

## 【课程大纲】

### 第一部分：互联网大势，传统企业何去何从？

#### 模块一：颠覆，无处不在（为什么转型）

- 1、看得见的颠覆：巨头倒下，身体还是温的
- 2、看不见的颠覆：那些悄然消失的传统企业
- 3、颠覆者往往来自突然闯入的野蛮人
- 4、传统商业 4 大失效现象
- 5、BAT 等互联网巨头的跨界逻辑

#### 模块二：移动互联网的颠覆逻辑（谁需要转型）

- 1、文明冲突和秩序重建

移动互联网技术特征和本质

未来新商业形态

- 2、什么样的行业容易被跨界颠覆？
- 3、什么类型的企业容易被跨界颠覆？
- 4、你的企业离被颠覆还有多远？
- 5、天变了，人变了，道亦要变！

#### 模块三：传统企业的互联网转型路径（怎么样转型）

- 1、传统企业互联网化四大误区
- 2、传统企业互联网转型四重境界
- 3、传统企业互联网转型是一把手工程
- 4、传统企业互联网转型的三个杀手锏

5、BAT 等互联网巨头的战略布局，对传统企业意味着什么？

6、传统企业互联网转型的节奏与火候

#### **模块四：互联网思维构建传统企业转型**

9 大互联网思维透析：

1、用户思维

2、简约思维

3、极致思维

4、迭代思维

5、流量思维

6、社会化思维

7、大数据思维

8、平台思维

9、跨界思维

## **第二部分：转型兵法（1）——商业模式创新**

### **模块一：产品售卖→用户运营**

1、小米为什么是一家互联网公司？

2、免费是为了更好的收费

3、羊毛出在狗身上

4、产品公司 VS 平台公司

5、如何发育生态型组织

实战演练：重新定位你的盈利模式

### **模块二：资源导向→数据驱动**

- 1、互联网公司的商业模式解读
- 2、数据资产成为核心竞争力
- 3、顺丰的跨界颠覆
- 4、传统企业如何应对跨界竞争、构建护城河？

实战演练：重新定义的核心竞争力

### **模块三：社群商业**

- 1、媒体：一切产业皆媒体
- 2、社群：一切环节皆体验
- 3、商业：一切行为皆数据
- 4、传统企业互联网化商业模式地图

实战演练：重新设计你的商业模式

## **第三部分：转型兵法（2）——运营模式创新**

### **模块一：以体验为核心产品体系重建**

- 1、简约，少即是多
- 2、极致，让用户尖叫
- 3、迭代，好产品是运营出来的

实战演练：打造一款让用户尖叫的产品

### **模块二：以口碑为核心品牌打法重塑**

- 1、内容即广告
- 2、关系即渠道
- 3、互动即传播

实战演练：新品上市社会化营销策划

### **模块三：以数据为核心的 O2O 运营模式重构**

- 1、O2O 的本质，就是商务电子化和运营数据化
- 2、O2O 三大平台建设
- 4、凡是不以沉淀数据为目标的 O2O 都是耍流氓
- 5、消费品及零售行业 O2O 案例解析
- 6、服务行业 O2O 案例解析
- 7、O2O 模式下的利益重新分配

实战演练：为你的企业设计 O2O 运营模式

### **模块四：微信，传统企业 O2O 改造第一抓手**

- 1、不同类型企业的微信平台该如何定位？
- 2、微信是一种战略思考
- 3、微信营销平台的运营方法
- 4、微信服务平台的运营方法
- 5、微信交易平台的运营方法
- 6、微信粉丝聚合 8 式
- 7、为什么说微信是一种生活方式？为什么说微信不是一个营销工具？

## **第四部分：转型兵法（3）——管理模式创新**

### **模块一：以用户为中心的组织设计**

- 1、传统管理的三大挑战
- 2、扁平化：打通决策链
- 3、平台化：打通内部利益链
- 4、生态化：打通外部利益链

实战演练：设计你的互联网化组织

## **模块二：以效率为核心的管理方式**

- 1、人人都是产品经理
- 2、自组织如何落地
- 3、移动互联网情境下的协作方式
- 4、社会化协作的5个有效工具

实战演练：利用社会化网络做一次众包活动

## **模块三：以人性为核心的激励机制**

- 1、没有认同，就没有合同
- 2、如何发育互联网创新人才队伍
- 3、从压力管理到动力管理
- 4、文化是做出来的，不是设计出来的

实战演练：为企业的互联网创新团队，设计非物质奖励方式

## **模块四：传统企业组织变革核心问题**

- 1、企业家思维转换后，如何推动整个组织变革？
- 2、不同行业、不同规模的企业如何把握组织变革节奏？
- 3、互联网业务，是体内孵化还是体外创新？