

人工智能——移动互联网时代下的智能化管理

—— 深度挖掘营销中的数据金矿

课程背景：

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。互联网的核心是“连接一切”，连接什么？连接的是在线化的数据，这就是“互联网+”的核心。可以说，未能足够利用充分利用数据，没有把互联网+运营模式与用户连接起来的的企业是没有未来的企业。

对于企业来说要想成功转型商业智能化就需要在“数字化、网络化、智能化、云端化”进行顶层设计和战略布局。通过移动互联网、大数据、人工智能将企业拥有多年的管理数据积累，拥有诸如用户、流量、商业模式进行结构化数据化转型，以全面提升竞争力。把握新一代网络信息技术中的移动互联网、大数据、人工智能等技术上的发展机遇。

如何结合企业实际合理运用好移动互联网、大数据、人工智能相关技术已是各部门无法回避的课题，也是新经济时代的机遇和挑战，需要各部门、各员工都需要做思维升级，以及好思想与技术储备。培训课程将围绕企业业务模型，梳理移动互联网、大数据、人工智能在营销管理方面的知识点和业务逻辑，来获得企业发展、高效、安全的目的，并降低经营成本和风险全面提升企业竞争力。

课程大纲：

一：认识移动互联网时代

1. 充分理解互联网时代高速发展逻辑
 - 1) 互联网冲击了整个社会
 - 2) 制造业“摩尔定律”的发展脉络
2. 网络效率逻辑
 - 1) 数据智能逻辑

- 2) 深度渗透逻辑
3. 互联网为什么会颠覆的传统企业
 - 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
4. 营销从数据化到智能化的全方位深度渗透
 - 1) 移动支付改变传统卖场
 - 2) 在线化+数据化对营销的深度演绎
 - 3) 大数据与人工智能对营销的深远影响

分组讨论：未来营销对于大数据与 AI 有哪些需求

二：数据从何而来——精准营销及口碑传播

- 1、 互联网+营销的特点、商机与挑战
- 2、 互联网思维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

三：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. 如何通过在线化收集、处理海量数据
4. 大数据管理四大要素
5. 数据挖掘建模、流程及分析指标

五：数据挖掘中的要点

- 1、 建立运营数据挖掘模型的 4 个步骤
- 2、 数据挖掘结果如何展现——可视化数据之美
- 3、 数据挖掘分析常用的工具
- 4、 如何写一份赏心悦目的数据分析报告——用数据看透问题
- 5、 数据挖掘分析中易犯的错误

六：商业智能数据营销如何落地

- 1、 传统企业应用大数据技术与变革迫在眉睫
- 2、 大数据与营销模式的变化

- 3、 大数据与用户关系的变化
- 4、 大数据在企业中定位
- 5、 大数据企业组织结构——扁平化组织
- 6、 通过流程体现大数据价值
- 7、 企业一体化端到端流程

分组讨论：企业目前的流程是否适应大数据运营