

《数字化转型策略与实践》 课程大纲

课程收益：

通过本课程的学习，掌握数字化转型的方法论，并在实践中善于创造性地把知识用于具体操作的实务；

全面深刻了解数字化转型及相关的内容，能够建立科学高效的互联网转型及营销应用流程，有效传达到位并推动实施。

【课程大纲】

第一讲：新商业及数字化转型：

1. 互联网与商业深度变革的发展历程
2. 移动互联网时代电子商务与网络营销新趋势
3. C2C 模式、B2B 模式、B2C 模式、C2B 模式颠覆商业
4. 消费社群年轻化驱动及商业运营
5. 传统商业逻辑被摧毁
6. 案例研讨：数字化转型的动力及未来发展

第二讲：互联网转型下产品及服务升级

1. 数字化转型时代产品的逻辑及方法
2. 互联网时代爆品为王
3. 做出让人尖叫的产品，痛点、高频、刚需
4. 将用户带入产品开发过程
5. 互联网+与+互联网及产业信息化的区别

6. 案例研讨：数字化转型时代做产品

第三讲：互联网转型下营销创新转型

1. 互联网流量与营销选择
2. 从营销的广度向深度切换
3. 广告费用下降，客户关系维护成本加强
4. 如何快速引爆社群？
5. 数字化转型时代营销的核心：内容营销
6. 关注场景及其在营销中应用
7. 用微信社群工具来进行营销转型
8. 大数据营销及营销应用
9. 案例研讨：数字化转型年代营销实践的挑战？

第四讲：数字化转型时代的组织改造与转型

1. 互联网组织：柔、松、连
2. 从科层制组织走向扁平化组织
3. 激活个体的力量
4. 小米团队的组织管理文化
5. 转型时期，我们渴求什么样的组织文化？
6. 案例研讨：如何构造新环境下团队及组织，KPI