

**培训时长：** 2天

### 课程背景

随着“互联网+”国家战略的提出，使越来越多的传统企业看到了“互联网+”未来的巨大前景。但对于“互联网+”如何去规划，如何去落地就知之甚少。本课程专门为传统企业讲述如何制定“互联网+”的转型方案。

### 课程收益

传统企业在互联网+时代的困境  
互联网转型的战略、方法和步骤

### 课程大纲

#### 第一章：传统企业的互联网困局

1.当前经济的热点与互联网的结合

2.传统商业生态圈的颠覆

3.传统思维与互联网思维

4.互联网+的战略解读

案例：zara 的供应链变革

5.互联网思维的核心

6.互联网思维的四大误区

7.互联网思维陷阱

8.传统企业的转型难点

9.战略困局

9.1 资源困局：迷失方向的巨轮

案例：家装行业的互联网创新

9.2 市场困局：你，其实离消费者很远

9.3 思维困局：十万个伪需求

案例：南方都市与今日头条

9.4 模式困局：平台 VS 垂直

10.策略困局

10.1 渠道困局：渠道的囚徒困境

10.2 技术困局：不懂技术怎么办？

10.2.1 大数据的应用

10.2.3 物联网的应用

10.3 创新困局：失控的边缘

11.营销困局：微信营销是个坑

12.人才困局：空降兵“水土不服”

13.投资困局：烧钱烧到何时休？

## **第二章：企业“互联网+”战略**

1.互联网转型的三大纪律和八项注意

2.企业互联网转型的路线图

3.传统经销商向互联网转型的模式

案例：1919 与酒仙网

案例：明源采购

案例：电老虎网与找钢网

4.麦当劳的转型战略

5.梯子网是如何失败的

6.zappos 与乐淘网的差异

## **第三章：企业转型的方法**

1.企业转型的三大方向

案例：361 度——做有温度的产品

案例：Roseonly——做有情感的产品

案例：阳光印网——C2M

案例：青岛红领的 C2M 尝试

案例：e 袋洗：一家洗衣店的互联网革命

2.O2O 能耗图

案例：仁和——叮当快药

雕爷牛腩：互联网思维的餐厅

美味不用等

小狗电器——免费的中央维修模式

3.不同场景下的 O2O 模式

案例：大润发——飞牛网

案例：钻石小鸟

案例：阿姨帮——家政 O2O

案例：许鲜——生鲜 O2O

案例：婚礼纪——最低频的 O2O 服务

4.转型的综合模式

汤臣倍健：一家保健品企业的互联网野心

合生元：一家母婴用品企业的互联网三重奏

5.社区 O2O 模式

花样年彩生活：社区 O2O

爱鲜蜂 VS 社区 001

星巴克——自然醒