

《传统产业互联网转型》

第一模块 思维转型：互联网颠覆传统产业的逻辑 2H

案例分析：余额宝颠覆传统金融市场

一、阿里巴巴战略的三个关键词

- 1、平台
 - 颠覆商业生态
 - 制定游戏规则
 - 建设开放平台
- 2、数据
 - 数据采集
 - 数据分析
 - 数据预测
- 3、金融
 - 传统金融
 - 平台金融
 - O2O 融合

二、阿里巴巴的战略全景图

- 1、平台、数据
- 2、金融
- 3、物流
- 4、终端：

三、阿里巴巴的战略演进

- 1、收购雅虎去 IOEC
- 2、大数据：阿里云
- 3、移动互联网
- 4、O2O 线下布局

第二模块 商业模式转型：基于大数据的未来商业模式 4H

一、拨开大数据神秘的面纱

- 1、大数据运用的案例
 - 奥巴马的大数据竞选之路
 - Netflix 《纸牌屋》
 - 郭敬明 《小时代》
- 2、大数据的历史沿革
- 3、数据资产核心

二、大数据的认知框架

- 1、物联网

- 2、 云计算
- 3、 大数据的应用
 - 行为分析
 - 交易分析
 - 数据融合
- 4、 行业垂直整合：
 - 乐视案例
- 5、 智慧的地球 IBM
- 6、 泛互联网化：GOOGLE 的案例

三、传统行业的 O2O 商业模式转型

- 1、 案例分析一：雅昌艺术网华丽转身
- 2、 案例分析二：永辉超市挑战沃尔玛
- 3、 案例分析三：花样年地产的侧后战场
- 4、 案例分析四：苏宁云商的艰难转型
- 5、 案例分析五：万达集团的超级平台
- 6、 案例分析六：顺丰物流的十年内功
- 7、 案例分析七：新东方俞敏洪的灾难

二、BAT 颠覆中国

- 1、 互联网的三大模式：A 电商、B 搜索、T 社交
- 2、 阿里巴巴生态系统全景图：
- 3、 腾讯生态系统全景图：
- 4、 百度生态系统全景图：

四、产业互联网：互联网的第二次革命

- 1、 中国迎来产业升级的战略机遇期：
 - 消费互联网格局已定，产业互联网时代开启
 - 国家重点产业安全需要，经济转型升级助推器
 - 德国工业 4.0 与美国工业互联网
 - 产业互联网=互联网+金融+传统行业的全新商业模式+平台
- 2、 产业互联网的新的微笑曲线
 - 智能制造平台
 - 增信平台
 - 物流平台
- 3、 产业互联网重构传统商业模式

