

大数据时代的决策新思维

课程背景：

截止 2017 年底，中国已达 9 亿互联网用户，越来越多的传统企业通过互联网进行转型，越来越多的人通过移动互联网平台进行沟通、应用、采购商品，从而产生了海量的业务逻辑数据。可以说，未能足够利用大数据时代“创新”机遇的企业是没有未来的企业，必将被市场淘汰。

课程特点：

1. 大数据思维已经成为企业业务运营、产品创新的基础指导思想，它基于由日常积累的大量行业及用户体验数据，从中发现潜在的、有价值的信息——称为知识，用于支持决策。
2. 简明阐述什么是大数据决策创新思维。
3. 清晰地介绍大数据决策的优秀案例和常用技术、主要过程。
4. 实战应用于大数据决策主要应用领域以及成功企业运营现状。

学员对象：企业管理层、市场、营销团队及所涉及企业专业的人员

授课方法：结合当今企业竞争与大数据的发展趋势，通过理论与实战案例解析相结合的方式进行授课，内容严谨充实又不乏轻松幽默，同时加入学员案例现场演练和点评，增强课程的互动性。

课程主要内容：

一、大数据思维导入

1. 当下互联网发展趋势的深度思考

案例：中国经济如何通过互联网成功“弯道超车”。

中国互联网创业迭代发展的新模式

案例：当下中国企业如何利用互联网跨域时空的特定，给企业经营加“杠杆”，从而实现高纬度竞争。

2. 企业如何在大数据环境下创新发展

案例：移动互联网给汽车行业带来的新契机——车联网

二、大数据时代下的创新思维

1. 用户思维——观念创新

——把握用户的核心需求

——如何利用用户体验开展营销

案例：如何利用用户心理学进行营销活动

2. 简约思维——管理创新

——“简”是王道

——如何“简”而不“乏”

案例：苹果手机设计之道

3. 迭代思维——业务创新

——羊毛出在狗身上让狗付费

——如何规划互联网产品营销模式

案例：微信产品设计的思路——小步快跑

4. 极致思维——服务创新

——极致的独特优势

——如何把握口碑的关键节点

案例：无印良品成功之道

5. 大数据思维——技术创新

——大数据现代企业的仪表盘

——如何让大数据助力高效运营

案例：大数据三要素——在线、流动、可计算

三、大数据决策思维建立

1. 大数据决策的核心——数据挖掘
2. 数据挖掘目的：如何理解和采集用户需求
3. 数据挖掘技术：分类、预测、推估、关联、聚类、可视化
4. 数据决策建模、流程及分析指标

四、如何应用大数据决策新思维

1. 洞察：通过数据精准把控用户需求
 - A. 用户需求数据研究与决策
 - B. 定位目标用户：建立初步用户画像，模拟使用场景
 - C. 完善数据体系：逐步验证需求的真伪
2. 体验：做用户喜爱的产品设计
 - A. 建立、衡量用户体验指标
 - B. 保证用户体验的方法
 - C. 数据分析决策：人物角色、故事板、偏好测试
3. 转化：数据决策从需求到产品再到营销
 - A. 业务需求、用户需求、功能需求、系统需求的关系
 - B. 如何提升营销转化率
 - 核心指标的维护
 - 卖点突出的设计
 - 关联营销

——提升复购率

五、大数据决策思维如何落地

- 1、大数据运营在企业中的定位
- 2、通过流程体系实施大数据决策管理
- 3、设计、构建大数据决策一体化端到端精益流程
- 4、建立大数据决策监控与评价指标体系

案例：互联网企业如何应用大数据设计营销方案