

《数字化业务》

构建全场景数字化服务

主讲：白涛

【课程背景】

在数字经济时代，传统企业与数字化企业最大的区别就是：能否通过线上化的手段来为客户与合作伙伴提供服务。这其中存在两个挑战，一是如何让现有的业务在线化，并形成完整的线上化服务体系，另外一个就是，如何通过数字化的方式，提供之前无法提供的服务，从而拓展新的业务。

这门课就的首要目标，就是帮助传统企业搞清楚，在研、产、供、销、服各个业务领域都有什么样的线上化方案，以及这些方案的模式特性、服务对象、应用场景、收益模式、可能存在的问题卡点等。

此外，设计高质量的线上化业务，最终的目的是为了与企业的商业模式相匹配。所以，课程中还将一套数字化模式创新要素方法论、数字化转型模式工具矩阵教授给学员，让学员学会通过商业模式思维驱动数字化转型，通过面向客户、运营及盈利方式的业务重构，找到数字化转型的最佳路径。

数字化业务场景包括很多方面，本课程将会从关键业务、核心资源、客户服务、业务渠道 4 个方面进行创新研讨，提供 11 种“原子级的”场景方案，企业可以根据实际业务场景组合搭配，最终形成一套相互“衔接”的线上化业务体系。

【课程收益】

- **在整体思维上**，理解全场景的数字化业务平台的服务价值；理解线上化业务与商业模式如何结合，设计出符合公司数字化战略的业务方案。
- **在操盘步骤上**，具体了解 11 种业务方案的模式特性及业务构建方式。包括智能供应链、智慧物流、数字营销、C2M 反向定制、产业电商、供应链金融、大宗线上化交易等。
- **在执行层面**，学员可以通过课堂演练，模拟构建一套有针对性的全场景数字化方案，涵盖客户服务、供应商支持及盈利模式改进，并通过模式评估方法判断方案的优劣。
- **在工具价值上**，为学员提供转型落地的具体表单工具、实现从全面规划到细节落地的数字化创新业务。

【课程特色】 内容从理论到策略落地全链路，有具体的工具用于现场模拟演练，可迅速掌握知识。

【课程对象】 总裁助理、CIO/CTO、COO/运营副总、财务副总、销售副总、业务部门主管（物流、采购、销售、生产等）、产品经理/IT 架构师。

【课程时间】 1-2 天（6 小时/天）

【课程大纲】

一、数字化转型的底层逻辑是什么？

1. 理解数字化转型的趋势

- 传统企业向数字原生企业转变

- 实体经济与数字经济融合
- 业务模式向数字化和线上化演进
- 转向数字经济产业发展范式
- 产业升级与产业链效率提升

案例 1：天虹商场的数字化转型

案例 2：华为的数字化转型

2. 以商业模式思维驱动数字化转型

- 商业模式及商业模式创新
- 如何利用好商业模式画布
- 基于商业模式要素的创新方法论
- 正确评估商业模式创新

案例：以 SHEIN 理解数字化转型创新要素

二、如何面向未来构建全场景的数字化业务？

1. 围绕核心资源进行创新

- 智慧供应链优化方向与收益分析
- 智慧物流的 5 种运作模式

2. 围绕关键业务进行创新

- 数字化采购的运作模式、业务价值、运作场景及相关系统能力
- 动产融资之存货质押业务价值
- 供应链金融的主要运作模式

3. 围绕业务渠道进行创新

- 主流 B2B 模式比较与业务价值分析
- B2C 模式分析、转型路径、必备能力及收益分析
- S2B2C 模式及业务价值
- 大宗商品交易的两种模式解读

4. 围绕客户进行创新

- C2M 的发展和三种主要模式类型
- 数字化营销模式、理论及价值分析

案例：京东金融服务创新、中储京科大宗物流、安利的智慧供应链、尚品宅配的终端定制业务、国联股份的 B2B 平台、传统车企的数字营销、航空工业集成供应链、煤炭企业的产业互联网

三、如何规划数字化转型的最佳路径？

1. 掌握 3 步数字化转型核心分析方法

2. 3 个核心步骤识别数字化转型的最佳路径

演练：根据案例进行数字化转型商业模式规划

演练：根据商业模式规划提取创新要素

锦囊卡片：数字化转型模式矩阵表

锦囊卡片：数字化转型商业模式画布

演练：根据创新要素寻找匹配的数字化转型工具方案

四、如何设计全场景的数字化服务平台？

1. 以供应链思维理解公司整体业务

➤ 什么是供应链思维

➤ 平台模式

案例：SHEIN 的全链路数字化业务

2. 掌握供应链业务的 4 个基本业务模块

➤ 集中采购

➤ 平台销售

➤ 物流仓储基础设施

➤ 大宗交易与融资

案例：中储京科“货兑宝”大宗交易平台业务拆解

3. 构建全场景服务平台的基本步骤

➤ 步骤 1：建平台能力

➤ 步骤 2：变经营模式

➤ 步骤 3：拓渠道市场

演练：使用数字化转型商业模式画布梳理全场景数字化方案

演练：使用数字化转型模式矩阵拆解数字化业务模块