

# 《数字化转型商业价值与双创企业赋能》

## 【课程收益】

1. 互联网思维不是一种技术思维，更是一种商业思维；
2. 互联网思维不是互联网决定了思维的产生，而是思维带动了互联网的产生和变化，而互联网又加快了思维的升级与创新；
3. 互联网思维不单单是对互联网的，而是对包括线上线下的一切商业活动的思考与改变；
4. 合作是互联网时代的商业本质；
5. 产品聚焦，没有网络的市场是区域性的，而互联网让市场无疆界；
6. 做专业的事，互联网时代每个企业都是链条中的一份子，而不再是做整个链条；
7. 干了再说，互联网时代的变化太快了，如果什么都想好了、想通了、准备足了才去做，那一定是跟风做，就会失去第一的机会；
8. 借力打造的低成本运营，为企业实现更高更新的商业价值。



## 【课程内容】

在互联网时代，传统企业遇到的最大挑战是基于互联网的颠覆性挑战。为了应对这种挑战，传统企业首先要做的是改变思想观念和商业理念。要敢于以终为始地站在未来看现在，发现更多的机会，而不是用今天的思维想象未来，仅仅看到威胁。

未来的企业要互联网化，每家企业都要有互联网的思维。在未来不用互联网方式来思考问题，就没办法在社会展开竞争。

互联网思维将扫荡一切行业，这个趋势，不以人的意志为转移。

互联网思维充分体现了“平等、尊重、参与、分享”的价值观，进入移动互联网时代，老板对组织、产品、用户的颠覆必须要全面认识。通过互联网卖产品还是技术思维，必须把互联网思维上升到企业战略的高度，必须把互联网思维融入企业中才能赢得未来。

本课程是根据当今各领域企业的实际情况，从创新与创业、用户、品牌、产品、运营传播、转型、互联网与实体相融合。全面阐述互联网思维的内核与精神，逐一点评当前关于互联网思维的各种观点。用“短段落”的形式，全面阐述了当今极具价值的诸多产品与互联网思维，让大家了解什么是互联网思维，同时还能学会把互联网思维运用到自己的工作学习已经生活中，以最省时间的方式带领大家了解当今产品与互联网思维的现在与未来。



#### 【培训时间】

2-4天(6小时/天) 或可根据项目的实际场景与需求约定

#### 【授课对象】

中高层管理人员、项目经理、产品经理、新晋管理者、商务与市场经理、储备干部、骨干优秀员工

#### 【课程大纲】

### 第一章 失控时代出现数字鸿沟

#### 一、技术赋能

不确定性世界和方法论

(1) 复杂性

(2) 快速性

(3) 失效性

(4) 难测性

## 二、技术的四大颠覆

(1) 产品

(2) 客户

(3) 市场

(4) 行业

## 三、技术文明

目前最赚钱的公司

(1) 你的诉求

(2) 你的交流

(3) 你的位置

(4) 你的所见

(5) 你的关系

(6) 你的需要

(7) 你的思想

## 四、商业模式

入口+平台+生态

苹果>> 亚马逊>> FaceBook>> 阿里巴巴

## 五、新基础设施

端+网+云

## 第二章 技术重构商业价值逻辑

### 一、GPD的发展

### 二、人类需求的商业价值史

1. 青铜文明 - 生存需求
2. 工业时代 - 物质需求
3. 信息时代 - 精神需求
4. 智能时代 - 个性需求

技术驱动 >> 产业升级 >> 需求引导

### 三、产业互联网

1. 消费互联网
2. 工业互联网

### 四、未来商业模式

C 2 B 2 B 2 C

用户 - 平台 - 企业

### 五、互联网新技术

1. 平台化 - 云计算
2. 智能化 - 大数据
3. 移动化 - 移动互联

微信就是基于移动互联的敏捷应用

### 六、三个连接

1. Everyone to one
2. Everyone to thing
3. Everything to thing

### 七、商业变革的新模式

1. 平台 + 小而美 生态化
2. C 2 B 用户定义企业的价值

### 八、新组织边界

1. 大平台 + 小前端 协作化
2. 平台 + 个人 创客化

## 第三章、转型修炼主动拥抱未来

### 一、释放客户的真实需求

#### 1. 工业经济时代

- (1) 管道式 - 硬化的傻大笨粗
- (2) 理念：控制

■ 流水线生产

- 集中式制造
- 批量标准品



### (3) 实体经济 + 数字经济

## 二、 全球企业数字化成熟度的分析

1. 信息技术
2. 通信技术
3. 交通、旅游
4. 银行
5. 零售

## 三、 客户的四大核心竞争力

1. 需求 - 场景 - 实时洞察 - 自主感知
2. 产品 - 体验 - 透视生产 - 智能制造
3. 渠道 - 画像 - 精准营销 - 多点触达
4. 物流 - 状态 - 敏捷送达 - 智慧物流

## 四、 实现四大核心竞争力的两大条件

1. 数据的算力和算法
2. 内部企业的人工赋能

## 五、 实现四大核心竞争力的四大动作

1. 数字化平台：数据驱动

2. 扁平化组织：乐高
3. 场景化商业：体验驱动
4. 生态化产业：边界模糊

## 六、数字化转型是企业唯一的存在法则

1. 客户数字化（实时洞察需求）
2. 员工数字化（通过赋能激发活力）
3. 产品数字化（打造良好的消费体验）
4. 运营数字化（实现敏捷）