

培训时长：1天

课程背景

互联网思维是目前比较火爆的话题，不论是互联网巨头和传统行业的大佬都在谈论互联网思维；但每个人都是立足与自己的企业来思考问题。这就给一般的企业家一种盲人摸象的感觉，本课程通过归纳的方法，取各家之长，为企业系统性地讲解互联网思维如何在传统企业中应用。

课程收益 课程背景

- 1.全面认识互联网思维
- 2.传统企业如何与互联网融合
- 3.如何利用互联网工具来进行创新

课程大纲

第一章：传统企业转型中的互联网思维

1. 互联网的商业模式
- 2.互联网转型
- 3.互联网思维精髓

第二章：用户思维

案例：苹果音乐商店如何取胜
案例：农业银行：e时代 赢精彩
案例：三只松鼠

第三章：简约思维

- 1.大道至简，互联网时代的产品战略
- 2.品牌定位：用户喜欢你只需要一个理由
- 3.简约即是美

案例：Roseonly 一生只爱一人

案例：苹果的产品线

第四章：极致思维

- 1.“渠道为王”到“产品为王”
- 2.极致就是匠人精神
- 3.好产品会说话
- 4.打造让用户尖叫的产品
- 5.服务即营销

第五章：迭代思维

- 1.天下武功，唯快不破
 - 2.怎样做到快速迭代
- 案例：小米的橙色星期五

第六章：流量思维

- 1.免费是为了更好地收费
- 案例：360 让羊毛出在狗身上
- 2.网络推广的七种武器
 - 3.流量的价格和多样性
- 平安：欢乐平安夜 粉丝嘉年华

第七章:社会化思维

1. 社会化媒体环境下，消费者消费模式发生变化
 - 2.互联网推广的 4I 原则
 - 3.推广前的计划
 - 4.众包协作
- 案例：比特币

第八章:大数据思维

- 1.数据资产成为核心竞争力
-

2.一切皆可数据化

3.大数据的价值不在大，而在于挖掘能力

4.大数据带来的商业思维变革

5.利用大数据思维解决业界难题

案例：传染病疫情监控

案例：谷歌翻译系统

6.大数据思维的核心是理解数据的价值

案例：苹果和诺基亚的兴衰对比

7.大数据驱动运营管理

8.精准化营销：大数据+物联网

9.大数据的应用创新

案例：薄荷网——个人网络理财的案例

案例：互联网金融模式——大数据金融

案例：ZestFinance 大数据承销

第九章：平台思维

1.平台是互联网时代的驱动力

2.构建多方共赢的平台生态圈

案例：供应链金融和蚂蚁金服

3.善用现有平台

4.传统企业“触网”，慎做平台

5.互联网时代企业组织的重构

6.从“金字塔”走向“扁平化”

7.企业文化：创新驱动的人本主义

案例：谷歌的工程师时间

第十章：跨界思维

1.行业外的“野蛮人”入侵，重塑产业格局

案例：余额宝

2.寻找低效点，打破利益分配格局

3.挟“用户”以令诸侯

4.敢于自我颠覆，主动跨界

5.内部培育颠覆性业务

案例：微信革了手机QQ的命

6.这些年，已经被互联网颠覆的行业