的
7. 身份证阅读器的细分市场怎样实现垄断
8. 通过第三方媒体的运营推广迅速突围

## 第五讲：网络营销的系统化解决方案

1. 计算机基本原则：“垃圾进，垃圾出”
2. 好种子+好方法=好结果的互联网基本原理
3. 平台之间技术不兼容，企业如何取舍与权衡
4. 抛砖引玉，操盘案例现场结果呈现

课程的回顾与总结提炼