第三模块 战略转型：以用户为中心的移动互联时代来临 3H

一、4G 的移动互联时代来临

- 1、移动互联网时代来临
- 2、移动运营商的 4G 战略
- 3、移动互联网的特征与影响

二、传统产业互联网转型的四个误区

- 1、网络营销不等于微博微信
- 2、网上开店不等于电子商务
- 3、代运营不能解决人才问题
- 4、信息化不等于互联网化

三、传统行业的互联网化四个阶段

- 1、传播层面的互联网化
- 2、渠道层面的互联网化
- 3、供应链层面的互联网化
- 4、商业模式的互联网化

四、传统产业互联网的转型战略

- 1、用户思维
 - 屌丝时代的情感需求 案例分析 1：YY 语音
 - 参与感与身份认同 案例分析 2：因为米粉 所以小米 案例分析 3：逻辑思维
 - 用户体验高于一切 案例分析 4：海底捞 案例分析 5：三只松鼠
- 2、简约思维
 - 专注的力量 案例分析 5：HTC 的没落
 - 品牌定位与传播 案例分析 6：ROSEONLY
 - 简约之美 案例分析 7：无印良品
- 3、极致思维
 - 产品找痛点 案例分析 8：QQ 案例分析 9：小米 MIUI
 - 让用户尖叫 案例分析 10：小米配件 案例分析 11：苹果 MACAIR
 - 服务即营销 案例分析 11：阿芙精油
- 4、迭代思维
 - 微创新 案例分析 12：飞信 案例分析 13：360 移动 WIFI
 - 快速更新 案例分析 14：微信 案例分析 15：ZARA 快速制胜
 - 不断试错 案例分析 15：GOOGLE 的工程师文化
- 5、流量思维
 - 免费的力量 案例分析 16：360 杀毒 案例分析 17：四川航空
 - 从量变到质变 案例分析 17：PPS 爱奇艺 案例分析 18：魔兽世界英雄联盟
- 6、社会化思维
 - 口碑传播 案例分析 19：蚂蜂窝 到到网 豆瓣网
 - 社会化媒体 案例分析 20：微信红包 泰囧 案例分析 21：新浪微博

- 7、 如何选择第三方新媒体营销服务机构

第五模块 组织转型：去中心化的内部创业平台 1H

一、 人与人的关系

- 1、 农业时代、工业时代与信息时代的人的关系
- 2、 全民娱乐的草根时代来临
- 3、 90 后员工的心理特征
- 4、 机械时代落幕与人工智能的发展前瞻

二、 组织架构

- 1、 金字塔组织到超级扁平化 小米科技的组织架构
- 2、 从大而全到小团队精神 微信团队的激情与定力
- 3、 移动互联时代与组织虚拟化 GOOGLE 的全球创新项目
- 4、 全面外包时代的来临 海尔人单合一的尝试
- 5、 世界主要互联网公司的组织架构模式分析

三、 运营流程

- 1、 为什么要有流程 传统工业时代的商业与管理基本逻辑
- 2、 产品经理零距离 用户需求、用户体验、用户口碑
- 3、 天下武功 唯快不破 快速迭代与微创新
- 4、 互联网时代的供应链重构 除了人 其它都可以买得到
- 5、 流程与风险控制

四、 人力资源

- 1、 重新定义组织与人的关系 管理回归人性
- 2、 互联网时代回看马斯洛需求层次 人为什么而工作
- 3、 互联网思维设计人才学习体系 ASTD 转型为 ATD
- 4、 目标管理与绩效考核的变迁 KPI 与 GOOGLE 的 OKR
- 5、 创新孵化器与内部创业平台 丛林法则与野蛮生长

五、 企业文化

- 1、 企业文化的前世今生
- 2、 什么样的企业文化能留住新生代员工
- 3、 企业文化基因的对比分析 小米 格力 华为 腾讯
- 4、 文化是创造力的源泉

第六模块 互联网精神：大势观澜未来前瞻 0.5H

一、 互联网改变中国：

- 1、 鲶鱼效应：
- 2、 基础设施：
- 3、 资本入场：
- 4、 产业升级：
- 5、 国家战略：

二、互联网改变世界：

- 1、 The web is dead, long live in the internet.
- 2、 互联网三要素：人、信息、交易
- 3、 互联网精神：
 - 开放
 - 去中心化
 - 互动
 - 自下而上
 - 长尾
- 4、 企业的三重境界：

三、互联网精神的企业：小米科技

- 1、 雷董赌局：小米 5 年超过格力
- 2、 超豪华的创业团队
- 3、 小米的互联网精神
- 4、 雷布斯的战略布局

四、互联网 3.0 时代企业家的修炼

- 1、 智力、产业、资本、国势、心性
- 2、 管理思想：《管理未来》彼得 德鲁克 《学习型组织》彼得 圣吉
- 3、 产业整合：《第一大亨》二十世纪初的美国 范德比耳 福特 卡耐基 洛克菲勒
- 4、 资本兵法：《摩根财团》美国式央行行长
- 5、 国势纵横：《文明的冲突》亨廷顿
- 6、 心性修炼：《失控》KK 预言的全人类的最终命运与结局