

商业模式创新

移动互联网时代的商业模式机理、规律与实践

【课程简介】

《商业模式创新：移动互联网时代的商业模式机理、规律与实践》，对于移动互联网时代的主流商业模式进行了深入的机理剖析与案例提炼，使培训学员系统掌握移动互联网时代商业模式的基本视角、思维模式、关键策略与创新方法，并进一步延伸到如何把商业模式创新运用到本企业创新实践中。本课程适合传统企业各级管理人员、战略规划部门、转型业务部门、创新部门学习。受清华大学邀请，本课程部分内容已纳入到清华大学“中国创业学院”的在线精品课程体系之中。

第零部分：移动互联网时代的创新法则

- 1，商业的走向：基于移动互联网和大数据的 B2B2C 平台
- 2，竞争的趋势：你的颠覆性对手可能不期而至
- 3，产业的趋势：互联网力量正在全面进入实体行业
- 4，价值的变迁：“新微笑曲线”，传统管道价值被降低，新型业务的价值不断提升

第一部分：人在网中央：用户界面类的商业模式创新

- 1：移动互联网时代的用户界面交互演进
- 2：用户界面份额的切割之战
- 3：用户界面粘性决定移动互联网业务价值
- 4：用户界面黏着的盈利模式
- 5：用户界面创新引发的媒体变革
- 6：用户界面交互的趋势预判

第二部分：新媒体颠覆：流量黏着类的商业模式创新

- 1：移动互联网时代的传媒变革
- 2：为什么移动互联网时代的传媒出现颠覆性变革
- 3：未来的报纸
- 4：未来的阅读
- 5：未来的影视
- 6：数字媒体的未来

第三部分：不一样的平台：数字娱乐类的商业模式创新

- 1：从一个游戏说起
- 2：平台化商业模式的基本特征
- 3：平台化商业模式成为移动互联网时代的主流商业模式
- 4：以视频娱乐为代表的数字媒体平台商业模式分析
- 5：以 MOOC 为代表的数字媒体平台商业模式分析

第四部分：电商风口：电子商务类的商业模式创新

- 1：O2O 商业模式概述及特征分析
- 2：O2O 商业模式详细分析及案例剖析
- 3：O2O 商业模式关键成功因素
- 4：O2O 商业模式的深度机理与创新趋势

第五部分：个性时代，深度垂直：垂直群体类的商业模式创新

- 1：面向细分垂直群体的关键成功策略
- 2：面向个性化需求的新经济模式
- 3：个性化时代的新型营销

第六部分：全民社交：社交类的商业模式创新

- 1：移动互联网原住民一代的特征分析
- 2：社交强关系与弱关系
- 3：移动互联网社交平台的商业模式、业务创新及盈利模式分析
- 4：移动互联网强关系商业模式分析：以微信为例
- 5：移动互联网弱关系商业模式分析
- 6：移动互联网社交平台的关键特征分析

第七部分：新生态：生态平台类的商业模式创新

1：从 PC 时代到移动互联网时代的迁移

2：移动互联网时代的全新特征

3：移动互联网时代的平台领导者