

《连锁企业商业模式重构与数字化经营》

主讲：韩迎娣

【课程背景】

互联网是一片滋生奇迹的土壤，这片土壤上滋生了大量的财富，它改变整个社会的生产模式、生活模式、消费模式，乃至营销模式。但仅仅如果把互联网当做渠道销售就理所应当的认为就是互联网接轨了，就具备互联网思维了，这是很多中小企业家们的误区！互联网、互联网思维、数字化到底能够给企业带来什么改变？未来五年左右，一切商业都将数字化，智能化，从现在开始，互联网也是深入产业的起始年，面对这样的大潮下，企业的发展机遇又在哪里？

课程将以连锁企业、数字化创新应用为切入点，还原商业环境中的实际案例，帮助学员认知连锁企业的数字化创新商业模式场景链是什么？企业如何根据所学来让企业走出发展困境？企业如何根据所学来设计符合自身的商业结构来释放资本价值？如何提升企业数字化、智能商业创新能力？使学员学之解惑，学之能用，实现企业新的经营增长突破点。

【课程收获】

- 互联网思维、产业互联网、数据思维与思维创新路径
- 挖掘连锁企业经营痛点及挑战，学会产品、服务创新带来企业核心商业价值的提升
- 学会构建数字化商业应用场景及案例解析
- 学会通过数据来认识用户、市场及需求关系
- 如何让数据驱动企业经营、决策、数据资产化及数据安全
- 数字化未来及智能商业发展趋势

【课程特色】 干货，没有废话；科学，逻辑清晰；实战，学之能用；投入，案例精彩

【课程对象】 董事长、股东、总裁、总经理、执行副总、总裁助理、运营总监等高管

【课程时长】 12 小时

【课程大纲】

一、数字化认知与思维创新

1、思维创新技术路径

2、互联网、互联网思维、产业互联网及数字思维

3、企业发展面临的挑战

- 跨界打劫
- 利润降低
- 数字化冲击
- 谁是竞争对手
- 用户变了

4、连锁企业经营之殇

5、传统企业创新升级优势

6、什么是数字化升级？

- 7、企业数字化建设现状剖析
- 8、企业数字化升级带来的变革与机遇
- 9、企业数字化经营误区

案例：

二、构建产品、服务模式与用户的关系

1、产品与服务战略

- 产品、服务与市场
- 产品、服务与用户
- 产品、服务与创新
- 如何重新定义产品、服务

2、产品、服务定位与价值主张

- 从0至1，为谁服务
- 从1至10，用户覆盖
- 从10至100，普惠性
- 用户需求与产品思维模型

3、产品、服务作用力

- 真痛点
- 强需求
- 自带流量属性

4、产品、服务爆发的核心能量

- 场景能量
- 终端能量

5、学会用数据认识你的用户

- X、Y、Z世代
- 消费能力分析
- 用户画像及标签化
- 用户标签化与消费场景

6、用户营销与行为分析

- 用户分群
- 定位营销目标群体
- 用户行为分析模型
- 让用户乐于传播

7、用户增长系统

- 用户增长框架
- 用户生命周期
- 用户AARRR体系

8、你的用户在哪里

案例：名创优品 美心馒头 星巴克与用户关系

三、构建企业数字化商业应用场景及案例解析

1、企业数字化商业模型梳理

2、什么是应用场景？

3、连锁企业数字化应用场景设计

4、数据驱动连锁企业精细化运营与管理

- 5、数据驱动提升连锁企业服务能力
- 6、企业数字化产品架构规划
- 7、企业数字化升级关键支撑技术
- 8、数据驱动场景进阶：带动更多场景革新
- 9、数据对企业价值
 - 商业价值
 - 经营价值
 - 战略价值
- 10、企业数字化决策体系
- 11、数据安全策略及管理方法
- 12、无数据 不 AI

案例：

四、连锁企业数字化的智能商业之路

- 1、企业数字化的价值
- 2、致力打造未来数字化的“智链企业”
 - 与合作伙伴的“数字化共生”
 - 提供卓越客户体验
 - 充分融合协作模型
 - 构建创新业务的能力平台
- 3、未来零售行业发展趋势
 - 有温度的科技能力
 - 零售价值链被数字化重塑
 - 让商品与服务主动找用户
 - 深度挖掘供应链价值
 - 渠道融合无边界
 - 关注边际成本
 - 用户数据质量
 - 区块链打造信任经济
- 4、基于数据的智能商业
 - 从互联网+到智能+
 - 智能商业服务消费者的三大特征
 - 智能商业的双螺旋
 - 智能商业的快速发展
- 5、智能商业 未来已来

案例：