

互联网发展趋势及传统企业转型

课程介绍：

思考：从昔日巨无霸的柯达、施乐的倒闭，到诺基亚、佳能的全线没落的关键原因是什么？是因为企业管理不善？因为研发能力不足？还是项目管理不佳？

这些曾经如日中天的世界级企业都没有跟上趋势，败给了“时代”。互联网时代成功的企业之所以成功，都是成功在符合时代的产品，以及“思维”，而非单纯的管理与技术。

截止 2017 年，中国已达 9.5 亿互联网用户，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，营销活动形成了新的趋势。互联网新营销的核心是“**连接一切**”，而大数据是将这些连接进行转化成“财富”。可以说，未能足够利用新营销、互联网思维与大数据的方式，没有把新营销商业模式与用户连接起来的的企业是没有未来的企业，必将被市场淘汰。

尽管全球经济正在经历寒冬，但是互联网的发展却如日中天。越来越多的企业已经尝到了转型互联网思维方式和商业模式的甜头！

在当今经营成本日益高涨的市场竞争环境下，企业如何利用互联网找到创新模式、突破困局？在互联网新营销趋势下，消费者行为方式动态化变化下，企业如何依托互联网，实现低成本战略突围？

学员对象：管理团队、技术团队及所有涉及传统企业专业的人员

授课方法：结合当今企业竞争与互联网新营销发展趋势，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通俗易懂，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、思维导入：认识互联网时代

- 1、 当下互联网高速发展逻辑现象的深度思考
 - 1) “摩尔定律”的发展脉络
 - 2) 三大领域高速发展

- 3) 网络效率逻辑
- 4) 数据智能逻辑
- 5) 深度渗透逻辑

思考：中国经济如何通过互联网成功“弯道超车”。

二、互联网发展趋势及转型

- 1、 企业运营核心竞争力的界定和特征
 - 1) 超级平台现象
 - 2) 非对称发展
 - 3) 商业新物种
 - 4) 金融新生态
 - 5) 全方位的深度渗透
 - 6) 互联网下半场的深度演绎

思考：当下传统企业如何利用互联网给企业经营加“杠杆”，从而实现高纬度竞争。

- 2、 通过大数据了解你的用户需求
- 3、 互联网营销的动力: 大数据、人工智能、物联网与区块链
- 4、 大数据运营推动传统企业转型互联网营销

三、当代商业模式的核心——互联网思维

1，用户思维

——把握用户的核心需求

——如何利用用户体验开展营销

2，简约思维

——“简”是王道

——如何“简”而不“乏”

3，极致思维

- 抓住用户痛点
- 如何把握兴奋点
- 4，迭代思维
- 先开炮后瞄准
- 如何有效微创新
- 5，大数据思维
- 大数据现代企业的仪表盘
- 如何让大数据助力高效运营
- 6，平台思维
- 建设生态圈
- 如何建立互联网时代的联盟
- 7，跨界思维
- 行业边界的模糊
- 如何做颠覆式创新

三、新媒体营销——精准营销及口碑传播

- 1、 新媒体营销的特点、商机与挑战
- 2、 新媒体营销带来的营销变革与应对机制
- 3、 新媒体营销的主要内容和手段
- 4、 新媒体营销传播特点：分众、精准、个性、交互、口碑、长尾
- 5、 如何增强用户体验来提高用户的访问粘性

四、大数据应用概述

1. 什么要做数据挖掘——多学科的融合
2. 数据挖掘的功能：分类、预测、推估、关联、聚类、可视化

3. 如何收集、处理海量数据
4. 数据挖掘建模、流程及分析指标

五、互联网营销如何落地

- 1、 如何创新营销模式
- 2、 通过流程体系事先新营销
- 3、 互联网营销企业一体化端到端流程
- 4、 互联网招聘企业如何建立大数据指标体系，指导企业经营目标